

L'éducation aux médias au service de l'éducation à la citoyenneté mondiale

Boîte à outils pour les multiplicateurs du travail de jeunesse



**Centre Nord-Sud
du Conseil de l'Europe**



Financé
par l'Union européenne
et le Conseil de l'Europe



UNION EUROPÉENNE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Mis en œuvre
par le Conseil de l'Europe

L'éducation aux médias au service de l'éducation à la citoyenneté mondiale

Boîte à outils pour les multiplicateurs
du travail de jeunesse

Édition anglaise :

*Media Literacy for Global Education –
Toolkit for Youth Multipliers*

*Cette publication a été élaboré avec le soutien financier de
l'Union européenne et du Conseil de l'Europe. Les points
de vue qui y sont exprimés ne peuvent en aucun cas
être considérés comme reflétant la ligne officielle de
l'Union européenne ou du Conseil de l'Europe.*

La reproduction d'extraits (jusqu'à 500 mots) est autorisée, sauf à des fins commerciales, tant que l'intégrité du texte est préservée, que l'extrait n'est pas utilisé hors contexte, ne donne pas d'informations incomplètes ou n'induit pas le lecteur en erreur quant à la nature, à la portée et au contenu de ce texte. Le texte source doit toujours être cité comme suit : « © Conseil de l'Europe, année de publication ». Pour toute autre demande relative à la reproduction ou à la traduction de tout ou partie de ce document, veuillez vous adresser à la Direction de la communication, Conseil de l'Europe (F-67075 Strasbourg Cedex), ou à publishing@coe.int.

Toute autre correspondance relative à ce document doit être adressée au Service Accord partiel – Centre Nord-Sud de la Direction des affaires politiques et des relations extérieures, F-67075 Strasbourg Cedex France, courriel : nscinfo@coe.int

Conception de la couverture et mise en page :
Division de la production des documents et
des publications (DPDP), Conseil de l'Europe

Photos: Conseil de l'Europe

Cette publication n'a pas fait l'objet
d'une relecture typographique et grammaticale
de l'Unité éditoriale de la DPDP.

© Conseil de l'Europe, novembre 2022
Imprimé dans les ateliers du Conseil de l'Europe

Publication élaborée par la Media Literacy Task Force for Global Education dans le cadre du projet iLegend. Membres de la Task Force : Ioli Campos, Kristiina Anttila, Vid Tratnik, Tatjana Ljubic, Veronica Stefan et Mouloud Kessir.

Comité de relecture : Vitor Manuel Nabais Tomé et Imre Simon.

Coordinateur du projet : Graziano Tullio, Programme de coopération Jeunesse – Centre Nord-Sud du Conseil de l'Europe.

Une publication du Centre Nord-Sud du Conseil de l'Europe.

Table des matières

INTRODUCTION	5
Pourquoi cette boîte à outils a-t-elle été mise au point ?	5
Comment cette boîte à outils est-elle structurée ?	5
DÉFINIR LES CONCEPTS CLÉS	7
Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?	7
Qu'est-ce que l'éducation à la citoyenneté mondiale ?	7
Pourquoi parler d'éducation aux médias dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale ?	9
ACTIVITÉS D'ÉCHAUFFEMENT	11
Exercice 1 : LES STATUES	13
Exercice 2 : LA DISCUSSION SILENCIEUSE	15
Exercice 3 : LA RECHERCHE D'IMAGES	17
Exercice 4 : LE THÉÂTRE DE MÉDIAS	19
Exercice 5 : HÉ, TOI LÀ !	21
APPROFONDIR	23
1. La manipulation d'informations	24
2. Les algorithmes de recherche et ma vision du monde	31
3. La participation responsable	37
4. L'empreinte numérique	42
CONTENUS PLUS PÉDAGOGIQUES	49
RÉFÉRENCES	50



Introduction

Cette boîte à outils s'adresse aux éducateurs et aux multiplicateurs du travail de jeunesse. Elle rassemble des informations pratiques et contextuelles sur l'éducation aux médias (EM), ainsi que sur sa contribution à l'éducation à la citoyenneté mondiale (ECM).

Les activités et fiches d'information proposées, conçues pour des contextes d'apprentissage non formel, peuvent également se prêter à une exploitation dans les environnements scolaires. En effet, la boîte à outils intègre les avancées les plus récentes en matière d'éducation à la citoyenneté mondiale, d'éducation aux médias et d'éducation à la citoyenneté numérique, qui sont susceptibles d'enrichir de façon fort utile les programmes scolaires officiels.

Les activités pratiques ici réunies s'inscrivent dans le Cadre des compétences pour une culture de la démocratie et de l'approche des droits humains que défend le Conseil de l'Europe.

L'objectif principal de cette boîte à outils est d'apporter aux praticiens de l'éducation aux médias comme au grand public les connaissances et les outils nécessaires au développement d'une citoyenneté plus responsable et plus active. À cette fin, elle propose des activités axées sur l'analyse critique et la production de messages médiatiques, l'analyse des algorithmes, l'active participation dans nos sociétés, le respect de la vie privée, la préservation du bien-être et la bonne gestion des identités électroniques.

Pourquoi cette boîte à outils a-t-elle été mise au point ?

Dans un monde globalisé, piloté par des technologies de l'information et de la communication en plein essor, les médias facilitent les connexions entre les individus. De la prise de conscience généralisée du pouvoir croissant des médias et de l'impact des messages qu'ils diffusent sur la dynamique humaine, tant au niveau local qu'au niveau mondial, peut naître la tentation d'en user pour influencer sur les comportements économiques, l'analyse politique et même les interactions interpersonnelles et le dialogue interculturel.

À l'image d'un journalisme respectueux de l'éthique professionnelle, les médias peuvent être des outils au service des processus démocratiques. Mais ils peuvent aussi être des vecteurs de diffusion puissants de contenus préjudiciables, nourrissant la désinformation, le discours de haine et l'extrémisme.

Comme on le dit souvent, « un grand pouvoir va de pair avec de grandes responsabilités ». L'éducation à la citoyenneté mondiale (ECM) doit être considérée comme l'un des piliers d'une vie en pleine conscience dans un monde extrêmement complexe. Si l'on admet que l'ECM est un domaine spécifique de l'éducation visant à donner aux citoyens les moyens de faire face à la complexité et à l'interdépendance mondiales, il faut alors faire de l'éducation aux médias un aspect essentiel de l'ECM : elle apporte un ensemble de compétences tout au long de la vie qui permet la prise de décisions éclairées et le respect des dynamiques interpersonnelles et interculturelles.

En y intégrant des éléments plus concrets d'éducation aux médias, l'ECM est susceptible de contribuer efficacement à la réalisation des [objectifs de développement durable \(ODD\) de l'Agenda 2030 des Nations Unies](#).

Comment cette boîte à outils est-elle structurée ?

Cette boîte à outils propose une approche intégrée de l'éducation aux médias dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale. Elle est organisée en quatre parties. La partie I expose les concepts d'éducation aux médias (EM) et d'éducation à la citoyenneté mondiale (ECM), et explique pourquoi il est crucial d'envisager l'EM comme un aspect essentiel de l'ECM.

La partie II présente un ensemble de cinq activités d'échauffement pour introduire le sujet de l'EM dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale. À cette fin, vous trouverez :

- ▶ un exposé des considérations générales dans lesquelles un éducateur non formel doit entrer lors de la préparation d'une session de formation en ECM ;
- ▶ des conseils pour l'adaptation à l'ECM de méthodes couramment employées en éducation non formelle.

La partie III approfondit des points spécifiques de l'éducation aux médias qui sont particulièrement pertinents pour les formateurs en ECM. Elle propose quatre fiches d'information qui rassemblent chacune des données contextuelles sur un sujet. Chaque fiche est suivie de suggestions d'activités complémentaires spécialement imaginées pour former les jeunes multiplicateurs impliqués dans l'ECM. Spécifiquement conçues pour atteindre les objectifs de l'ECM par le partage de perspectives multiples et le renforcement de l'esprit critique, les activités sont organisées autour des quatre sujets suivants :

1. la manipulation d'informations ;
2. les algorithmes de recherche et ma vision du monde ;
3. la participation responsable ;
4. l'empreinte numérique.

Chaque activité est suivie de divers matériels pour les formateurs et les éducateurs : un/des document(s) d'accompagnement, de brèves considérations pratiques et des conseils pour susciter une réflexion critique sur les informations contenues dans les fiches ; des outils ; et des ressources présentant des liens vers des rapports, d'autres boîtes à outils, des infographies, des vidéos et diverses références grâce auxquelles compléter leurs connaissances.

La partie IV contient diverses ressources consacrées à des concepts plus pédagogiques.

Définir les concepts clés

Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?

L'éducation aux médias (dans le sens de connaissance/maîtrise des médias) est le résultat du processus d'apprentissage favorisé par une éducation aux médias tout au long de la vie (Buckingham, 2003) qui se déroule dans des contextes d'apprentissage formel et informel, et grâce auquel les individus apprennent « à accéder aux médias, à comprendre et évaluer, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leurs contenus, et à communiquer dans divers contextes » (Commission des Communautés européennes, 2009).

Un citoyen éduqué aux médias est capable de suivre un processus en cinq phases : accéder (aux médias et aux technologies), analyser (des messages médiatiques), évaluer (de manière critique), créer (des messages médiatiques de manière réflexive) et participer (par la publication et la diffusion de ses propres messages afin d'atteindre le public souhaité). Par ce processus, l'individu entre dans la « spirale de l'autonomisation » : prise de conscience, analyse, réflexion et action (Thoman et Jolls, 2008).

Bien que l'on trouve différentes terminologies pour désigner l'éducation aux médias (maîtrise des médias numériques, maîtrise de l'information, initiation aux médias, maîtrise de l'internet ou maîtrise de l'actualité), les définitions font en général référence aux « compétences qui mettent l'accent sur le développement d'aptitudes fondées sur une recherche et la capacité à manier efficacement les canaux médiatiques et d'information ainsi que les technologies qu'ils utilisent » (UNESCO, 2011).

L'éducation aux médias englobe « l'ensemble des compétences cognitives, émotionnelles et sociales qui comprennent l'utilisation de textes, d'outils et de technologies, les aptitudes à penser et à analyser de façon critique, la pratique de la production de messages et de la créativité, la capacité à réfléchir et à développer une pensée éthique, ainsi que la participation active via le travail en équipe et la collaboration » (Hobbs, 2010).

Ces compétences s'acquièrent dans des contextes d'apprentissage à la fois formel et informel. C'est la raison pour laquelle toutes les politiques éducatives devraient se structurer autour de l'EM (Torrent, 2014) et viser à autonomiser les enfants, les jeunes, les adultes et les personnes âgées afin qu'ils deviennent

des citoyens actifs grâce aux médias. Comme l'affirme le Conseil de l'Europe (2016) : « chacun devrait avoir accès à un enseignement lui permettant d'acquérir ce type de compétence – notamment la maîtrise des médias et de l'information – de manière efficace, actualisée, gratuite ou abordable pour les membres de la société les plus défavorisés sur le plan financier ».

Pour les besoins de cette boîte à outils, l'éducation aux médias s'entendra telle que définie dans le mandat du [Groupe d'experts en éducation aux médias de la Commission européenne](#) :

« L'éducation aux médias » est une expression générale qui englobe toutes les capacités techniques, cognitives, sociales, civiques et créatives permettant à un citoyen d'accéder aux médias, d'en avoir une compréhension critique et d'interagir avec eux. Toutes ces capacités permettent au citoyen de participer aux aspects économiques, sociaux et culturels de la société et de jouer un rôle actif dans le processus démocratique. Le terme « médias » doit être compris au sens large : il englobe tous les types de supports (télévision, radio, presse écrite) et tous les types de canaux (traditionnels, internet, réseaux sociaux).

(Audiovisual and Media Services Policy (Unit I.1) 2016)

Qu'est-ce que l'éducation à la citoyenneté mondiale ?

L'éducation à la citoyenneté mondiale (ECM)¹ est une perspective éducative issue du constat selon lequel « nos contemporains vivent et interagissent dans un contexte de mondialisation croissante ». L'éducation doit donc conférer aux apprenants la possibilité et la capacité de réfléchir et de partager leurs points de vue sur leur rôle dans une société mondialisée et interconnectée, ainsi que de comprendre et d'analyser les liens complexes entre des questions d'ordre social, écologique, politique et économique, dans le but d'élaborer de nouveaux modes de pensée et d'action.

1. Cette section est inspirée du manuel : *Guide pratique sur l'éducation à la citoyenneté mondiale – Concepts et méthodologies en matière d'éducation à la citoyenneté mondiale à l'usage d'éducateurs et de responsables politiques*. Consultable à l'adresse : <https://rm.coe.int/global-education-guidelines-version-francaise-/168099098e>

En isolant les thèmes et en catégorisant les matières, la plupart des systèmes d'éducation formelle hiérarchisent le savoir tout en dépréciant d'autres méthodes d'apprentissage et d'exploration des connaissances. Cette approche éducative compartimentée empêche de placer l'éducateur ou l'apprenant au centre d'un monde connecté et constitue la raison pour laquelle la construction de ponts en vue d'approcher, d'apprendre à connaître et de comprendre soi-même et les autres devient une entreprise téméraire.

L'éducation à la citoyenneté mondiale est venue combler cette lacune en faisant de l'apprentissage réflexif, de la prise en considération de plusieurs perspectives et du développement de la pensée critique des objectifs centraux du processus éducatif. Ce dernier est également censé couvrir les défis posés par les nouvelles formes et les nouveaux modes de communication et l'émergence d'une génération de natifs du numérique.

L'apprentissage transformatif, favorisé par l'éducation à la citoyenneté mondiale, implique un profond changement structurel dans les prémices de la pensée, des sentiments et des actes. Cette éducation des esprits aussi bien que des sensibilités implique un changement radical vers l'interconnexion ainsi que la mise en œuvre de tous les moyens possibles pour assurer davantage d'égalité, de justice sociale, de compréhension et de coopération entre les peuples.

Quatre étapes essentielles de l'apprentissage transformatif sont étroitement liées à ECM :

- a) une analyse de la situation mondiale actuelle ;
- b) une réflexion sur les modèles susceptibles de remplacer les modèles dominants actuels ;
- c) le renforcement d'une série de compétences favorisant une culture de la démocratie ;
- d) un processus d'évolution vers une citoyenneté mondiale responsable.

