



dossier/

- 4 Du 25 au 29 novembre, la Semaine des médias à l'école vous incite à l'action
- 6 Les usages médias des 7-10 ans au centre d'une web série de la RTS
- 8 Trente ans de décryptage en France
- 9 Faire de la lecture des médias une force
- 10 Un établissement vaudois transformé en ruche médiatique
- 14 Expériences d'ateliers de «décod' image»: quand la vue bloque la parole...
- 16 Les journées médias du Lycée Denis-de-Rougemont
- 18 Le Festival Reflex, c'est quoi?

Pour muscler l'esprit critique

Dossier réalisé par Christian Georges

Du 25 au 29 novembre, la Semaine vous incite à l'action

La 16e Semaine des médias à l'école en Suisse romande fait écho à la 30e Semaine («L'information sans frontières?») et un objectif stratégique similaire: encouragement et à l'information.

Christian Georges, collaborateur scientifique, Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande

Jérémy est enseignant depuis dix ans dans une ville moyenne de Suisse romande. Il sait qu'il y aurait chaque jour à l'école de bonnes raisons d'aborder des faits d'actualité. Ou de s'arrêter sur les effets de notre consommation d'écrans et de médias. Il y renonce le plus souvent. Par manque de temps. Par crainte de ne pas être assez préparé. Parce qu'il y a le programme à tenir... Pourtant, depuis que le numérique a démultiplié les «contenus», des continents entiers sont à cartographier. Les réseaux sociaux agrègent des populations qui sacrifient à des rites parfois préoccupants. Surtout quand les inscrit-es n'ont pas l'âge légal requis. Jérémy voit bien que l'internet du savoir et de la connaissance est dévoré en partie par l'internet de la haine et de l'intimidation.

Au confluent de la Formation générale et des savoirs disciplinaires, la Semaine des médias à l'école a pour

vocation d'ouvrir des portes à Jérémy, comme à ses collègues de tous les degrés, du primaire au secondaire II. Parfois littéralement, quand elle permet la rencontre avec des professionnel·les des médias, en classe ou sur leur lieu de travail. Pour la première fois, Jérémy envisage de se lancer en 2019: il a prévu d'inviter un·e journaliste de la radio locale. Avec une idée derrière la tête: cette rencontre préparera les élèves à réaliser des interviews à soumettre au concours radio de la Semaine des médias.

Jérémy a de la chance: le directeur de son établissement a fait de cette semaine thématique une priorité cette année. Quelques dérives récentes l'ont convaincu de mettre les élèves en face de leurs responsabilités. À l'heure où chacun·e peut publier ce qu'il veut sur le web, il n'est pas inutile de rappeler certaines limites. L'intimidation, encore. Jérémy a encore en tête cette citation

Trente activités à choix: les inédites

Cette année encore, la Semaine des médias à l'école propose des activités pédagogiques calibrées pour tous les âges.

Tour d'horizon des activités inédites proposées aux classes.

Pour le cycle 1

Qu'est-ce qu'un média? – Par quels canaux nous parviennent les informations? Assortie d'un jeu de *Memory* à fabriquer, cette fiche entend proposer aux enfants de YouTube une découverte des principaux types de médias.

L'image, un langage qui ne connaît pas de frontières

– À partir d'une sélection d'une vingtaine d'images, les 4-8 ans sont encouragé·es à les décrire, à les comparer et à s'interroger sur leur provenance.

La frontière entre information et publicité: le magazine Rataplan – Distribué en commerce et en pharmacie, ce journal destiné aux enfants mélange allégrement les genres: les 6-10 ans en sont-ils conscient·es?

Pour le cycle 2

Qu'est-ce qu'un média? – Le traitement de l'actualité est-il différent dans un média traditionnel et dans la vidéo d'un youtubeur? Exercice comparatif proposé aux 8-12 ans, autour de l'incendie de Notre-Dame.

La publicité dans les vidéos YouTube des kidfluencers: étude de cas – Et si l'on se penchait d'un peu plus près sur les images de ces enfants qui déballetent des cadeaux ou qui vivent des expériences extraordinaires?

Cyberharcèlement, jeux en ligne: prévention – Quels éléments de son jardin secret faut-il préserver absolument? À partir d'une réflexion sur la protection des données, les élèves évaluent les avantages et les risques des réseaux sociaux.

e des médias à l'école

e de la presse en France avec un thème commun
r les enseignant-es à prendre en main l'éducation aux médias

16^e
Semaine
des médias
à l'école

25-29 novembre 2019

"L'information
sans frontières?"

www.semainedesmedias.ch

mande et du Tessin (CIIP)

qu'il a vu passer sur son mur Facebook et qu'il sait tristement vraie: «Qui possède la vérité aujourd'hui? Celui qui a la voix la plus forte et qui sait mettre en mouvement les membres de son réseau...»

À la médiathèque, la bibliothécaire prévoit de mettre en place un kiosque avec une sélection des journaux qu'il est possible de commander gratuitement pendant la Semaine des médias. Elle reprendra l'animation imaginée par une collègue vaudoise, sur le thème «Qu'est-ce que l'information?». Plusieurs classes bénéficieront de cet atelier pratique, par tournus. Dans le collège, des collègues de Jérémy mettront à profit l'une ou l'autre de la dizaine de vidéos pédagogiques proposées comme support de débat. Pas d'inquiétude au sujet de la bande passante: les vidéos sont téléchargeables.

Jérémy reprend le train après les cours. La caissette du gratuit *20 Minutes* n'est plus vide, comme c'était le cas

chaque soir auparavant. À la gare, un écran lumineux claironne les ennuis d'une célébrité déchue. Dans le compartiment, chaque voyageur a le front penché sur son smartphone et s'enfoncé dans sa bulle. Comme chaque jour. Sauf une mère qui capte l'attention d'un bambin ravi, sur la banquette d'en face, par la grâce de sa conversation et de ses mimiques. Quel talent de communicatrice! Jérémy l'admire et soupire: s'il avait la capacité de maintenir ainsi la concentration de ses élèves à chaque cours, ce serait le bonheur!...

www.semainedesmedias.ch. Prestations à solliciter avant le 31 octobre.

Pour le cycle 3

Réseaux sociaux: rester lucide – Les élèves sont invités à citer les points forts et les points faibles des réseaux sociaux qu'ils connaissent. Avant de se pencher sur le cas pratique de la vidéo d'une star de Tik Tok.

Graphiques: des chiffres mis en scène – En découvrant les différentes manières de présenter des chiffres, les élèves identifient les visuels trompeurs et les interprétations fallacieuses.

