

SE FORMER EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Contribution du Réseau des centres de formation en journalisme francophones Théophraste
aux engagements du XIXe Sommet de la francophonie de Villers-Cotterêts 2024



Ce livret pour la formation de professionnels en Éducation aux médias et à l'information (EMI) constitue l'un des engagements du XIXe Sommet de la francophonie organisé les 4 et 5 octobre 2024 à Villers-Cotterêts par l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) et fait suite au colloque international organisé par le Réseau Théophraste, le 3 octobre 2024, dans les murs de l'École Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ Lille) sur le thème « Les enjeux de l'Éducation aux médias et à l'information et de la lutte contre la désinformation ».

Il sera diffusé gratuitement sous forme numérique et imprimée, grâce au soutien du ministère des Affaires étrangères français.



2024-2025

Rédactrice pour le Réseau Théophraste : Claire LE NESTOUR, journaliste cheffe de rubrique chez Bayard jeunesse, auteure jeunesse, formatrice et spécialiste de l'Éducation aux médias pour l'ESJ Lille.

SOMMAIRE

INTRODUCTION DU RÉSEAU THÉOPHRASTE	p5
PARTIE 1 : POURQUOI L'EMI ?	p6
Les défis actuels de l'EMI (ESJ Lille).....	p7
Qu'est-ce que l'EMI ?.....	p8
Pourquoi faire de l'EMI quand on est étudiant en école de journalisme ?.....	p10
Témoignage : ce que l'EMI a apporté à ma formation en journalisme.....	p11
Pourquoi faire de l'EMI quand on est journaliste en activité ?.....	p12
Témoignage : pourquoi je fais de l'EMI en plus de mon travail de journaliste.....	p13
Quelle posture adopter quand on fait de l'EMI ?.....	p14
Témoignage : comment je me suis investi dans l'EMI sans être journaliste.....	p15
PARTIE 2 : SE FORMER À L'EMI	p16
Curriculum.....	p16
Tronc commun	p17
- l'importance de l'EMI (liens avec les publics, activité professionnelle potentielle)	
- comprendre la défiance vis-à-vis des médias (compétences / objectifs pédagogiques)	
- mobiliser l'éthique et la déontologie pour intervenir auprès des publics (compétences / objectifs pédagogiques)	
- plongée dans la machine à désinformer (compétences / objectifs pédagogiques)	
- découvrir les biais du cerveau (compétences / objectifs pédagogiques)	
- déjouer les fake news à l'ère de l'IA	
En formation initiale	p19
- intervenir comme étudiant	
- monter un projet d'EMI quand on est étudiant (objectif, compétences, ressources)	
En formation continue	p20
- analyse critique des médias (compétences / objectifs pédagogiques)	
- transmettre son expérience de journaliste	
- comprendre l'écosystème numérique	
- mobiliser les neurosciences pour monter des actions d'EMI	
- monter un projet d'EMI en étant journaliste en activité (compétences / objectifs pédagogiques)	
- comment évaluer en éducation aux médias et à l'information	
PARTIE 3 : FICHES PRATIQUES (POUR ÉTUDIANTS, JOURNALISTES, TOUT PUBLIC)	p22
- Fiche pratique 6-12 ans - Découvrir le métier de journaliste	
- Fiche pratique 6-12 ans - Comment distinguer information, publicité, rumeurs, opinions et anecdotes ?	
- Fiche pratique 6-12 ans - Écrire un article journalistique	
- Fiche pratique 6-12 ans - Comment reconnaître un média ?	
- Fiche pratique 6-12 ans - Les images disent-elles toujours la vérité ?	
- Fiche pratique 6-12 ans - Enquête express : comment savoir si une information est vraie ou fausse ?	
- Fiche pratique 12-18 ans - C'est quoi un journaliste ?	
- Fiche pratique 12-18 ans - Comment fonctionnent les médias ?	
- Fiche pratique 12-18 ans - Apprendre à décrypter les images (humaines et IA)	
- Fiche pratique 12-18 ans - Comprendre les algorithmes des réseaux sociaux	
- Fiche pratique 12-18 ans - Dans la tête d'un complotiste	
- Fiche pratique 12-18 ans - Notre cerveau nous joue des tours	
- Fiche pratique 12-18 ans - Fake news, démêler le vrai du faux	
- Fiche pratique 12-18 ans - Enregistrer un journal radio	
- Fiche pratique 12-18 ans - Créer son média au collège ou au lycée	
- Fiche pratique 12-18 ans - Jeu de rôle : comprendre les droits et devoirs des journalistes	
- Fiche pratique adultes - A quoi servent les journalistes ?	
- Fiche pratique adultes - Comprendre la fabrique de l'information	
- Fiche pratique adultes - A qui profitent les fake news ?	
- Fiche pratique adultes - Peut-on vraiment faire confiance à son cerveau ?	
- Fiche pratique adultes - Comment échapper aux bulles des algorithmes ?	
- Fiche pratique adultes - Comment éviter les pièges des fake news ?	

INTRODUCTION

PAR MAMADOU NDIAYE, PRÉSIDENT DU RÉSEAU THÉOPHRASTE

Ce livret pour la formation en Éducation aux Médias et à l'Information (EMI), destiné aux écoles et instituts de formation en journalisme francophones, est **conçu par le réseau Théophraste**.

Il est organisé pour apporter à la fois le **bagage théorique nécessaire et des fiches pratiques** à destination d'étudiants, de journalistes et de tout adulte concerné.

Ces contenus sont à adapter en fonction de chaque écosystème au profit d'une même mission : lutter ainsi contre la désinformation, à l'ère de l'Intelligence artificielle générative (IAg).

Réseau institutionnel de l'Agence universitaire de la francophonie (AUF), le Réseau Théophraste a vu le jour en mars 1994 lorsque 14 centres francophones de formation au journalisme ont décidé de se fédérer avec, comme objectif principal, de faire rayonner le modèle francophone de la formation au journalisme. Le Réseau Théophraste compte aujourd'hui une vingtaine d'institutions membres qui partagent tous les objectifs de promotion et de développement des enseignements en journalisme au sein des différents instituts dans un cadre d'échanges d'expériences pédagogiques et de collaboration au niveau de la recherche.

La charte du réseau lui fixe notamment les objectifs suivants (art.2, statuts du réseau) :

- contribuer à la définition du caractère spécifique des métiers du journalisme et à leur démarcation des autres secteurs de la communication,
- contribuer à l'affirmation du rôle essentiel du journaliste dans la vie démocratique et dans le développement de l'esprit de citoyenneté,
- contribuer au développement de la pédagogie de l'enseignement du journalisme face aux défis technologiques, économiques contemporains, dans le respect de la pluralité culturelle,
- réfléchir sur les pratiques de ce métier et sur sa dimension éthique afin de répondre aux transformations du processus de production, de diffusion et de réception de l'information,
- favoriser toute forme de coopération et d'échange de ressources humaines et documentaires en matière d'enseignement, de pédagogie et de recherche en journalisme.

Le Réseau Théophraste représente les écoles francophones de journalisme au sein du Congrès mondial de la formation au journalisme (WJEC).

À travers ses différentes institutions membres, majoritairement des établissements d'enseignement et de recherche en Sciences de l'information et de la communication et en Journalisme, le Réseau Théophraste dispose d'une expertise reconnue en matière de coopération et de la recherche. Ses membres ont déjà participé, nombreux, à des productions scientifiques de qualité, à des enquêtes quantitatives et qualitatives de grande ampleur parfois, ainsi qu'à l'organisation d'événements scientifiques dans les domaines liés à l'univers informationnel (colloques annuels, coordination pour l'UNESCO de la version française du manuel de curricula de formation au journalisme, mise en place d'un processus de certification des écoles de journalisme, etc.).

Leurs domaines d'expertise, tant en enseignement qu'en recherche, les rendent familiers, depuis plusieurs années désormais et notamment depuis l'essor du fact-checking au début des années 2000, des enjeux de lutte contre la désinformation et particulièrement des enjeux de recherche dans ce domaine.

En outre, le réseau Théophraste sait travailler à l'échelle des pays francophones partout dans le monde et bénéficie, pour cela, de l'appui de ses nombreux membres, très investis dans la vie et les projets du réseau.

LES CURSUS DE JOURNALISME MEMBRES DU RÉSEAU THÉOPHRASTE :

- CAPJC Tunis (Tunisie)
- CESTI Dakar (Sénégal)
- CFJM Lausanne (Suisse)
- Département d'information et de communication - Université Laval (Canada)
- Département pour les Médias et le Journalisme - Université de Linné (Suède)
- Ecole Publique de Journalisme de Tours (France)
- Ecole universitaire de Journalisme de Bruxelles - Université Libre de Bruxelles (Belgique)
- ESJ Lille (France)
- ESSTIC Yaoundé (Cameroun)
- Faculté de journalisme et de Communication de masse de l'Université de Sofia (Bulgarie)
- Faculté de Journalisme et des sciences de la Communication (FJSC) - Université de Bucarest (Roumanie)
- IHECS Bruxelles (Belgique)
- IJBA Bordeaux (France)
- IPJ Paris Dauphine (France)
- IPSI Tunis (Tunisie)
- ISIC Rabat (Maroc)
- ISTC Abidjan (Côte d'Ivoire)
- Université d'Ottawa (Canada)
- Université de Moncton (Canada)
- Université Tananarive (Madagascar)

La cartographie des structures de recherches et de lutte contre la désinformation réalisée par le Réseau Théophraste, avec l'appui de l'OIF, a établi que l'éducation aux médias et à l'information, bien qu'identifiée comme mécanisme nécessaire pour une bonne appréhension des médias aujourd'hui, se répand diversement. On peut déjà apercevoir une esquisse de fracture entre « ceux dotés d'un "capital médiatique et numérique" suffisant et les autres » (Yanon, G et Barbey, F. 2023) ; mais aussi, en considérant la cadence de l'évolution ainsi que les nécessités des reconfigurations permanentes.

Au Nord, l'EMI s'est installée et a atteint sa vitesse de croisière. Ainsi, a-t-on déjà pu l'insérer dans le système scolaire en Europe (Minkkinnen, 1978, Morsy, 1984). De même, plusieurs pays occidentaux (France, Belgique, Royaume-Uni, Finlande, Autriche, Canada, etc.) ont pu mettre en place des instruments pédagogiques publics (OIF, 2022.) tout en continuant, tantôt à interroger, tantôt à augmenter le périmètre de l'EMI : lutte contre la désinformation, approche critique des médias, lutte contre le cyberharcèlement, citoyenneté numérique, liberté d'expression, lutte contre les stéréotypes, bataille de l'attention, etc.

Dans les pays du Sud, on en est encore à s'interroger, par exemple, sur « la capacité de l'éducation aux médias à amoindrir la fracture culturelle et à soutenir l'expression culturelle africaine comme moteur de développement à travers le numérique, en garantissant la participation citoyenne et démocratique des communautés. » (Yanon, G et Barbey, F. 2023.) Pourtant, plus qu'ailleurs, l'offre de la mauvaise information y est développée et la dystopie du numérique pressante.

Dans l'un et l'autre cas cependant, l'état de la question doit être établi aujourd'hui de manière à envisager des actions pratiques et appropriées à l'adaptation des contextes technologiques et aux conjonctures médiatiques. **L'Éducation aux médias est un impératif pour tous les segments démographiques et sociographiques, une attention particulière à apporter aux jeunes publics**, principaux consommateurs et intéressés aux longs termes des afflux numériques. Face au désordre de l'information, aux discours de la haine et de manipulation, aux campagnes conspirationnistes et aux buzz, ils apparaissent à la fois les plus exposés et les plus désarmés.

PARTIE 1

POURQUOI L'EMI ?



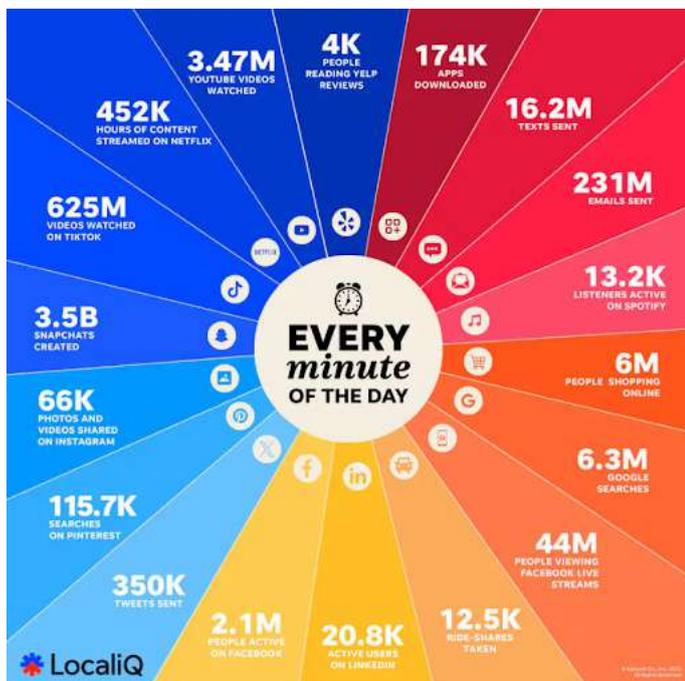
LES DÉFIS ACTUELS DE L'EMI

RÉDACTRICE POUR L'ESJ LILLE : LAURENCE GAIFFE, RESPONSABLE EMI

5,52 milliards de personnes connectées à Internet dans le monde en octobre 2024 selon le rapport digital annuel We are social. Principales raisons de ces connexions évoquées par les personnes interrogées : la recherche d'informations (62,6 %), le maintien du contact avec les proches (56,8 %) et le suivi des actualités et des événements récents (54,4 %).

Chaque minute, **625 millions de vidéos sont visionnées sur Tik Tok**, **350 000 tweets sont envoyés sur X**, **6,3 millions de recherches sur Google** effectuées. Au-delà du vertige de ces chiffres, en constante augmentation, il y a la réalité d'un déferlement de contenus auquel nous sommes confrontés, auquel nous contribuons.

Des télévisions ou journaux entièrement créés par l'IA émergent. Ces outils performants génèrent espoirs et craintes. Bien maîtrisés, ils peuvent aider les journalistes dans leur travail d'investigation, traduire, synthétiser. Ils présentent également des risques, de renforcer les stéréotypes, de remplacer l'humain par la machine mais aussi d'encourager une forme de paresse intellectuelle, à copier coller des résultats de requêtes plutôt que chercher par soi-même.



Dans cette masse "informationnelle", cette "infobésité", comment distinguer articles journalistiques, publi-reportages, détournements humoristiques ou "fakes" manipulateurs à desseins politiques ?

Si "info" et "faux" ont depuis tout temps existé, la révolution numérique des années 2000 a pulvérisé la capacité à diffuser des contenus et à accroître les confusions entre faits vérifiés et points de vue / détournements / prises de positions. Une étape de plus est franchie avec l'arrivée d'outils automatisés : l'Intelligence artificielle générative (IAg) est désormais capable de générer des contenus en des temps records, ressemblant à s'y méprendre à ceux créés par la gente humaine et ne cesse d'innover.

Pour le meilleur et pour le pire... Informations et images détournées sont le lot de toute campagne électorale, de tout conflit armé : "Les technologies numériques permettent désormais à n'importe quel individu doté d'une connexion à l'internet de produire des contenus et de les diffuser", constate le rapport de l'OCDE de mars 2024. Les faits sans le faux : Lutter contre la désinformation, renforcer l'intégrité de l'information, "sans être limité par les règles déontologiques et les exigences auxquelles se soumettent les journalistes, les universitaires et les scientifiques".

Dans les grandes démocraties comme dans les pays en conflit, la vérité est attaquée de toutes parts. Les citoyens sont manipulés. La prise de décision devient de plus en plus difficile, voire risquée. Cette situation est favorisée par la crise de confiance que traversent certains pays, la

radicalisation toxique et partisane du climat politique, associées au sensationnalisme des médias, aux réseaux sociaux débridés, aux algorithmes programmés pour la viralité. Internet et les réseaux sociaux, jadis, considérés comme les supports technologiques de la communication horizontale qui consacraient une certaine forme de liberté d'expression, sont devenus une « autoroute de la désinformation » (Philippe Testard-Vaillant et Charline Zeitoun, 2022).

Lutter contre la désinformation est donc devenu un enjeu majeur. "Il s'agit de fournir aux individus les outils nécessaires au développement d'un esprit critique, de détecter et combattre la désinformation", poursuit le rapport de l'OCDE.

Face à ces défis, les journalistes ont un rôle crucial à jouer, aux côtés des autres acteurs, enseignants, associations, institutions. Comme experts de la recherche et vérification d'informations, ils ont la mission de produire des contenus de qualité: articles, podcasts, vidéos, photos.

Ils sont également à même de transmettre cette expertise, d'aller à la rencontre de publics, en milieu scolaire ou associatif, auprès de jeunes ou adultes, voire de seniors pour échanger sur ce qu'est un contenu informatif, comment le distinguer d'autres contenus, comment se traite un sujet dans les règles. C'est là que commence l'éducation aux médias et à l'information (EMI ou EAM selon les pays), voir page 8.

L'EMI est une démarche citoyenne dans laquelle s'engagent volontairement des journalistes mais aussi des étudiants, des animateurs, éducateurs, professeurs. Souvent le fruit d'un parcours, d'une réflexion et d'une envie de transmettre.

Cette démarche nécessite formation.

Formation pour réfléchir à sa posture, pour choisir sa méthode et des supports pédagogiques, avec la nécessité de sans cesse s'actualiser car l'éducation aux médias et à l'information est une question vive, en perpétuelle évolution.

L'éducation aux médias n'est en général pas une matière propre, enseignée à l'école comme les mathématiques ou le français, mais une compétence transversale, inscrite (ou non) dans les programmes scolaires. À charge pour les intermédiaires éducatifs de s'en emparer, sans se sentir toujours vraiment armés pour le faire. Leur demande est forte de s'appuyer sur des ressources, des déroulés et supports pédagogiques (jeux, vidéos, quiz). Le livret de formation en EMI du réseau Théophraste, annoncé lors du Sommet international de la francophonie, a été conçu dans ce sens.