L'éducation à la citoyenneté mondiale, en tant qu'apprentissage transformatif, implique des processus de prise de décision participatifs à toutes ces étapes. L'éducateur et l'apprenant doivent être capables d'examiner d'un œil critique la réalité et les faits actuels et d'explorer des stratégies pour y faire face.

En tant que processus d'apprentissage transformatif centré sur l'apprenant, l'ECM stimule la prise de conscience par ce dernier de ses responsabilités en qualité d'acteur du changement au sein de son environnement politique, économique, social et culturel. Cette éducation sensibilise l'apprenant et l'enseignant à l'impact de leurs actes au niveau local et à l'interconnexion entre leurs actes et les problématiques mondiales. Cette pleine conscience permet de procéder au niveau local à des changements susceptibles en fin de compte d'influer sur la situation mondiale,

ainsi que de forger une citoyenneté mondiale, en recourant à des stratégies et méthodes participatives.

Que ce soit au niveau local ou international, l'éducation à la citoyenneté mondiale articule de manière cohérente différentes stratégies (éducation au développement, éducation aux droits humains, éducation à la durabilité, éducation pour la paix et la prévention des conflits, éducation à la citoyenneté, éducation à l'égalité entre les hommes et les femmes et aux droits de l'enfant, éducation interculturelle et interconfessionnelle, éducation au désarmement, éducation sociale et économique, éducation environnementale, etc.), afin de définir des bases communes.

Comme le mentionne la déclaration de Maastricht sur l'éducation mondiale (2002 : 2), l'éducation à la citoyenneté mondiale est une éducation holistique qui ouvre les yeux des individus aux réalités du monde et les incite à œuvrer pour davantage de justice, d'équité et de droits humains pour tous à travers le monde. L'éducation à la citoyenneté mondiale recouvre l'éducation au développement, l'éducation aux droits humains, l'éducation à la durabilité, l'éducation pour la paix et la prévention des conflits et l'éducation interculturelle, qui constituent les dimensions globales de l'éducation à la citoyenneté.

Divers documents fondamentaux (la [Déclaration universelle des droits de l'homme](#), la [Recommandation sur l'éducation pour la compréhension, la coopération et la paix internationales et l'éducation relative aux droits de l'homme et aux libertés fondamentales](#), la [Déclaration de l'UNESCO et le Cadre d'action intégré concernant l'éducation pour la paix, les droits de l'homme et la démocratie](#)) font référence à l'éducation à la citoyenneté mondiale et préconisent le développement des droits humains, de la personnalité et du respect d'autrui.

Cet apprentissage transformatif se répercute significativement tant sur l'éducation formelle qu'informelle, cette dernière ayant par ailleurs un rôle essentiel à jouer pour amener les citoyens, en tout lieu, à tout moment et à tout âge, à prendre davantage conscience de leur capacité réelle à forger l'avenir. Il leur donne la possibilité de proposer une vision commune pour un monde plus juste et durable au bénéfice de tous.

L'éducation à la citoyenneté mondiale est l'une des priorités du Centre Nord-Sud du Conseil de l'Europe. Le Centre Nord-Sud contribue à l'éducation globale depuis 1997, date à laquelle la Charte de l'éducation à la citoyenneté mondiale a été rédigée.

Au fil des ans, le Centre Nord-Sud a lancé un certain nombre d'initiatives visant à diffuser et à enrichir l'éducation à la citoyenneté mondiale en améliorant les politiques, en favorisant l'échange de pratiques en la matière et en offrant un espace de dialogue et de partenariat.

Pourquoi parler d'éducation aux médias dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale ?

L'éducation aux médias et l'éducation à la citoyenneté mondiale sont étroitement liées depuis le tout début. Déjà en 1982, dans la Déclaration de Grünwald (UNESCO, 1982), l'éducation aux médias était envisagée comme « une préparation des citoyens à l'exercice de leurs responsabilités », ce qui rejoint l'objectif principal de l'ECM : éduquer les citoyens du monde en matière de justice sociale et de développement durable.

L'éducation aux médias, avec pour socle les droits humains, est une réponse d'ensemble aux principaux problèmes sociaux actuels puisqu'elle vise à « renforcer la connaissance mutuelle et la connaissance de soi à un niveau collectif », ainsi qu'à « forger une citoyenneté mondiale, en recourant à des stratégies et méthodes participatives en vue de permettre aux hommes d'apprendre à assumer des responsabilités qui ne sauraient relever des seuls gouvernements et décideurs politiques » (*Guide pratique sur l'éducation à la citoyenneté mondiale*, 2012 : 14).

Selon le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe (*Recommandation CM/Rec(2019)10 du Comité des Ministres aux États membres visant à développer et à*

promouvoir l'éducation à la citoyenneté numérique), un « citoyen numérique » responsable s'entend d'une personne qui maîtrise les compétences nécessaires à une culture de la démocratie (*Cadre de référence des compétences pour une culture de la démocratie*), afin de :

- pouvoir faire bon usage des technologies numériques en évolution ;
- participer de manière active, constante et responsable à des activités sociales et civiques ;
- s'engager dans un processus d'apprentissage tout au long de la vie (dans des cadres formels, informels et non formels) ;
- s'employer à défendre continuellement les droits humains et la dignité humaine.

Les compétences pour une culture de la démocratie (schéma 1) sont réparties en quatre groupes (valeurs, attitudes, aptitudes et, enfin, connaissance et compréhension critique). Il s'agit des compétences que les individus doivent acquérir pour se comporter en tant que citoyens compétents d'un point de vue démocratique et interculturel (*idem*). Cet objectif se situe dans le droit fil de celui de l'éducation au développement mondial, qui vise à construire la citoyenneté par des stratégies et des méthodes participatives.

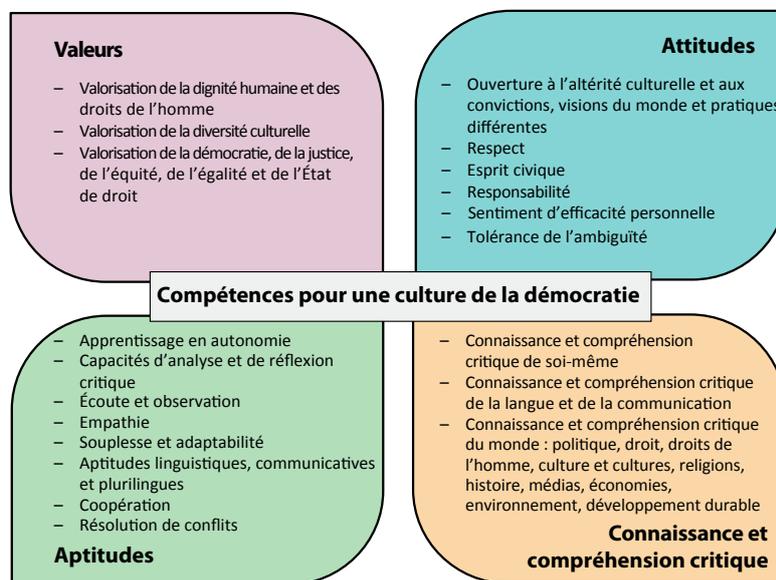


Schéma 1. Compétences pour une culture de la démocratie

De plus en plus, les stratégies participatives sont opérées par le biais des médias, principalement numériques, dans une conjoncture source d'importantes perturbations. Elles sont sous l'influence de concepts tels que « la post-vérité, les faits alternatifs et les fake news » dans un paysage médiatique en mutation, puisque nous sommes passés d'une époque où la difficulté était d'accéder à une grande quantité

d'informations à une époque où « le problème est de passer au crible un énorme volume de ressources pour en retirer ce qui est de qualité » (*Snelling, 2017*).

Dans ces conditions, il faut être un citoyen éduqué aux médias pour réussir son éducation à la citoyenneté mondiale et acquérir les compétences et les capacités nécessaires pour interagir de manière compétente

avec les médias et avec le monde à travers les médias. Un citoyen éduqué aux médias sait non seulement comment accéder aux médias et aux technologies, analyser les messages médiatiques et les évaluer de manière critique, mais aussi comment en retour produire des messages, ce qui lui ouvre la voie à une participation active, continue et responsable aux sociétés sociales et civiques.

L'éducation aux médias est un aspect important de l'éducation à la citoyenneté mondiale – un ensemble de compétences tout au long de la vie permettant de prendre des décisions en connaissance de cause et donc de vivre en conscience. Cet acquis améliore la qualité de vie et contribue à la mise en œuvre effective des objectifs de développement durable (ODD), en particulier les objectifs 4 et 16. Il fournit à ceux qui se forment dans ce domaine des outils pour s'attaquer aux fléaux que sont le discours de haine, le racisme, le sexisme, le parti pris des médias, la désinformation, la violence, la radicalisation et l'extrémisme.

Ces fléaux sont autant d'obstacles redoutables aux efforts déployés en faveur d'une coopération

mondiale fondée sur le respect mutuel et visant la paix et le développement durable. Sous leurs différentes formes et canaux, les médias façonnent la perception et la compréhension qu'ont les citoyens de diverses situations et questions. L'éducation à la citoyenneté mondiale est alors pour les apprenants un outil précieux pour appréhender certains des processus complexes qui conduisent à la violence et aux conflits à un niveau individuel, national et mondial, et prendre conscience de la façon dont ces conflits pourraient être prévenus ou résolus.

En outre, l'ECM vise à construire des communautés d'apprentissage au sein desquelles apprenants et éducateurs sont encouragés à travailler ensemble sur des questions globales.

Les technologies aident les apprenants et les éducateurs à apprendre en collaboration, à co-créer des contenus et à ouvrir des espaces de dialogue. Par conséquent, l'éducation aux médias en tant qu'outil permettant aux citoyens d'analyser et de produire des messages de manière critique est une dimension importante de l'éducation à la citoyenneté mondiale.



Activités d'échauffement

Pour présenter aux participants le sujet de l'éducation aux médias, vous pouvez recourir à des outils, des dynamiques, des méthodes, voire des activités existantes moyennant quelques ajustements. Certaines de ces méthodes ont été testées d'innombrables fois et vous sont peut-être déjà familières; en cela, ce sont des outils particulièrement précieux. Vous trouverez à la fin de cette partie cinq exemples d'activités adaptées à l'EM.

Mais, au préalable, vous trouverez dans le **tableau 1** un résumé des principaux aspects qu'un éducateur non formel doit prendre en compte lors de la préparation d'une session. Quant au **tableau 2**, il expose certaines méthodes d'éducation non formelle courantes qui sont applicables dans le contexte de l'éducation aux médias et de l'éducation à la citoyenneté mondiale.

Les cinq activités à la fin de cette partie ne sont qu'une introduction. Dans la partie III, vous trouverez quatre autres activités qui traitent de sujets plus concrètement en rapport avec les médias et l'éducation à la citoyenneté mondiale.

Comment utiliser ce matériel de formation

- ▶ La plupart des exercices, que caractérise la créativité, se prêtent à une approche souple et imaginative.
- ▶ Dans bien des cas, il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse/façon de faire.
- ▶ L'éducation aux médias est un processus: inutile de stresser si vous vous sentez un peu perdu à un moment donné, ou si, en commençant l'exercice, vous n'êtes pas sûr à 100 % de la façon dont il va se dérouler.
- ▶ Abordez chaque activité avec curiosité et légèreté.
- ▶ Au début, laissez au groupe l'espace et le temps nécessaires pour découvrir le matériel et se familiariser avec celui-ci.
- ▶ **Créez un espace sûr, empreint d'empathie, de tolérance et de respect.**

Tableau 1. Aspects qu'un formateur en éducation non formelle envisage généralement lors de la planification d'une session

Groupe cible	<ul style="list-style-type: none"> – Quels sont les parcours des participants ? – Quel est leur niveau de connaissance du sujet à l'étude ? – D'où vient leur motivation à se former sur tel ou tel sujet ?
But de la formation	<ul style="list-style-type: none"> – Quels sont les objectifs de l'apprentissage ? – Quelles sont les compétences que vous avez l'intention de renforcer ? – Les participants sont-ils censés mener des activités de suivi à la suite de la formation/l'atelier ? Si oui, de quel type ?
Sujets à traiter	<ul style="list-style-type: none"> – Quels sont les sujets pertinents eu égard au contexte dans lequel vous travaillez ? – Quels sujets répondent directement aux besoins des participants et de la communauté avec laquelle vous travaillez ?
Méthode employée	<ul style="list-style-type: none"> – Connaissez-vous la méthode que vous allez utiliser ? – Disposez-vous des connaissances et de l'expérience nécessaires pour savoir comment diriger le processus que vous allez mettre en œuvre ?