Formats médiatiques et limites de l'info – Pour retenir l'attention du public dans un temps très court, le traitement de l'actualité conduit parfois à des raccourcis et des omissions: exercice comparatif autour de la grève des femmes du 14 juin 2019.

Fausse information sans frontières: le cas autrichien – Vous vous souvenez de cette jeune Autrichienne qui avait porté plainte contre ses parents parce qu'ils refusaient de retirer de Facebook des photos d'elle prises pendant son enfance? Cette info virale s'est révélée fausse.

Les booktubers – Ils défendent des livres sur YouTube, parfois avec talent. Sont-ils indépendants des éditeurs? Et si, en classe, on les imitait?

Pour le secondaire II

Comment s'informent les élèves? – Les élèves suivent-ils l'actualité? Par quels canaux? Sans découverte des pratiques réelles, pas d'éducation aux médias possible!

Les nettoyeurs du web – Ils évacuent le pire de ce qui a été posté sur le web, selon des critères qui restent opaques: souvent basés aux Philippines, ces travailleurs de l'ombre n'en ressortent pas indemnes. Analyse d'un documentaire oppressant.

La photo comme témoignage historique: forces et limites – À partir de clichés originaux du photographe Michel Bührer, les élèves découvrent et approfondissent leurs connaissances sur un événement d'histoire récente: le génocide des Tutsi au Rwanda. •

www.semainedesmedias.ch. Menu «Activités proposées»

Les usages médias des 7-10 ans de la RTS

La Semaine des médias à l'école bénéficie du soutien tangible de l'audiovisuel pour comprendre le web et les médias. En 2019, elle relève le défi de répondre au réalisateur Mathieu Hofner et la journaliste Esther Freiburghaus.

Christian Georges

Les études MIKE¹ et JAMES² sont catégoriques: les moins de 13 ans sont déjà hyperconnecté-es. Dès 6-7 ans, 29% des enfants utilisent internet au moins une fois par semaine. La moitié fait de même à 8-9 ans. Et 71% à 10-11 ans. Plus problématique: 28% des 6-13 ans ont accès à internet depuis leur propre chambre.

Pour avoir confirmation de ce très haut taux de connexion, Mathieu Hofner et Esther Freiburghaus se sont rendu-es dans deux classes neuchâteloises accueillant des élèves de 7 à 9 ans, l'une en ville, l'autre à la campagne. Ils y ont découvert que quatorze élèves sur trente disposent déjà de leur propre tablette et douze de leur propre smartphone... La moitié sont déjà familières de WhatsApp, quatre sont sur Snapchat, trois sur Tik Tok, deux sur Instagram. Cinq ont un compte personnel sur YouTube, dont un qui poste déjà ses propres vidéos...

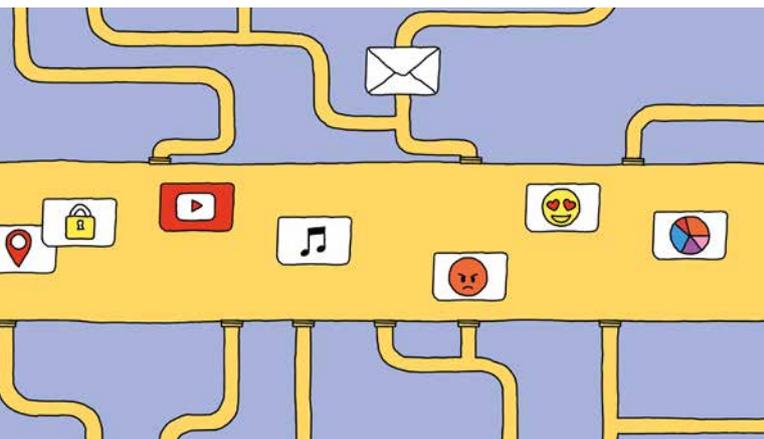
«Ils utilisent un réseau social sans savoir que c'en est un», observe Mathieu Hofner. «Ils peinent à différencier un réseau social d'un site internet, Beaucoup de choses leur passent par-dessus la tête et ils sont avides de réponses.» Pour honorer la commande passée par



la RTS, le duo de Chocolat TV productions a pris l'option de partir des interrogations des enfants. Chaque épisode de trois minutes sera motivé par une question concrète: «Est-ce que c'est vrai que trop jouer aux écrans peut rendre malade?», «Pourquoi, sur internet, les jeux, les réseaux et les vidéos sont gratuits, et pas dans la vraie vie?» «Pourquoi ma maman dit que Tik Tok peut être dangereux?»

Malgré l'expérience acquise lors des séries précédentes tournées pour la Semaine des médias, le duo a dû imaginer une forme innovante pour s'adresser à un public aussi jeune. «C'est comme si on redécouvrait notre métier», confie Esther Freiburghaus. «On ne peut se reposer sur aucun acquis, car on ignore ce que les enfants connaissent déjà. Nous avons pris le parti d'une narration sous la forme d'animation 2D, avec un dialogue entre un smartphone et un enfant.» Chaque épisode se termine par une idée forte à retenir, ou des astuces et des conseils.

Les deux enseignantes approchées continuent de conseiller le duo sur la forme à donner à la série. Autant que possible, il n'y aura pas de texte à lire à l'écran



s au centre d'une web série

public. En 2018, la RTS avait proposé une web-série inédite intitulée *3 minutes* x questions des 7-10 ans au sujet de leurs pratiques numériques. Entretien avec

ni de pourcentages évoqués. À mi-août, les maquettes des émissions étaient montées. Esther s'est chargée de réaliser les dessins, qui ont été ensuite animés via le logiciel After Effects. «Quand on part de rien, réaliser ces dessins est assez euphorisant!» «Nous avons beaucoup observé les productions destinées aux enfants pour reprendre les codes qui fonctionnent, notamment les couleurs les plus vives possible», poursuit Mathieu. Esther insiste: cette web série ne s'apparente pas à d'amusants dessins animés. Sous ses airs ludiques, elle garde un caractère informatif et pédagogique, même s'il a fallu mettre en veilleuse certains réflexes journalistiques. Une fois les maquettes testées dans les classes précitées, les textes seront affinés et enregistrés par des comédien-nés. Des effets spéciaux et des musiques ajouteront du dynamisme aux transitions. Esther note dans un carnet tout ce qui n'a pas pu être inclus dans chaque épisode: cela lui permettra d'enrichir la fiche pédagogique d'accompagnement. Il y a encore du travail avant la mise en ligne et, idéalement, le passage à l'antenne.

¹ MIKE – Medien, Interaktion, Kinder, Eltern: Ergebnisbericht zur MIKE-Studie 2017. Zurich: ZHAW, Université des sciences appliquées de Zurich.