QU'EST-CE QUE L'EMI ?



« Expliquer le travail des journalistes », « aider les publics à consolider leur esprit critique », « apprendre à déjouer les fake news »... Il suffit de demander à des professionnels qui interviennent en éducation aux médias et à l'information (EMI) de définir l'éducation aux médias pour se rendre compte d'une chose : l'EMI est multifacettes.

La première définition internationale date de 1973 et vient du Conseil international du cinéma et de la télévision. L'organisation non gouvernementale chargée de conseiller l'UNESCO sur les sujets en lien avec l'audiovisuel écrit alors que l'éducation aux médias regroupe « l'étude, l'enseignement et l'apprentissage des moyens modernes de communication et d'expression considérés comme faisant partie d'un domaine spécifique et autonome de connaissances dans la théorie et la pratique pédagogiques à la différence de leur utilisation comme auxiliaires pour l'enseignement et l'apprentissage dans d'autres domaines de connaissances. » En d'autres termes, l'ONG souligne qu'il n'est plus possible d'enseigner avec les médias sans enseigner les médias eux-mêmes, ce qui nécessite l'acquisition de connaissances et de compétences spécifiques.

Peu de temps après, en 1982, l'UNESCO organise une rencontre internationale à Grünwald, en Allemagne, pour étudier le rôle des grands moyens d'information dans la formation de l'opinion publique. La déclaration adoptée le 22 janvier par les 19 pays participants à ce symposium ne propose pas de définition de l'éducation aux médias mais elle souligne les enjeux de citoyenneté liés à la maîtrise des usages médiatiques, grâce au renforcement de compétences informationnelles et communicationnelles.

« Les systèmes politiques et éducatifs doivent assumer les obligations qui leur reviennent pour promouvoir chez les citoyens une compréhension critique des phénomènes de communication » soulignent les signataires.

L'éducation aux médias était née. EMI ? Pas vraiment, car à l'époque, le mot information ne figure pas dans l'intitulé de la déclaration, ni dans les travaux des chercheurs qui ont permis de la rédiger.

Pour saisir ce qu'est l'EMI aujourd'hui, il est intéressant de comprendre tout ce qu'implique

chacun des mots qui composent cette expression.

E comme éducation. L'EMI fait partie des « éducations à » au même titre que l'éducation à la santé, au développement durable ou à la citoyenneté. Dépassant les frontières disciplinaires, les « éducations à » sont pensées pour préparer les élèves et les adultes à leur vie personnelle, sociale et professionnelle. L'EMI permet d'acquérir un ensemble de compétences relatives à la maîtrise des médias. Parmi ces compétences, il y a évidemment les outils, notamment informatiques, qui servent à recevoir et traiter l'information, à la fabriquer et à la diffuser. Mais il y a aussi l'éthique comportementale et intellectuelle qui permet un usage réfléchi, critique et responsable des médias et supports d'information.

M comme médias. Pendant longtemps, l'EMI s'est concentrée sur les médias traditionnels : la presse écrite, la radio et la télévision. Mais avec le basculement dans l'ère numérique des années 2000, le champ médiatique s'est considérablement élargi. Il y a d'abord eu une révolution technologique qui a permis la multiplication des canaux de distribution des informations. Il y a ensuite eu une révolution économique qui a vu le monde des médias s'ouvrir à de nouveaux acteurs comme les Gafam (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) ou les fournisseurs d'accès Internet qui ont cherché eux aussi à capter l'attention des consommateurs. Il y a enfin eu une révolution des usages qui a permis aux internautes de devenir à la fois producteurs, distributeurs et prescripteurs de contenus.

Ces trois bouleversements ont eu des conséquences directes sur l'éducation aux médias qui s'est ainsi retrouvée face à de nouvelles questions : qu'est-ce qu'un média et qu'est ce qui ne l'est pas ? Quid de la protection des données personnelles ? Comment trier la masse d'informations publiées chaque jour ? Comment lutter contre les fausses informations ? Où sont les limites de la liberté d'expression ? Quel impact le numérique peut-il avoir sur la démocratie ? Et cette liste non exhaustive est en construction perpétuelle puisque l'éducation aux médias est par définition amenée à s'adapter aux évolutions

des outils de communication. Ces dernières années, elle doit par exemple s'intéresser à l'arrivée de l'intelligence artificielle dans la production de textes et d'images liés à l'information mais également comme un outil dont peuvent s'emparer les rédactions pour faciliter des enquêtes. Avec des garde-fous indispensables à ces usages.

I comme information. L'ajout de ce mot au terme d'éducation aux médias s'est fait de façon progressive avec la généralisation des outils numériques. Et son sens n'est pas aussi simple qu'on pourrait l'imaginer en se basant sur l'usage commun du terme. « L'information » ce ne sont pas que les contenus que diffusent certains médias. Ce sont aussi les sources de l'information, ceux qui les mettent en forme et les diffusent. La production et la validation des informations a changé avec internet. Les informations sont plus nombreuses et elles viennent de sources plus variées ce qui nécessite le développement de nouvelles compétences pour les recevoir avec un esprit critique.

« Tant que partout dans le monde tous ne jouiront pas de l'égalité des chances dans le domaine de l'éducation pour aborder l'information disponible avec discernement et esprit critique, pour l'analyser, la trier et en incorporer les éléments qu'ils jugeront les plus intéressants dans une base de connaissances, l'information ne restera qu'une masse de données indistinctes », écrivait l'UNESCO en 2005.

Dans un monde où l'esprit critique est « la compétence éducative la plus importante du 21^e siècle » pour reprendre les termes de l'OCDE, l'EMI devient ainsi un vecteur d'empowerment pour les citoyens des démocraties modernes. Grâce à elle, ils peuvent adopter une lecture distanciée des contenus et des formes médiatiques

pour mieux juger l'information. Si le passage de l'éducation aux médias à l'éducation aux médias et à l'information n'a pas facilité les entreprises de définition, il confirme que le but de l'EMI est très large : éclairer le paysage informationnel dans lequel évoluent les publics – enfants, adolescents, jeunes adultes – qu'il s'agisse de leurs relations sociales ou de leur ouverture au monde.

Pour y parvenir, l'UNESCO assigne à l'EMI à trois objectifs principaux :

- permettre l'accès à tous les types de médias, outils potentiels de compréhension de la société et de participation à la vie démocratique
- former à l'analyse critique des messages, tant d'information que de divertissement, afin de développer les capacités d'individus autonomes et d'usagers actifs
- favoriser la production, la créativité et l'interactivité dans les différents registres de la communication médiatique.

En pratique, l'éducation aux médias et à l'information est pensée pour s'adapter à la diversité des pays, des cultures et des publics. Les actions d'EMI vont ainsi de la découverte du métier de journaliste aux séances sur les théories du complot, en passant par l'analyse des images d'actualité, les questionnements sur les modèles économiques des médias, les ateliers sur la liberté d'expression ou les projets plus créatifs qui visent à aider un public à se saisir de l'éthique journalistique pour créer son propre média.

Si les institutions internationales comme l'UNESCO ont joué un rôle important dans la circulation et l'inscription de l'EMI dans les politiques publiques nationales, elles ont laissé les États se saisir de sa mise en œuvre. Dans certains pays, comme la France, le point de départ est d'abord venu du milieu scolaire qui a pu bénéficier, dès 1983, des services du CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information), une structure sous tutelle du ministère de l'Éducation nationale, chargée de former les enseignants à l'EMI et d'accompagner la production de ressources pédagogiques pour promotion d'une pratique citoyenne des médias à l'école, au collège et au lycée.

En Belgique, la création du CSEM (Conseil supérieur d'éducation aux médias) en 2008 a renforcé la reconnaissance des initiatives en Wallonie et à Bruxelles. L'éducation aux médias est une matière transversale, présente dans les programmes du primaire et du secondaire. Depuis 2013, l'IHECS propose un master de 120 crédits en éducation aux médias, membre du CSEM et affilié à plusieurs organisations internationales.

Ailleurs, la thématique a également pu être abordée dans les établissements scolaires en fonction de l'intérêt des enseignants. Au Québec par

exemple, l'EMI fait partie du nouveau cours de Culture et citoyenneté québécoise mais elle est abordée parmi une foule de sujets. Le territoire fait surtout partie des endroits où l'impulsion est venue du monde journalistique. Préoccupé par la prolifération de fausses nouvelles et la méfiance à l'égard de leur profession, un groupe de journalistes professionnels a ainsi lancé le Centre québécois d'éducation aux médias et à l'information en 2021 qui dispose aujourd'hui de 70 journalistes-formateurs pour assurer des actions d'EMI.

Au Sénégal, aussi l'EMI a plutôt été laissée dans les mains de professionnels de l'information, qui proposent des actions d'éducation aux médias via des associations professionnelles comme le SYNPICS (Syndicat des Professionnels de l'Information et de la Communication du Sénégal) et la CJRS (Convention des Jeunes Reporters du Sénégal), en partenariat avec des ONG. Dans d'autres pays, l'EMI est encore émergente et reste un objet d'étude universitaire principalement investi par des chercheurs en communication. C'est notamment le cas en Côte d'Ivoire. Parfois, les initiatives, même émergentes, viennent d'une pluralité d'acteurs (monde académique, société civile, médias, instances de régulation des médias...) comme c'est le cas en Tunisie. Partout en revanche, les mêmes constats sont établis : l'éducation aux médias et à l'information demande du temps, des moyens et de la formation pour que ceux qui interviennent face au public, quel que soit leur métier, soient à la hauteur des enjeux posés par l'EMI.



POURQUOI FAIRE DE L'EMI QUAND ON EST ÉTUDIANT EN ÉCOLE DE JOURNALISME ?

Si les journalistes sont critiqués, le métier continue de faire rêver les nouvelles générations. Attirés par l'adrénaline du terrain, le reportage qui donne à voir les bouleversements du monde, l'enquête qui en révèle les dysfonctionnements, l'amour des mots ou des images, ou bien encore le rôle de contre-pouvoir que peuvent jouer les médias, les jeunes se pressent aux portes des formations en journalisme. Les concours, souvent sélectifs, qui permettent d'intégrer les écoles de journalisme poussent les étudiants à se documenter et expérimenter la profession qu'ils veulent rejoindre. Mais peu connaissent l'éducation aux médias et à l'information avant d'y être confrontés.

Pourtant, expliquer son métier, ce qu'est l'information et comment la traiter fait partie du quotidien et relève déjà d'éducation aux médias et à l'information. Pour aller plus loin, se former à transmettre, expliquer et accompagner les publics dans leurs usages informationnels est un « plus » indéniable, à intégrer dans les cursus de journalisme. Cette formation aidera les professionnels dans la pratique de leur métier. L'EMI peut même devenir une partie de l'activité des journalistes. Autant s'y frotter dès la formation initiale.

> L'EMI POUR RENFORCER SES COMPÉTENCES

Généralement axées sur la pratique des genres et formats journalistiques, les formations en journalisme mettent aussi l'accent sur le socle de base du métier. Creuser un sujet, l'angler, choisir ses sources, vérifier les faits, comprendre les mécanismes de manipulation de l'information, différencier faits et opinions, structurer un article ou un reportage... Les apprentis-journalistes doivent s'habituer à un ensemble de pratiques professionnelles ou rigoureuses qui ne répondent pas à un simple contrôle de connaissances. Ils doivent les éprouver, les tester, les questionner et les mettre en application pour se les approprier. Les actions d'éducation aux médias et à l'information peuvent constituer un terrain d'expérimentation de premier choix. Poussés à faire preuve de pédagogie pour expliquer ce qu'ils apprennent, les étudiants se confrontent à des questions concrètes qui les aident à mieux intégrer les savoirs-faire complexes dont ils auront besoin au cours de leur carrière.

L'EMI leur permet aussi de s'interroger dès l'école sur la place du journaliste dans une société en évolution constante. Comment garantir l'indépendance des médias quand ils deviennent propriété de groupes privés, ou quand les algorithmes influencent de plus en plus les contenus ? Comment jongler entre l'urgence de l'information et la nécessité de vérifier les faits ? Comment défendre un journalisme de qualité lorsque tous les internautes peuvent se prétendre producteurs d'informations ? Ces questions sont essentielles pour les étudiants car elles occupent une place grandissante au sein même de la profession. Il n'est jamais trop tôt pour s'y confronter tout comme il n'est jamais trop tôt pour aller à la rencontre des publics. L'âge peut même jouer en faveur des étudiants puisque les jeunes publics cibles des actions d'EMI auront souvent moins d'appréhension à échanger avec un étudiant qui leur ressemble plutôt qu'avec un adulte qu'ils considèrent éloigné d'eux.

Permettre à des étudiants en journalisme d'aller s'adresser à des scolaires, c'est aussi un bon moyen de montrer que la profession est ouverte à différents profils et que le métier ne se limite pas aux quelques figures médiatiques connues de tous. S'ils n'ont pas reçu de formation spécifique, les étudiants les moins confiants pourraient être mis en difficulté par certains échanges, notamment avec les personnes les plus critiques envers les médias. L'enseignement de l'EMI ne leur donnera pas des réponses clés en main mais elle leur permettra d'adopter la bonne posture, d'échanger avec leurs interlocuteurs sans les braquer et d'accepter d'être bousculés sans remettre en cause leur orientation professionnelle. Bref, de s'initier dès leur formation aux échanges qu'ils auront durant toute leur carrière.

> L'EMI COMME PORTE D'ENTRÉE DANS LE MÉTIER

Si l'éducation aux médias et à l'information n'est pas nouvelle, elle a gagné du terrain ces dernières années. Dans les pays où elle s'est le plus développée, certains médias en ont même fait un sujet à part entière, en nommant des référents dédiés chargés d'organiser des actions d'EMI au nom de leur rédaction. Partout, les rédacteurs en chef et directeurs de la publication ont compris que l'éducation aux médias et à l'information était une nécessité. Pourtant, les journalistes intéressés et formés à l'EMI sont rares. S'ils ont reçu des cours dédiés, les jeunes diplômés peuvent utiliser l'EMI pour se démarquer sur le marché de l'emploi. Une fois intégrés dans un média, ils peuvent ainsi mettre à profit leurs connaissances en EMI pour acculturer des collègues ou monter des projets.

Sans aller jusqu'à utiliser la ligne « EMI » de leur CV, les étudiants qui ont eu l'occasion de se former et de participer à des actions d'éducation aux médias et à l'information durant leur scolarité peuvent aussi faire valoir une pratique journalistique profondément ancrée dans la réalité. Ils peuvent espérer avoir une compréhension plus fine des attentes et des préoccupations des lecteurs et proposer des angles et des traitements de l'information plus accessibles et plus responsables ce qui ne peut qu'augmenter leur employabilité dans une profession réputée pour sa concurrence.

> L'EMI COMME RÉPONSE À UNE PROFESSION EN CRISE

En France, la durée moyenne d'une carrière de journaliste est de quinze ans. Parmi les raisons invoquées par ceux qui quittent le métier : un désenchantement parfois lié à une vision idéalisée de la profession, la précarité du travail, notamment à la pige ou en contrats courts, et une déception vis-à-vis des conditions d'exercice du métier. Le travail de journaliste serait à la fois moins intéressant que prévu, peu rémunérateur et mal valorisé. L'éducation aux médias peut réduire ces griefs. Dans les pays où l'EMI est institutionnalisée et où des structures peuvent rémunérer des journalistes pour l'animation de rencontres et d'ateliers, l'EMI peut constituer une source de revenus non négligeable pour les jeunes journalistes qui s'insèrent de façon saccadée sur le marché du travail. Même si elle ne constitue pas un débouché professionnel en soi, certains journalistes, notamment pigistes, l'ont intégrée dans leur équilibre professionnel. Pour les jeunes journalistes souvent cantonnés aux postes les moins intéressants dans les rédactions, l'EMI peut aussi être une activité valorisante qui allie le plaisir du terrain et des rencontres à celui de discussions en lien avec un métier qu'ils trouvaient passionnant... avant de l'exercer.

Mener des projets d'EMI permet enfin aux journalistes en devenir de s'engager. Intégrés dans un réseau de professionnels variés qui travaillent main dans la main pour aider les citoyens à comprendre et décoder les pratiques médiatiques, ils sont aussi moins isolés lorsque surviennent les premières difficultés professionnelles. Pour eux, faire de l'EMI en plus de leur travail dans les médias est aussi un bon moyen de se rappeler que le métier ne se limite pas à de la production de contenus. Il permet aussi d'éclairer les citoyens. Et si les étudiants peinent parfois à décrocher un poste à la hauteur de leurs attentes, l'EMI les aide clairement à redonner du sens à leur quotidien pour tenir dans le métier.

TÉMOIGNAGE

« CELA ME SERVIRA FORCÉMENT UN JOUR » CHLOÉ BECWORTH, JOURNALISTE À CANAL+



POURQUOI J'AI VOULU ME FORMER À L'EMI COMME ÉTUDIANTE, LORS DE MA FORMATION DE JOURNALISME

« Ma mère est professeure des écoles. Depuis que je suis petite, je vais dans sa salle de classe. C'est un endroit où je me sens bien. Au lycée, j'ai passé mon BAFA pour travailler avec des enfants et j'ai commencé les CDD en centres de loisirs. J'adorais ça, mais j'avais envie de devenir journaliste alors je me suis inscrite en licence de sciences politiques à Lille avec une option journalisme à l'Académie ESJ (NDLR : la formation post-bac de l'École Supérieure de Journalisme de Lille - ESJ Lille). C'est là que j'ai entendu parler d'éducation aux médias pour la première fois. A l'époque, je ne savais pas vraiment ce que cela voulait dire. On nous proposait d'aller parler de notre futur métier dans des collèges ou des lycées. L'idée me plaisait mais je crois que je ne me sentais pas légitime parce que je n'étais pas encore journaliste. Je préférais me concentrer sur les concours et mon service civique dans un centre social lillois.