Tableau 2. Quelques méthodes couramment employées en éducation non formelle

Travail de groupe	Les activités impliquant des travaux de groupe et avec des projets peuvent être orientées vers des sujets en lien avec l'EM et/ou incluant des outils médiatiques, comme la production de contenus médiatiques (tels que des articles, des vidéos et des podcasts), ainsi que des campagnes médiatiques et d'information. Ces activités permettent d'ouvrir des discussions sur les sujets clés, d'en approfondir la compréhension par les participants et de renforcer leurs compétences numériques.
Pédagogie du théâtre	En tant que méthodologie très polyvalente, la pédagogie du théâtre, comme le « théâtre de l'opprimé », peut être exploitée dans le domaine de l'EM et inclure des sujets corrélés, par exemple : un travail sur les journalistes et les médias, pour comprendre leur point de vue, leur posture et leur position ; l'utilisation du théâtre d'images sur des sujets liés à l'EM et à l'ECM ; voire la réalisation d'une pièce de forum sur le sujet.
Autoréflexion	L'outil de l'autoréflexion peut être appliqué aux sujets en lien avec l'EM, soit en permettant la réflexion personnelle à travers un outil médiatique (par exemple, un billet de blog, un article d'actualité), soit par une réflexion des participants sur leurs habitudes personnelles de consommation des médias et de l'information.
Écriture créative Loesje	Loesje est un collectif mondial de personnes qui conçoivent des activités et des projets créatifs basés sur des valeurs humanistes et la solidarité. L'écriture créative Loesje est une méthode simple, amusante et efficace de travail en groupe, qui peut également être un bon moyen de produire du matériel à diffuser par le biais des médias et de campagnes d'information.
Apprentissage inversé	L'apprentissage inversé est une méthode qui bouscule totalement le processus traditionnel d'enseignement et d'apprentissage. Cette méthode invite les participants à se familiariser avec le sujet au préalable, par exemple en accomplissant une tâche donnée avant la formation proprement dite. Pendant la formation, l'intégralité du temps sert alors, non pas à découvrir le sujet avec l'aide du formateur, mais à discuter, réfléchir et compléter le travail sur le sujet. Cette méthode donne plus d'espace aux apprenants et réduit le risque d'une approche unidirectionnelle par le formateur. Il s'agit d'une méthode à utiliser lorsqu'on souhaite que les apprenants soient actifs et qu'ils approfondissent le sujet. Cette méthode peut être utilisée avec tous les sujets liés à l'EM dans le contexte de l'ECM, mais elle nécessite des sessions de formation régulières et un planning très structuré afin que le temps imparti soit optimisé et que les tâches prévues puissent être menées au préalable.
Apprentissage basé sur les problèmes (PBL)	L'idée centrale de la méthode PBL est de découpler la motivation de l'apprenant pour l'apprentissage. Dans sa forme originale, la méthode PBL nécessite de passer par un cycle spécifique. Pour les activités d'ECM, très variables d'un éducateur à l'autre, il est conseillé de l'adapter pour en tirer le meilleur profit. La méthode PBL est une approche centrée sur l'apprenant visant à concevoir une solution viable à un problème défini. Elle permet aux apprenants de mener des recherches, d'intégrer la théorie et la pratique et d'appliquer des connaissances et des compétences pour parvenir à des réponses et des solutions. Quelques caractéristiques de l'apprentissage participatif : <ul style="list-style-type: none"> ▶ Les apprenants sont responsables de leur propre apprentissage et se confrontent au problème, quelles que soient leurs connaissances et/ou leur expérience. La motivation s'accroît lorsque la responsabilité de la solution repose sur leurs épaules. ▶ Le problème présenté peut être mal structuré : une compétence essentielle développée chez l'apprenant par ce processus est la capacité à identifier le problème et à définir des paramètres pour la conception de la solution. ▶ Un large éventail de disciplines ou de sujets doit être intégré : les apprenants doivent apprendre à se souvenir d'informations engrangées à partir de sources diverses et à les appliquer. Des perspectives multiples permettent une compréhension plus approfondie des problèmes. ▶ La collaboration est essentielle. ▶ Les activités doivent concerner des problèmes réels. Le rôle du formateur est de faciliter le processus d'apprentissage (Walker et al., 2015).



Exercice 1: LES STATUES

Nombre de participants : 5 à 30

Tranche d'âge : 12 ans et plus

Durée : 20 à 30 min

Brève description

- À l'écoute d'un mot, les participants prennent la posture d'une statue pour traduire la façon dont ils comprennent le concept.

Objectifs et résultats

- Sensibiliser à la façon dont les médias travaillent.
- Favoriser la compréhension des concepts essentiels que recouvrent les médias et l'éducation aux médias.
- Examiner les notions clés relatives aux médias.

Méthodes

- Jeu de rôle.

Ressources et matériels

- Liste des termes relatifs aux médias : imprimez les termes suggérés ci-dessous ou dressez votre propre liste.
- Une pièce suffisamment grande pour que les participants puissent s'y déplacer aisément.

Préparatifs

- Sélectionnez les mots que vous allez utiliser pour l'activité (par exemple, médias, journaliste, informations, vérité, fait, médias de masse, télévision, réseaux sociaux, agenda médiatique, éditeur, blogueur, faiseur d'opinions, désinformation, stéréotype, parti pris).
- Adaptez le choix des termes et des concepts aux antécédents et aux centres d'intérêt des participants.

Déroulement

Échauffement

- Demandez aux participants de se déplacer librement dans la pièce, sans direction précise et à un rythme soutenu.

Exercice

- À un moment donné, lisez un mot de la liste et demandez aux participants de prendre immédiatement (sans trop réfléchir) une pose qui, selon eux, illustre au mieux ce mot (concept/idée/émotion/personne/acte). Ils doivent se tenir comme une statue : aucun mouvement, aucun son. Invitez-les à interpréter le mot à leur manière (il n'y a ni bonne ni mauvaise façon de faire) et à utiliser autant que possible tout leur corps, en particulier leur visage.
- Lorsque les participants ont choisi une posture, demandez-leur de la tenir quelques secondes et d'observer autour d'eux les autres statues (également immobiles). Vous pouvez aussi déclarer, par exemple, «Voici comment ce groupe comprend les médias» ou «Voici ce que signifient les médias pour ce groupe». Il est préférable que le groupe fasse cette partie de l'exercice en silence.
- Demandez ensuite aux participants de se déplacer dans la pièce pendant 10 à 20 secondes, puis passez à un nouveau mot. Si le groupe est motivé, après trois à cinq mots, vous remarquerez qu'il est prêt à passer à l'étape suivante.
- Après que les participants se sont figés dans une posture, choisissez une statue qui vous paraît intéressante et demandez-lui de rester immobile. Le reste du groupe est alors invité à se rassembler autour de la statue choisie.
- Demandez aux participants : «Que voyez-vous ? Que pensez-vous que cela signifie?» Facilitez la discussion en posant d'autres questions si besoin.
- Demandez à la «statue» de donner son avis sur les interprétations proposées. Par exemple : «Est-ce bien ce que tu voulais montrer ? Veux-tu ajouter quelque chose aux commentaires?»
- Vous pouvez répéter la procédure plusieurs fois, pour autant que le groupe soit motivé.

Final

- Invitez les participants à marcher pendant une petite minute et à se détendre, à revenir à leur identité et à se débarrasser physiquement des concepts incarnés.

Débriefing

Invitez les participants à s'asseoir en un large cercle pour le débriefing de l'activité, y compris leurs sentiments pendant celle-ci. Vous pouvez poser les questions suivantes ou inventer les vôtres :

- Vous souvenez-vous des mots que l'on vous a demandé de représenter par des postures de statue ?
- Y avait-il un mot dont vous aviez une compréhension commune ?
- Y avait-il un mot que les membres du groupe ont interprété de manière différente ?
- Comment pouvez-vous justifier les compréhensions similaires (le cas échéant) ?
- Qu'en est-il des compréhensions différentes ?
- Pouvez-vous définir les mots que nous avons utilisés dans l'activité ?
- En gardant à l'esprit ces définitions, pouvez-vous partager vos idées sur le fonctionnement des médias ?
- Pensez-vous que cela soit vrai partout dans le monde ?

Conseils pour les animateurs

- L'exercice fonctionne mieux s'il est fait en marchant, mais s'il n'y a pas assez de place, il peut se faire sans déplacement.
- Adaptez le tempo et les concepts que vous présentez au groupe, en commençant par les plus faciles, puis en poursuivant avec les notions les plus fondamentales.
- Essayez de sélectionner différents participants pour le «spectacle de statues».
- Vous pouvez choisir deux ou trois statues par sujet.
- Soyez prêt à expliquer le fonctionnement des médias et à définir les principaux termes utilisés dans l'activité.



Exercice 2 : LA DISCUSSION SILENCIEUSE

Nombre de participants : 5 à 30

Tranche d'âge : 12 ans et plus

Durée : 25 à 35 min

Brève description

- En partant de leur propre point de vue, les participants entament une discussion silencieuse et remettent en question leur perception des médias.

Objectifs et résultats

- Sensibiliser les participants au fonctionnement des médias.
- Parvenir à une compréhension des termes de base des médias et de l'éducation aux médias (EM).
- Favoriser une compréhension commune des concepts et des idées liés à l'éducation aux médias et à l'éducation à la citoyenneté mondiale (ECM).

Méthodes

- Réflexion individuelle.

Ressources et matériels

- Trois à six feuilles de papier A2 ou de tableau à feuilles mobiles.
- Un marqueur ou un stylo pour chaque participant.

Préparatifs

- En fonction de la taille du groupe, sélectionnez trois à six mots qui incarnent des sujets importants liés à l'EM et à l'ECM et notez chacun d'eux au milieu d'une feuille de papier en laissant un large espace vide. Quelques idées de mots possibles : médias, journaliste, nouvelles, vérité, fait, médias de masse, télévision, réseaux sociaux, agenda médiatique, rédacteur en chef, blogueur, faiseur d'opinions, désinformation, stéréotype, parti pris.
- Créez des îlots dans la salle en posant les feuilles au sol ou sur des tables, en laissant de l'espace autour de chaque feuille pour que plusieurs participants puissent s'en approcher.

Déroulement

Échauffement

- Aucun échauffement n'est nécessaire. C'est un bon exercice pour démarrer une session.

Exercice

- Présentez l'installation et demandez aux participants de se déplacer individuellement dans la pièce, en silence. Ils doivent :
 - s'approcher des feuilles, dans un ordre aléatoire, et y écrire ou dessiner toute association d'idées, commentaire ou question qui leur vient à l'esprit concernant le concept ou le sujet ;
 - commenter tout ce qui est écrit sur la feuille, c'est-à-dire le concept proposé, mais aussi les commentaires et les questions des participants ;
 - passer à la feuille suivante lorsqu'ils ont terminé.
- Au bout d'un certain temps, lorsque plusieurs idées ont été notées/dessinées, invitez les participants à revenir vers les feuilles déjà consultées pour voir s'il y a de nouveaux commentaires auxquels ils veulent réagir. Laissez-les poursuivre l'exercice pendant quelques minutes encore.

Final

- Lorsque les feuilles sont remplies d'observations ou que les participants ont l'impression d'avoir exprimé l'essentiel de ce qu'ils avaient à dire, invitez chacun à prendre un marqueur et à refaire le tour des feuilles, cette fois-ci en soulignant ce qui résonne en eux ou est pertinent pour eux sur chaque feuille. Cela peut être une phrase, un mot, un dessin, une question ou un commentaire dans son intégralité. Cela peut être 10 éléments sur une feuille, et aucun sur une autre ; tout dépend de leur appréciation.

Débriefing

Placez les feuilles au centre de la salle et invitez les participants à s'asseoir tout autour. Examinez chaque concept, un par un. Vous pouvez poser les questions suivantes ou inventer les vôtres :

- Quelle semble être la compréhension de ce sujet partagée par le plus grand nombre des participants ?
- Y a-t-il des commentaires sur les feuilles qui nécessitent une clarification ?
- Pouvez-vous imaginer des situations ou des circonstances dans lesquelles cette vision des concepts serait fautive ?

Conseils pour les animateurs

- Adaptez les concepts que vous présentez au groupe à ses antécédents et ses intérêts, ainsi qu'à l'objectif de la session.
- Incluez dans la liste des sujets spécifiques sur lesquels vous souhaitez vous concentrer et, lors du débriefing, reliez les sujets à d'autres exercices (voir Partie III : Approfondir).
- Mettez une musique de fond relaxante pendant la phase de travail individuel.
- Faites preuve de créativité (dessins, images, etc.) pour rendre les feuilles visuellement plus attrayantes et les sujets plus compréhensibles.



Exercice 3 : LA RECHERCHE D'IMAGES

Nombre de participants : 5 à 25

Tranche d'âge : 12 ans et plus

Durée : 25 à 35 min

Brève description

- Les participants bousculent leurs stéréotypes en développant une compréhension plus approfondie d'un sujet.

Objectifs et résultats

- Découvrir le fonctionnement des stéréotypes.
- Se procurer des outils cognitifs pour identifier et déconstruire les stéréotypes.

Méthodes

- Réflexion individuelle.
- Travail en binôme.
- Recherche sur internet.

Ressources et matériels

- Tableau à feuilles mobiles ou table/bureau.
- Feuilles de papier et stylos pour les participants.
- Dispositifs internet (smartphones, tablettes et/ou ordinateurs portables).

Préparatifs

- Assurez-vous que chacun ait un appareil connecté à portée de main.
- Définissez à l'avance le sujet sur lequel vous souhaitez travailler et faites des recherches préalables.

Déroulement

Échauffement

- Aucun échauffement n'est nécessaire. C'est un bon exercice pour démarrer une session.

Exercice

- Choisissez un terme sur lequel travailler. Un sujet d'actualité est préférable, c'est-à-dire un sujet très présent dans les médias au moment où vous proposez l'activité. Veillez toutefois à ce que le choix du sujet ne crée pas d'obstacle à l'apprentissage ; gardez à l'esprit les réactions émotionnelles potentielles.
- Demandez aux participants de travailler en petits groupes pendant quelques minutes et de noter tout ce qu'ils savent sur le sujet choisi.
- Utilisez un tableau à feuilles mobiles pour recueillir les contributions des participants et élaborer une définition commune du terme. Essayez de parvenir à une définition qui résume les contributions de la plupart des participants.
- Ensuite, invitez les participants (toujours en petits groupes) à rechercher en ligne le terme sur lequel ils travaillent, en cochant l'option « Images ». De nombreuses images apparaîtront à l'écran. Laissez-les vérifier et échanger brièvement au sein de leurs groupes.
- Demandez-leur s'ils observent des similitudes entre les images/photos qui apparaissent. Notez-les, le cas échéant. Demandez-leur de regarder attentivement et de prendre quelques notes. Posez les questions suivantes : « Quelles sont les valeurs promues dans cet article/cette image? », « Quelles valeurs sont fortement incarnées? » et « Quelles sont les valeurs les moins représentées? »
- Demandez aux participants de comparer leur compréhension initiale du terme à celle à laquelle ils sont parvenus grâce à leurs recherches en ligne. Puis, poursuivez la discussion en posant les questions ci-après :
 - Votre compréhension initiale et votre « nouvelle » compréhension sont-elles identiques ? En quoi différent-elles ? Pourquoi cette différence, selon vous ?
 - Pouvez-vous associer ce récit à un programme ou à un groupe d'intérêt spécifique ? Dans l'intérêt de qui cette interprétation est-elle véhiculée, et qui est lésé ou blâmé par cette vision ?
 - Y a-t-il un seul discours ou plusieurs ? S'il y a un discours dominant, existe-t-il des contre-discours ? Selon vous, qui contribue au discours dominant et qui contribue au contre-discours ?