² Jeunes - Activités - Médias - Enquête suisse, ZHAW, Université des sciences appliquées de Zurich.

Séries 2015 à 2018 à découvrir sur www.rts.ch/semainedesmedias
Série 2019 en ligne en novembre à la même adresse.

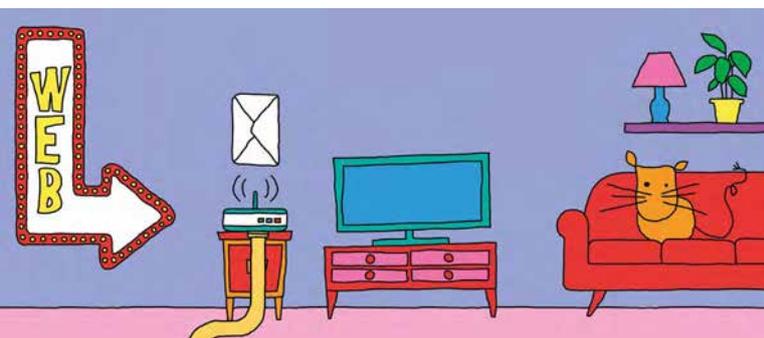
Quand l'élève dépasse le maître

Ce cas de figure qui tient de l'idéal, ce moment où l'élève s'est approprié les différents savoirs transmis par son enseignant-e, a de la peine à se faire une place lorsqu'il est question d'éducation aux médias ou d'utilisation de nouvelles technologies en classe.

L'enseignant-e se forme et se spécialise afin de maîtriser au mieux la matière enseignée, faut-il pour autant s'évertuer à comprendre le fonctionnement de divers outils et technologies utilisés par nos élèves? Oui, pour saisir le monde dans lequel évoluent les jeunes, mais ensuite pourquoi ne pas laisser les élèves plus habiles avec les MI-TIC prendre une partie de leçon pour nourrir la réflexion ou pour venir en aide à l'enseignant-e qui se sent un peu démuni-e face à un souci technique?

L'éducation aux médias passe aussi par une conception différente des leçons dans laquelle les élèves apportent leur contribution et leur soutien ponctuels à l'enseignant-e. Un-e élève souhaite utiliser sa propre caméra ou un logiciel de montage différent de celui proposé, quel est le problème? L'élève sera à même de gérer sa production médiatique comme il l'entend et aura davantage besoin de l'enseignant-e pour obtenir une vision externe que pour un support technique.

Jennifer Schweizer, enseignante et SMI – spécialiste médias et informatique – au sein de l'école secondaire du Bas-Vallon à Corgémont



Trente ans de décryptage en France

Grande sœur de la manifestation romande, la Semaine de la presse et des médias dans l'école (SPME) fêtait en mars dernier sa 30^e édition. Reportage à Paris, en immersion avec des classes.

Christian Georges

Les camarades n'osaient pas poser de questions. Alors cette adolescente en visite avec sa classe y est allée au culot, face à Thierry Thuillier, patron de l'information à TF1: «Pourquoi ne créez-vous pas un journal télévisé qui s'adresserait seulement aux jeunes, avec des sujets qui les intéressent, comme la réforme du bac, le harcèlement, l'absentéisme?» Le journaliste s'est dit surpris: tous ces sujets ont été évoqués au journal de 20h. «Ces problèmes n'ont pas été traités puisqu'ils existent encore!», a protesté la jeune fille. «Vous vous trompez sur le rôle des journalistes!», a répliqué le professionnel dans un sourire.

Lever les malentendus

Depuis 1990, la Semaine de la presse et des médias dans l'école ne fait que cela: lever les malentendus et éveiller les élèves au travail des journalistes, à leurs pratiques et à leurs contraintes. Elle est mise sur pied par le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI), sur mandat du ministère de l'Éducation nationale. Le champ d'action est vaste. Toute l'année, le CLEMI édite des ressources autant pour les enseignant-es que pour les parents, comme la brochure *La famille Tout-Écran*. Il réalise aussi la série de modules vidéo *Déclat critique*, dont la dernière livraison s'intitule *Découvrir Snapchat, du divertissement à l'information*.

Vérifier, vérifier, vérifier

Retour dans les locaux de TF1-LCI. Un peu plus tôt dans l'après-midi, la journaliste Anaïs Condomines anime à plusieurs reprises un atelier sur les *fake news*. Face à toute information, elle exhorte les adolescent-es à se poser les bonnes questions: quelle est ma source? Est-elle équilibrée? Puis-je contacter l'auteur-e? D'autres médias en parlent-ils? Exemple à l'appui, Anaïs Condomines démontre l'utilité de la recherche inversée d'images: non, la répression choquante de manifestant-es n'est pas toujours située où le prétendent les posts sur les réseaux sociaux! De même, mieux vaut vérifier tous les détails dans une vidéo, même crédible: quelle est la voix qu'on entend? La météo correspond-elle aux prévisions pour la région représentée? Invitée par le CLEMI dans un lycée parisien, la journaliste québécoise Ève Beaudin commence par déculpa-



biliser les élèves. Les jeunes sont moins enclins à partager des *fake news* que les seniors. Et ces nouvelles trompeuses sont parfois difficiles à repérer. Le «biais de confirmation» amène tout un chacun à croire ce qu'il ou elle pense déjà. Que partagent les jeunes avec leur réseau? «Des trucs drôles qui ressemblent à des contes de fées...» Un des rares élèves qui affirme lire la presse écrite se dit indifférent au placement de produits dans les vidéos des influenceurs: «Si ce qu'il dit est intéressant, je me fiche de savoir ce qu'il est écrit sur son t-shirt...» Pour détailler les techniques de désinformation et susciter des réflexes de vigilance, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec a lancé le projet «30 secondes avant d'y croire». Ève intervient aussi dans des vidéos du projet Actufuté.

Activités multiples

La force de la Semaine de la presse et des médias, c'est d'impliquer tous les degrés scolaires: en mars à Paris, tandis que des enfants découvraient la fabrication de leurs magazines préférés dans les locaux des éditions Bayard, des lycéen-nés écoutaient le témoignage saisissant d'un photographe de presse syrien réfugié en France. Non sans avoir, au préalable, recueilli des informations sur ce pays, pour en tirer une exposition à voir à la médiathèque.

Documents pédagogiques à télécharger sur www.clemi.fr
<http://30secondes.org>
<http://actufute.quebec>



Faire de la lecture des médias une force

Comment accompagner les enfants et les jeunes, à l'ère du *big data*, des *fake news* et des autres enjeux du numérique? En mai à Berne, un forum national mis sur pied par l'OFAS¹ a dégagé quelques pistes et recommandations.