Quelques semaines après ma rentrée en master à l'ESJ Lille, j'ai appris que l'école cherchait des étudiants pour accompagner une journaliste dans le centre social où j'avais travaillé l'année d'avant. C'était l'occasion rêvée de mêler ce que je faisais avant (l'animation auprès des jeunes) et ce que j'étudiais aujourd'hui (le journalisme). Nous avions une semaine pour aider un groupe de collégiens-lycéens à lancer un média sur Instagram. C'était une façon très concrète d'aborder avec eux la vérification des infos, la déontologie des journalistes, la modification des images...

Je me souviens avoir accompagné deux jeunes filles qui allaient interviewer une employée du centre social pour recueillir son témoignage d'ancienne ado harcelée. On avait travaillé les questions ensemble et je leur avais expliqué comment faire preuve de compassion. Elles se sentaient super valorisées parce qu'elles étaient les gardiennes de la parole d'un adulte. J'étais aussi là au moment du montage et elles ont compris qu'en mettant un début de phrase avec la fin d'une autre phrase, elles pouvaient faire dire complètement autre chose à la personne dont elles venaient de recueillir le témoignage. Cela leur a fait prendre conscience de la responsabilité des journalistes.

J'ai trouvé ça hyper intéressant de montrer aux jeunes les coulisses d'un métier qui leur semblait hors de portée. Et puis je me souviens d'une scène marquante, au moment où on débriefait le projet avec les ados avant de partir. Un garçon nous a sorti « de toute façon, le covid n'a jamais existé ». A ce moment-là, je me suis dit « non, tu ne peux pas dire ça après tout ce qu'on a fait cette semaine ». Le pire, c'est que je ne savais pas comment lui répondre. A ce moment, j'ai compris que l'éducation aux médias était bien plus complexe qu'expliquer son métier et que j'avais encore beaucoup à apprendre.

Cela tombe bien parce que quand je suis arrivée en master 2, l'ESJ Lille a lancé un diplôme universitaire d'éducation aux médias en partenariat avec l'université de Paris Saclay. Ils ont proposé aux volontaires de ma promo de suivre le cursus. Cela représentait une grosse charge de travail supplémentaire mais je me suis dit que j'allais pouvoir apprendre plein de choses pour ne plus me retrouver sans argument face à des comploteurs. Et puis, je me disais que l'éducation aux médias pourrait aussi constituer une source de revenus supplémentaires si jamais je devenais pigiste après mon diplôme. Finalement, j'ai rejoint le service des sports de Canal + et je n'ai pas encore eu d'occasions de mettre en pratique tout ce que j'ai découvert pendant le DU. Mais je ne regrette pas. J'ai appris plein de choses sur le fonctionnement du cerveau, la psychologie, la construction des images... C'est sûr, cela me servira un jour ! »



POURQUOI FAIRE DE L'EMI QUAND ON EST JOURNALISTE EN ACTIVITÉ ?

En France, de nombreux journalistes se rendent disponibles fin mars pendant la semaine de la presse et des médias dans l'école organisée depuis 35 ans par le Centre pour l'éducation aux médias, organisme officiel de l'Éducation nationale française (Clemi). Ils vont dans les écoles, les collèges ou les lycées pour parler de leur métier et sensibiliser les jeunes aux enjeux de l'information. Ils n'ont parfois même pas conscience de faire de l'éducation aux médias en répondant présents à l'invitation des enseignants.

Pourtant, cet événement est bien souvent une porte d'entrée dans le monde de l'EMI. Contents de répondre aux questions ou convaincus de l'utilité d'intervenir en dehors de cette semaine fléchée dans le calendrier scolaire, certains journalistes décident d'ajouter l'éducation aux médias et à l'information à leur quotidien professionnel. S'engager en EMI est un acte volontaire, fruit d'un parcours, d'une réflexion. Cette décision répond souvent à une double logique : l'EMI peut permettre à des journalistes en activité d'ajouter du sens à leur travail. Ceux qui s'investissent peuvent aussi être animés par la volonté de lutter à leur niveau contre la défiance des publics et les travers de l'infobésité.

> L'EMI pour redonner du sens au métier

Aller parler de son métier et répondre aux questions de publics parfois éloignés de l'information, c'est d'abord se questionner sur ses pratiques professionnelles. Pourquoi choisir tel titre plutôt qu'un autre ? Pourquoi commencer son flash par tel reportage ? Pourquoi sélectionner telle ou telle photo d'illustration ? Parfois dépassés par le rythme des publications ou des passages à l'antenne, certains professionnels de l'information ressentent une routine que l'EMI peut venir casser. Elle leur permet de mettre en pause leurs productions pour réfléchir au sens de leurs habitudes de travail parfois établies depuis des années. Qu'ils s'investissent sur leur temps de travail ou sur leur temps libre, les journalistes peuvent y trouver du sens et donc de l'épanouissement.

C'est d'autant plus vrai que la mise en place d'actions d'éducation aux médias et à l'information nécessite souvent d'échanger avec d'autres professionnels. Les journalistes peuvent ainsi être amenés à travailler avec des enseignants pour concevoir les ateliers les plus adaptés aux élèves, des associations qui œuvrent pour l'inclusion, des bibliothécaires, des auteurs ou des artistes pour certains projets transversaux. Au plaisir de ces rencontres s'ajoute celui de la progression. Même si tous les journalistes qui font de l'EMI ne passent pas par la case formation, ils se mettent inévitablement à niveau sur les outils de vérification, les techniques de désinformation ou les pratiques numériques avant d'animer des ateliers ou des masterclass. Cette montée en compétences peut leur ouvrir de nouvelles portes. Enfin, pour les professionnels les plus éloignés du terrain, comme les secrétaires de rédaction ou les journalistes devenus managers à temps plein, l'EMI peut aussi permettre de renouer avec les publics, ce qui est essentiel.

> L'EMI pour lutter contre la défiance

Après avoir perdu le monopole de la production d'informations avec l'essor d'internet et des réseaux, les journalistes ont eu tendance à se replier sur leurs savoirs-faire dans les années 1990. Ils les ont même jalousement protégés transformant leurs rédactions en machines obscures qui ne laissent rien paraître ou presque de leur fonctionnement.

Ce manque de transparence n'a pas été sans conséquences : les journalistes ont peu à peu perdu la confiance des publics, accusés d'appartenir à une caste de privilégiés qui donnent leur avis au lieu d'informer. En France, par exemple, selon le 37^e baromètre La Croix / Kantar de la confiance des Français dans les médias, 57% des personnes interrogées considèrent qu'« il faut se méfier de ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité ». Selon une étude commandée l'année suivante dans le cadre des États généraux de l'information, 90% des journalistes français ressentent une opinion négative des citoyens vis-à-vis des médias. Participer à des actions d'EMI est une façon d'agir pour améliorer cette situation.

Et puisque les reproches formulés à l'égard des médias ne sont pas tous infondés, les journalistes qui font de l'éducation aux médias et à l'information peuvent aussi jouer un rôle décisif au sein des rédactions qui les embauchent. Le dialogue avec les lecteurs ou les auditeurs les aide à comprendre leurs attentes et leur permet d'y répondre de façon pertinente. Depuis quelques années, certains médias se montrent ainsi plus transparents sur les sources de leurs reportages, la rémunération de leurs journalistes ou leurs choix éditoriaux.



> L'EMI pour accompagner les citoyens face à l'infobésité et permettre leur expression

« L'une des maladies de notre époque est la multiplicité des livres, s'indignait Barnabe Rich, en 1613. Ils surchargent tellement le public que celui-ci est incapable de digérer l'abondance de matières oiseuses quotidiennement écloses et répandues dans le monde. » L'auteur britannique n'avait rien vu ! Au début du XXI^e siècle, le développement des chaînes d'informations en continu et la généralisation des smartphones ont bouleversé la circulation des actualités. Journaux télévisés, push, posts sur les réseaux sociaux, flash info, newsletters... Il est aujourd'hui impossible d'y échapper. Selon un article de Patrice Aron et Catherine Petit paru en 1997, l'humanité a produit plus d'informations dans les trois dernières décennies du XX^e siècle qu'en 2000 ans d'histoire et ce volume double tous les 4 ans. Si l'information permet de comprendre le monde et de prendre des décisions éclairées, sa profusion produit l'effet inverse. Plus un individu est confronté à une surcharge d'informations, plus sa capacité à faire la différence entre le vrai et le faux s'érode, d'après une étude de l'université d'Indiana publiée en 2017. Il en va de même pour sa capacité à les assimiler.

A ce problème de quantité vient s'ajouter la question de la qualité des informations mises à disposition des citoyens. Les blogs et réseaux sociaux qui transforment tous les internautes en informateurs potentiels ont favorisé la désinformation (les fake news) mais également les fausses informations (les false news) relayées par des producteurs de contenus qui ne maîtrisent pas la déontologie journalistique. Au printemps 2024, l'UNESCO a interrogé 500 influenceurs issus de 45 pays pour son étude menée avec une équipe de recherche de l'Université de Bowling Green, aux États-Unis. Et les résultats sont alarmants : six influenceurs sur dix ne procédaient pas à une « vérification rigoureuse et systématique des faits » avant de partager un message à leurs abonnés. Et pourtant, ceux qui les suivent leur font confiance... Avec l'EMI, les journalistes peuvent non seulement aider les publics à faire le tri dans la masse d'informations qu'ils reçoivent mais aussi leur apprendre à repérer les sources fiables, vérifier les faits, les distinguer des opinions et développer leur sens critique. Enfin, l'EMI peut participer à l'expression des citoyens en transmettant l'expertise journalistique.

En somme, si les journalistes veulent se sentir utiles, l'EMI leur offre l'opportunité de jouer un rôle central.

TÉMOIGNAGE

« L'EMI EST RENTRÉE TARDIVEMENT DANS MA VIE MAIS AUJOURD'HUI ELLE ME SEMBLE INDISPENSABLE », DAMIEN FLEUROT JOURNALISTE POLITIQUE À TF1-LCI ET PRÉSIDENT DE LUMIÈRES SUR L'INFO



« J'ai été formé au Centre de Formation des Journalistes à Paris, entre 2002 et 2004. Pendant ces deux années, je n'ai jamais entendu parler d'éducation aux médias. Ce n'était pas un sujet. Une fois diplômé, j'ai intégré la rédaction de BFM au moment de la création de la chaîne, en 2005. Là non plus, l'éducation aux médias n'existait pas. J'en ai ressenti le besoin plus tard, à mesure que BFM devenait leader des chaînes d'info et qu'elle était attaquée à tous les niveaux. Quand j'interrogeais des gens de tous bords, j'avais des retours très critiques sur le traitement de l'information. J'ai même assisté à des meetings où des candidats en campagne faisaient siffler les journalistes. Inévitablement, cette violence rejaillissait à notre endroit. C'était dur. Je n'ai jamais douté de l'utilité de mon travail mais j'ai compris qu'il y avait un besoin de renouer avec le public.

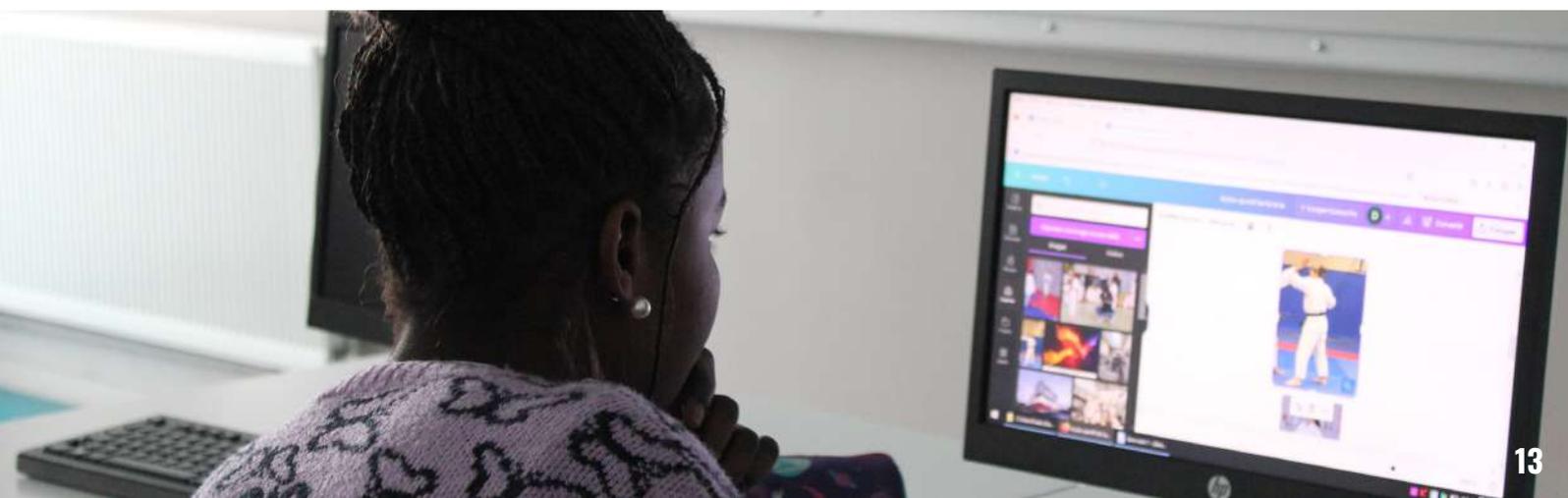
En 2018, je suis tombé sur une petite annonce en parcourant le site des anciens du CFJ. La journaliste et productrice Susanna Dörhage cherchait des volontaires pour animer des ateliers d'éducation aux médias dans des collèges de la région parisienne. Elle avait créé une association qui s'appelait Lumières sur l'info après les attentats de Paris parce qu'elle avait constaté qu'il y avait beaucoup de désinformation chez les adolescents. Quand j'ai vu sa proposition, je me suis dit que cela pouvait être une bonne

idée d'expliquer mon métier. J'ai d'abord assisté aux ateliers qu'elle animait, je l'ai regardée faire et puis je me suis lancé avec un format en deux temps développé par l'association.

La première heure, je parlais de mon parcours et du fonctionnement d'une rédaction d'info en continue et quand je revenais, je proposais aux élèves d'enquêter sur une information pour voir si elle était complètement fausse, partiellement fausse ou complètement vraie. Ces ateliers ont été comme une révélation. Quand on est journaliste, ça paraît simple d'écrire un article ou de faire un reportage à la radio mais quand tu échanges avec des jeunes qui découvrent ton métier, tu te rends compte qu'il n'y a rien d'évident. Ils voient un sujet où tu parles de Bangkok par exemple, comment peuvent-ils savoir que tu es dans une cabine de desk à Paris et pas sur place ?

J'ai grandi et fait mes études à Paris. Certes, j'ai eu la chance de beaucoup voyager avec mon métier mais toujours dans des conditions particulières. Je suivais un président, un ministre ou un candidat. Je voyais la France, mais il y avait toujours une sorte de mise en scène et même si j'arrivais à échanger avec des personnes rencontrées dans la rue, j'étais toujours contraint par le temps. Avec l'EMI, c'était différent. J'ai appris plein de choses grâce aux jeunes. Les reptiliens, par exemple, je n'en avais jamais entendu parler avant de mettre les pieds dans une classe du Val d'Oise. On peut se dire qu'il n'est pas si grave de croire qu'ils existent, ça peut même faire rigoler quand on voit les montages, mais la désinformation est une spirale. Le risque, c'est ensuite de tomber dans d'autres pièges, plus profonds, avec une plus grande difficulté à en sortir. L'EMI est rentrée tardivement dans ma vie mais aujourd'hui elle me semble indispensable.

Depuis 2017, j'ai quitté BFM pour CNews puis LCI mais je n'ai jamais arrêté l'EMI. J'ai même profité de mes changements professionnels pour en parler à mes nouveaux collègues. Aujourd'hui je suis président de Lumières sur l'info. J'anime un peu moins d'ateliers qu'avant mais l'association s'est entourée de journalistes venus de différents horizons qui sont indemnisés pour leur investissement et leur engagement car la demande d'EMI augmente avec de nouveaux publics mais elle se professionnalise aussi, avec des formats parfois très spécialisés. L'année dernière, l'association a sillonné l'Ile-de-France avec un newstruck pour aller parler d'actu et de médias. 1 500 personnes sont venues échanger avec nous au détour d'un café. C'est vraiment comme ça que j'imagine l'EMI : partout et à tout âge de la vie. »



QUELLES POSTURES ADOPTER QUAND ON FAIT DE L'EMI ?

Animer ses premiers ateliers d'éducation aux médias n'a rien d'évident quand on est étudiant en journalisme ou journaliste en activité. Pour que les ateliers soient pertinents et aussi sources de plaisir pour tous, il est essentiel de se questionner en amont sur la bonne posture à adopter.

ÉVITER DE SE PRÉSENTER COMME UN EXPERT

Si le journaliste invité à s'exprimer en classe ou dans une structure d'accueil du public est légitimé par son expertise des médias, il vaut mieux éviter la posture de l'expert et les arguments d'autorité qui l'accompagnent. L'éducation aux médias et à l'information suppose des échanges. Elle se construit au fil des discussions et des activités. Pour que les participants le comprennent, il est important de commencer systématiquement les ateliers par un tour de table, d'éviter les postures descendantes (de "sachants") et d'assumer ses failles. Les échanges n'en seront que plus authentiques.

Ce tour de table permet de recueillir les pratiques informationnelles des publics, sans les juger, de découvrir des comptes, des médias nouveaux et de s'appuyer sur ces réflexes pour construire les séances. Si l'EMI s'est enracinée dans la crainte des dérives liées à l'usage des réseaux sociaux, il est bon de rappeler que ces plateformes sont des outils et qu'à ce titre, elles ne sont pas intrinsèquement mauvaises ou dangereuses, mais que leur utilisation peut, elle, le devenir.