Débriefing

- Faites un débriefing de l'exercice en posant aux participants les questions suivantes :
 - Qu'avez-vous découvert au cours de ce processus ?
 - Comment pouvez-vous le relier à vos vies ?
 - Y a-t-il un changement dans la façon dont vous allez consommer les médias ?
 - Pensez-vous que vous auriez obtenu des résultats de recherche différents dans d'autres endroits/pays du monde ? Pourquoi ?

Conseils pour les animateurs

- Recherchez les termes sur internet au préalable pour avoir une idée du résultat.
- N'abordez de sujets controversés que si vous savez comment gérer une discussion ouverte à leur sujet.
- Les participants peuvent aussi effectuer une recherche sur la base du critère « Tous » (et non « Images ») et analyser les 20 premiers résultats générés sans ouvrir les pages. Vous pouvez également leur demander de rechercher des vidéos ou d'utiliser des journaux.
- Vous pouvez suggérer l'utilisation de moteurs de recherche qui respectent davantage la vie privée et collectent moins de données sur l'utilisateur, comme Qwant ou DuckDuckGo (même si Google fournit plus de résultats).
- Après la discussion sur leur compréhension initiale de la question et celle favorisée par la recherche en ligne, vous pouvez présenter le « circumplex de Schwartz » (théorie des valeurs humaines fondamentales de Schwarz) qui montre que, lorsqu'une valeur a une forte importance, d'autres ont une importance plus faible, tandis que d'autres sont également renforcées.
- Après avoir compris comment cela fonctionne, vous pouvez approfondir l'exercice en demandant aux participants de travailler en groupes en utilisant le « circumplex » de Schwartz et en leur permettant de consulter d'autres journaux, magazines ou d'autres supports pour trouver un article et tenter de l'analyser sur la base de la théorie des valeurs.



Exercice 4 : LE THÉÂTRE DE MÉDIAS

Nombre de participants : 5 à 28

Tranche d'âge : 14 ans et plus

Durée : 120 min

Brève description

- Sur la base d'une méthodologie de création artistique développée par Augusto Boal, les participants explorent les médias de masse et leurs messages. Ce faisant, ils peuvent réfléchir aux représentations et aux stéréotypes véhiculés par les médias.

Objectifs et résultats

- Prendre conscience de nos stéréotypes et comprendre comment ils fonctionnent.
- Se procurer des outils cognitifs pour identifier les stéréotypes et les déconstruire.
- Sensibiliser aux effets des médias de masse sur nos opinions et sur notre façon de comprendre le monde.

Méthodes

- Travail de groupe.
- Jeu de rôle.

Ressources et matériels

- Beaucoup de journaux, magazines, dépliants promotionnels, etc. Plus il y en a et plus ils sont variés, mieux c'est.
- Des ciseaux, de la colle et une feuille A3 ou un tableau de papier par groupe.
- Accessoires pour la pièce (facultatif).

Préparatifs

- Chaque groupe doit disposer d'un espace suffisant pour travailler, soit sur une table, soit sur le sol.

Déroulement

- Répartissez les participants en groupes de cinq à sept personnes.
- Posez le matériel au sol et invitez les participants à s'asseoir tout autour (à même le sol).
- Expliquez aux participants qu'ils vont imaginer une pièce de théâtre basée sur ce qu'ils trouvent d'intéressant dans les journaux et magazines. Demandez-leur de découper dans les journaux ce qui fait sens pour eux, d'une manière ou d'une autre ou, si un sujet a été choisi pour la pièce, des extraits qui leur semblent pertinents. Il s'agit d'un jugement personnel ; il n'y a pas de bon ou de mauvais choix. En général, chaque participant effectue ce travail de son côté afin que, tous ensemble, ils puissent rassembler le plus grand nombre possible d'articles ou d'extraits.
- Lorsqu'ils ont rassemblé suffisamment de matière, invitez-les à l'organiser sur la feuille A3 ou le tableau de conférence. Certains liens apparaîtront – une chute, une réponse, une plaisanterie ou une contradiction. Lorsqu'une séquence leur plaît, ils peuvent coller les différents morceaux qui la composent sur la feuille.
- Invitez les participants à créer des dialogues à partir de ces morceaux choisis, à les enrichir de mouvements, puis à les jouer – et leur pièce est prête ! Ils peuvent se procurer des costumes, des accessoires et de la musique pour illustrer le message. Dans cette phase, ils peuvent également utiliser différentes techniques de lecture pour renforcer le message, comme l'exagération, l'ironie ou le tempo d'une chanson ou d'un discours. Enfin, ils peuvent réviser le texte et le compléter si nécessaire – mais ce n'est généralement pas le cas.
- Laissez-leur suffisamment de temps pour répéter. Conseillez-leur de ne pas trop parler de ce qu'ils feraient, mais plutôt de le faire, de voir comment ça se passe, puis d'apporter des modifications si nécessaire.
- À la fin, les groupes présentent leurs pièces. Ils peuvent s'ils le souhaitent inclure des participants d'autres groupes.

Débriefing

Débriefez l'exercice commençant par poser des questions aux spectateurs :

- Qu'est-ce que vous venez de voir ?
- Quel était le sujet de la pièce ?
- Pensez-vous que l'interprétation était juste et équilibrée ?
- Comment pouvez-vous faire le lien entre ce que vous venez de voir et votre vie ?

Ensuite, demandez au groupe qui a préparé la pièce de réagir aux commentaires :

- Quel était le message que vous vouliez faire passer ?
- Qu'avez-vous découvert en explorant les journaux ?
- Avez-vous remarqué des différences ou des similitudes entre les journaux ? Pourquoi ? En quoi cela change-t-il votre compréhension des histoires ?

Conseils pour les animateurs

- Aidez le groupe à se mettre d'accord sur un thème de travail avant de passer à l'exercice.
- Si vous avez un peu plus de temps, travaillez avec le groupe sur l'esthétique de la pièce (c'est-à-dire les costumes, la musique et le décor).
- Notez qu'en sélectionnant un type donné de journaux et de magazines, vous orientez l'exercice d'une certaine manière.



Exercice 5 : HÉ, TOI LÀ !

Nombre de participants : 12 à 60

Tranche d'âge : 14 ans et plus

Durée : 20 à 30 min

Brève description

- Il s'agit d'une activité d'apprentissage expérientielle liée à la compréhension des médias. Elle traite de la convergence du pouvoir et de la domination, et illustre certains concepts fondamentaux de la psychologie et de la sociologie utilisés dans les médias.

Objectifs et résultats

- Comprendre et expérimenter le fonctionnement des mécanismes psychologiques associés aux médias de masse.
- Sensibiliser aux relations entre le pouvoir et les effets des médias de masse.

Méthodes

- Exercice d'art dramatique.

Ressources et matériels

- Un espace suffisant pour que le groupe puisse se déplacer.
- Une chaise ou un autre support (une boîte, une marche, un trottoir ou un muret) sur lequel une personne peut se tenir debout.

Préparatifs

- Préparez-vous à poser une chaise au sol lorsque la partie « Exécution » commence.

Déroulement

Échauffement

Il est bon de s'échauffer avant l'exercice. Marcher, adopter différentes postures et styles de marche (par exemple, avec un air heureux, paresseux ou pressé) ou tout autre échauffement du corps et/ou de la voix est particulièrement pertinent.

Exercice

Mise en place

- Demandez aux participants de marcher dans la pièce à un rythme soutenu, en changeant souvent de direction.
- Sélectionnez un point de votre choix dans la salle et demandez aux participants de crier « HÉ ! » tous en même temps, lorsque vous tapez dans les mains ou dites « MAINTENANT ! » Répétez l'opération plusieurs fois.
- Demandez aux participants de choisir un autre coin de la pièce et, à votre signal, de crier « TOI ! » lorsque vous pointez cet endroit du doigt. Après quelques essais, ajoutez un troisième point et demandez-leur de crier « LÀ ! » lorsque vous désignez cet endroit. Essayez plusieurs fois et mélangez les trois : « HÉ ! », « TOI ! » et « LÀ ! ».
- Laissez les participants essayer plusieurs fois. Encouragez-les à utiliser tout leur corps pour désigner un endroit et toute leur énergie pour crier. Laissez-les échauffer leur voix progressivement pour atteindre un volume sonore plus élevé.

Exécution

- Placez une chaise sur le sol et demandez à un volontaire du groupe de s'y tenir debout.
- Demandez aux participants de se déplacer à nouveau librement dans la pièce et, à votre signal, de montrer la personne sur la chaise en criant « HÉ, TOI LÀ ! ».
- Vérifiez si le volontaire va bien – parfois, cela peut déclencher des réactions assez fortes.
- Invitez d'autres volontaires à monter à leur tour sur la chaise (mais ne les poussez pas à le faire).

Final

- Après avoir répété l'exercice un certain nombre de fois avec plusieurs participants, demandez-leur de se déplacer à nouveau librement et de se débarrasser de cette expérience.

Débriefing

Le débriefing de cette activité est particulièrement important pour permettre aux participants d'avoir un bon aperçu des mécanismes psychologiques des médias de masse.

Invitez les participants à s'asseoir en cercle (au sol ou sur des chaises) et posez-leur les questions ci-après, ou des questions similaires :

- Comment s'est déroulée l'activité ? Comment vous êtes-vous senti dans la foule ? Et sur la chaise ?
- Avez-vous remarqué quelque chose de spécial que vous souhaitez partager avec le groupe ?
- Était-ce différent de crier en groupe que de faire la même chose seul ? En quoi était-ce différent ?
- Le groupe a-t-il eu un effet sur votre comportement ? Pensez-vous que vous auriez fait la même chose seul-e ? En quoi était-ce différent ?
- Voyez-vous des liens entre cet exercice et la société en général, notamment en ce qui concerne l'éducation aux médias et l'éducation à la citoyenneté mondiale ?

Conseils pour les animateurs

- Utiliser le volume sonore de votre voix et le langage corporel pour encourager et influencer le groupe.
- Cet exercice peut s'avérer très puissant. Efforcez-vous de connaître le groupe avant de le pratiquer.



Approfondir

Maintenant que vous avez éveillé la curiosité de vos participants à l'éducation aux médias (EM), vous pouvez explorer avec eux certains sujets en lien avec l'EM présentant une pertinence toute particulière pour l'éducation à la citoyenneté mondiale, dont voici les intitulés :

1. la manipulation d'informations ;
2. les algorithmes de recherche et ma vision du monde ;
3. la participation responsable ;
4. l'empreinte numérique.

Dans cette section, chacun des quatre sujets est traité selon le schéma ci-dessous :

- ▶ Pour commencer, une **fiche d'information** contenant diverses données qui pourront vous être utiles pour mener à bien l'activité et son débriefing.

- ▶ Ensuite, des boîtes à outils – « **comment faire** », « **que faire** » et « **pourquoi** » – où vous trouverez des éléments d'information pratiques. L'éducation aux médias ne doit pas seulement viser à susciter l'esprit critique et la prise de conscience des participants, mais aussi à leur apporter des outils pratiques à exploiter au quotidien.
- ▶ Puis, une **activité** originale de longue durée (généralement entre deux et quatre heures), qui a pour objectif de favoriser chez les participants le processus d'assimilation des connaissances sur le sujet spécifique traité.
- ▶ Suivent des **suggestions d'activités complémentaires** et de questions pour catalyser la réflexion critique sur l'EM. Vous pourrez les exploiter pour votre propre apprentissage, pour lancer des discussions lors d'une session de formation, voire en guise de brèves activités.
- ▶ Enfin, vous trouverez des **ressources** diverses pour compléter vos connaissances.

1. La manipulation d'informations

FICHE D'INFORMATION : Faire face à la crise de l'information

Ce que nous appelons généralement les « fake news » (fausses informations) peuvent aller de « l'erreur de bonne foi » au mensonge qui peut avoir des conséquences préjudiciables. Le Conseil de l'Europe propose par exemple de classer les informations trompeuses en trois catégories :

- La mésinformation, qui correspond à la diffusion d'une information fautive, sans intention de nuire.
- La désinformation, qui correspond à la diffusion délibérée d'une information fautive, dans l'intention de nuire.
- L'information malveillante, qui correspond à la diffusion d'une information vraie dans l'intention de nuire, généralement en divulguant des éléments censés rester confidentiels.

(Wardle *et al.*, 2017 : 5)

En tant qu'éducateur à la citoyenneté mondiale, vous devez également aborder la question des désordres de l'information. Un citoyen du monde responsable doit être conscient des différentes facettes du problème des « fake news » et accroître sa capacité à lutter contre la désinformation dans sa vie quotidienne.

En explorant le sujet de la crise de l'information, vous pourriez essayer d'établir des connexions entre les niveaux local et mondial de ce phénomène et ses répercussions. Tentez également de garder à l'esprit le lien entre les événements passés et contemporains.

La diffusion de fausses nouvelles était une pratique courante au début de l'histoire du journalisme. Ainsi, les « fake news » faisaient partie de la ligne éditoriale du **journalisme jaune** (*yellow journalism*), un terme inventé à la fin du XIX^e siècle aux États-Unis. Cette forme de journalisme se caractérisait par des pratiques contraires à l'éthique, la publication de reportages insuffisamment documentés et des titres accrocheurs, dans le seul but d'augmenter les profits. Le journalisme jaune s'apparentait à ce que nous appelons aujourd'hui plus communément le sensationnalisme.

L'utilisation d'informations trompeuses renvoie aussi à la **propagande** politique, phénomène que Taylor décrit comme « l'ennemi de la pensée indépendante et un manipulateur intrusif et indésirable de la libre circulation des informations et des idées dans la quête de l'humanité pour « la paix et la vérité ». C'est donc une pratique à laquelle les démocraties, en tous cas, ne devraient pas s'adonner » (Taylor, 2003 : 1).