Christian Georges

Dès l'âge de 13 ans, 90% des jeunes sont en ligne plusieurs fois par jour. Ils s'y trouvent confrontés à des risques que détaille l'étude www.eukidsonline.ch. La seule fréquentation des médias sociaux (Instagram, Snapchat en tête) en comporte cinq principaux: le contact avec des inconnu-es, le cyberharcèlement, les messages ou images à caractère sexuel, les commentaires discriminatoires, la violation de la sphère privée.

Pour le chercheur Martin Hermida, il convient de soutenir une utilisation citoyenne des médias sociaux. Il faut inciter les enfants et les jeunes à parler des expériences problématiques, y compris quand elles concernent leurs amis. Les écoles et les enseignant-es devraient disposer de ressources pour aborder ces questions. Mais il manque en Suisse une coordination des efforts en matière de prévention et d'éducation numérique: il faudrait clarifier les compétences et le champ d'action des différentes parties prenantes.

Experte en cybersécurité, Solange Ghernaoui s'alarme des failles béantes qu'ouvre une société friande d'objets connectés. Multiplier les *selfies* c'est, par exemple, accroître les possibilités de reconnaissance faciale. La professeure à l'Université de Lausanne n'hésite pas à plaider pour une «décroissance numérique» et des écoles sans écran: «Se passer des écrans, c'est le meilleur moyen de les maîtriser!» Et cette docteure en informatique d'énoncer une priorité inattendue: «Le premier cours d'informatique, pour moi, ce serait un cours de philo! Il faut s'appropriier le numérique en fonction d'une vision du monde!»

Chercher les sens possibles d'un cliché

Deux tiers des jeunes adultes ne s'informent pas par les médias traditionnels, observe Stéphane Koch. Pour cet expert du numérique, ce constat n'est pas à prendre avec défaitisme. Il y a sur le web des contenus de qualité pour aborder l'actualité. Quitte à y venir par des voies inattendues: pourquoi ne pas faire réagir les élèves sur des productions qui appartiennent à leur monde? Via

«Le premier cours d'informatique, pour moi, ce serait un cours de philo! Il faut s'appropriier le numérique en fonction d'une vision du monde!»

une *story* de Kim Kardashian par exemple. Que peut-on extraire d'une image comme information? En faisant travailler les élèves sur les sens possibles d'un cliché ou d'une vidéo, ou en traquant le placement publicitaire, on rappellera que les influenceurs et les influenceuses ont jusqu'à 80% de faux *followers* (achetés à des sociétés spécialisées). La lecture des médias s'apprend et il faut faire de cette lecture une force, estime Stéphane Koch.

La vérité a besoin de temps

Professeur à l'Université de Tübingen, Bernhard Pörksen ne dit pas autre chose. À ses yeux, on exagère beaucoup en parlant d'ère post-factuelle. Il y a certes une crise de la vérité, mais il ne faut pas céder au découragement. Bien sûr, des robots peuvent mouliner des volumes impressionnants de mots clés ou d'avis qui, dans l'instant, peuvent apparaître majoritaires. Mais la vérité a besoin de temps pour émerger. Il faut agir pour permettre au public de comprendre les contenus de qualité, d'apprécier ce qu'est un argument judicieux et une bonne source. Selon lui, l'erreur serait de doter l'École de moyens sans s'interroger sur les finalités de l'éducation numérique. Mais celle-ci doit devenir une matière dédiée et inscrite dans la grille horaire, car la révolution en cours est comparable à l'invention de l'imprimerie.

¹ Office fédéral des assurances sociales

Les présentations et les vidéos du Forum national sont en ligne: <https://bit.ly/2GQmJL5>

Un établissement vaudois transfor

En novembre 2018, lors de la quinzième édition de la Semaine des médias à l'éco des Ormonts-Leysin (ESOL) a pu vivre une semaine particulière. Entre découvrir voire création d'un journal ou d'un film muet, la semaine a été riche en émotion

Milène Campana, Aline Hengartner, Aurélie Odermatt & Joëlle Ruegg, enseignantes

À l'ESOL, cela fait plusieurs années que nous cherchons à donner une part plus importante aux MITIC dans le parcours scolaire des élèves. Dans cette optique, nous participons chaque année à la Semaine des médias, notamment à travers le concours de Unes ou la réalisation des fiches, outils disponibles sur le site e-media. Ainsi, c'est par le biais de la Semaine des médias que notre envie de vivre une expérience différente avec nos élèves et de décloisonner les classes afin de travailler de manière interdisciplinaire a pu voir le jour.

Une préparation qui en vaut la peine

Le projet s'est peu à peu concrétisé dès le mois de juin 2018, après avoir été présenté lors d'une réunion des enseignant-es du secondaire. La majeure partie des collègues étant motivé-es par cette idée de semaine

spéciale, nous avons planifié dans les grandes lignes l'organisation qui est entrée dans une phase plus concrète dès la rentrée 2018-2019.

Pour réduire la taille des groupes de travail, nous avons décidé de faire coïncider cette semaine d'activités MITIC avec la semaine des stages obligatoires de 11e année.

Au cours des deux mois précédents, la principale tâche a été de décider des différentes orientations qui seraient proposées aux élèves, puis de répartir ces dernier-es et les enseignant-es dans les différents groupes. Les élèves ont pu faire un choix parmi trois propositions et les enseignant-es ont été réparti-es en fonction de leur intérêt et de leur taux d'activité. L'idée retenue a été de garder le même groupe d'élèves tout au long de la semaine afin d'avoir le temps de monter un projet et d'aboutir à un produit fini le vendredi.



Séance de rédaction d'un groupe de presse écrite



mé en ruche médiatique

le, l'ensemble des classes de 9 et 10e années de l'Établissement scolaire
te des médias, élaboration d'interviews radiophoniques ou d'articles de presse,
s!

«*Magtuner* était très pratique. Nous avons bien ri et au final le rendu du journal était magnifique!»

Luc

Ce travail d'organisation en amont était un peu long, mais primordial. En effet, plus le projet est clairement posé et cadré dès le début, mieux se déroule la partie pratique et meilleur sera le résultat.

Dans la peau d'un-e journaliste de presse écrite

Le principal objectif de cette semaine, à l'intérieur des trois groupes «presse écrite» que nous avons formés, était de constituer une rédaction en attribuant à chacun-e un rôle comme dans une rédaction professionnelle et ensuite de créer un journal de A à Z. Le lundi, le gros du travail a été la partie théorique, la répartition des rôles au sein de chaque groupe, la séance de rédaction et l'élaboration du chemin de fer.