ACCEPTER D'ÊTRE BOUSCULÉ

Un atelier peut commencer par un commentaire: « Les journalistes sont tous des menteurs » ou un « Moi, je n'aime pas les médias ». Il ne faut pas le prendre pour soi mais en profiter pour préciser ce qu'est la démarche journalistique : « Comment le sais-tu ? As-tu déjà rencontré un journaliste ? »

C'est l'occasion d'expliquer le principe des sources primaires et secondaires, du danger des propos rapportés par quelqu'un qui ne connaît pas le sujet directement ou qui n'était pas sur place. Toute interaction, même musclée, peut donner lieu à un échange constructif : il suffit de trouver la bonne porte et de ne pas se raidir. Tenter d'identifier ce qui se cache derrière l'amertume. Si les citoyens ont développé une telle méfiance vis-à-vis des journalistes, ce n'est pas sans raison. Les journalistes font des erreurs mais le public doit comprendre qu'elles sont sanctionnées. Et que les amalgames du type « Tous les journalistes... » mènent à des généralisations qui ne reflètent pas la grande diversité des médias.

NE PAS CHERCHER À "RÉÉDUCER"

Éduquer aux médias, ce n'est pas éduquer via les médias.

Il ne s'agit pas de réduire les productions médiatiques à leur statut de supports d'information ni de limiter l'éducation aux médias à sa dimension technique en demandant à des groupes d'écrire "à la manière de".

Il ne s'agit pas non plus d'éduquer par les médias en tentant une « rééducation » des publics aux « bons usages » informationnels. Il n'existe pas d'un côté des sources légitimes et de l'autre des sources à bannir. Même s'ils consultent des médias dits "de référence", les publics rencontrés doivent garder un regard critique sur les contenus qu'ils consomment.

Par ailleurs, des médias moins connus, voire amateurs, peuvent aussi proposer des contenus de grande qualité. L'éducation aux médias n'impose pas une grille de lecture du monde, c'est un outil d'émancipation.

PENSER D'ABORD AU PARTAGE

Enseigner l'esprit critique, c'est défendre l'idée que le dialogue est toujours possible. Il ne faut pas avoir peur de recevoir des questions auxquelles il est difficile de répondre.

Cela peut permettre de rebondir sur ce point d'interrogation et de le transformer en exercice : « À qui pourrait-on poser cette question pour obtenir une réponse ? À l'aide de quels mots clés ? »

Il est même possible de lancer un petit concours de celui ou celle qui trouvera la réponse en premier. Les journalistes ne sont pas censés tout savoir. Leur rôle consiste justement à confronter les sources pour vérifier des informations non maîtrisées au départ.

Le but de l'EMI c'est aussi de transmettre cette posture et ce plaisir de dérouler le fil d'un sujet.



TÉMOIGNAGE

« CE SERAIT UNE FAUTE DE NE PAS LE FAIRE », AKIM KAÏDI, RESPONSABLE DU PÔLE DE LA NUMÉRITHÈQUE À LA VILLE DE TOURCOING (FRANCE)



COMMENT JE ME SUIS INVESTI DANS L'EMI SANS ÊTRE JOURNALISTE

« J'ai découvert le numérique pendant mes études de comptabilité et gestion. C'était les débuts, mais moi j'adorais ça. Je créais des sites, des jeux... Un jour, alors que j'avais commencé ma carrière en tant que coach sportif, j'ai postulé à la ville de Tourcoing en expliquant que j'aimerais faire de ma passion mon métier et j'ai eu de la chance : ils venaient de créer la numérithèque et il y avait un poste pour moi. La numérithèque, c'est un lieu qui fait de l'inclusion numérique sous toutes ses formes. On accueille des particuliers, on organise des ateliers, on va dans les Ehpad, les établissements scolaires... Quand je suis arrivé, en 2001, l'internet grand public commençait tout juste. On était là pour lutter contre la fracture numérique et accompagner les enfants, les adultes et les seniors dans ce nouveau monde. Peu de temps après mon embauche, j'ai passé mon brevet professionnel de la jeunesse, de l'éducation populaire et du sport avec l'option information et communication. C'était la première fois que je me questionnais sur les outils de communication. Et ça m'a servi pour la suite parce que nous avons été témoins de l'émergence des réseaux sociaux, du cyberharcèlement, des fake news, des photos truquées... Et avec mes collègues, on a fait en sorte de toujours prendre les devants pour proposer des activités à la page.

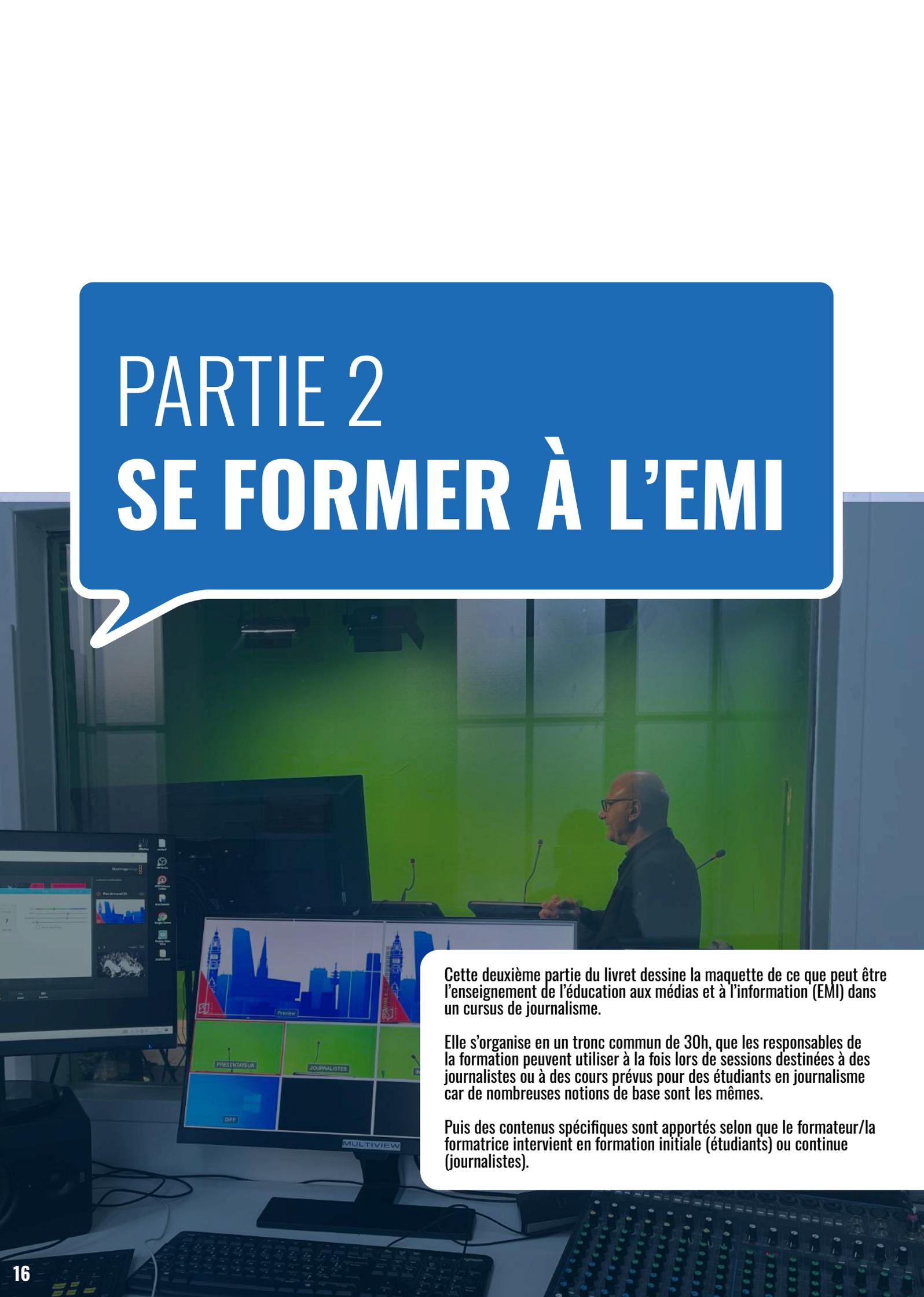
Nous avons mis en place des actions d'éducation aux médias dès que nous avons entendu parler de cette nouvelle discipline. Je ne lis pas le journal. Je m'informe en lisant des trucs à droite à gauche. Heureusement, j'ai pu bénéficier de formations. Cela m'a permis d'avoir de meilleurs réflexes pour vérifier les infos, de découvrir des ressources à partager à nos usagers, d'enrichir ma culture générale sur les médias, leurs orientations politiques... En tant que salariés de la mairie, nous devons rester neutres mais si un adulte nous interroge sur un article qu'il vient de lire, au moins on peut engager une discussion. Ce qui nous importe, c'est vraiment d'aider nos usagers à développer leur esprit critique.

Quand je suis passé responsable de la numérithèque, en 2018, nous avons mis l'éducation aux médias et à l'information parmi les 12 missions prioritaires de notre structure, au même titre que l'accompagnement à la recherche d'emploi ou l'offre de jeux vidéo. Pour moi, c'est vraiment essentiel car l'année dernière, nos ordinateurs ont été réservés plus de 6000 fois et plus de 1500 personnes ont participé à nos ateliers. Récemment, nous avons proposé une matinée « comment bien utiliser son smartphone » au collège le plus proche de la numérithèque. C'était un samedi mais la salle était pleine. On a parlé aux ados et leurs parents des paramètres à vérifier dans leurs applis, du fonctionnement d'une adresse IP, de leur responsabilité quand ils publient quelque chose... Et nous le faisons aussi avec des adultes car il n'y a pas que les jeunes qui partagent des informations non vérifiées sur internet. L'EMI est une matière assez complexe. Quand je peux proposer des séances avec un journaliste, je saute sur l'occasion car c'est aussi notre rôle de faire appel à des pros de l'information. Pour le reste, il me semble important de faire en sorte que les animateurs sous ma responsabilité soient le plus formés possible sur ces sujets. Les usagers nous font confiance. C'est une responsabilité vis-à-vis de tout ce qu'on leur raconte mais selon moi, ce serait aussi une faute de notre part de ne pas faire d'EMI. »



PARTIE 2

SE FORMER À L'EMI



Cette deuxième partie du livret dessine la maquette de ce que peut être l'enseignement de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) dans un cursus de journalisme.

Elle s'organise en un tronc commun de 30h, que les responsables de la formation peuvent utiliser à la fois lors de sessions destinées à des journalistes ou à des cours prévus pour des étudiants en journalisme car de nombreuses notions de base sont les mêmes.

Puis des contenus spécifiques sont apportés selon que le formateur/la formatrice intervient en formation initiale (étudiants) ou continue (journalistes).

TRONC COMMUN (POUR DES JOURNALISTES ET ÉTUDIANTS) : 30 HEURES

L'IMPORTANCE DE L'EMI - 6 HEURES

L'éducation aux médias et à l'information s'est enrichie avec le temps et l'évolution des pratiques médiatiques. Pour profiter pleinement d'une formation à l'EMI, il est essentiel de cerner les contours de cette discipline multifacette, de comprendre pourquoi l'éducation aux médias et à l'information est devenue si importante, de connaître les institutions qui jouent un rôle dans son évolution et d'identifier les acteurs susceptibles de produire des ressources pertinentes pour la mise en place d'actions d'EMI.

- **Objectif pédagogique** : enrichir sa culture de l'EMI pour y trouver sa place
- **Compétences** : savoir définir l'EMI, se familiariser avec les différents acteurs de l'EMI, utiliser les médias pour identifier les nouveaux enjeux potentiels de l'EMI au moment de la formation, être capable de se plonger dans la littérature de l'EMI pour mettre ses connaissances à jour à l'issue de la formation

Déroulé du cours :

- Revenir sur la genèse de l'éducation aux médias et à l'information
- Découvrir les définitions de l'EMI posées par différentes institutions
- Se plonger dans la littérature associée à l'EMI
- Apprendre à situer l'éducation aux médias dans le paysage éducatif national
- Découvrir les acteurs de l'éducation aux médias et à l'information
- Appréhender les questions vives qui entourent l'EMI (laïcité, liberté d'expression, caricatures et dessins de presse...)

Voir fiches numéros 1, 2, 4, 7, 8, 16, 17, 18

COMPRENDRE LA DÉFIANCE VIS-À-VIS DES MÉDIAS – 4 HEURES

Les actions d'éducation aux médias et à l'information peuvent être une réponse à la crise de confiance qui touche les médias ces dernières années. Avant de s'adresser à des publics qui ont parfois renoncé à s'informer, encore faut-il comprendre les racines de cette défiance et poser un regard critique sur les pratiques journalistiques qui ont pu contribuer à rompre le lien entre médias et citoyens.

- **Objectif pédagogique** : mesurer et comprendre la défiance de certains publics
- **Compétences** : analyser les derniers chiffres relatifs à la défiance des publics, savoir mobiliser des ressources sociologiques pour comprendre certains constats, être capable de poser un regard critique sur les productions médiatiques, savoir trouver et critiquer les ressources appréciées par certains publics

Déroulé du cours :

- Découvrir les statistiques sur la confiance des citoyens dans les médias
- Convoquer des ressources sociologiques pour comprendre les causes de la défiance
- Analyser des exemples récents d'erreurs journalistiques pour repérer des critiques justifiées
- S'intéresser aux « sources d'informations parallèles » plébiscitées par les publics défiants

Voir fiches numéros 1, 2, 4, 7, 8, 16, 17, 18, 19, 20

MOBILISER L'ÉTHIQUE ET LA DÉONTOLOGIE POUR INTERVENIR AUPRÈS DES PUBLICS – 4 HEURES

Avant de mener des actions d'EMI, il est primordial de rappeler les lois, de même que les règles déontologiques et éthiques qui définissent le métier de journaliste. Ces règles ne concernent pas que les professionnels de l'information. Elles peuvent servir et inspirer l'ensemble de la société devenue actrice à part entière des informations et de la désinformation.

- **Objectif pédagogique** : être capable de produire du contenu en toute légalité
- **Compétences** : savoir différencier le journalisme de la communication, maîtriser les codes journalistiques, faire preuve de pédagogie pour transmettre les bonnes pratiques

Déroulé du cours :

- Revenir sur le rôle des médias dans la société
- Connaître les principales dispositions du droit de la presse
- Savoir utiliser des images et des vidéos de façon légale et journalistique
- Comprendre les défis liés à Internet pour les médias, les journalistes et le public
- Exercice de mise en pratique pour apprendre à transmettre ses connaissances

Voir fiches numéros 3, 5, 6, 9, 14, 15, 16

PLONGÉE DANS LA MACHINE À DÉSINFORMER – 8 HEURES

Proposer des actions d'éducation aux médias et à l'information implique d'avoir une compréhension claire des informations fausses ou trompeuses souvent rencontrées sur Internet. Ce cours permettra aux apprenants de comprendre comment la désinformation est construite et diffusée et de saisir comment elle peut influencer les croyances et les comportements des citoyens.

- **Objectif pédagogique** : comprendre les mécanismes de la désinformation
- **Compétences** : identifier la construction rhétorique d'un discours complotiste, apprendre à déconstruire les messages pour repérer les fausses infos, savoir ouvrir des espaces de dialogue sur les sujets touchés par la désinformation, trouver la bonne posture pédagogique avec des publics méfiants

Déroulé du cours :

- Revenir sur l'histoire et évolution de la désinformation
- Découvrir les mécanismes et outils de la désinformation (réseaux sociaux, deep fakes, bots...)
- Comprendre la psychologie de la croyance : pourquoi et comment les gens croient ?
- Analyser les caractéristiques de la rhétorique complotiste
- Saisir les conséquences politiques, sociales et individuelles de la désinformation
- Esquisser un portrait-robot des complotistes

Voir fiches numéros 5, 6, 11, 12, 13, 17, 19, 20, 21, 22

DÉCOUVRIR LES BIAIS DU CERVEAU – 4 HEURES

L'EMI s'intéresse de près aux biais cognitifs qui influencent nos choix, en particulier lorsqu'il faut gérer une quantité d'informations importantes ou que le temps est limité. Ces mécanismes qui altèrent notre jugement prouvent que nos facultés critiques sont elles-mêmes un objet qu'il faut... critiquer. En permettant une plongée dans le fonctionnement du cerveau, ce cours offre la possibilité de penser contre soi et de dépasser ses préjugés.

- **Objectif pédagogique** : analyser les biais cognitifs exploités par les théories du complot et les fake news
- **Compétences** : identifier et comprendre les biais qui favorisent la désinformation, savoir dépasser le biais de confirmation et analyser ses propres biais cognitifs, savoir manier les biais cognitifs pour proposer des interventions qui luttent contre la désinformation

Déroulé du cours :

- Découvrir le fonctionnement du cerveau
- Comprendre l'importance des biais cognitifs dans l'altération du jugement
- Analyser les principaux biais cognitifs à l'œuvre dans l'accès aux informations
- Apprendre à repérer et déjouer ses propres biais cognitifs
- Exercices de mise en pratique pour utiliser les biais cognitifs à des fins pédagogiques

Voir fiches numéros 5, 6, 11, 12, 13, 17, 19, 20, 21, 22

DÉJOUER LES FAKE NEWS À L'ÈRE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE - 4 HEURES

L'arrivée de l'intelligence artificielle brouille les frontières entre la vérité et la fiction ce qui complexifie et renforce le besoin en éducation aux médias et à l'information. Pour proposer des interventions pertinentes face à ces nouveaux outils, ce cours propose d'en découvrir le fonctionnement et de se les approprier dans un but pédagogique.