Une autre pratique assez courante, souvent associée aux « fake news », est celle des **photos fabriquées** et de la manipulation d'images, ou des photos dites truquées. De telles photos ont ainsi été utilisées pour la propagande d'État dans le but de manipuler l'opinion publique, mais aussi par des photojournalistes alors considérés comme indépendants. S'est alors posée la question de savoir si certaines photos emblématiques avaient été mises en scène ou non ; c'est le cas de la photo de la mort d'un soldat pendant la guerre civile espagnole prise par le célèbre photojournaliste Robert Capa, ou encore de la photo de l'élévation d'un drapeau au Mont Suribachi, que l'on doit à Joe Rosenthal.





Précisions que ce qui vient d'être dit à propos de la photographie pourrait également s'appliquer à la télévision.

Il existe plusieurs exemples contemporains de photos fabriquées. Choisissez-en quelques-uns qui vous sont proches (géographiquement, culturellement ou émotionnellement parlant), et analysez-les en fonction des répercussions qu'ils ont eues dans la société et de ce qui aurait pu être fait pour empêcher leur diffusion. Voici deux exemples pour commencer :

Le conflit du Tigré en Éthiopie suscite la diffusion de fausses informations

Alors que le gouvernement éthiopien mène une offensive militaire dans le nord de la région du Tigré, des individus en profitent pour diffuser des informations erronées en ligne. Il s'agit notamment de documents sans rapport direct avec le conflit ou, parfois, qui ont été manipulés pour tromper.

Dans *BBC News* (11 novembre 2020)

De fausses affirmations et des images trompeuses pour la promotion d'une campagne de financement participatif en faveur d'un « centre de villégiature écologique » (qui a permis de recueillir plus de 60 000 \$)

Un centre de villégiature écologique sur le point d'ouvrir ses portes, et pour lequel les propriétaires ont recueilli plus de 60 000 \$, n'est en réalité guère plus qu'un terrain vague en Colombie-Britannique. Quant à l'autobus transformé qui apparaît sur les images promotionnelles, il aurait tout simplement été photographié dans une cour à Langley.

Dans *CBC Canada* (24 novembre 2020)

De nos jours, les citoyens sont confrontés à une **surabondance d'informations et de données sans précédent**. Le problème ne consiste plus à accéder à l'information, mais à apprendre à naviguer dans ce trop-plein d'informations et à se protéger (Potter, 2011). L'un des principaux dangers auquel de nombreuses personnes sont exposées est le **profilage**, que le Conseil de l'Europe (2010) définit comme « une technique de traitement automatisé des données qui consiste à appliquer un 'profil' à une personne physique, notamment afin de prendre des décisions à son sujet ou d'analyser ou de prévoir ses préférences, comportements et attitudes personnels » (*Recommandation CM/Rec(2010)13* du Comité des Ministres aux États membres sur la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel dans le cadre du profilage).

La collecte déguisée de données à caractère personnel et le **profilage** qui en découle constituent aujourd'hui un problème majeur. Et, dans ce flux accru d'informations, il y a de fait une quantité substantielle de données préjudiciables. Les questions de désinformation, de manipulation, de vérité et de confiance sont sous les feux de la rampe. Certains chercheurs parlent de « pollution de l'information » à l'échelle mondiale (Wardle *et al.*, 2017).

« **L'ère de la post-vérité** », ou « la politique de la post-vérité », est une autre expression qui a gagné en popularité ces dernières années et qui est généralement associée à la crise de l'information. Mais là encore, bien qu'il ne s'agisse pas d'un concept nouveau, l'utilisation de cette expression s'est immensément développée ces

dernières années (OxfordLanguages, 2016). Dans un débat post-vérité, le poids des émotions et des croyances personnelles éclipsent les faits et l'objectivité (Polizzi, 2017). Bien qu'internet ne soit pas la cause en soi d'un tel phénomène, « il multiplie les possibilités de produire et de consommer de la désinformation » (Polizzi, 2017).

Dans le même temps, la **confiance** dans les médias est en chute libre. Cette défiance est la deuxième raison majeure pour laquelle les individus évitent de consommer des informations, la première étant l'impact négatif des informations sur leur humeur (Newman et al., 2017). Cette attitude peut avoir pour conséquence un corps électoral non informé ou mal informé. Il peut aussi y avoir une relation entre **l'évitement des informations** et divers autres facteurs politiques et sociaux. Dans ces conditions, il est probable que les pays aujourd'hui concernés par des taux élevés d'évitement ne soient pas les mêmes demain.

Les deux phénomènes que sont la défiance envers les médias et l'évitement des informations peuvent également être liés à un autre concept : **la polarisation**. Dans le contexte politique, la polarisation fait référence aux divisions de l'opinion publique, qui peuvent aller jusqu'à des extrêmes.

Enfin, l'évitement est en relation avec un autre concept important : **l'exposition fortuite aux informations**. L'exposition fortuite signifie que l'on est exposé à l'information sans la rechercher, par exemple lorsqu'un ami partage un article sur nos réseaux sociaux.

De nombreuses personnes et institutions ont plaidé en faveur de l'EM comme un élément de solution pour lutter contre les désordres de l'information. Mais, si le renforcement de la capacité des individus à évaluer l'information peut les aider à devenir de meilleurs chiens de garde (utilisateurs-producteurs), certains universitaires s'interrogent sur une éventuelle conséquence négative (Boyd, 2018) : un débat en cours dans le domaine des études sur l'EM concerne la façon dont la diffusion de l'EM pourrait certes accroître un **scepticisme sain** mais, parallèlement, le **cynisme** et la **méfiance** envers les médias. En tant que multiplicateur de l'EM, il est donc important de ne pas adopter une approche négative envers les contenus médiatiques.

COMMENT... réagir à la crise de l'information ?

Face à la crise de l'information, diverses mesures sont envisageables, et ces mesures seront différentes selon les acteurs. Alors, que pouvons-nous faire ? Au niveau individuel, nous sommes à la fois producteurs et récepteurs de messages médiatiques. En tant que producteurs, nous pouvons agir à plusieurs niveaux : depuis le simple partage d'une information jusqu'à la production et la diffusion d'un message. Nous avons au minimum la responsabilité morale de ce que nous partageons. Une personne éduquée aux médias doit évaluer le message avant de le partager, afin d'éviter de propager des rumeurs, des cyberintimidations, des contenus haineux, etc. Pour ce faire, il est important de comprendre comment ce message a été construit. Cependant, devenir une personne plus éduquée aux médias implique aussi une prise de conscience éthique et émotionnelle. Lorsque nous partageons un message, nous devons non seulement évaluer sa crédibilité et son sérieux, mais aussi son contenu et ses effets. Par conséquent, à propos de ce qu'il est possible de faire pour remédier aux désordres de l'information, plusieurs types d'actions sont envisageables, telles celles-ci (voir [The Trust Project](#)) :

Meilleures pratiques : Quelles sont vos normes ? Qui finance le média ? Quelle est la mission du média ? À contrôler également, ses engagements en matière d'éthique, de diversité des voix représentées, d'exactitude, de correction et autres normes.

Expertise de l'auteur-e/du/de la journaliste : Qui a fait cela ? Renseignements sur le/la journaliste, y compris sa spécialité, et sur d'autres articles sur lesquels il/elle a travaillé.

Type de travail : De quoi s'agit-il ? Labels pour distinguer les contenus d'opinion, d'analyse et de publicité (ou de parrainage) des reportages d'information.

Citations et références : Pour les reportages d'investigation ou de fond, accès aux sources qui sous-tendent les faits et les affirmations.

Méthodes : Également, pour les articles de fond, des informations sur les raisons pour lesquelles les journalistes ont choisi de traiter un sujet et comment ils ont procédé.

Sources locales : Indiquez si le reportage a une origine locale ou s'il a bénéficié d'une expertise locale. Le reportage a-t-il été réalisé sur place, avec une connaissance approfondie de la situation ou de la communauté locale ?

Voix représentées : Les efforts et l'engagement d'une salle de rédaction pour introduire des perspectives diverses. Les lecteurs peuvent noter l'absence de certaines voix, ethnies ou convictions politiques.

Exploitation des commentaires des utilisateurs : Ce que le site fait pour vous impliquer dans la définition des priorités de couverture, les bonnes questions à poser et les réponses à trouver, les comptes à demander aux personnes et institutions puissantes et la garantie de l'exactitude. Pouvez-vous fournir des commentaires susceptibles de provoquer, de modifier ou d'étoffer un article ?

Activité 1 : La manipulation d'informations

Nombre de participants : 10 à 20

Tranche d'âge : 15 ans et plus

Durée : 3 à 4 heures (selon le nombre de participants)

Brève description

- Les participants explorent la notion de « crise de l'information »/ « désordres de l'information » et font l'expérience de la production d'une information très controversée par le biais d'un jeu de rôle.

Résultats attendus

- Sensibiliser aux méthodes utilisées pour produire de la propagande et de la manipulation.
- Encourager l'évaluation critique des informations provenant des médias.

Méthodes

- Travail de groupe.
- Jeu de rôle.

Ressources et matériels

- Document à distribuer (Activité 1).
- Stylos et papier.

Préparatifs

- Imprimez les documents à l'avance.
- Lorsque vous travaillez en groupes, faites en sorte qu'ils soient suffisamment éloignés les uns des autres afin qu'ils ne s'entendent pas.
- À la fin, organisez la salle pour la présentation de la pièce et la discussion en plénière.

Déroulement

- Formez des groupes d'environ cinq participants.
- Répartissez les rôles entre les membres de chaque groupe (homme/femme politique, assistant-e du ministre, attaché-e de presse, journaliste, membre du public).
- Le rôle de l'homme/de la femme politique et de l'attaché-e de presse est de produire des fausses nouvelles convaincantes et d'augmenter le nombre de partisans. Le rôle du/de la journaliste est de démystifier ces fausses nouvelles.
- Remettez un polycopié à chaque groupe.
- Donnez aux groupes entre une et deux heures pour effectuer cette tâche. Vous devrez surveiller ce qui se passe dans chaque groupe.
- Sur la base du jeu de rôle, les participants élaborent ensuite le contenu narratif, produisent une courte pièce de désinformation/désinformation/information malveillante qu'ils devront présenter en plénière.
- Donnez à chaque groupe 5 à 10 minutes pour présenter sa pièce en plénière.
- Animez une discussion de 30 minutes en plénière après les présentations. Voici quelques questions qui peuvent vous inspirer : qu'est-ce que les « fake news » ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Pourquoi sont-elles produites ? Comment peut-on les déconstruire ? Comment pouvons-nous réellement distinguer les informations exactes des fausses ? Pourquoi les gens manipulent-ils les informations ? Qui le décide ? Qui profite de la manipulation des informations ? Quel genre de questions poseriez-vous pour savoir si l'information est exacte ou fausse ?

Débriefing

Invitez les participants à s'asseoir tous ensemble pour discuter de l'activité. Les questions suivantes peuvent servir de fil directeur :

- Était-il facile de produire ce type d'information ? Pourquoi ?
- Pourquoi les gens manipulent-ils les informations ? Qui le décide ? Qui en profite ?
- Qu'entendez-vous par « crise de l'information » / « désordres de l'information » ?
- Comment définiriez-vous les concepts de « désinformation », « mésinformation » et « information malveillante » ?
- Qu'est-ce qui distingue ces concepts ?
- Cette activité était-elle importante pour apprendre à produire un document d'information ?
- Comment déconstruire un élément d'information ?
- Qu'entendez-vous par analyse critique des messages médiatiques ?

Conseils pour les animateurs

- Vous pouvez utiliser ce document ou en créer un vous-même, avec une narration différente, en abordant un sujet différent et en adaptant cet exercice aux besoins spécifiques de votre session. Par exemple, au lieu d'une histoire sur l'environnement, vous pouvez explorer une histoire sur les réfugiés ou les minorités.
- Vérifiez si les participants ont compris l'exercice, comment progresse la préparation de la pièce et, si nécessaire, stimulez leur esprit critique et leur créativité.
- Consultez l'encadré « COMMENT ... réagir à la crise de l'information ? » (page 33) pour enrichir la discussion finale.

Document à distribuer pour l'activité 1 : La manipulation d'informations

Cher groupe,

Dans cette activité, vous explorerez à travers un jeu de rôle la notion de « crise de l'information » / « désordres de l'information » et la façon dont la désinformation, la mésinformation et les informations malveillantes sont produites. L'objectif de cette activité est de vous sensibiliser aux méthodes utilisées pour produire de la propagande et de la manipulation.

Voici quelques éléments de réflexion. Les « fake news » sont un concept très complexe, et la plupart des experts préfèrent utiliser d'autres termes. Le Conseil de l'Europe utilise l'expression « crise de l'information » / « désordres de l'information » comme un terme générique qui renvoie à trois concepts différents :

Mésinformation – diffusion d'une information fautive, sans intention de nuire

Désinformation – diffusion délibérée d'une information fautive, dans l'intention de nuire

Information malveillante – diffusion d'une information basée sur la réalité dans l'intention de nuire

En gardant ces nuances à l'esprit, nous vous invitons à noter sur cinq morceaux de papier le rôle que vous allez jouer, que voici :

Les rôles

1. Attaché-e de presse
2. Ministre de l'Environnement
3. Assistant-e du ministre de l'Environnement
4. Journaliste
5. Membre du public

Si votre groupe compte plus de cinq personnes, vous pouvez également ajouter ou multiplier certains rôles : militants d'une ONG environnementale, membres du public ou attachés de presse.

L'intrigue

Les élections parlementaires approchent. Un nouveau sondage vient d'être publié. Le niveau de sympathie du gouvernement actuel est au plus bas. Une série d'incidents dans plusieurs cabinets ministériels est à l'origine de cette baisse de popularité. Et, alors que le/la ministre de l'Environnement discute de ce problème avec son attaché-e de presse, l'assistant-e arrive avec un autre problème. L'analyse de l'eau de la principale rivière du pays a mis en évidence des niveaux de contamination trop élevés : l'eau n'est pas potable et, à terme, elle peut provoquer des cancers. Elle doit être bouillie avant d'être utilisée pour la cuisine. Les scientifiques du laboratoire expliquent que la cause de cette contamination se situe au niveau de la station de traitement des eaux, qui est propriété de l'État. Les résultats de cette analyse ne sont connus que du laboratoire et du cabinet. Le règlement intérieur du laboratoire ne permet pas aux scientifiques de faire de commentaires publics.