Le début de la semaine a été dédié aux recherches d'informations, à la rédaction des articles, au choix des images et des différents contenus. Ensuite, nous nous sommes familiarisé-es avec la plateforme en ligne de mise en page *Magtuner* et chacun a commencé l'élaboration de sa partie de journal.

«J'ai trouvé l'utilisation de *Magtuner* simple et très bien. On pouvait facilement changer les couleurs, les formes des textes et aussi ajouter ou enlever des photos. J'ai bien aimé travailler avec ça, notre journal donnait bien à la fin!»

Alissia

Pour ce faire, nous avons été coaché-es par Thomas Zoller, fondateur de *Magtuner*, qui a préalablement donné une journée de formation aux enseignant-es intéressé-es et qui, pendant la Semaine des médias, est venu deux fois pour aider les élèves à utiliser sa plateforme et à améliorer la mise en page des articles, reportages, interviews, pages humour ou autres, qui étaient en phase d'élaboration ou de finalisation.

La plateforme *Magtuner* nous a permis de travailler toutes et tous simultanément sur un gabarit de journal. Chaque groupe de rédacteurs et de rédactrices pouvait mettre en page et modifier la ou les pages qui lui avaient été attribuées pendant la séance de rédaction. Celles ou ceux qui jouaient le rôle de rédactrice ou de rédacteur en chef, de réd'en chef adjoint-e, de directeur ou directrice artistique, ou encore de secrétaire d'édition, et qui avaient donc une responsabilité sur l'ensemble du contenu, pouvaient voir et modifier toutes les pages du journal.

«J'ai bien aimé la Semaine des médias, car on a travaillé pas mal en groupe.»

Robine

Le jeudi, les 9es étant à la journée «Osez tous les métiers» (JOM), nous avons participé avec les 10es au concours de Unes organisé par le site e-media. Chaque groupe a dû prendre en compte l'actualité du jour en allant voir les dépêches de l'ATS¹, puis élaborer une Une selon les critères et exigences du concours.

Finalement, vendredi, après avoir rencontré Mme Fabre, rédactrice en chef adjointe de *24 Heures*, qui a ré-

«J'ai adoré rencontrer Madame Fabre.»

Mélodie

«J'ai trouvé très chouette cette
Semaine des médias.»

Cyan

pondu aux questions des élèves et nous a parlé du métier de journaliste, nous avons pu finaliser les pages de nos journaux et envoyer au secrétariat leur impression en couleur.

In extremis, mais dans le timing, chaque élève a pu repartir avec son journal à la maison!

Les JOJ au cœur de la radio

À l'ESOL, il existe depuis plusieurs années un cours facultatif de journalisme qui donne une place importante à la radio, avec la création d'une web radio nommée Radio Les Ormonts-Leysin en partenariat avec Radiobus. Dans ce cadre, il nous paraissait pertinent d'organiser une activité «radio» pour cette Semaine des médias. C'est ainsi qu'un tiers des élèves a travaillé durant cinq jours sur la création d'interviews radiophoniques. Pour cela, il nous fallait choisir un thème central qui donnait du sens au projet. Les Jeux Olympiques de la Jeunesse approchant, nous avons décidé que ce serait notre fil rouge.

Après une journée de théorie, la deuxième étape essentielle du travail a consisté à prendre contact avec les personnes à interviewer et à trouver une problématique à développer en lien avec leur activité. Grâce à la présence de deux enseignants de sport dans notre groupe, les élèves ont pu efficacement prendre contact avec des personnes au profil différent, toutes en lien avec les JOJ2020. Les interviews réalisées ont ainsi été très va-

riées: jeunes sportifs et sportives présélectionné-es, organisateurs, préparateurs de site, ancien-nes athlètes... L'étape finale a été le montage audio à l'aide du logiciel Garageband auquel les élèves avaient été initié-es en début de semaine. Comme demandé pour le concours de la Semaine des médias, l'interview devait être encadrée d'une introduction avec accroche (sonore ou autre) et d'une conclusion; le tout ne devait pas dépasser trois minutes, ce qui a constitué un véritable défi. En effet, sélectionner les éléments de réponses et faire des choix en coupant certaines parties s'est avéré compliqué pour les élèves, qui souhaitaient «tout garder». En parallèle, les élèves ont également pu se rendre en visite le jeudi dans les locaux de Radio Chablais à Montthey, pour s'entretenir avec de vrais journalistes et assister à une conférence de rédaction. Cette visite leur a permis d'en apprendre plus sur le métier de journaliste et d'animateur-trice radio, ainsi que d'en comprendre les enjeux actuels.

Internet et image

Ce groupe a permis, tant aux enseignant-es qu'aux élèves, de se familiariser avec plusieurs thématiques liées à l'image et à leur consommation ou production. Pour ce faire, des séquences clé en main provenant des dossiers pédagogiques de e-media comme *La fake news*, *Les comiques du web*, *Youtube et nous*, *Photographies marquantes*, *Analyses de publicités*, *Créer un journal Twitter* ont été utilisées par les différent-es enseignant-es qui ont pu les choisir en fonction de leur intérêt. Il y avait également des thèmes créés par les enseignant-es comme *Créer un film muet*, *Se familiariser avec Virago de Aude GG* et *Créer un diaporama du camp à Estavayer-le-Lac*.

La variété des activités a plu aux élèves, qui avaient peu de connaissances concernant les diverses stratégies



Les Unes des trois journaux qui ont été créés pendant cette semaine



Des journalistes de la radio les Ormonts-Leysin en action

marketing pour influencer leur consommation de produits visuels.

Dès lors, il était impératif pour nous que les élèves soient sensibilisé-es à la maxime circulant sur la Toile: «Quand c'est gratuit, c'est que tu es le produit.» Il s'agit d'un des objectifs du Plan d'études romand mentionné dans les capacités transversales. La plateforme e-media constitue une mine d'or pour ce genre de projets, ainsi que pour des séquences adaptables dans les différentes branches où l'on peut à foison profiter de cette fameuse interdisciplinarité.

Un autre intérêt de ces activités englobantes est la production. C'est au tour de l'élève de créer. Après avoir analysé le concept, l'élève se voit confronté-e à sa mise en pratique. Dans le groupe Internet/image, les productions ont été des films muets et des vidéos copiant le format de *Virago d'Aude GG* sur YouTube. Il aurait été opportun que les élèves choisissent un thème afin de le faire vivre durant la semaine entière, car la production de vidéo nécessite du temps. Qu'à cela ne tienne! Nous nous réjouissons déjà de futures productions.

Bilan: osons les semaines spéciales!