- **Objectif pédagogique** : comprendre l'importance de l'intelligence artificielle dans la création et la diffusion de fake news
- **Compétences** : savoir repérer des textes, des images et des vidéos générées par des intelligences artificielles, être capable d'utiliser l'IA à des fins pédagogiques lors d'actions d'EMI

Déroulé du cours :

- Revenir sur l'histoire de l'intelligence artificielle
- Comprendre le fonctionnement des intelligences artificielles
- Découvrir les principales intelligences artificielles et leurs utilisations par les médias
- Étudier l'importance de l'IA dans la diffusion de fausses informations
- Apprendre à utiliser des outils d'intelligences artificielles pour préparer des interventions d'EMI

Voir fiches numéros 5, 6, 11, 12, 13, 19, 20, 21, 22, 23

COMPLÉMENT EN FORMATION INITIALE : 10 HEURES

INTERVENIR EN EMI EN TANT QU'ÉTUDIANT - 2 HEURES

Il n'est pas nécessaire d'être diplômé pour s'essayer à l'éducation aux médias et à l'information. Ce cours permettra aux étudiants en écoles de journalisme de repérer les projets d'éducation aux médias qu'ils peuvent déjà mettre en place et de réfléchir au module projet qui viendra clore leur formation.

- **Objectif pédagogique** : trouver la bonne posture pour intervenir en EMI au cours de sa formation
- **Compétences** : savoir se positionner face à un groupe, être capable d'adapter ses outils et méthodes à un public, savoir prendre en compte les attentes des acteurs du terrain pour proposer une intervention adaptée

Déroulé du cours :

- découvrir les fondamentaux de la pédagogie active
- analyser l'écosystème de l'éducation aux médias et le rôle que peut jouer un étudiant
- comprendre comment préparer une action d'éducation aux médias

Voir fiches numéros 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 18

MODULE PROJET : MONTER UN PROJET D'EMI QUAND ON EST ÉTUDIANT - 8 HEURES

- **Objectif pédagogique** : concevoir un projet et le tester auprès d'un public choisi
- **Compétences** : connaître les fondamentaux de l'EMI, adapter ses outils et méthodes à un public, savoir sélectionner ses objectifs d'apprentissage et de compétences, savoir monter un projet qui répond aux contraintes des acteurs de terrain, évaluer la faisabilité d'un projet d'EMI

Déroulé du cours : module en mode projet avec un accompagnement de professionnels

Voir fiches numéros 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 18



COMPLÉMENT EN FORMATION CONTINUE : 22 HEURES

ANALYSE CRITIQUE DES MÉDIAS - 6 HEURES

Les journalistes qui interviennent en EMI ont, en tant que professionnels de l'information, des facilités pour comprendre les enjeux de l'EMI. Mais ils ont aussi une difficulté : ils doivent être capables de porter un regard critique sur leur profession pour être capables de dialoguer avec les publics. Ce cours leur permettra de faire un pas de côté pour comprendre comment certains sujets deviennent médiatiques quand d'autres y échappent. Et de connaître les stéréotypes courants, les biais que chacun porte et leur impact potentiel dans la production d'information, et donc la vigilance à «penser contre soi-même».

- **Objectif pédagogique** : identifier les impensés ou les mal-pensés du journalisme
- **Compétences** : connaître les principales grilles d'analyse en sociologie du journalisme, comprendre la construction médiatique des problèmes publics, poser un regard critique sur la couverture médiatique de certains sujets

Déroulé du cours :

- découvrir les bases de la sociologie des médias
- comprendre les transformations de l'écosystème informationnel
- appliquer une analyse critique sur des grandes thématiques au cœur de batailles communicationnelles (religion, banlieues, genre...).

Voir fiches numéros 1, 2, 4, 5, 7, 8, 16, 17, 18, 19, 21, 23

COMPRENDRE L'ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE - 2 HEURES

Pour être capables de mener des projets d'EMI avec des publics qui n'ont pas toujours les mêmes usages qu'eux, les apprenants doivent s'intéresser aux pratiques médiatiques des plus jeunes. Découvrir les réseaux, les plateformes ou les outils numériques qu'ils n'utilisent pas au quotidien leur permettra d'en comprendre les conséquences sur l'accès à l'information... et d'enrichir leurs projets d'EMI de références et d'exercices pertinents.

- **Objectif pédagogique** : maîtriser les réseaux sociaux des plus jeunes
- **Compétences** : découvrir les outils, réseaux et plateformes utilisés par les nouvelles générations, comprendre leur impact sur l'information, être capable de les utiliser à des fins pédagogiques lors des projets d'EMI

Déroulé du cours :

- découvrir les usages informationnels des nouvelles générations
- comprendre l'impact des usages sur la création et la diffusion des informations
- prendre en main les outils numériques pour les réutiliser à des fins pédagogiques

Voir fiches numéros 4, 10, 15, 18, 19, 21, 22, 23

MOBILISER LES NEUROSCIENCES POUR MONTER DES ACTIONS D'EMI - 2 HEURES

Maîtriser le fonctionnement du cerveau-esprit améliore la compréhension des mécanismes d'apprentissage. Les neurosciences peuvent d'autant plus servir l'éducation aux médias et à l'information qu'elles permettent de disposer d'un modèle de l'esprit et de techniques simples pour décoder rapidement la pensée et entamer un dialogue avec des publics anti-médias.

- **Objectif pédagogique** : s'inspirer des neurosciences pour apprendre à décoder la pensée et répondre avec pertinence
- **Compétences** : adopter une démarche réflexive sur ses façons de penser, apprendre à écouter et décoder la pensée orale ou écrite à travers l'analyse des formes du langage et du comportement non verbal, être capable de répondre sans braquer et savoir gérer ses émotions face aux discours anti-médias.

Déroulé du cours :

- comprendre le rôle des neurosciences dans la construction de l'esprit critique
- apprendre à décoder les formes de la pensée
- s'initier à la métacognition pour analyser le fonctionnement de sa propre pensée
- apprendre à utiliser la technique des entretiens cognitifs pour accompagner les publics anti-médias
- exercice de mise en pratique avec étude de cas et dialogues

Voir fiches numéros 9, 11, 12, 13, 19, 20, 22

TRANSMETTRE SON EXPÉRIENCE DE JOURNALISTE - 2 HEURES

En tant que professionnels de l'information, les journalistes peuvent puiser dans leur expérience pour monter des projets d'éducation aux médias et à l'information. Ce cours leur permettra d'adapter leurs outils et pratiques à des projets d'EMI tout en adoptant la bonne posture vis-à-vis des publics.

- **Objectif pédagogique** : trouver la bonne posture pour intervenir en EMI en tant que professionnel de l'information
- **Compétences** : savoir se positionner face à un groupe, être capable d'adapter ses outils et méthodes à un public, savoir répondre aux attentes des acteurs du terrain, mobiliser son expérience professionnelle à des fins pédagogiques

Déroulé du cours :

- découvrir les fondamentaux de la pédagogie active
- analyser l'écosystème de l'éducation aux médias et la place que peut prendre un journaliste
- piocher dans son expérience professionnelle des ressources pertinentes pour des projets d'EMI
- comprendre comment préparer une action d'éducation aux médias

Voir fiches numéros 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 14, 15, 16, 17, 18

MODULE PROJET : MONTER UN PROJET D'EMI EN ÉTANT JOURNALISTE EN ACTIVITÉ - 8 HEURES

- **Objectif pédagogique** : concevoir un projet et le tester auprès d'un public choisi
- **Compétences** : connaître les fondamentaux de l'EMI, adapter ses outils et méthodes à un public, savoir sélectionner ses objectifs d'apprentissage et de compétences, savoir monter un projet qui répond aux contraintes des acteurs de terrain, évaluer la faisabilité et le financement d'un projet d'EMI

Déroulé du cours : module en mode projet avec un accompagnement de professionnels

Voir fiches numéros 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 14, 15, 16, 17, 18

COMMENT ÉVALUER LES ACTIONS D'EMI ? - 2 HEURES

- **Objectif pédagogique** : se questionner sur l'impact de l'éducation aux médias et à l'information, identifier les compétences à mesurer, connaître l'état de la recherche
- **Compétences** : savoir distinguer objectifs / compétences, lire et analyser des textes, synthétiser, suivre un protocole cité en exemple

Déroulé du cours :

- rappeler les bases de ce qu'est une évaluation (diagnostique, formative, finale, indicateurs, objectifs, méthodologie)
- étudier des travaux de recherche évaluant les effets des actions d'éducation aux médias en Belgique, en France et ailleurs: compétences visées, modalités d'évaluation, protocoles de mesure, résultats
- découvrir une modalité d'évaluation (IHECS, UC Louvain), la tester, l'adapter, le mettre en oeuvre

Voir fiches numéros 1 à 23

Exemple d'outil d'évaluation pour mesurer la lecture et l'analyse d'un contenu médiatique : <https://education-medias.esj-lille.fr/>



PARTIE 3 :

FICHES PRATIQUES

(POUR ÉTUDIANTS, JOURNALISTES,
TOUT PUBLIC)

Cette troisième partie réunit l'ensemble des fiches pratiques évoquées dans le curriculum (partie 2).

Elles sont numérotées et indiquent le public auquel elles s'adressent. Selon la problématique et contenu abordés, elles sont pensées pour être menées par des journalistes mais également par des étudiants, des enseignants ou d'autres professionnels non journalistes.

1 FICHE PRATIQUE 6-12 ANS : DÉCOUVRIR LE MÉTIER DE JOURNALISTE

Journaliste, cela vous dit quelque chose. Mais est-ce que vous connaissez vraiment le quotidien de ceux qui exercent ce métier ? Cet atelier, pensé comme un jeu, propose de reconstituer les fiches d'identité de différents profils de journalistes.

Objectif : comprendre le travail des journalistes et saisir la diversité du métier.

Modalités : en classe ou en groupe d'une dizaine de participants

Durée : 45 minutes à une heure

Matériel : une série de portraits et des supports cartonnés avec les éléments qui caractérisent les profils de journalistes que vous avez retenus pour l'atelier.



n'ai pas d'horaire...), les outils (crayon, micro, caméra, téléphone, ordinateur...), le contenu de son travail (reportage télévisé, article de presse écrite, interview radio de 3 minutes, duplex, compte-rendu de match, dépêches...). Pour les plus grands, vous pouvez ajouter des fourchettes de salaires et des phrases que vos personnages pourraient prononcer pour parler de leur métier.

4. Demandez-leur ensuite de coller, sous les profils, les caractéristiques qui correspondent à chacun. Certaines caractéristiques (comme les outils) peuvent convenir à plusieurs. Il faudra donc les prévoir en plusieurs exemplaires.

5. Une fois les fiches d'identité complétées, incitez les jeunes à formuler ce qu'ils ont appris. Le mot « journaliste » recouvre des réalités très différentes.

Déroulé de l'atelier :

1. Commencez par demander aux participants de réfléchir à une définition du métier de journaliste. Vous devriez arriver assez vite à celle-ci : « professionnel chargé de collecter l'information pour la partager au public »

2. Présentez les différents profils de journalistes que vous avez sélectionnés pour l'atelier, en fixant les images au tableau par exemple. Un photoreporter de guerre, un grand reporter radio, un reporter de chaîne d'infos en continu, un journaliste de presse locale, d'agence, un "deskeur" (journaliste web) qui prépare des contenus pour un site d'informations, un journaliste reporter d'images, un correspondant à l'étranger, un présentateur de matinale radio, un secrétaire de rédaction, un journaliste de sport... Vous pouvez alléger ou compléter en fonction de l'âge de votre public.

3. Exposez les différentes caractéristiques dans lesquelles les jeunes pourront piocher pour établir les fiches d'identité des journalistes : horaires de travail (de 2h à 12h, de 9h à 18h, je

2

FICHE PRATIQUE 6-12 ANS : COMMENT DISTINGUER INFORMATION, PUBLICITÉ, RUMEUR, OPINION ET ANECDOTE ?

Est-ce que tous les messages sont vraiment des informations ? Même si le langage courant peut le laisser penser, cet atelier va permettre aux 6-12 ans de distinguer une information journalistique d'un message à caractère promotionnel, une rumeur, une opinion ou une anecdote.

Objectif : définir l'information journalistique, la différencier de la rumeur, la publicité, l'opinion et l'anecdote.

Modalités : en classe ou en groupe d'une dizaine de participants

Durée : 45 minutes à une heure.

Matériel : des affirmations (une par participant, à coller sous la chaise pour les plus jeunes) et des pochettes ou des boîtes pour les classer.



Déroulé de l'atelier :

1. Commencez par demander aux élèves de réfléchir collectivement aux définitions de l'information journalistique, la publicité, la rumeur, l'opinion et l'anecdote. Ils doivent retenir qu'une information est journalistique si elle nouvelle, intéressante pour le grand public et surtout vérifiée.
2. Comme la vérification fait partie de la base du travail des journalistes, proposez aux élèves de vérifier que vous n'avez pas changé quelque chose avant leur arrivée. Sous leur chaise par exemple. Vous y avez collé des phrases construites sur ce modèle : « Il paraît qu'il n'y aura plus jamais de frites à la cantine », « Untel a perdu sa trousse », « le directeur trouve qu'il y a trop de bruit dans la cour », « les crêpes de M. Jean rendent intelligent »... Vous pouvez évidemment complexifier en fonction de l'âge des participants. Ajoutez ensuite quelques faits d'actualité, a priori inconnus du public auquel vous vous adressez, en veillant bien à ce qu'ils répondent aux critères listés (nouveau, intérêt, vérification).
3. Un par un, chaque participant lit la proposition qui lui a été attribuée et la range (si besoin avec l'aide du reste du groupe) dans la catégorie appropriée : information, rumeur, anecdote, opinion ou publicité.
4. Quand toutes les propositions ont été classées et que les différences semblent comprises, clôturez l'atelier en proposant à chaque participant de rédiger une information, une rumeur, une publicité, une opinion et une anecdote puis de les lire au groupe.

3 FICHE PRATIQUE 6-12 ANS : ÉCRIRE UN ARTICLE JOURNALISTIQUE

Pour comprendre le métier de journaliste et ce qui distingue l'écriture journalistique des autres formes de récit, il est intéressant de proposer aux participants de se glisser, le temps de quelques séances, dans la peau d'un journaliste.

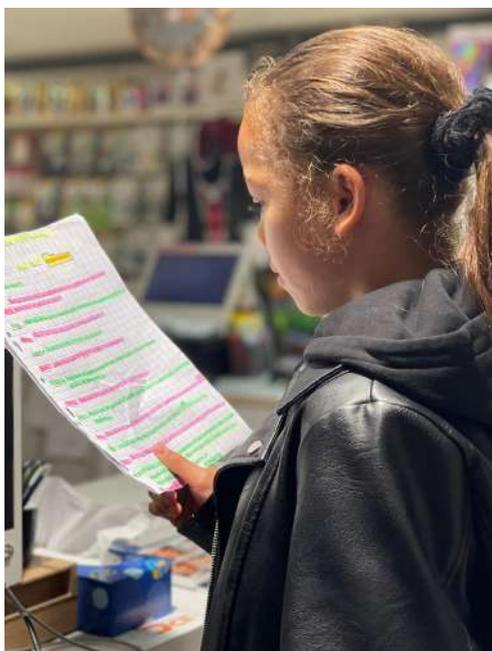
Objectif : découvrir les fondamentaux de l'écriture journalistique par la pratique

Modalités : en classe ou en groupe d'une dizaine de participants

Durée : trois séances d'une heure minimum

Matériel : une sélection d'articles de presse

Déroulé de l'atelier :



1. Débutez la première séance par la lecture d'un article de presse. Que contient-il ? Les 5 W : Qui, quoi, quand, pourquoi, où. Puis analysez la forme. Comment s'articule cet article ? Repérez le titre, le chapô, l'inter titre, la signature...

2. Passez ensuite à la lecture de plusieurs interviews. Ils devraient saisir que toutes les interviews ont un thème principal. Puis proposez de préparer ensemble l'interview d'une personnalité locale. Définissez les questions de l'interview en choisissant un thème (le voyage, l'amitié, la ville, la nature...) puis avant la deuxième séance, remettez toutes les questions au propre et distribuez une feuille à chaque participant avant la rencontre. Si vous manquez de temps, vous pouvez aussi former des binômes et proposer aux participants de s'interviewer entre eux.

3. Pour les niveaux plus avancés, vous pouvez poursuivre la première séance par la lecture d'une revue de presse pour repérer les principaux genres journalistiques : le portrait, le compte-rendu, la chronique, l'interview, le reportage, l'enquête, la brève... En séance n°2, vous pourrez organiser une conférence de rédaction pour que chaque binôme choisisse son sujet et le genre qu'il veut adopter (le portrait d'un camarade, le compte-rendu d'une sortie de classe, une chronique sur un film vu en classe, un reportage à la cantine, une série de brèves sur des informations liées à la vie de classe...)

4. La séance n°3 est consacrée à l'écriture. Si vous avez du temps, vous pourrez aussi proposer un exercice de mise en page (sur un logiciel comme Madmagz par exemple) pour que votre groupe dispose à la fin d'un vrai journal à partager.

4 FICHE PRATIQUE 6-12 ANS : COMMENT RECONNAÎTRE UN MÉDIA ?

Dans le langage courant, tout moyen de communication est un média. La définition du média d'information, elle, est plus stricte. Cet atelier propose de le faire comprendre aux 6-12 ans, sous la forme d'un jeu.

Objectif : comprendre ce qu'est un média d'information

Modalités : en classe ou en groupe d'une dizaine de participants

Durée : 45 minutes à une heure

Matériel : des supports cartonnés avec les différents médias que vous voulez présenter à votre public



(kiosque, rues, librairies...), la périodicité (tous les jours, toutes les semaines, tous les mois...) la spécificité ou les avantages par rapport aux autres médias (la radio est le seul média que l'on peut consulter en conduisant, le journal peut être lu en plusieurs fois, l'émission de tv peut être regardée en replay, le post Insta peut être partagé...)

3. Quand tous les participants ont rempli leur grille, proposez-leur un travail collectif pour identifier parmi ces médias, ceux qui sont des médias d'informations. Demandez-leur à chaque fois sur quels critères ils s'appuient pour dire si un média relève ou non de l'information.

4. A la fin de la séance, proposez aux participants de conclure en verbalisant ce qu'ils ont retenu de vos échanges : ce n'est pas l'outil de diffusion qui fait le média d'informations mais bien le contenu et il existe un pluralisme de l'information.