Le/la ministre devrait donc avoir un contrôle total sur la manière, le moment et l'opportunité de diffuser cette information. Mais le/la ministre ne peut pas se permettre un autre scandale ; il/elle décide donc de garder le secret. Cependant, un-e journaliste contacte l'attaché-e de presse et lui demande quand les résultats seront communiqués à la presse. L'attaché-e de presse répond au/à la ministre qu'il/elle devra publier une déclaration pour éloigner les journalistes. L'assistant-e du ministre et l'attaché-e de presse insistent sur le fait que le/la ministre n'est pas obligé-e de dire la vérité à ce sujet. Ensemble, les trois doivent décider de l'histoire qu'ils vont publier. Pour eux, à ce moment-là, il est plus important de maintenir leur cote de popularité que de dire toute la vérité.

Que disent-ils à la presse ?

Comment le/la journaliste va-t-il/elle réagir au communiqué de presse ?

Comment le public va-t-il réagir au communiqué de presse ? Comment le communiqué de presse va-t-il affecter les niveaux de sympathie pour le gouvernement ?

Vous disposez d'une heure pour décider de la manière dont vous allez faire votre déclaration (par exemple, avec un communiqué de presse formel, via les réseaux sociaux, une conférence de presse) et du contenu de cette déclaration (et la rédiger). Ensuite, faites un test préalable au sein de votre groupe (avec le/la journaliste et le membre du public).

Après le déjeuner, vous présenterez cette activité en plénière et testerez l'impact du communiqué de presse sur tous vos collègues, comme s'ils étaient tous des membres du public.

Pendant que vous y êtes, vous pouvez réfléchir à d'autres questions :

Qu'est-ce que les « fake news » ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Pourquoi sont-elles produites ? Comment peut-on les démanteler ? Comment distinguer les informations exactes des fausses ? Pourquoi les gens manipulent-ils les informations ? Qui le décide ? Qui profite de la manipulation des informations ? Quel genre de questions poseriez-vous pour savoir si l'information est exacte ? Où pouvez-vous trouver de l'aide à ce sujet ?

Bonne chance !



Suggestions d'activités complémentaires

- ▶ Avez-vous en tête des exemples de la diffusion mondiale de « fake news » qui ont affecté votre communauté locale et/ou, inversement, de « fake news » locales qui ont pu avoir un impact mondial ?
- ▶ Quels types de tabloïds sont présents dans votre pays ? Comment ces journaux contribuent-ils, ou non, à la propagation de rumeurs et de fausses informations ?
- ▶ Ces dernières années, des allégations au sujet de groupes politiques essayant d'influer sur l'opinion publique ont couru dans plusieurs pays. Pouvez-vous donner des exemples spécifiques de ce genre ? Diriez-vous qu'il s'agit de propagande ?
- ▶ Observez les journaux et les sites web. Prêtez une attention particulière à la façon dont les images sont cadrées et réfléchissez à la façon dont le cadrage influence votre perspective de l'événement couvert.
- ▶ Choisissez un extrait d'un talk-show télévisé comique sur une question d'actualité et un extrait d'un journal télévisé sur la même question, puis comparez et commentez les deux approches en termes de crédibilité, d'impartialité, d'indépendance, de sources utilisées, etc. Présentez au groupe un seul

des deux extraits sélectionnés, par exemple l'extrait satirique, et demandez-leur de créer l'autre, par exemple l'extrait journalistique. Comparez le travail des participants avec les extraits « professionnels » et demandez-leur, tous assis en cercle, de discuter des différences.

- ▶ Dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale, vous pouvez aider les gens à élargir leur vision du problème de l'information en leur faisant mieux appréhender les flux d'information.
- ▶ Quel type de relation les membres de votre communauté locale entretiennent-ils avec les informations ? Jugent-ils généralement les nouvelles crédibles ou non ? Sont-ils fatigués des informations ? Apprécient-ils toujours le travail des journalistes ?



Pour compléter vos connaissances

Rapport : Rapport de la Commission européenne (2018), « A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and online disinformation »

Rapport : Rapport du Conseil de l'Europe (2017), « Les désordres de l'information : Vers un cadre interdisciplinaire pour la recherche et l'élaboration des politiques »

Rapport : Cartographie des pratiques et des activités d'éducation aux médias dans l'UE-28

Infographie : European Association of Viewers Interests, Infographic: beyond fake news – 10 types of misleading news

Liste de sites de vérification de faits : <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>

Des jeux numériques pour apprendre comment les fake news sont produites : <https://www.getbadnews.com/#intro>

Plateforme numérique éducative sur la vérification des informations : <https://checkology.org/>

Considérations éthiques sur l'utilisation des images et des messages dans le contexte du travail des ONG : https://nonprofit.xarxanet.org/news/ethics-using-images-humanitarian-aid-ngos_

Considérations éthiques sur les nouvelles : Ethical Journalism Network, <http://ethicaljournalismnetwork.org>

2. Les algorithmes de recherche et ma vision du monde

FICHE D'INFORMATION : Élever notre perception – savoir et croyance

Une maîtrise renforcée des médias implique une meilleure compréhension de la façon dont les messages médiatiques sont produits, mais aussi de la façon dont les gens les internalisent. « Afin de survivre dans une culture saturée d'informations, nous mettons notre esprit en « **pilotage automatique** » pour nous protéger du flot de messages qui nous submerge en permanence. Le danger de ce traitement automatique des messages est qu'il donne aux médias la possibilité de conditionner nos mécanismes de pensée » (Potter, 2011 : 3) car, « alors que nous nous exposons à de plus en plus de messages, l'attention que nous y prêtons diminue. Compte tenu de cette faible concentration, cette exposition accrue n'est pas synonyme d'apprentissage » (Potter, 2011 : 8).

Biais de confirmation et exposition sélective

Un aspect important de la façon dont nous internalisons les messages des médias est ce que l'on appelle le « **biais de confirmation** ». Le biais de confirmation fait référence à la tendance qu'ont la plupart des gens à rechercher, à favoriser et à mémoriser l'information qui correspond à leurs croyances antérieures. Nous avons tendance à interpréter l'information que nous lisons avec partialité, en privilégiant le raisonnement conforme à nos croyances préexistantes.

Le biais de confirmation est lié à une autre théorie clé sur la manière dont les messages médiatiques sont internalisés : « **l'exposition sélective** ». L'exposition sélective décrit la manière dont nous préférons nous exposer à des informations renforçant nos propres croyances et éviter celles qui s'y opposent. Même si le rôle des médias ne consiste peut-être pas à changer les attitudes, les médias peuvent, à l'inverse, finir par renforcer les croyances des individus : c'est ainsi qu'un partisan de la droite va acheter un journal de droite, mais pas un journal de gauche (ou vice-versa).

Mais quelle est l'explication de ce phénomène ? Si l'on se réfère à la synthèse de Stroud (2017), les chercheurs expliquent l'exposition sélective par cinq raisons majeures :

1. Elle permet de réduire la « dissonance cognitive » générée par des positionnements différents.
2. Elle se traduit par des efforts ciblés pour parvenir à la conclusion que nous recherchons.
3. Le choix d'informations consonantes est plus facile et demande moins d'efforts.
4. Notre humeur et nos émotions influent également sur notre recherche d'informations.
5. Notre tendance à penser que les informations consonantes sont de meilleure qualité ; et, comme nous sommes en quête de qualité, nous sommes plus enclins à consommer des informations qui reflètent un même positionnement que le nôtre.

Chambres d'écho, exposition accidentelle et bulles de filtres

La théorie de l'exposition sélective date de 1940, mais avec les médias numériques et les réseaux sociaux, elle a pris une autre dimension. Au début, internet était considéré comme un média ouvert qui nous exposerait à un plus large éventail d'idées et de personnes. Au fur et à mesure que les algorithmes de recherche se sont affinés, en fonction du public cible, de nouvelles préoccupations sont apparues. Les informations récupérées par le biais d'un navigateur de recherche – par exemple, Google, Facebook ou Twitter – peuvent venir conforter les croyances préexistantes. En conséquence, internet et les réseaux sociaux tendent désormais à fonctionner comme des **chambres d'écho** qui renforcent le biais de confirmation de chacun, nous gardant enfermés dans nos positionnements. L'optimisation des moteurs de recherche, la personnalisation des algorithmes de recherche et des réseaux sociaux ont pour but de mettre à notre disposition les liens, les personnes, les informations qui, selon eux, nous intéressent le plus. En ce sens, internet, au lieu d'élargir le débat mondial, peut produire l'effet inverse.

Dans le paradigme actuel du web, nous sommes le plus souvent **exposés de manière fortuite** à des informations partagées par nos amis ou générées par des algorithmes basés sur nos propres préférences et notre historique de recherche, et moins par des sources aléatoires. De ce fait, nous risquons d'être exposés aux seules informations sélectionnées par une bulle de filtres, et de nous retrouver dans un état d'isolement venant renforcer notre propre vision du monde en écartant souvent des perspectives et des approches autres. Certains phénomènes – tels que les stéréotypes, le discours de haine, l'extrémisme ou la cyberintimidation – peuvent alors se trouver amplifiés par une exposition à des personnes partageant les mêmes idées.

Il faut donc impérativement prendre conscience de la différence entre savoir et croyance. Il arrive en effet que la désinformation serve à modifier la perception des individus sur des sujets scientifiques. Le modèle de croyance de la porte d'entrée (*gateway belief model*) est la théorie qui explique comment la désinformation est utilisée pour modifier la perception d'une personne en créant le doute en elle. À titre d'exemple, on peut citer deux polémiques – les vaccins et le changement climatique – qui, même si elles portent sur des sujets étayés par de solides preuves scientifiques, provoquent encore les remises en question de nombreux individus.

Stéréotypes, préjugés et information perçue

D'un point de vue purement psychologique, le **stéréotype** est un mécanisme qui aide les êtres humains à économiser leurs énergies cognitives et à comprendre des situations inconnues en présupposant que des éléments similaires ont des caractéristiques similaires. La [Stratégie du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes](#) définit les stéréotypes de genre comme des clichés ou des idées préconçues en fonction desquels les individus sont divisés en catégories particulières, définies généralement comme « femmes » et « hommes ». On peut en dire autant de la race, de la nationalité et d'autres caractéristiques de différenciation.

Par exemple, nous apprenons que les aliments avariés ont un goût particulier. Même si nous ne connaissons pas le goût spécifique de chaque aliment avarié, nous présupposons une similarité. Il en va de même pour les préjugés, qui sont essentiellement des inclinaisons ou des opinions personnelles pour ou contre certaines idées ou actes, sur la base de nos expériences personnelles. Si les gens savaient qu'à chaque fois qu'ils sortent sous la pluie, ils risquent de tomber malades, ils auraient un **a priori** contre le fait de sortir lorsqu'il pleut. Ainsi, les mécanismes psychologiques des stéréotypes et des préjugés sont des mécanismes cognitifs essentiels très utiles pour nous aider dans nos interactions avec le monde.

Aujourd'hui, alors que nous vivons dans un environnement complexe et sophistiqué, nos mécanismes psychologiques essentiels peuvent s'embrouiller et nous desservir dans notre compréhension de la société et nos interactions, causant petits et grands problèmes. Pourtant, ces mécanismes ne vont pas disparaître. L'objectif est donc d'en prendre conscience, en nous et chez les autres, y compris chez ceux qui ont produit ou influencé les contenus auxquels nous sommes exposés, afin de parvenir à une compréhension plus fine et plus complète. Nous devons garder présent à l'esprit que les stéréotypes fonctionnent sur la base de probabilités : une araignée peut être venimeuse ou non, mais toutes les araignées ne le sont sûrement pas. En outre, les préjugés et les stéréotypes sont basés sur nos expériences personnelles et les informations que nous engrangeons au cours de notre vie.

La façon dont les médias présentent certains groupes peut avoir un effet sur la façon dont les individus perçoivent lesdits groupes (Arendt et Northup, 2015). Par conséquent, pour contrer les préjugés, il est important de s'attaquer aux effets de ces représentations dans la société et d'éduquer de manière proactive les individus afin qu'ils puissent mieux interpréter les messages portant notamment sur les questions de genre, de race, d'identités multiples, de groupes minoritaires (comme les réfugiés). L'accroissement du respect et de la tolérance dans une société mondiale est au cœur de l'éducation à la citoyenneté mondiale, et pour y parvenir dans un monde médiatisé, il est important de sensibiliser les citoyens aux stéréotypes et aux préjugés véhiculés par les informations. Certains pays et/ou organisations médiatiques ont un code de déontologie pour contrer l'utilisation d'un langage discriminatoire dans les informations. Malgré cela, de nombreux médias d'information perpétuent les préjugés.

Compte tenu des changements politiques en cours et de l'exacerbation des extrémismes à l'encontre des mouvements féministes, des migrants, des réfugiés et d'autres groupes minoritaires, l'éducateur doit aider les apprenants à comprendre les manières subtiles (ou non) dont nous **percevons généralement les informations**, notre tendance à rester dans notre zone de confort (par exemple, biais de confirmation, exposition sélective) et la façon dont le fait de vivre dans cette bulle affecte notre vision du monde et de l'Autre.

Compétences

L'élévation de notre perception rime d'abord avec une attitude d'ouverture à l'altérité et à d'autres croyances et pratiques du monde, grâce à laquelle établir des relations respectueuses avec autrui. Ainsi, nous pouvons voir clairement et naviguer entre les stéréotypes et les préjugés souvent véhiculés par une forte composante émotionnelle d'insatisfaction ou de peur qui n'est d'ailleurs pas nécessairement liée au sujet ou aux personnes que nous soumettons à nos visions stéréotypées. Une bonne compréhension de soi et l'empathie sont essentielles pour s'engager dans des interactions ouvertes, appropriées et respectueuses entre

les cultures. Pour être ouvert sur le monde, vous devez commencer par être attentif à vous-même. Dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale, une attitude respectueuse se traduit par un respect pour les autres en tant qu'êtres humains égaux, indépendamment de leur origine culturelle, de leur statut socio-économique, de leurs opinions politiques et de leurs différences religieuses.

COMMENT ... prendre conscience de la façon dont nous consommons l'information et de l'influence qu'exercent les médias ?