Au final, cette semaine a permis à des élèves de classes et de degrés différents de collaborer dans un projet commun qui avait une visée concrète: celle d'en apprendre plus sur les différentes facettes du métier de journaliste. En préparant notamment les interviews, en se rendant sur le terrain seul-es ou en vivant des séances de rédaction, les élèves ont pu d'une part développer leur autonomie et d'autre part apprendre à collaborer et ancrer le projet dans un contexte réel. Toutes les tâches n'ont pas été faciles, mais elles ont été constructives. Certain-es élèves «peu scolaires» se sont révélé-es pendant cette semaine et ont été revalorisé-es par le rôle qui leur avait été attribué.

Le travail de préparation en amont a finalement vite été oublié lorsque l'on a vu le plaisir de tous, élèves et enseignant-es, pendant cette semaine «extraordinaire»! •

¹ Agence télégraphique suisse

Les journaux créés à l'ESOL sont à voir en ligne sur e-media.
Par exemple: https://bdper.plandetudes.ch/uploads/ressources/5305/L_Une_hic_complet.pdf

Une vraie implication des collègues et des élèves

«Lorsqu'une enseignante nous a présenté le projet de la Semaine des médias, avec une semaine totalement décloisonnée, j'y ai vu un travail énorme de coordination, préparation, suivi et formation. Car personnellement, je n'avais jamais créé un journal ni préparé une émission radio, ni même créé un blog... Comme notre collègue ne lâche rien, elle m'a tiré un peu de force dans son projet. Je partais donc à la formation *Magtuner* en traînant un peu des pieds... Lors de cette journée de formation donnée par Thomas Zoller, j'avoue m'être prise au jeu de la création de "notre journal en une journée" et avoir eu beaucoup de plaisir à utiliser le logiciel ainsi qu'à faire partie d'une équipe de rédaction... Mes pieds étant moins lourds, ma collègue m'a donc convaincue de prendre la responsabilité, durant la future Semaine des médias, d'une équipe de rédaction. Je n'ai pas géré la coordination des élèves ni celle des

collègues, mais ce fut un des gros travaux à faire en amont pour une équipe d'enseignant-es.

Durant la semaine, j'ai vu des élèves motivé-es qui avaient des responsabilités et les assumaient. Tous et toutes travaillaient pour un projet commun, celui ou celle qui ne faisait pas le travail pénalisait le groupe. Certain-es ont vraiment pris leur rôle à cœur, d'autres moins, mais aucun-e élève n'a perdu son temps cette semaine-là. Les élèves ont écrit, fait des photos, interviewé des personnes, fait fonctionner leurs relations, été créatif-ves pour réaliser un journal intéressant. J'en garde le souvenir d'une semaine riche en émotions, créations et travail avec une vraie implication des collègues et des élèves. En bref, la Semaine des médias: un vrai succès! Je me réjouis par avance de la prochaine édition!»

Karine Thomi, enseignante de mathématiques

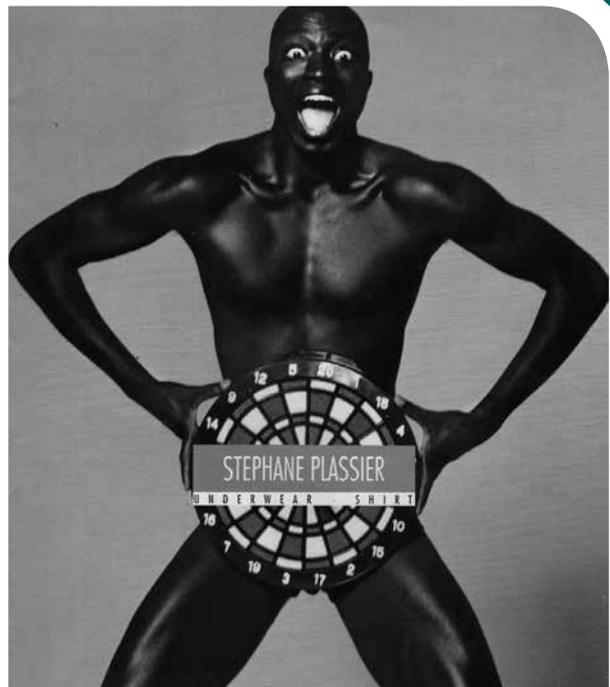
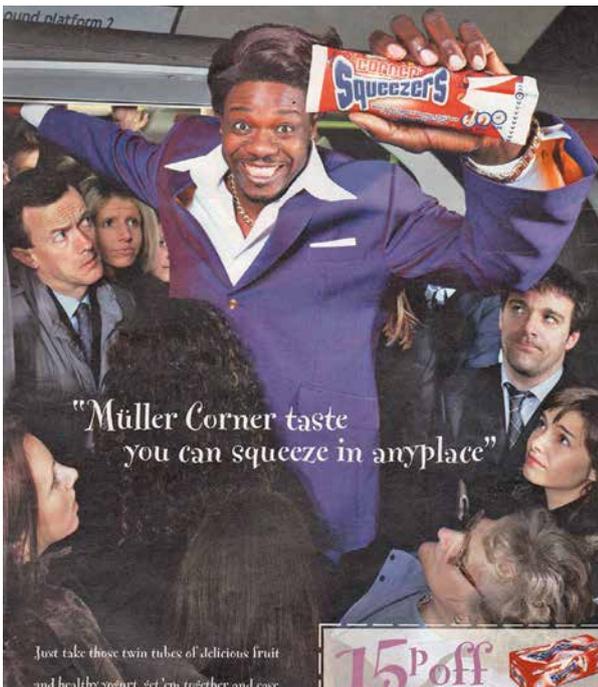
Expériences d'ateliers de «décod' quand la vue bloque la parole...

Eva Saro, responsable de projets, fondation images et société

Quelles sont vos premières réactions par rapport à ces publicités?

Cochez ce qui convient

- Pourquoi ces Noirs font-ils cette tête?
- Ces images me mettent mal à l'aise.
- Comment cette imagerie peut-elle faire acheter?
- Encore de l'humour raciste!
- Autre chose



Nouveaux tabous?