Déroulé de l'atelier :

1. Débutez la séance en présentant les différents médias que vous avez sélectionné pour le groupe : un journal local, l'affiche d'un festival, un flash radio, une dépêche d'agence, une émission de télévision, le compte Instagram de la ville, un journal parodique, un catalogue de publicités, un créateur de contenus qui fait aussi des partenariats rémunérés... À vous de constituer la liste en fonction de l'âge et du niveau des participants.

2. Une fois que tous les membres du groupe ont pu consulter chacun des supports, proposez-leur de remplir, seul ou en binôme, une grille avec ces éléments pour chacun : le support (papier, télévision, radio, internet...), le format (photos, textes, vidéos, sons, dessins...), le type de contenus (fiction, actualités, blagues, musiques...) l'identité des personnes qui produisent le contenu (si elle est connue), le but poursuivi (informer, divertir, pousser à consommer...), le prix (gratuit ou non), l'endroit où on peut le trouver

5 FICHE PRATIQUE 6-12 ANS : LES IMAGES DISENT-ELLES TOUJOURS LA VÉRITÉ ?

Avec internet et les réseaux sociaux, l'information passe souvent d'abord par le visuel. Mais comment savoir si l'on peut ou non se fier à une image. Proposé sous forme de jeu facile à adapter selon les âges, cet atelier va permettre de doter les participants de bons réflexes.

Objectif : apprendre aux participants à poser un regard critique sur les images

Modalités : en classe ou en groupe d'une dizaine de participants

Durée : 45 minutes à une heure

Matériel : un vidéo projecteur et une sélection d'images adaptées à la tranche d'âge du groupe. Des ordinateurs connectés à internet si vous prévoyez de faire la partie 3 de l'atelier.

Déroulé de l'atelier :

1. Montrez une série d'images à l'ensemble des participants et proposez-leur de répondre à cette question : dois-je croire cette image si je la vois demain dans un journal ou sur internet ? Vous pouvez organiser des votes à main levée et proposer à deux ou trois participants d'exposer leurs arguments à chaque fois.

2. Après chaque image, donnez la bonne réponse et expliquez. Vous pouvez apporter des images repérées sur les réseaux sociaux, des montages, des visuels créés par l'intelligence artificielle, des photos recadrées, des photos mal légendées... Faites juste en sorte que des indices visuels (ou dans la légende) permettent aux participants de savoir s'ils doivent ou non se fier à cette image.

3. A la fin de la série, proposez à un ou plusieurs participants de résumer ce qu'il faut retenir de cet atelier. On peut faire mentir une image grâce au montage, en sortant une photo de son contexte, en la recadrant ou en falsifiant les dates. Vous pourrez aussi leur glisser que faire mentir les images constitue la base des théories du complot (en leur expliquant ce que c'est).

4. Pour terminer l'atelier, proposez une démonstration d'outils qui permettent de remonter la source d'une image (Tineye ou Google images par exemple) et divisez le groupe en équipes de trois ou quatre. Chaque équipe devra ensuite mener sa propre enquête à partir d'une image que vous leur aurez fournie.



6

FICHE PRATIQUE 6-12 ANS : ENQUÊTE EXPRESS : COMMENT SAVOIR SI UNE INFORMATION EST VRAIE OU FAUSSE ?

Pour être certains de ne jamais diffuser de fausses informations, les journalistes s'appuient sur des sources qu'ils interrogent. Avec cet atelier, les participants se glissent dans la peau d'un enquêteur pour vérifier les informations dont ils disposent avant de les publier. Mais attention, ils ont une heure de bouclage à respecter !

Objectif : initier les participants à la démarche de l'enquête journalistique

Modalités : plusieurs groupes de 4 ou 5 participants

Durée : 45 minutes à une heure

Matériel : un scénario adapté à la classe d'âge et des enveloppes correspondant aux sources que les participants peuvent interroger. Vous pouvez aussi demander à des adultes d'incarner les sources ce qui obligera les participants à poser les bonnes questions s'ils veulent avoir les bonnes réponses.



Déroulé de la séance :

1. Commencez l'atelier par une présentation du scénario que vous avez élaboré pour le groupe. Vol de matériel scolaire, incendie dans les cantines de l'école, disparition du maire de la commune... A vous d'imaginer une histoire en fonction de l'âge des participants et du contexte de votre intervention. Divisez le groupe en équipes de trois ou quatre personnes et prévenez les participants qu'ils vont devoir enquêter sur cette histoire pour publier une brève dans le journal de demain avec les informations essentielles (les 5W: who/what/where/when/why = qui a fait quoi où quand comment/pourquoi). Mais il va falloir faire vite car le bouclage est dans une heure et l'imprimeur n'accepte aucun retard. A partir de ce moment, lancez un compte à rebours et insistez bien sur le fait que les informations qu'ils vont partager devront absolument être fiables. Pour cela, il faut croiser les sources.

2. Demandez aux participants qui ils aimeraient interviewer pour vérifier et compléter les informations que vous avez donné en début de séance. Police, pompiers, voisinage, témoin direct, proches des victimes, enseignants... Laissez-leur le temps de réfléchir pour qu'ils parviennent collectivement à établir une liste assez complète.

3. Sortez ensuite les enveloppes que vous aurez préparées à l'avance avec les noms, ou simplement les fonctions de différentes sources et à l'intérieur quelques phrases prononcées par chacune. Vous pouvez choisir des sources inutiles (un témoin qui

raconte autre chose), des sources qui refusent de parler (et on ne peut pas les forcer), des sources qui donnent de fausses informations (parce que cela les arrange ou parce qu'ils sont trompés), des sources intéressantes mais peu bavardes... A vous d'adapter en fonction de votre public.

4. Proposez à chaque groupe de choisir les sources qu'il aimerait consulter. Pour complexifier l'enquête, vous pouvez conditionner l'ouverture d'une enveloppe à l'obtention d'une bonne réponse à une question en lien avec les médias.

5. 15 minutes avant la fin du compte à rebours, incitez les participants à passer à l'écriture de leur brève. Vous pourrez leur rappeler les principes de bases de l'information (les 5W, voir plus haut) pour les aider.

6. La séance se termine par la lecture à voix haute des différentes productions et un débrief de votre part sur les informations à garder dans la brève, les sources (directes ou indirectes), leur valeur... Avec les plus grands, vous pouvez aussi aborder le principe de protection des sources si vous avez du temps.

7 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : C'EST QUOI UN JOURNALISTE ?

A partir de 12 ans, les participants connaissent a priori le métier de journaliste mais comme ils commencent à utiliser les réseaux sociaux, ils peuvent avoir du mal à distinguer ce qui relève du journalisme ou non. Cet atelier doit leur apprendre à faire cette distinction.

Objectif : permettre aux participants de comprendre qui sont les journalistes et donc de distinguer les contenus journalistiques de ceux qui ne le sont pas

Modalités : en groupe ou en classe entière

Durée : 45 minutes à une heure

Matériel : un rétroprojecteur et un diaporama avec des visages (ou des supports) sélectionnés à l'avance en fonction de l'âge de votre public, un corpus de documents avec des articles en lien avec les menaces qui pèsent sur la profession



liste ce n'est pas que l'actualité chaude...

Déroulé de la séance :

1. Commencez la séance en montrant les visages que vous avez sélectionné et demandez à chaque fois « journaliste ou pas journaliste ? » Veillez à choisir des personnes que les participants auront forcément vu à la télévision ou sur les réseaux pour ne pas les mettre en difficulté. Vous pouvez aussi entrer par les contenus. Tel documentaire sur une zone de guerre, journaliste ou pas journaliste ? L'émission de débats préférées de vos parents, journaliste ou pas journaliste ? Un producteur de contenu qui accepte les partenariats rémunérés avec les marques, journaliste ou pas journaliste ? Un secrétaire de rédaction qui corrige et met en page les articles d'un journal local, journaliste ou pas journaliste ? À chaque fois, proposez à un participant d'expliquer pourquoi il ou elle pense que la personne présentée est (ou non) journaliste puis débriefez.

2. Avant de passer à la deuxième partie de la séance, proposez aux participants de résumer ce qu'ils ont retenu de l'activité précédente. Le journaliste ce n'est pas que la célébrité, le journaliste ce n'est pas le support, le journa-

3. Distribuez votre corpus documentaire et demandez aux participants de le lire puis d'en retirer une ou plusieurs menaces qui pèsent sur le travail des journalistes (explosion des fake news, défiance, difficulté de protéger les sources, concentration des médias, manque de moyens...). Si le temps manque, ou que les participants semblent trop jeunes pour certains sujets, vous pouvez aussi diviser le groupe en sous-groupe, distribuer une « menace » par sous-groupe puis demander à chaque groupe de passer devant les autres pour résumer ce qu'il a appris en lisant son corpus.

8

FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : COMMENT FONCTIONNENT LES MÉDIAS ?

Les participants de votre atelier ont déjà pu lire des journaux papiers. Ils les ont peut-être même analysés lors d'une autre séance d'EMI. Mais savent-ils comment ils sont fabriqués ? Cet atelier, conçu sous forme de jeu de rôle, va leur permettre de se transformer en rédaction et de se confronter aux questions que se posent régulièrement les journalistes.

Objectif : plonger les participants dans les coulisses d'un média et leur montrer ce que l'on peut faire (ou pas) quand on est journaliste

Modalités : 8 participants minimum. Vous pouvez proposer l'atelier à un groupe plus important en ajoutant des rôles ou en les distribuant à des binômes

Durée : une heure

Matériel : des supports cartonnés avec les différents rôles à exercer au sein d'une rédaction et une série de cartes avec des « cas de conscience » pour chaque rôle

Déroulé de la séance :

1. Commencez la séance par une présentation des différentes fonctions dans une rédaction. Rédacteur en chef, secrétaire général de la rédaction, reporter, éditorialiste, iconographe, secrétaire de rédaction, journaliste enquêteur, chroniqueur cinéma... A vous d'établir la liste selon la taille de votre groupe et l'âge des participants.

2. Distribuez les fonctions et annoncez aux participants qu'ils forment désormais la rédaction d'un journal. National, local, magazine... A vous de choisir. Vous pouvez aussi proposer à vos participants de choisir un nom. Ce sera le début de leur travail de coopération qui va animer tout l'atelier.

3. Distribuez les cartes correspondant à chacun des rôles, face cachée. Chacun leur tour, ils pourront lire leur carte à voix haute et réfléchir au meilleur comportement à adopter. Quand la rédaction a fini d'en discuter, les membres votent. La majorité l'emporte.

Exemple de cartes :

- Rédacteur en chef : le propriétaire du journal vous demande de faire un article sur l'entreprise de son meilleur ami (oui ou non)
- Secrétaire général de la rédaction : erreur de calcul, vous il manque une page à votre journal (vous inventez un article, vous l'envoyez avec une page en moins, vous demandez au rédacteur en chef de mobiliser les rédacteurs)
- Reporter : en reportage, vous découvrez que la boîte aux lettres personnelle d'un homme politique s'ouvre facilement en y glissant la main (vous consultez son courrier, oui ou non ?)
- Secrétaire de rédaction : un article est très mal écrit (tant pis, vous le réécrivez, vous le supprimez)
- Editorialiste : vous avez rédigé un texte engagé mais vous savez que la rédaction n'est pas du même avis (vous insistez pour le publier ?)
- Journaliste enquêteur : une source vous propose de l'argent pour renoncer à votre enquête (vous acceptez, oui ou non ?), vous recevez une lettre de convocation car le ministère veut savoir qui vous a livré des documents classés secret défense (vous leur donnez, oui ou non ?)
- Iconographie : un photographe vous propose une superbe photo prise sur le front de la guerre en Ukraine mais vous avez l'impression qu'il a utilisé de l'IA pour l'améliorer (vous publiez ?), vous recevez une photo de concert mais pour laisser penser qu'il y avait du monde, il faudrait la recadrer (vous le faites ou non ?)
- Chroniqueur cinéma : un film vous a plu mais vous êtes en conflit avec le réalisateur et vous êtes tentés de régler vos comptes grâce à l'article (vous y allez, oui ou non ?)

4. Après chaque vote, vous pouvez apporter des éléments juridiques et / ou déontologiques pour que les participants apprennent les principes de base du journalisme au cours de la partie. Vous leur attribuez ensuite des + ou des - en fonction de la décision qui a remporté la majorité des votes.

5. La partie se termine quand toutes les cartes ont été lues. Vous pouvez alors faire le compte des « points positifs » et « points négatifs » pour voir si la rédaction a réussi à faire une majorité de bons choix.

9 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : APPRENDRE À DÉCRYPTER LES IMAGES

Dans le monde de l'information, que ce soit dans les journaux, à la télévision ou sur internet, le public rentre souvent par les images. Il est donc essentiel d'apprendre à les comprendre pour s'informer sans se faire tromper.

Objectif : permettre aux participants de poser un regard critique sur les images qu'ils voient au quotidien

Modalités : en groupe d'une dizaine de participants ou en classe entière

Durée : une heure, avec possibilité de poursuivre par des travaux pratiques

Matériel : un vidéoprojecteur pour faire défiler les images sur un diaporama, des ordinateurs avec une connexion internet, des téléphones ou des appareils photo pour la partie pratique

Déroulé des séances :

1. Débutez la séance par un exercice de légendage de photos. Pour les plus jeunes, vous pouvez proposer une série de photographies et une série de légendes à replacer. Pour les plus grands, vous pouvez les laisser chercher seuls. Vous pouvez sélectionner des photos d'information, des photoreportages mais aussi des photos d'illustration utilisées par exemple pour les sujets « marronniers ». N'hésitez pas à y glisser aussi deux versions d'une photo (recadrée ou non) pour montrer que la signification peut être radicalement différente. Une fois l'exercice terminé, proposez aux participants de prendre la parole pour résumer ce qu'ils ont retenu : sans légende, les photos peuvent avoir plusieurs significations.

2. Pour la suite de l'atelier, montrez plusieurs articles illustrés par des genres d'images différents : photoreportage, illustration, banques d'images et demandez-leur de répondre à ces questions. Qui les a prises ? Dans quelles circonstances ? Dans quel but ? Vous pouvez ensuite leur montrer comment faire une recherche inversée sur Google ou Tineye pour constater qu'une même photo peut illustrer plusieurs articles (parfois sur des sujets différents).

3. Pour terminer la séance, parlez des images créées grâce à l'intelligence artificielle. Faites une sélection d'une vingtaine de clichés et proposez-leur un vote à main levée : IA ou pas IA ? En debrief, donnez des astuces pour repérer les images qui proviennent des intelligences artificielles : regarder les crédits, faire une recherche inversée sur Google images, scruter l'image à la recherche d'artefacts (écriture illisible, flou, déformation), utiliser les outils de détection en ligne...

4. Si vous avez l'opportunité de proposer une séance supplémentaire, vous pouvez proposer plusieurs mises en pratique des notions abordées.

- Identifiez un lieu ou une scène intéressante (la pause déjeuner par exemple) et proposez aux participants d'y réaliser plusieurs clichés qui donnent des informations opposées juste en sélectionnant des angles différents.
- Pour les groupes à l'aise avec les chiffres, vous pouvez aussi proposer un exercice de datavisualisation qui consiste à mettre en photos des données pour les rendre attractives au grand public.
- S'il n'y a pas de possibilité de quitter la salle, proposez aux participants de créer plusieurs versions d'une image grâce à l'intelligence artificielle en mettant l'accent sur les émotions différentes qui doivent s'en dégager pour leur permettre de prendre conscience des procédés visuels utilisés par l'IA.

10 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : COMPRENDRE LES ALGORITHMES DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux, accessibles à partir de 13 ans (mais souvent utilisés avant dans les faits) constituent souvent la première source d'informations pour le jeune public. Il est donc intéressant de leur expliquer leur fonctionnement et les biais qu'ils représentent en matière d'accès à l'information.

Objectif : permettre aux participants de comprendre l'impact des réseaux sociaux sur leur accès aux informations

Modalités : en groupe d'une dizaine de participants ou en classe entière

Durée : 2h

Matériel : des ordinateurs avec un accès à internet, des smartphones avec les réseaux sociaux personnels des participants et, pour les plus jeunes, un mur avec des post-it, des punaises et des morceaux de laine et un corpus documentaire sur l'algorithme de Google.

Déroulé de l'atelier :

1. Commencez la séance par un exercice pratique. Proposez aux participants de faire une recherche simultanée sur plusieurs moteurs de recherches (Lilo, Ecosia, Qwant, Google...). Puis demandez-leur d'utiliser plusieurs ordinateurs (ou smartphones) pour faire la même recherche sur Google. Pourquoi les recherches sur différents moteurs ne donnent pas les mêmes résultats ? Et pourquoi une même recherche, sur un même moteur, ne donne-t-elle pas les mêmes résultats ?

2. Le mot algorithme devrait assez vite arriver dans la conversation. Proposez-leur de le définir de façon simple. Chaque moteur a un algorithme de tri et de classement de l'information différent et une capacité technique différente. L'algorithme calcule à partir des données ou des traces laissées lors de nos différentes navigations les actions et les choix que nous sommes susceptibles de faire.

3. A l'aide d'un corpus documentaire (pour les plus jeunes) ou en faisant appel à leurs connaissances personnelles (pour les plus grands) essayez de lister quelques uns des critères utilisés par l'algorithme de Google. Impossible de les connaître tous (il y en a plus de 200) mais vous devriez pouvoir en énumérer plusieurs : le contenu (place du mot dans l'URL, dans le titre et le texte), la centralité (chaque lien qui pointe vers le document est considéré comme un indicateur de pertinence), la source (le temps moyen passé par les utilisateurs et l'historique des visites), l'autorité de l'auteur, la performance (comme le temps de chargement de la page), les commentaires et partages sur les réseaux sociaux, la personnalisation en fonction des données laissées par l'internaute...

4. Abordez ensuite la question des réseaux sociaux. Quel est leur objectif ? Organiser le contenu en fonction de la probabilité que l'utilisateur l'apprécie et interagisse, créer une expérience utilisateur agréable...