L'objectif de l'éducation aux médias n'est pas seulement d'acquérir des compétences sur le fonctionnement des médias, la production des messages médiatiques et leur évaluation. Il s'agit également de mieux se connaître et de mieux connaître ses habitudes de consommation de l'information. Par conséquent, pour améliorer notre niveau de maîtrise de l'information, nous devons être plus attentifs à notre exposition aux informations et à la façon dont nous les consommons. Potter (2011) propose une stratégie individuelle en dix points pour améliorer son niveau de maîtrise de l'information, qui se réfèrent à l'amélioration de notre compréhension de notre propre expérience des médias :

1. renforcer le « locus personnel » (connaître ses objectifs et ses motivations) ;
2. se concentrer sur l'utilité comme objectif ;
3. développer une conscience précise de son exposition ;
4. examiner ses codes mentaux ;
5. acquérir une large base de connaissances utiles ;
6. réfléchir au continuum réalité-rêve ;
7. faire des comparaisons entre les canaux ;
8. procéder à l'examen de ses opinions ;
9. changer de comportement ;
10. prendre ses responsabilités.

(Potter 2011)

COMMENT ... accroître notre indépendance vis-à-vis des algorithmes lors de nos recherches sur internet ?

Tout comme nous nettoyons les carreaux de nos fenêtres pour mieux contempler la vue, nous devrions faire le ménage de nos appareils afin de sortir de la bulle qui nous enferme lorsque nous effectuons des recherches. Ainsi, nous devrions régulièrement :

- supprimer l'historique de nos recherches et les cookies ;
- utiliser le mode privé pour la navigation ;
- utiliser différents moteurs de recherche pour trouver des informations ;
- se déconnecter des réseaux sociaux, des comptes de messagerie et autres qui peuvent être équipés de systèmes de suivi ;
- effectuer des recherches dans des sources crédibles et ne pas se contenter des premiers résultats renvoyés par le moteur de recherche ;
- utiliser des systèmes de blocage des publicités et des traceurs ;
- prendre l'habitude de faire des recoupements et de vérifier les faits ;
- réfléchir soigneusement à la manière de formuler une requête, sachant que les suggestions de complétion automatique utilisent également un algorithme ;
- prendre le temps de personnaliser nos préférences en matière de cookies autant que possible.

Activité 2 : Les algorithmes de recherche et ma vision du monde

Nombre de participants : 5 à 30

Tranche d'âge : 15 ans et plus

Durée : 2 à 4 heures (selon le nombre de participants)

Brève description

- Par le biais d'un exercice visuel, les participants explorent les notions de biais de confirmation et d'exposition sélective, la différence entre savoir et croyance, et la manière dont les algorithmes de recherche peuvent renforcer nos propres croyances.

Résultats attendus

- Sensibiliser les participants à la manière dont la personnalisation des algorithmes peut influencer leur vision du monde.
- Souligner l'importance de l'éducation aux médias dans des circonstances où l'objectivité perd sa place au profit de la personnalisation.

Méthodes

- Recherche sur le web.
- Promenade dans les galeries (*gallery walk*).

Ressources et matériels

- Document pour l'activité 2, avec la liste des sujets.
- Smartphone ou ordinateur portable avec connexion Wi-Fi pour chaque participant.
- Tableaux à feuilles mobiles ou feuilles A3.
- Bâtons de colle, crayons de couleur ou marqueurs, ciseaux, ruban adhésif.

Préparatifs

- Assurez-vous que chaque membre du groupe dispose d'un appareil internet et que la connexion Wi-Fi est suffisamment puissante et stable.

Déroulement

- Constituez des groupes de trois à six personnes et remettez-leur le document de l'activité 2, y compris la liste des sujets de recherche. Vous pouvez compléter la liste proposée ou créer la vôtre.
- Demandez aux participants d'effectuer des recherches sur ces sujets en se servant de leur mobile/ordinateur/tablette, puis de comparer les résultats obtenus avec ceux des autres membres de leur groupe.
- Lorsqu'ils ont terminé, invitez les groupes à choisir un, deux ou plusieurs sujets et à monter une exposition en expliquant les différents résultats obtenus. Les participants doivent transformer ces résultats en éléments visuels, par exemple des affiches.
- Demandez aux participants de réaliser une exposition à partir de leurs visuels et de présenter leurs résultats à l'ensemble du groupe.
- En plénière, discutez des résultats obtenus et de la manière dont les dispositifs et les canaux de recherche choisis affectent les résultats et, en fin de compte, notre vision du monde.

Débriefing

Invitez les participants à s'asseoir ensemble pour discuter de l'activité. Les questions suivantes peuvent guider la discussion :

- Quelles questions devriez-vous vous poser lorsque vous essayez de prendre conscience de votre consommation d'informations ?
- Quels conseils pratiques donneriez-vous à vous-même et aux autres concernant les recherches sur internet ?
- Selon vous, la même activité donnerait-elle des résultats (de recherche) différents selon les régions/pays du monde ? Pourquoi ?
- Renvoyez les participants à la section « COMMENT ... accroître notre indépendance vis-à-vis des algorithmes dans nos recherches sur internet », ci-dessus.

Conseils pour les animateurs

- Si vous établissez votre propre liste, définissez le nombre de sujets en fonction du temps alloué et de la taille du groupe. Vous pouvez également inclure des sujets qui touchent de près votre communauté locale.
- Vérifiez régulièrement si tous les participants ont compris l'exercice et comment le processus se déroule. Si nécessaire, stimulez leur esprit critique et leur créativité, notamment pour l'exposition.
- Prévoyez suffisamment de temps à la fin pour une discussion fructueuse. Cet exercice sensibilise à la manière dont les algorithmes de recherche peuvent influencer notre vision du monde ; il est important, à la fin, de donner aux participants des outils spécifiques pour gérer leurs recherches. Vous pouvez le faire par le biais de la discussion. Consultez l'encadré «COMMENT...» en page 43.
- Vous pouvez mentionner que ces différences ne sont pas toujours dues aux algorithmes, mais aussi à d'autres raisons, comme le blocage de certains contenus par certains pays, etc.

Document à distribuer pour l'activité 2 : Les algorithmes de recherche et ma vision du monde

Cher groupe,

Dans cette activité, vous utiliserez l'art pour explorer de manière visuelle les notions de biais de confirmation et d'exposition sélective, la différence entre savoir et croyance, et la façon dont les algorithmes de recherche peuvent renforcer nos propres croyances. L'objectif est d'explorer comment la personnalisation des algorithmes peut influencer notre vision du monde.

Quelques éléments de réflexion avant de commencer

Le biais de confirmation fait référence à la tendance qu'ont la plupart des personnes à rechercher, à favoriser et à mémoriser l'information qui correspond à leurs croyances antérieures. Elles tendent à interpréter les informations reçues avec partialité, en privilégiant le raisonnement conforme à leurs croyances préexistantes.

L'exposition sélective décrit la manière dont les personnes préfèrent s'exposer à des informations renforçant leurs propres croyances et éviter celles qui s'y opposent. Par exemple : un partisan de la droite va acheter un journal de droite, mais pas un journal de gauche (ou vice-versa).

Les algorithmes de recherche sont personnalisés, ce qui signifie qu'ils ont tendance à présenter et à ordonner les résultats de la manière qui «vous convient». Cette personnalisation s'ajoute au biais de confirmation et à la tendance à l'exposition sélective qui nous caractérisent tous.

Pour cette activité, vous commencerez par utiliser votre propre téléphone mobile ou ordinateur portable pour effectuer une série de recherches sur internet. Veuillez choisir le moteur de recherche et les navigateurs que vous utilisez habituellement. Tous les membres du groupe doivent effectuer l'ensemble des recherches. Ensuite, vous comparerez et discuterez tous les résultats obtenus et la manière dont ils peuvent affecter votre perception de chaque sujet. N'oubliez pas de vérifier les suggestions que fait le moteur de recherche lorsque vous commencez à taper les mots clés. Enfin, vous préparerez une exposition sur les résultats de vos recherches et vos visions du monde qui sera présentée à l'ensemble du groupe à **l'issue du déjeuner**.

Vous recevrez à cette fin un ensemble de fournitures artistiques et de bureau. Vous pouvez utiliser tout l'espace de la salle pour votre exposition. Veuillez exercer votre créativité, votre imagination et votre esprit critique, tout en étant respectueux et attentif aux autres.

Voir la **liste des sujets** de vos recherches :

1. «L'Égypte»
2. «Le changement climatique est-il une réalité?»
3. «Les vaccins sont-ils la cause de l'autisme?»
4. ...

Bonne chance!



Suggestions d'activités complémentaires

- ▶ Interrogez-vous sur vos habitudes de consommation de l'information :
 - Comment sélectionnez-vous les informations que vous consommez ?
 - Comment intériorisez-vous les messages que vous trouvez ? En d'autres termes, comment assimilez-vous inconsciemment ces messages et les informations qu'ils contiennent ?
 - Comment recherchez-vous l'information ? (C'est-à-dire, vous en remettez-vous aux réseaux sociaux ou recherchez-vous activement les informations dont vous avez besoin?)
- ▶ À propos du biais de confirmation et de la politique, réfléchissez à la façon dont Cambridge Analytica a utilisé les chambres d'écho, l'exposition sélective, le biais de confirmation et l'exploitation de données pour influencer les intentions de vote des citoyens pendant les campagnes électorales aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Kenya.
- ▶ Quelle relation pouvez-vous établir entre le concept de biais de confirmation et l'utilisation de traceurs de cookies à des fins de marketing ? Pouvez-vous citer un exemple global et un exemple local de publicité personnalisée basée sur votre historique de recherche ? Quel impact ce type de marketing a-t-il sur vous ?
- ▶ Réfléchissez à votre propre consommation d'informations. Quelle est votre exposition à différents points de vue et quelle influence cela a-t-il sur vous ?
- ▶ Lorsque vous publiez du contenu en ligne, quelle influence ont sur vous les « like » et les « share » qu'ils génèrent ?
- ▶ Comment les médias numériques influencent-ils votre perception du monde ?
- ▶ Comment un mème ou une vidéo qui déclenche une forte émotion, par exemple, influence-t-il/elle votre perception d'un sujet donné ?
- ▶ Comment les commentaires inciviques défendant une perspective à laquelle vous adhérez affectent-ils votre propre opinion ? Et avec une perspective avec laquelle vous n'êtes pas d'accord ?
- ▶ Comment les médias que vous consommez habituellement dépeignent-ils les minorités de votre communauté locale ?
- ▶ Avez-vous l'habitude de lire les commentaires sur les informations ? Comment les commentaires amplifient-ils le discours de haine ?



Pour compléter vos connaissances

Ouvrage : Potter, W.J. (2011), *Media literacy* (5^e éd.), Sage Publications, Thousand Oaks, Californie.

Vidéo : MCAT, *Theories of selective attention/Processing the environment*, Khan Academy

Vidéo : Simons et Chabris, *Selective attention test*

Encyclopédie : Stroud N. J. (2017), « *Selective Exposure Theories* », in Kenski K. & Jamieson K.H. (eds.), *The Oxford handbook of political communication*

E-publication : « Algorithms and human rights – Study on the human rights dimensions of automated data processing techniques and possible regulatory implications », Comité d'experts du Conseil de l'Europe sur les intermédiaires internet (MSI-NET) (2018)

Ouvrage : Richardson J., Milovidov E. & Schmalzried M., *Manuel de maîtrise de l'internet*

3. La participation responsable

FICHE D'INFORMATION : L'apprentissage de la participation

Les citoyens numériques ne font pas que consommer des informations : ils en produisent, sachant qu'ils sont engagés dans un paradigme participatif dès lors qu'ils font ne serait-ce qu'un commentaire sur un article d'actualité ou sur une plateforme de réseaux sociaux ou qu'ils partagent un lien. Cependant, il existe des modes de participation renforcée dans lesquels les citoyens peuvent s'impliquer en tant que multiplicateurs et/ou militants, notamment par le biais des réseaux sociaux. La participation signifie alors partager, mais aussi s'impliquer et agir.

Les citoyens choisissent de participer activement et de contribuer à la prise de décision publique à différents niveaux: « L'impact de l'éducation à la citoyenneté mondiale peut être évalué en mesurant le niveau de sensibilisation, d'engagement et de participation des individus dans la société et leur capacité à tirer parti des relations de pouvoir à différents niveaux en faveur des biens communs » ([Guide pratique sur l'éducation à la citoyenneté mondiale](#), 2019: 37).

La **participation en ligne** fait référence à un engagement interactif en ligne, où la prise de décision se fait par la voie électronique en utilisant des informations en ligne et des technologies basées sur internet (IJAB, 2014). Si tant est qu'elles conservent leur intérêt pour les jeunes, les formes traditionnelles de participation – telles que le bénévolat, l'engagement civique dans les ONG et la participation politique – restent stables mais à un **faible niveau**. Parallèlement, l'intérêt pour l'action politique ainsi que les formes non conventionnelles de participation politique – telles que les boycotts de consommateurs, les pétitions en ligne et les manifestations – augmentent. Quant aux outils en ligne, il semble offrir aux jeunes de nouvelles possibilités de participation, mais dans des proportions restreintes (Rupkus et Franzl, 2018).

Lorsqu'on parle de réseaux sociaux et de participation, le potentiel des communautés en ligne ne peut être ignoré. Les nouvelles technologies et les plateformes de réseaux sociaux créent de nouvelles façons d'agir et de participer, et ce faisant favorisent la formation de différents types de communautés en ligne. Les communautés en ligne, constituées de personnes rassemblées autour d'un même objectif ou intérêt mais qui ne se connaissent pas forcément ou n'ont rien d'autre en commun, ont le pouvoir de générer un impact, de faciliter le partage d'informations et la gestion de leur intérêt commun, et de créer la possibilité d'agir ensemble.

L'activité en ligne ne devrait pas être considérée comme une alternative à la participation en face à face, mais plutôt comme une option complémentaire offrant de nouveaux outils et de nouvelles possibilités. Comme le soulignent certains, cette forme de participation encore en développement ne remplace pas la participation hors ligne: « elle l'enrichit plutôt et aide à s'adapter à l'évolution des modèles de participation en fournissant les solutions technologiques nécessaires et pertinentes aux réalités d'aujourd'hui » (Rupkus et Franzl, 2018: 51).