Face au personnage hilare en costume violet de cette publicité anglaise, aucun-e des vingt étudiant-es de photographie et de design n'osait s'exprimer, alors que l'atelier portait sur le décryptage des stéréotypes de genre et de culture. Après mille tergiversations, une participante tenta prudemment: «C'est un Noir... Il fait le guignol. Mais je ne sais pas si je peux le dire avec ces mots. On pourrait croire que je manque de respect.» Pourquoi le fait de relever que cette imagerie rappelle les réclames de l'époque coloniale ferait-il de nous des racistes? Que se passe-t-il si nous n'osons plus dire que le roi se promène nu quand c'est le cas? Des étudiantes en communication de l'université ont

aussi été saisies d'un mutisme agité devant un ensemble de visages féminins vantant des coiffures et des cosmétiques. La collègue qui les avait invitées s'étonna de leur silence: «Vous ne voyez rien?» L'une d'entre elles se souvenait d'avoir pratiqué un peu d'analyse de l'image au cycle d'orientation. Timidement, elle a admis que: «Je ne sais pas quoi dire qui serait intelligent. C'est tout ce qu'on voit partout et qu'on voudrait ne plus voir. C'est trop parfait pour être vrai, mais si on admet cela, on passe pour des jalouses, des frustrées.»

Qui a peur de l'éducation aux médias?

Les enfants remarquent en général rapidement que beaucoup d'hommes dans la pub sont en noir et blanc

image»:

fondation images et société



«avec des airs méchants», tandis que les femmes sont en couleurs, et paraissent plus aimables avec leur sourire et leur regard clair. Pour les adolescent-es, ces mêmes portraits se résument d'abord à «sexy» et «parfait». Il faut leur poser de nombreuses questions avant de les voir relever enfin que les yeux bleus ou verts semblent réservés aux femmes dans les publicités. Les jeux de rôle offrent l'avantage d'aider à tout âge à mieux ressentir les implications des postures et d'y mettre des mots.

Nous savons intellectuellement que «tout est retouché». Que se passe-t-il dans la pratique? Les garçons comme les filles choisissent une image qui leur plaît: «Il est canon, elle est belle, x ou y dans l'école lui ressemble...» et plus un mot sur la retouche qui était un des thèmes d'exploration. Les boissons dites «énergie» et les parfums doivent d'ailleurs une part de leur succès au fait que nous oublions d'interroger ces images «extérieures» diffusées par tous les médias, et qui nous (con)forment à notre insu, modelant notre imaginaire et nos idéaux. Alors, je me suis réjouie de la prise de conscience soudaine exprimée par les participant-es d'un atelier, encadrant des personnes souffrant de troubles du comportement alimentaire: «Nous sommes aussi touché-es par ces images, pas seulement nos patient-es. Il faut arrêter de nous croire au-dessus de la mêlée.»

«Je ne sais pas quoi dire qui serait intelligent. C'est tout ce qu'on voit partout et qu'on voudrait ne plus voir. C'est trop parfait pour être vrai, mais si on admet cela, on passe pour des jalouses, des frustrées.»

Comment relever ces défis?

Après bientôt cinquante ans de nouvelles technologies démultipliant les images, l'alerte lancée en 1982 par les signataires de la Déclaration de Grünwald reste actuelle avec son plaidoyer pour une solide éducation aux médias, gage d'esprit critique et de responsabilité citoyenne. Nous sommes toutes et tous concernés par ce bain de messages visuels dans lequel nous vivons



© Philippe Martin

au quotidien, tout en y devenant aveugles par habitude. Savoir ralentir notre regard pour mieux voir en nous et autour de nous enrichit la connaissance de soi, élargit les perspectives et offre un espace de choix véritables. Développer ses compétences de «décod'image» sert à chacun-e, pas seulement aux jeunes ou aux autres.

En même temps, si l'éducation aux médias pratiquée actuellement suffisait pour répondre aux défis des images trafiquées dans tous les domaines, pourquoi les études psychosociales HBSC de l'OMS¹ indiqueraient-elles depuis trente ans une aggravation constante de l'estime de soi des jeunes? Avec l'élection de Donald Trump, l'infox est devenue un grand sujet de préoccupation, bien qu'elle existe depuis longtemps sous maintes formes. Cette nouvelle attention aux images trafiquées et à l'importance de l'éducation aux médias pour «voir malin» stimulera-t-elle enfin des synergies entre les acteur-trices, reliant des compétences disséminées, afin d'atteindre plus efficacement un public élargi?

¹ Étude internationale *Health Behaviour in School-aged Children*, réalisée sous l'égide de l'Organisation mondiale de la santé

Site de la fondation: www.imagesetsociete.org
 Déclaration de Grünwald: www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF
 Études HBSC de l'OMS: www.euro.who.int/en/health-topics/Life-stages/child-and-adolescent-health/health-behaviour-in-school-aged-children-hbhc

Les journées médias du Lycée De

Dans le canton de Neuchâtel, les élèves ne suivent pas systématiquement de cours et ils ne sont malheureusement pas mieux lotis. Pourtant selon Frau-Meigs (2011) on aime les médias, bien plus que toute autre activité de leur vie. Il en découle l'urgente nécessité d'un éclaircissement au sujet de l'impact des nouvelles technologies sur celle-ci. C'est pourquoi nous proposons un projet d'analyse et d'intervention en lien avec cette thématique en tant que certificats de maturité gymnasiale¹.

La Direction du Lycée Denis-de-Rougemont

En effet, en surfant sur le net, nos étudiant-es sont confronté-es à des dépêches officielles, certes parfois discutables, ainsi qu'à toute une série d'hypothèses alternatives souvent vides de preuves. Ils y trouvent pêle-mêle des scénarios complotistes, des théories sans fondements, ainsi que de nombreuses *infox*. Mais comment vérifier toutes ces informations? Pour tenter de répondre à cette interrogation, nous avons décidé de proposer deux journées de réflexion sous forme d'ateliers aux deuxièmes années du Lycée. Afin de donner aux élèves des clés de lecture nécessaires à la décortication des messages diffusés sur le web, nous avons engagé des professionnels de l'information pour mettre les élèves directement au contact d'experts: des journalistes comme Patrick Vallérian, Fabrizio Calvi et Jean-Luc Wenger; des collaborateurs de presse dont Sebastian Dieguez ou le dessinateur Vincent L'Épée, ou encore une riche collaboration avec

Christian Georges de la CIIP. Une série d'intervenants issus du monde académique, dont Charles Heimberg de l'UNIGE, ainsi qu'Annik Dubied Losa et son équipe de chercheurs de l'AJM (UNINE) ont également participé activement au projet. L'association EJO² nous a par ailleurs généreusement soutenus.

Des pistes de réflexion pour les étudiante-es

D'une exposition organisée par l'équipe de *Vigousse*, servant d'entrée en matière, à un bilan final en plénum, en passant par divers ateliers encadrés par ces spécialistes de l'information, nous avons proposé aux élèves un voyage critique, mais sans perspective moralisatrice dans le monde des médias et des nouvelles technologies.