5. Pour les plus jeunes, vous pouvez proposer un atelier pratique pour rendre l'algorithme très visuel. Chaque participant note sur des post-it différents son lieu d'habitation, son style de musique écoutée, sa passion, son animal préféré, sa série favorite... Avec des fils de laine et des punaises, relier les différentes passions, animaux, séries... afin de créer des liens entre individus. Puis proposez de mettre en évidence des corrélations entre les différents participants. Exemple : si Y et X aiment regarder Netflix et si Y aime les chats alors X doit probablement aimer les chats aussi. Les algorithmes des réseaux fonctionnent comme cela.

6. Quelle influence sur l'information ? Par le jeu des recommandations, les données que nous choisissons de publier, notre profil se construit avec les liens qui se créent : une partie des informations ne vient plus à nous.

7. Pour les plus grands, vous pouvez proposer un débat : peut-on s'informer sur les réseaux sociaux ? Diviser le groupe en deux équipes (le oui et le non) et laissez-leur du temps pour chercher des arguments concrets à utiliser lors du débat proposé en fin de séance.

8. Concluez en donnant aux participants des pistes qui peuvent permettre de s'informer sur les réseaux sociaux tout en évitant la bulle des algorithmes (comptes des médias comme Le Monde, France24 etc).

11 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : DANS LA TÊTE D'UN COMLOTISTE

Pour détecter les fake news, il est utile d'en comprendre les « ingrédients ». Cet atelier propose de décrypter une fake news parodique pour outiller les participants face aux vraies fake news qu'ils rencontreront à l'avenir.

Objectif : comprendre la formation des théories du complot

Modalités : en groupe d'une dizaine de participants ou en classe entière

Durée : 1h

Matériel : un vidéoprojecteur et une vidéo de fake news parodique (pour éviter de contribuer à la diffusion des infox) adaptée à l'âge des participants. L'atelier peut aussi se faire avec une fake news sous forme de texte si nécessaire.



Déroulé de l'atelier :

1. Débutez la séance par le visionnage ou la lecture du document complotiste parodique. Incitez les participants à en débattre. Qu'en ont-ils pensé ? Quelles sont les intentions des auteurs ? Pourquoi ?

2. Proposez-leur ensuite de visionner ou lire une seconde fois en tentant cette fois de remplir un tableau à trois colonnes : les procédés audiovisuels, les procédés argumentatifs et les procédés rhétoriques.

3. Vous pouvez ensuite en discuter tous ensemble. Parmi les procédés audiovisuels récurrents : des formes visuelles, des chiffres ou des mots décelés par des calculs, des superpositions, des arrêts sur image, des musiques qui font peur... Parmi les procédés argumentatifs récurrents : des faits authentiques, un mille-feuille argumentatif, des arguments invérifiables, l'idée

de l'absence de hasard (les corrélations présentées comme des causalités), une promesse de contre-vérité, des coupables récurrents et difficiles à interroger. Parmi les procédés rhétoriques récurrents : le champ lexical de la vérité, un discours sans nuance et chargé d'émotions, des interpellations au spectateur, un locuteur impliqué et subjectif...

4. Une fois les procédés bien compris et si vous avez la possibilité de poursuivre avec une séance supplémentaire, proposez au groupe de travailler ensemble à l'élaboration d'une fake news à visée pédagogique. Il faudra juste veiller à toujours bien encadrer l'exercice pour éviter les dérapages (diffamations, discriminations, diffusion de fake news sur les réseaux...)

12 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : NOTRE CERVEAU NOUS JOUE DES TOURS

Le cerveau est un outil essentiel du rapport à l'information. Hélas il fabrique en permanence des « illusions d'optique » du jugement : les biais cognitifs. Il est impossible d'y échapper. La seule façon de limiter leurs effets, c'est de savoir qu'ils existent, avec cet atelier par exemple.

Objectif : affûter l'esprit critique des participants en leur faisant prendre conscience de leurs biais cognitifs

Modalités : en groupe d'une dizaine de participants ou en classe entière

Durée : 1h30

Matériel : un tableau et des ordinateurs reliés à internet pour les recherches

Déroulé de l'atelier :

1. Choisissez un biais et montrez aux participants qu'ils peuvent vite tomber dans un piège. Tracez par exemple une frise au tableau et demandez à quelqu'un d'y positionner 15 crashes d'avion. Il va proposer quelque chose comme ça : ---/----/----/---/---/----//----//----/-----//----/-/-/---
L'esprit donne au hasard, une tête de hasard. C'est pour cela que personne ne joue 1, 2, 3, 4, 5, 6 au loto alors que les probabilités sont les mêmes que pour les autres combinaisons de chiffres. C'est le biais de « l'illusion des séries ».

2. Continuez en disant que nos cerveaux ne peuvent pas échapper aux biais cognitifs, ces raccourcis qui nous permettent d'accélérer nos prises de décision. Ils peuvent avoir du bon, puisque que grâce à eux, nous n'avons pas besoin de réfléchir pour mettre un pied devant l'autre quand nous descendons les escaliers. Mais ils peuvent aussi nous piéger.

3. Divisez le groupe en sous-groupes et attribuez un biais à chacun des sous-groupes. Choisissez ceux qui ont le plus d'impact sur l'accès à l'information : le biais de confiance, le biais de confirmation, le biais de cadrage, le biais d'autorité, l'erreur de conjonction et l'effet de Forer par exemple (appelé aussi effet Barnum: considérer qu'une description s'applique à nous alors qu'elle est faite de généralités)

4. Laissez chaque sous-groupe faire ses recherches sur le biais qui lui a été attribué. Leur mission : l'expliquer de façon simple devant l'ensemble des participants dans la dernière partie de la séance. Veillez à passer régulièrement entre les groupes pour vous assurer qu'ils partent dans la bonne direction et qu'ils n'oublient pas de commencer leur présentation par une partie très concrète de « piège tendu » à l'assemblée.

5. La séance se termine par la présentation des différents biais. A la fin de chaque exposé, pensez bien à faire le lien avec l'information.

6. En conclusion de la séance, engagez une conversation sur les bonnes pratiques à mettre en place pour limiter l'impact des biais cognitifs sur l'accès aux informations. Sans oublier la base des biais cognitifs : quand on sait qu'ils existent, on peut s'en méfier !

13 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : FAKE NEWS, DÉMÊLER LE VRAI DU FAUX

Même s'ils sont loin d'être les seuls à tomber dans le piège des fake news, les jeunes ont besoin d'être outillés face aux infos. Cet atelier est conçu comme une boîte à outils dans laquelle ils pourront facilement piocher.

Objectif : outiller le public face aux infos

Modalités : en groupe d'une dizaine de participants ou en classe entière

Durée : 1h

Matériel : un vidéoprojecteur et un diaporama avec des informations vraies et fausses adaptées à l'âge du public, un corpus documentaire sur la rumeur

Déroulé de la séance :

1. Commencez la séance par un quizz « info ou intox » en proposant au public de voter à main levée sur chaque information. Vous pouvez sélectionner des fake news repérées sur internet, des vraies informations si insolites qu'on a du mal à y croire mais aussi des fausses informations (les false news) pour évoquer la différence entre fake news (erreur) et false news (volonté de tromper). Débriefez entre chaque slide en mettant en avant les indices qu'ils auraient pu repérer.
2. Distribuez ensuite votre corpus documentaire et demandez aux participants d'identifier le ressort principal de la rumeur : les émotions (peur de l'autre, révolte, indignation, colère...). Ils doivent comprendre que les fake news s'appuient aussi sur les émotions. Quand on est envahi d'une émotion forte, parce que cela nous touche, nous avons tendance à perdre notre capacité à réfléchir et distinguer les fausses informations. En avoir conscience permet d'éviter de se faire piéger.
3. Divisez ensuite le groupe en sous-groupes et proposez aux participants de réfléchir à une procédure simple qu'ils pourraient adopter pour éviter de croire voire de partager des fake news.
4. Lors de la mise en commun des idées, complétez avec vos astuces. Vous pouvez vous inspirer de celle-là : réfléchis (à l'endroit où tu as trouvé l'information, au contenu (est-ce que c'est une blague), aux biais qui peuvent influencer ton jugement), vérifie (la source, la date, l'intérêt de celui ou celle qui a partagé l'information), cherche (des sources fiables, des procédés visuels ou rhétoriques qui pourraient laisser penser à une volonté de tromper..).
5. Vous pouvez terminer la séance par un focus sur la manipulation des images. Comment peuvent-elles contribuer à la propagation des fake news ?

14 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : ENREGISTRER UN JOURNAL RADIO

Entrer par la pratique est un bon moyen de faire de l'éducation aux médias avec un public. Dans cet atelier, les connaissances seront transmises au fil de la préparation d'un journal radio que les jeunes pourront ensuite partager avec leurs proches.

Objectif : écrire et enregistrer un journal radio

Modalités : en groupe de 6 à 15 participants

Durée : trois séances d'une heure. L'atelier peut tenir en une séance de deux heures s'il s'agit d'un flash composé uniquement de brèves.

Matériel : des ordinateurs connectés à internet pour l'écriture, des micros ou des smartphones pour l'enregistrement

Déroulé de l'atelier :

1. Commencez l'atelier par un tour de table. Qui a l'habitude d'écouter la radio ? Quels sont les ingrédients d'un journal radio ? Jingle, présentateur, duplex, reporter, chroniques... Laissez-les donner leurs idées. C'est une façon d'évaluer leurs connaissances des médias mais aussi d'enrichir leur culture générale en soulignant que certains contenus qu'ils entendent à la radio ne relèvent pas de l'information mais aussi du divertissement.

2. Organisez ensuite une séance d'écoute active. Cela leur permettra de comprendre les rouages d'un journal radio.

3. Expliquez aux participants qu'ils constituent désormais la rédaction d'une radio nationale ou locale et proposez-leur de définir leur ligne éditoriale. A qui s'adressent-ils ? Quels contenus veulent-ils diffuser ? Laissez parler leur créativité. Ils ne sont pas obligés de copier des médias existants. Tant qu'ils respectent la déontologie journalistique et qu'ils s'appuient sur des informations fiables et pertinentes, toute innovation est bonne à prendre.

4. Proposez ensuite de répartir le travail entre les participants selon les contenus qu'ils veulent produire. Il peut y avoir un ou deux présentateurs, des chroniqueurs culture ou sport, des interviews en direct ou enregistrées, un reportage simple...

5. Terminez la séance n°1 par un focus sur l'écriture radio. La radio est un média de l'oral. Il faut respecter la règle des trois C : court, clair et concis. Si certaines explications sont trop compliquées, aucun auditeur ne fera l'effort d'aller écouter le replay pour se laisser une chance supplémentaire de comprendre. Les participants peuvent ensuite passer à l'écriture.

6. Si le temps manque et que vous devez enregistrer le jour même, vous pouvez supprimer les étapes 1 et 3 et diviser le groupe en équipes de trois ou quatre en demandant à chacun de rédiger une brève sur une actualité du jour. Insistez bien sur la vérification des informations. Ce n'est pas parce que le texte à rédiger est court qu'ils doivent le prendre à la légère.

7. La deuxième séance commence par une nouvelle conférence de rédaction. Quels contenus sont prêts ? Certaines propositions sont-elles tombées à l'eau ? Missionnez quelques élèves pour rédiger le conducteur, d'autres pour centraliser les sons sur une clé USB. N'oubliez pas de donner une heure limite aux participants pour le rendu de leur travail : tout ce qui va être lu à l'antenne doit être revu par le rédacteur en chef (vous) et tout ce qui ne sera pas prêt en temps ne pourra pas être diffusé.

8. La dernière séance est consacrée à l'enregistrement. Au début, faites le point sur la technique puis lancez l'enregistrement dans les conditions du direct. Si quelqu'un se trompe ou rit, n'arrêtez pas l'enregistrement. Ce sera au présentateur de tenir l'antenne, comme dans la vraie vie.

9. Débriefez. Qu'ont-ils retenu ? La radio, même si c'est de l'oral, implique d'écrire. Un journal, même s'il est court, demande du travail.

15 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : CRÉER SON MÉDIA AU COLLÈGE OU AU LYCÉE

Avec internet et les réseaux sociaux, il est devenu beaucoup plus facile de créer des médias dans les établissements. Cela permet de faire de l'éducation aux médias par la pratique en mettant l'accent sur les savoir-faire et les savoir-être des élèves.

Objectif : aider un groupe d'élève à lancer son propre média

Modalités : en groupe ou en classe

Durée : quatre séances d'une heure minimum, suffisamment espacées pour laisser aux élèves le temps de mûrir leur projet

Matériel : un tableau, des ordinateurs connectés à internet



devra assumer les éventuelles conséquences juridiques liées aux contenus...

3. Il n'y a pas de média sans lecteur, auditeur ou spectateur. Lors de la troisième séance, votre média devrait avoir ses premiers contenus. Il est donc temps de réfléchir aux moyens de les faire connaître. Pour un média numérique, vous pouvez imprimer des QR code à flasher et préparer des affiches à coller dans des endroits stratégiques de l'établissement. Pour un média papier, vous pouvez mobiliser une équipe de vendeurs...

4. La dernière séance est consacrée au débriefing des premiers contenus et à la préparation des contenus suivants. Un média c'est un projet qui doit s'installer dans la durée. Il s'agit de comprendre ce qui a pu poser difficulté pour apprendre de ses erreurs et proposer au public des contenus de qualité qui répondent à leurs attentes.

Déroulé de l'atelier :

1. Consacrez la première séance au brainstorming et à la définition de la ligne éditoriale du média. Quels sont les objectifs du média ? Votre public ? Votre format ? Votre périodicité ? Votre style ? Votre nom ? Les moyens techniques dont vous avez besoin pour y arriver ? Si vous disposez de peu d'équipements, lancer un média sur Instagram peut être une option car les participants pourront utiliser leur smartphone. A la fin de la séance, dressez la liste des étapes de réalisation du média et veillez à ce que les membres de la rédaction se répartissent les responsabilités. Si nécessaire, ils peuvent même chercher à solliciter d'autres volontaires.

2. La deuxième séance sera consacrée au fond. Maintenant que la ligne éditoriale est claire, aidez les participants à produire les premiers contenus qui seront publiés. Profitez-en pour leur rappeler les notions de base du journalisme : les 5W (qui, quoi, quand, où, pourquoi), l'angle, les genres journalistiques. Pensez aussi à leur parler de responsabilités : la rédaction s'engage à respecter la déontologie journalistique, elle doit aussi respecter le droit d'auteur et le droit à l'image, un responsable de publication

16 FICHE PRATIQUE 12-18 ANS : JEU DE RÔLE : COMPRENDRE LES DROITS ET DEVOIRS DES JOURNALISTES

Si le métier de journaliste semble facile à comprendre, la plupart des 12-18 ans ignorent les droits et les devoirs qui régissent la profession. Cet atelier pensé comme un jeu de rôle va leur permettre de les découvrir pour enrichir leur culture générale et leur connaissance des médias.

Objectif : découvrir les droits et les devoirs des journalistes avec un jeu de rôle qui fait aussi travailler l'éloquence

Modalités : en groupe d'une quinzaine de participants

Durée : 2h

Matériel : un corpus documentaire avec les droits et devoirs des journalistes. Un scénario préparé à l'avance en fonction de l'âge des participants, qui repose sur un article de journal qui vaut à son auteur d'être convoqué devant un tribunal.

Déroulé de la séance :

1. Commencez par un rappel de ce qu'est le métier de journaliste (quelqu'un qui partage des informations nouvelles, intéressantes et vérifiées au plus grand nombre) puis présentez le scénario que vous avez rédigé pour les participants. Par exemple : ils vont participer au procès d'Albert, journaliste du London Tribune qui risque de perdre son travail après avoir publié un article sur le nouveau patron de son journal.

2. Divisez le groupe en deux, les avocats du patron du journal d'un côté et les avocats de la défense, puis distribuez leur le corpus documentaire. Ils y trouveront les droits et devoirs des journalistes et l'article rédigé par Albert, dans lequel vous veillerez à ce qu'il y ait suffisamment d'éléments sur les coulisses de son enquête. Par exemple : il a obtenu une information en plaçant un micro dans le bureau du patron, il n'avait pas été informé que son journal était sur le point de changer le propriétaire, il a touché de l'argent pour rédiger un article à charge, son patron a cherché à connaître l'identité de ses sources.... Pour les plus jeunes vous pouvez l'annoter pour mettre en évidence les points importants.

3. Circulez dans le groupe pour aider les deux équipes à préparer leurs plaidoiries. Les avocats de la défense (du journaliste Albert) doivent trouver dans l'article des preuves que leur client n'a fait qu'exercer ses droits (droit d'accéder aux sources et droit d'enquêter sur des aspects de la vie publique, droit de ne pas se conformer à une demande qui serait contraire à la ligne éditoriale définie au moment de son embauche, droit de ne pas être contraint à publier un contenu qui enfreint son opinion ou ses convictions, droit d'être informé de toutes les décisions impactant ses modalités de travail, droit à bénéficier d'une sécurité matérielle et morale). Ceux du patron du journal doivent montrer qu'il n'a pas respecté ses devoirs (respect de la vérité, défense de la liberté d'information, publication d'informations dont l'origine est vérifiée, refus d'utiliser des méthodes déloyales pour obtenir des informations, respect de la vie privée des personnes, rectification de toute information inexacte, protection des sources et garantie du secret professionnel, interdiction du plagiat, de la diffamation, interdiction d'activités commerciales, de propagandes ou dictée par les consignes des annonceurs, refus de pressions..)

4. Passez au procès. En tant que président du tribunal, vous pourrez organiser les échanges et apporter des informations supplémentaires à la bonne tenue des échanges.

5. Gardez 10 minutes en fin de séance pour conclure avec les participants. Qu'ont-ils retenu ? Y a-t-il des droits et des devoirs qui les ont surpris ? Pourquoi ? Comprennent-ils mieux certaines pratiques qu'ils ont pu constater dans leur consommation d'informations ?

17 FICHE PRATIQUE ADULTES : À QUOI SERVENT LES JOURNALISTES ?

Si les journalistes sont régulièrement critiqués, les adultes ont rarement l'occasion de réfléchir à l'utilité du métier. Conçu comme une discussion étayée par des exemples précis, cet atelier doit leur permettre d'enrichir leurs connaissances et de combattre certains préjugés.

Objectif : engager une conversation avec un public plus ou moins défiant

Modalités : en groupe

Durée : 45 minutes à 1 heure

Matériel : rien, mais il faut avoir une très bonne connaissance des médias pour être capable de répondre à toutes les questions



se tenir informés de ce qu'il se passe à l'autre bout du monde, les médias peuvent aussi favoriser l'égalité des chances en permettant un accès à l'information à tous, peu importe son milieu social ou le degré d'éducation de ses parents...

3. En dernière partie d'atelier, vous pouvez aborder une réflexion sur les habitudes informationnelles de votre public. S'ils sont arrivés très méfiants vis-à-vis des journalistes et des médias, c'est peut-être qu'ils ne connaissent pas encore les médias qui produisent le contenu qui correspond à leurs attentes.

Déroulé de l'atelier :

1. Débutez l'atelier en partageant avec votre public les derniers chiffres disponibles sur la défiance des citoyens envers les médias (voir baromètre annuel du journal La Croix). Pourquoi les journalistes sont-ils si critiqués ? Qu'en pensent-ils ? Cela vous permet d'entamer une conversation sans vous positionner d'emblée en défenseur du métier.

2. Proposez ensuite aux participants de répondre à cette question : à quoi servent les journalistes et les médias en général ? Même s'ils répondent : « à rien », ne vous découragez pas et incitez-les à creuser davantage. Vous pouvez vous appuyer sur le classement international de la liberté de la presse pour mettre en évidence ce qui se passe ailleurs. Vous pouvez aussi mettre en avant des exemples concrets pour les aider à formuler des réponses. Quelques exemples : sans les journalistes certains scandales sanitaires ou politiques n'auraient jamais été portés à la connaissance du public, les journalistes permettent aussi le bon fonctionnement de la démocratie en aidant les citoyens à faire des choix éclairés quand ils sont amenés à voter, les journalistes luttent contre les fake news, grâce à eux les citoyens peuvent

18 FICHE PRATIQUE ADULTES : COMPRENDRE LA FABRIQUE DE L'INFORMATION

Le métier de journaliste et le fonctionnement des médias dans leur ensemble génèrent de nombreuses questions auprès des publics adultes. Conçu comme une discussion, cet atelier doit permettre de répondre à certaines interrogations, de lutter contre les préjugés et de donner des pistes pour aider les adultes à changer leur manière de s'informer.

Objectif : apporter des réponses aux questionnements récurrents sur le monde des médias

Modalités : en groupe

Durée : 1h

Matériel : rien, mais il faut avoir une bonne connaissance des médias pour être capable de répondre à toutes les questions

Déroulé de l'atelier :

Voici quelques exemples de questions qui peuvent vous permettre d'aborder des notions essentielles du monde des médias avec un public adulte. Lors des échanges, restez ouverts à l'émergence d'autres questionnements et appuyez-vous autant que possible sur des exemples concrets.

Les journalistes donnent-ils plus leur avis qu'avant ? Cette question permet d'aborder la différence entre faits et opinions et de revenir sur l'histoire du journalisme. A l'origine, il y avait davantage d'opinions et c'est l'invention du télégraphe et le temps nécessaire à l'envoi des informations qui ont conduit à l'arrivée du journalisme de faits.

Pourquoi les médias se focalisent-ils sur des sujets de consommation alors qu'il y a des guerres à l'autre bout du monde ? Cette question permet d'aborder la question des lignes éditoriales, de la hiérarchie de l'information mais aussi d'évoquer la possibilité pour les publics de changer leur manière de s'informer en allant découvrir des médias qu'ils ne connaissent pas.

Comment les journalistes peuvent-ils être indépendants quand les médias qui les embauchent touchent des subventions de l'Etat ? Cette question permet d'aborder les droits et les devoirs des journalistes mais aussi l'économie des médias. Le problème réside-t-il davantage dans les subventions de l'Etat ou dans le rachat de journaux par des milliardaires ? Avec cette question, vous pouvez aussi aborder le coût de l'information. Il existe des médias 100% indépendants. Leur modèle économique peut être solide (cf Le Canard enchaîné) ou plus instable (ex Médiacités qui développe de l'investigation locale).

Pourquoi les médias ne partagent-ils que des mauvaises nouvelles ? Cette question permet de revenir sur le rôle des journalistes (donner à voir ce qui se passe dans le monde) mais aussi sur le rapport à l'information de vos participants. Si l'information génère de l'anxiété, peut-être doivent-ils modifier leur façon de s'informer, moins mais mieux.

Faut-il toujours croire les journalistes ? Cette question permet d'aborder les erreurs de la profession et de montrer que les consommateurs d'information, même s'ils pensent consulter un média sérieux, doivent toujours garder un œil critique sur les contenus qu'ils consultent.

19 FICHE PRATIQUE ADULTES : À QUI PROFITENT LES FAKE NEWS ?

Si le mot fake news est entré dans le vocabulaire courant dans les années 2010 avec le premier mandat de Donald Trump (2017-2021), peu d'adultes savent ce qui peut pousser certains à les produire et les diffuser. Cet atelier est pensé pour y remédier.

Objectif : s'appuyer sur les raisons d'être des fake news pour aider les adultes à les détecter

Modalités : en groupe

Durée : 45 minutes

Matériel : un vidéoprojecteur et un diaporama avec les exemples de fake news que vous aurez sélectionnés. L'atelier peut aussi se faire sans, avec des supports papiers ou vous qui résumez les fake news à l'oral.



Déroulé de l'atelier :

1. Commencez par un retour historique. Non, les fake news ne sont pas nées avec internet. On en retrouve des traces dès le VI^e siècle avant JC. Dans l'art de la guerre, le général et stratège chinois Sun Tzu expliquait l'importance de la tromperie et de la duperie dans un affrontement. Il conseillait de trouver un compromis entre vérité et mensonge, pour rendre les fausses nouvelles plus crédibles. L'explosion d'internet n'a fait qu'accélérer leur diffusion.

2. Présentez ensuite plusieurs fake news et interrogez les participants sur les raisons qui ont pu pousser leurs créateurs à les diffuser. Quelques exemples : promouvoir des idées, politiques notamment, nuire à quelqu'un ou à une communauté, gagner de l'argent, se faire connaître ou simplement piéger les autres... Pour chaque exemple, prenez également le temps de mettre en avant ce qui aurait pu mettre la puce à l'oreille de ceux qui ont pu voir et croire la fake news.

3. Terminez l'atelier par un petit rappel sur les risques encourus par ceux qui diffusent des fake news puis partagez une boîte à outils pour éviter les fake news. Voilà quelques questions que vos participants peuvent retenir. Qui ? La personne qui trans-

met l'info est-elle digne de confiance ? Quoi ? Le contenu semble-t-il logique et vérifié ? Quand ? L'information est-elle récente ? Comment ? Le support de diffusion est-il fiable ? Pourquoi ? Celui qui crée l'info n'aurait-il pas intérêt à piéger ?

20 FICHE PRATIQUE ADULTES : PEUT-ON VRAIMENT FAIRE CONFIANCE À SON CERVEAU ?

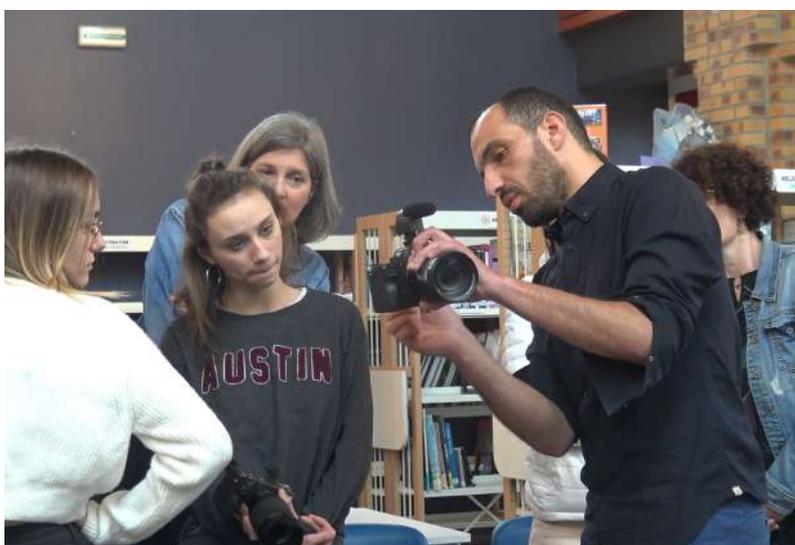
Habités à s'informer (ou pas) depuis longtemps, les adultes ont rarement conscience de ce qui se joue dans leur cerveau quand ils reçoivent une information. Pourtant, le cerveau produit des « illusions d'optique » du jugement en permanence. C'est ce que l'on appelle les biais cognitifs. Même s'il est impossible d'y échapper, connaître leur existence permet de s'en méfier.

Objectif : inciter les adultes à prendre conscience des biais qui peuvent influencer leur perception de l'information

Modalités : en groupe

Durée : 1h

Matériel : un tableau ou un vidéoprojecteur pour projeter les petits exercices qui mettront en lumière les biais cognitifs



Déroulé de l'atelier :

1. Débutez l'atelier par un exercice mettant en avant un des biais cognitifs, comme le biais de cadrage par exemple mis en évidence par Kahneman et Tversky en 1981. Vous êtes ministre de la santé. Une épidémie s'abat sur le pays. Selon les estimations, elle pourrait faire jusqu'à 600 morts. Vous avez le choix entre
- un programme A qui permettra de sauver 200 personnes
- un programme B avec lequel 400 personnes risquent de mourir
La plupart des participants choisiront le programme A alors que les deux se valent.

2. Continuez l'atelier en exposant d'autres biais cognitifs qui peuvent impacter notre rapport à l'information : le biais de confirmation (on ne prend en compte que ce qui confirme nos croyances), l'effet de halo (nos jugements sont influencés par nos opinions préalables), le biais de corrélation (on établit des liens entre des faits qui ne sont pas liés), le biais d'autorité (on a tendance à surévaluer la valeur de l'opinion d'une personne que l'on

considère comme ayant une autorité, avec une blouse blanche par exemple), l'effet Barnum ou Forer (on a l'impression que certains textes parlent de nous quand ils sont volontairement très larges, comme les horoscopes), le biais de l'illusion des séries (on a du mal à attribuer des faits aléatoires au hasard)....

3. Terminez la séance par une note positive, surtout si vos participants se sont beaucoup laissés piéger lors de l'atelier. Personne ne peut échapper aux biais cognitifs. Pas même vous. L'essentiel c'est d'en avoir conscience pour s'en méfier.

21 FICHE PRATIQUE ADULTES : COMMENT ÉCHAPPER AUX BULLES DES ALGORITHMES ?

A l'heure où les publics expriment une défiance sans précédent à l'égard des journalistes, certains adultes se détournent des médias pour s'informer uniquement via les réseaux sociaux. Ce choix n'est pas sans conséquence sur l'accès à l'information. Cet atelier est pensé pour aider les adultes à s'en rendre compte.

Objectif : inciter les participants à réfléchir à leur façon de s'informer et leur donner des pistes pour changer certaines habitudes

Modalités : en groupe

Durée : 1h

Matériel : les smartphones des participants, quelques feuilles et stylos

Déroulé de l'atelier :

1. Commencez l'atelier en demandant aux participants de dessiner leur paysage informationnel. Ils se dessinent au centre de la page puis dans un premier cercle, notent les médias ou sources d'informations qu'ils consultent tous les jours. Dans un cercle plus éloigné, ils ajoutent les médias ou sources qu'ils consultent au moins une fois par semaine. Dans le troisième cercle, ils notent les médias ou sources qu'ils consultent au moins une fois par mois, puis dans le dernier cercle les médias et sources consultés de manière occasionnelle mais au moins une fois par an. Cet exercice leur permettra de coucher leurs habitudes sur papier pour se rendre compte de leur rapport à l'information. Que constatent-ils ? Les sources sont-elles variées ? Vont-ils chercher les informations ou attendent-ils qu'elles leur tombent dessus via les réseaux sociaux ?

2. Choisissez un événement récent et proposez aux participants de collecter les informations qui y sont liées sur leurs réseaux sociaux (Tik tok, Facebook, X, Instagram...). Les informations sont-elles diffusées avec les mêmes précautions et dans les mêmes règles que dans les médias d'informations ? Constatez également que les sujets les plus diffusés en ligne ne sont pas ceux qui font la une des médias traditionnels. Et tous les réseaux sociaux ne parlent pas de la même chose. Pourquoi ?

3. Chaque réseau social a son propre algorithme. Quel est leur objectif ? Organiser le contenu en fonction de la probabilité que l'utilisateur l'apprécie et interagisse, créer une expérience utilisateur agréable... On ne voit que ce que l'algorithme pense que l'on va aimer. Avec les réseaux sociaux, on pense pouvoir s'ouvrir au monde, mais les réseaux sociaux nous enferment plutôt dans notre monde.

4. S'il reste du temps, vous pouvez proposer à vos participants de construire une veille d'informations sur les réseaux sociaux en variant et hiérarchisant les sources (en s'abonnant à des comptes de journalistes, médias, associations, entreprises, etc). Vous pouvez aussi entamer une discussion autour de cette question : chaque usager des réseaux sociaux peut-il être un journaliste ?

22 FICHE PRATIQUE ADULTES : COMMENT ÉVITER LES PIÈGES DES FAKE NEWS ?

Toutes les statistiques le disent : contrairement à ce que l'on pourrait penser, les jeunes ne sont pas les seuls à croire et partager des fake news. Nés avant l'arrivée d'internet, les adultes sont aussi concernés et ils n'ont, pour la plupart, jamais été formés à les détecter. Cet atelier est essentiel pour les sensibiliser.

Objectif : aider les adultes à faire preuve d'esprit critique pour éviter les fake news

Modalités : en groupe

Durée : 45 minutes

Matériel : un vidéoprojecteur et un diaporama avec des exemples de fake news



Déroulé de la séance :

1. Commencez la séance par un moment d'échange : qui a déjà cru à une fake news ? Laquelle ? Pourquoi ? Surtout, déculpabilisez les participants. Tout le monde peut se faire avoir, même vous. L'essentiel c'est d'avoir les bons réflexes pour la suite.

2. Au fil de la discussion, abordez une notion clé des fake news : l'émotion. On partage ce qui nous indignent, nous met en colère... Une fois que l'on sait cela, on doit faire preuve de vigilance et adopter ce principe de précaution : ne jamais partager un contenu sur le coup de l'émotion. Il vaut mieux laisser reposer et prendre le temps de réfléchir.

3. Continuez la séance par un quizz « info ou intox » en proposant au public de voter à main levée sur chaque information. Vous pouvez sélectionner des fake news repérées sur internet, des vraies informations si insolites qu'on a du mal à y croire mais aussi des fausses informations (les false news) pour évoquer, avec les participants, la

différence entre fake news et false news. Débriefez entre chaque slide et essayer de construire collectivement une technique qui permet d'éviter de croire aux fake news.

4. Terminez la séance par un résumé des bons réflexes à adopter. 1. Réfléchissons (à la source de l'information, au contenu (est-ce que cela pourrait être une blague ou une parodie), aux biais qui peuvent influencer le jugement). 2. Vérifions (la source, la date, le but recherché par celui ou celle qui a partagé l'information), 3. Cherchons (croiser les sources, traquer les procédés visuels ou rhétoriques qui pourraient laisser penser à une volonté de tromper ou l'utilisation d'une IA).

23

FICHE PRATIQUE ADULTES : COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES

L'arrivée des intelligences artificielles dites génératives a marqué un tournant dans la production de contenus médiatiques. Et cela peut sembler vertigineux. Cet atelier est pensé pour expliquer le fonctionnement de certains outils et aider à s'en emparer de façon maîtrisée, efficace et responsable.

Objectif : montrer aux participants les risques et les intérêts de l'IA dans l'accès aux informations

Modalités : en groupe

Durée : 1h

Matériel : un vidéoprojecteur et un ordinateur avec un accès à quelques IA pour montrer au public la facilité d'utilisation de ces nouveaux outils

Déroulé de l'atelier :

1. Commencez la rencontre par un point de définition. Qu'est-ce qu'une intelligence artificielle ? Pourquoi on en parle davantage aujourd'hui ? Parce que les intelligences artificielles dites génératives apparaissent comme capables de se substituer au raisonnement humain. Par l'interface du langage naturel que permet un robot (bot) conversationnel (chat), elles peuvent sur demande (prompt) créer de nouvelles images fixes ou animées, simuler des voix et générer des textes.

2. Puis entamez une conversation avec le public. Quels sont les risques de l'IA dans l'accès à l'information ? N'hésitez pas à vous appuyer sur des exemples pour apporter du concret à vos échanges. Par exemple : les IA génèrent des éléments qui ressemblent, parfois, dans la forme, à de l'info, mais qui n'ont fait l'objet d'aucune procédure de vérification ou de croisement des sources. Avec leurs immenses bases de données textuelles, visuelles et sonores, dans lesquelles elles prélèvent de « l'information », les IA ne sont pas capables de détecter les biais (sexistes, discriminants), ni d'appliquer des principes moraux ou éthiques dans la génération de leurs réponses. Les IA peuvent aussi générer des images ou des vidéos qui servent de base aux fake news...

3. Abordez ensuite les avantages de l'IA pour les médias. Quelques exemples : elles peuvent aider à optimiser les articles pour le référencement, retranscrire des interviews sonores, faire des recherches dans des bases de données, créer des datavisualisation, décliner des contenus en plusieurs langues...

4. Terminez l'atelier par une prise en main de certains outils de l'IA. Une fois qu'ils auront essayé ChatGPT ou Midjourney par exemple, les participants seront plus à même de repérer les contenus générés par des IA.





theophraste