Les étudiant-es ont semblé ravi-es de participer à ce projet, en témoignant leur enthousiasme et leur engagement dans les différents ateliers. Les activités qui y





nis-de-Rougemont

rs sur les médias durant leur scolarité obligatoire et, au niveau postobligatoire, u JAMES (2016), nos lycéen·nes passeraient en moyenne 3h30 par jour devant écessité de leur proposer des clés de décryptage de l'information ainsi qu'un pourquoi nous avons décidé, au Lycée Denis-de-Rougemont de Neuchâtel, de nous basant sur les articles 5 et 11 de l'Ordonnance sur la reconnaissance des cer-

étaient proposées ont même permis à certain·es élèves de présenter un vrai et un faux documentaire sur un même sujet d'actualité, découvrant ainsi les subtilités et l'impact du montage sur le message. D'autres lycéen·es ont participé à un grand jeu de rôle, organisé par Daniel Larose, autour de la thématique précitée. D'autres encore ont rencontré des techniciens de l'information et des chercheurs pour réfléchir ensemble aux médias et à l'incroyable mutation actuelle du domaine.

Tout en sachant que ces deux journées ne régleront pas tous les problèmes précités, nous nourrissons tout de même l'espoir d'avoir apporté, à nos étudiant·es, quelques intéressantes pistes de réflexion, ainsi que certains outils pour une forme «d'indépendance intellectuelle».

¹ «L'objectif des écoles délivrant des certificats de maturité est, dans la perspective d'une formation permanente, d'offrir à leurs élèves la possibilité d'acquérir de solides connaissances fondamentales adaptées au niveau

secondaire et de développer leur ouverture d'esprit et leur capacité de jugement (...) chaque école pourvoit à ce que les élèves soient familiarisés aux approches interdisciplinaires» (ORM, 1995)

² L'Observatoire européen du journalisme (EJO) est un réseau d'institutions de recherche qui produit et diffuse des études et des réflexions sur le journalisme.

Bibliographie

Frau-Meigs, D. (2011). Introduction: Pourquoi il faut s'intéresser à l'environnement médiatique. Dans: D. Frau-Meigs, *Socialisation des jeunes et éducation aux médias: Du bon usage des contenus et comportements à risque*. (pp. 7-20). Toulouse, France: ERES.

Quinche, F. (2012). Aspects de l'éducation aux médias et nouvelles technologies dans les écoles de Suisse romande, *Jeunes et médias, les cahiers francophones de l'éducation aux médias*. 4.

Taguieff, P. (2006). *L'imaginaire du complot mondial: Aspects d'un mythe moderne*. (Les petits livres 63). Paris: Mille et une nuits.

Waller, G., Willemse, I., Genner, S., Suter L., & Süss, D. (2016). *JAMES - Jeunes, activités, médias - enquête suisse*. Zurich: Haute école des sciences appliquées de Zurich.

Les MITIC ne sont pas une couche de plus

«Je travaille comme personne-ressource pour les MITIC en Valais auprès du Centre ICT-VS. Je suis engagé à un peu plus de 40%. À côté de cela, j'enseigne en 7H une journée. Au centre, nous cherchons continuellement des façons innovantes et motivantes d'intégrer les MITIC. Nous avons un contact direct avec les enseignant·es uniquement durant les formations continues. C'est pourquoi nous cherchons à leur montrer que des gestes simples, des petits logiciels permettent de gagner du temps, de motiver les élèves et d'augmenter leur capital-confiance envers les outils numériques. Actuellement, nous exploitons les possibilités de *Genial.ly*, un outil qui permet de réaliser des présen-

tations interactives. Nous l'avons utilisé pour créer de petits *Escape Game* pédagogiques. Nous aimerions aller plus loin, car il permet d'intégrer toutes sortes de contenu dans la même présentation. Notre plus grand défi actuel est de donner du sens aux apprentissages en lien avec les MITIC. Ce n'est pas une couche de plus! Nos élèves grandissent dans ce monde et nous nous devons de leur donner des clés autant préventives que formatives. Je trouve personnellement plus important de savoir effectuer une recherche sur internet que d'identifier une phrase emphatique...»

Mathieu Moser

Le Festival Reflex, c'est quoi?

C'est un concours de films de trois minutes, destiné aux jeunes de 12 à 26 ans, domicilié-es ou scolarisé-es en Romandie. Et c'est aussi l'union de deux entités qui ont joint leurs forces en 2015: le Festival vidéo et multimédia des écoles du Service écoles-médias à Genève et le Concours des jeunes réalisateurs à Visions du Réel-Nyon.

Laurence Calderon, Service école-médias – SEM Production, Département de l'instruction publique, Genève

C'est pour qui?

Ce concours vidéo est organisé pour promouvoir, récompenser et rendre visible les productions vidéos des jeunes âgé-es de 12 à 26 ans, réparti-es en trois catégories d'âges (12-15 ans, 16-19 ans et 20-26 ans) et réunies autour d'une thématique annuelle.

Objectifs et motivation

Passer du statut de spectateur-consommateur à celui d'auteur-réalisateur, d'acteur des médias, c'est comprendre de l'intérieur le fonctionnement et la puissance du langage audiovisuel, c'est savoir prendre du recul et acquérir un regard critique.

Faire un film, c'est être créatif!

La réalisation d'un film demande de l'énergie, du suivi et fait appel à de nombreux talents et à de nombreux savoir-faire: comment scénariser ses idées? Quel point de vue donner sur l'action? Avec qui collaborer? Où trouver le matériel de tournage ou de montage? Comment distribuer les rôles au sein de l'équipe? Etc.

Les MITIC comme compétences transversales

Faire réaliser à ses élèves un film, c'est pratiquer la pédagogie par projet. Les initier à la pratique du tournage et montage vidéo, c'est leur permettre de comprendre comment les images peuvent orienter notre perception de la réalité, la déformer et/ou la transformer.



Pour 2020, les inscriptions en ligne sont ouvertes sur le site www.festivalreflex.ch avec la thématique: *DEMAIN? Réalisez un film court et durable*

Participer à Reflex

Si réaliser un film, c'est se confronter à divers impératifs techniques et artistiques bien réels, réaliser un film pour un concours comme Reflex, c'est mettre la barre encore plus haut: respecter la thématique, se l'approprier de façon originale et inattendue, respecter la durée imposée de trois minutes et... respecter les droits d'auteur-es, notamment pour les musiques.

C'est l'aboutissement pour certain-es de plusieurs semaines, voire de plusieurs mois de travail, avec, au final, la stimulation de gagner un des prix proposés par le Festival. Ou, au moins, la fierté de voir son film projeté sur grand écran à Genève ou à Nyon lors du Festival Visions du Réel.

Et de voir les films des autres participant-es qui se sont confronté-es, elles et eux aussi, à la même thématique!