En outre, il est essentiel de relier la dimension de l'autonomisation de la participation active avec les sujets de l'éducation aux médias dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale. Il est nécessaire d'aider les jeunes à participer, certes, mais aussi à participer de manière significative.

La participation responsable : une base pour l'action

Pour une participation responsable et éthique aux médias, il faut être conscient de ses droits et de ses responsabilités. Le racisme, la xénophobie, le discours de haine ou la cyberintimidation sont quelques-unes des manifestations les plus visibles de comportements préjudiciables sur les réseaux sociaux.

À cet égard, la question qui résume le défi d'aujourd'hui est la suivante : comment éviter de franchir la frontière qui sépare la liberté d'expression du respect de la vie privée et des droits liés à l'intégrité de la personne ? Une partie de la réponse se trouve dans les concepts d'éthique, d'empathie et de responsabilité individuelle.

Qu'il s'agisse de rédiger des messages, des articles ou des publications, de partager des images ou des vidéos, ou encore de participer à des discussions sur les réseaux sociaux, qu'il s'agisse d'une personne privée ou d'une personnalité publique, qu'elle agisse à titre officiel ou simplement en tant que citoyen privé, l'éthique est le maître mot.

Concernant l'éducation à la citoyenneté mondiale, l'éthique et le respect doivent être au cœur de tout comportement. Comme énoncé dans le manuel « [L'éducation à la citoyenneté numérique \(ECN\)](#) », les 10 aspects de l'éthique du comportement en ligne et des interactions avec autrui se fondent notamment sur « la capacité à accepter et comprendre les sentiments et les points de vue d'autrui ». L'éthique et l'empathie, entre autres responsabilités, sont essentielles afin d'assurer à tous un environnement numérique sûr et responsable (Conseil de l'Europe, 2018 : 3-4).

La responsabilité est au cœur de l'ECM, car elle promeut des valeurs et des comportements pour une citoyenneté mondiale responsable à un niveau individuel et collectif. À la base d'un engagement social responsable, il faut une compréhension sensible des points de vue et des sentiments des autres ; autrement dit, il faut faire preuve d'empathie. Il est crucial pour les éducateurs de permettre une participation responsable et éthique, dès les premiers stades, lorsque les jeunes découvrent les nouveaux modes de participation. Les objectifs de l'ECM exigent d'agir et de participer de manière responsable.

Lorsque nous utilisons les réseaux sociaux, il nous faut respecter les autres et modérer ce que nous partageons et publions, comme le suggère la charte [Respect Zone Charter](#). En outre, [la liste de considérations éthiques établie par l'UNESCO](#) (2015 : 77) constitue un ensemble d'idées en faveur d'une utilisation éthique de l'internet et d'un engagement actif et responsable à travers les réseaux sociaux :

- « Mettre l'accent sur le caractère intentionnel des actes ainsi que sur leurs effets, attendus ou non.
- Prendre conscience du fait que l'utilisation de l'internet peut avoir des effets positifs, mais que l'on peut également en faire un mauvais usage ou s'en servir d'une manière qui porte délibérément atteinte aux normes en vigueur, par exemple en causant du tort à autrui.
- Déterminer si les normes, règles et procédures qui régissent les comportements en ligne sont basées sur des principes éthiques fondés sur les droits humains et destinées à protéger les libertés et la dignité des individus dans le cyberspace ainsi qu'à faire avancer l'accessibilité, l'ouverture, l'inclusion et la participation multipartite sur l'internet. »

Pour de nombreuses parties prenantes, la possibilité d'une participation active est devenue une préoccupation croissante. Dans le contexte de l'ECM et sur la voie de la réalisation des [ODD](#), un comportement éthique et responsable est un élément clé essentiel en ligne et hors ligne. Si les éducateurs doivent aider les jeunes à s'engager activement dans la société, ils doivent également les guider pour qu'ils le fassent de manière respectueuse. Par conséquent, les éducateurs jouent un rôle important, non seulement en fournissant aux jeunes des outils pratiques pour une participation active, mais aussi en s'assurant que l'éthique, les responsabilités et les principes qui sous-tendent leurs actes sont assimilés.

Compétences

La participation numérique passe par la technologie, utilisée comme un vecteur ou un outil, mais l'acteur principal reste l'individu. Par conséquent, outre les compétences techniques liées à la production et à la diffusion de contenus, une participation responsable exige les mêmes compétences que celles nécessaires pour s'engager dans le débat public et la société civile, notamment la connaissance et la compréhension des mécanismes de la démocratie et une approche civique. Une approche pleinement civique se traduit par l'exercice des obligations et des responsabilités d'une citoyenneté active aux niveaux local, national ou mondial, et par la prise de mesures visant à se tenir informé des questions civiques.

COMMENT... participer et faire campagne ?

- Renseignez-vous sur le sujet qui vous intéresse et veillez à ce que vos arguments soient étayés par la réalité et par des faits.
- Soyez attentif et à l'écoute des autres, de façon à ouvrir la voie à un dialogue constructif et responsable.
- Agissez avec ouverture d'esprit, en envisageant différents points de vue, en étant proactif, en respectant la dignité humaine et l'équité, et en suivant par exemple le code de conduite de Dóchas (*Dóchas Code of Conduct*), un outil utile pour les ONG.
- Lancez une campagne visant à sensibiliser les décideurs politiques; définissez-en les principaux objectifs, les groupes cibles, le calendrier et les ressources nécessaires; assurez un suivi permanent de votre campagne et de ses résultats. Quelques bons exemples de campagnes en ligne: [Amnesty International's campaigns](#), [crowdfunding to reforest riverbanks and help with wildlife relocation on the Nile River in Uganda](#), [Let's Talk About It](#) et le [Mouvement contre le discours de haine](#).
- Mettez à contribution les représentants/décideurs politiques concernés par votre cause/problème; invitez-les, car ils donneront de la visibilité à votre campagne (par exemple, par le biais des médias et d'événements publics), au sein des parlements/groupes de travail/conseils ou autres organes locaux, sans compter qu'ils attireront des donateurs ou sponsors potentiels.
- Impliquez dans votre campagne des influenceurs/militants du numérique/YouTubers/vlogueurs (vidéoblogueurs), en tenant compte de leur expertise, de leur influence et de leur notoriété auprès de votre public cible. Il s'agit généralement d'individus à forte audience sur les plateformes de réseaux sociaux, qui sont susceptibles de devenir des invités réguliers de vos événements, voire des ambassadeurs de votre cause.
- Vous pouvez également créer une pétition en ligne, indépendamment de la portée géographique de votre campagne, en explorant par exemple les exemples et les outils disponibles sur les sites suivants:

<https://petition.parliament.uk/help>

<https://petiport.secure.europarl.europa.eu/petitions/en/home>

<http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome>

<http://www.citizens-initiative.eu/about/the-eci-campaign/>

<https://www.change.org/about>

Activité 3 : La participation responsable

Nombre de participants : 8 à 20

Tranche d'âge : 15 ans et plus

Durée : 2 à 4 heures (selon le nombre de participants)

Brève description

- En créant une campagne sur les réseaux sociaux, les participants prennent conscience de l'importance des différents niveaux de participation.

Résultats attendus

- Sensibiliser les participants à une participation responsable.
- Leur faire comprendre les fondements des modes d'action éthiques et responsables.
- Leur permettre d'acquérir des outils pour faire campagne en ligne.

Méthodes

- Apprentissage basé sur les problèmes.
- Simulation.

Ressources et matériels

- Documents contenant des informations générales et une liste de sujets.
- Téléphones mobiles, ordinateurs portables ou tablettes avec connexion internet.
- Des stylos et du papier, des tableaux de conférence et des marqueurs.

Préparatifs

- Imprimez le document de l'activité 3.
- Lorsque vous travaillez en groupes, faites en sorte qu'ils soient suffisamment éloignés les uns des autres afin qu'ils ne s'entendent pas.
- À la fin, disposez la salle en cercle ou en plénière pour la présentation, la discussion et la réflexion.

Déroulement

- Formez des groupes d'environ cinq participants.
- Remettez un document à chaque groupe et expliquez-leur comment se déroule l'activité.
- Laissez aux groupes entre une et deux heures pour la première phase de l'activité. Puis, annoncez le début de la deuxième phase et « l'échange » des campagnes.
- Ensuite, donnez à chaque groupe 5 à 10 minutes pour présenter sa campagne, expliquer ce qu'il a fait et comment il a procédé pour le lancement de sa campagne.
- Animez une discussion sur le sujet en plénière.

Débriefing

Invitez les participants à s'asseoir ensemble pour discuter de l'activité. Les questions suivantes peuvent servir à orienter la discussion :

- Pouvez-vous résumer la discussion de votre groupe sur le sujet ?
- Qu'avez-vous appris ?
- Sur la base de cette expérience, quels sont selon vous les éléments les plus importants d'une campagne ?
- Pourquoi la participation est-elle importante ?
- Pour quelle cause feriez-vous campagne ?
- Pensez-vous que cela serait différent selon les groupes de personnes et les lieux ?

Conseils pour les animateurs

- Invitez les participants à utiliser tout l'espace disponible.
- Vérifiez régulièrement que les groupes ont compris le document et qu'ils avancent bien dans l'activité.
- Annoncez les différentes étapes de l'activité et facilitez le passage de témoin entre les groupes. Avant le deuxième tour, vérifiez leur progression et, si nécessaire, stimulez l'esprit critique et la créativité du groupe.
- Réservez suffisamment de temps à la fin pour une discussion fructueuse.
- Soulignez l'importance du message et de l'utilisation respectueuse des images. Il est intéressant d'explorer, par exemple, le *code de conduite* de Dóchas qui réunit des principes directeurs pour choisir des images et des messages de manière respectueuse.

Document pour l'activité 3 : La participation responsable

Cher groupe,

Votre tâche consiste à planifier une simulation de campagne sur les réseaux sociaux. Le groupe est divisé en deux sous-groupes, car l'activité se déroule en plusieurs phases. Une fois la moitié du temps écoulée, vient le moment d'un « échange des campagnes » : votre campagne est alors confiée à l'autre sous-groupe et vice-versa. À ce stade, votre tâche consiste à faire passer la participation au niveau supérieur : vous pouvez partager, commenter, orienter la discussion dans une autre direction et développer davantage la campagne conçue par l'autre groupe.

Objectif : L'objectif de cette simulation est de prendre conscience des différents niveaux de participation : en créant une campagne sur les réseaux sociaux, en permettant à d'autres personnes d'y participer et, à la fin, en réfléchissant et en discutant.

Important : Vous devez noter vos décisions tout au long du processus :

- Comment avez-vous abouti à certaines décisions ?
- Avez-vous suivi certains principes ?
- Qu'avez-vous pris en compte lors de la planification ?

Restez attentifs aux éventuelles répercussions concrètes de vos actes. L'analyse et la réflexion sont essentielles tout au long de l'activité.

Mise en œuvre : divisez le groupe en deux sous-groupes.

Phase n°1

- Chacun des deux sous-groupes doit élaborer une campagne sur les réseaux sociaux sur un sujet spécifique.
- Vous devrez imaginer une campagne sur un sujet librement choisi, mais de préférence parmi les sujets liés à l'éducation au développement mondial (EDM) ou à l'éducation aux médias (EM). Le sujet peut être imaginaire si vous le souhaitez. Planifiez la stratégie en fonction du sujet choisi. Vous pouvez imaginer une « vraie » campagne si vous le souhaitez, mais un projet mis par écrit ou dessiné sur un tableau de papier fonctionne également. Vous pouvez aussi visualiser l'idée et mettre par écrit la stratégie de la campagne.
- Identifiez votre public cible : quel sera le public cible de votre campagne ? Essayez de visualiser des personnes concrètes.
- Identifiez des questions spécifiques parmi les sujets que vous avez choisis. Vous pouvez utiliser les éléments listés ci-dessous pour commencer, mais en vertu de l'apprentissage basé sur les problèmes (PBL), votre tâche consiste également à trouver d'autres sources pour parvenir à un tableau d'ensemble de la question.

Phase n°2

- Échange des campagnes entre les sous-groupes. La participation est portée à un niveau supérieur : chaque groupe doit travailler sur le concept de la campagne tel que développé par l'autre groupe.
- L'autre groupe peut alors partager, commenter, orienter la discussion dans une autre direction et développer davantage la campagne, ou l'utiliser dans un but très différent, voire totalement nouveau.

Phase n°3

- Présentation des campagnes : vous allez présenter votre campagne aux autres et expliquer vos idées et décisions.
- Discussion entre les groupes sur les effets concrets de la participation et sur la manière dont ils sont parvenus à mettre en œuvre cette simulation de campagne.

Ce qu'il faut : une liste de sujets ; un téléphone portable, un ordinateur ou une tablette ; une connexion internet ; des stylos et du papier ; des tableaux à feuilles mobiles ; des marqueurs.

Ce qu'il faut garder à l'esprit pendant le travail : les notions d'éthique, de droits humains, de discours de haine, de partage de fausses informations, de réflexion et d'action.

Bonne chance!



Suggestions d'activités complémentaires

- ▶ Penchez-vous sur le Printemps arabe, qui est un exemple intéressant du pouvoir lorsqu'il est entre les mains de personnes actives et engagées, ainsi que du pouvoir que détiennent les réseaux sociaux et autres médias. Essayez de trouver les principaux facteurs qui en ont fait un événement particulièrement significatif.
- ▶ Identifiez un réseau social, un forum de discussion ou la section consacrée aux commentaires d'un article de journal où vous pourrez identifier un comportement clairement éthique et respectueux. Quels sont les signes qui témoignent d'éthique et de respect ?
- ▶ Choisissez une campagne passée ou toujours en cours et explorez-la. Déconstruisez-la et tentez de cerner les éléments suivants : la personne à l'origine de la campagne, les bailleurs de fonds, l'objectif visé, les canaux utilisés et le groupe cible.



Pour compléter vos connaissances

Ouvrage : Boud D. & Feletti G. (éd.) (1997), *The Challenge of Problem-based Learning* (2^e éd.), Routledge, Londres.

Étude : Conseil de l'Europe (2018), *Internet et campagnes électorales – Étude relative à l'utilisation d'internet dans le cadre des campagnes électorales*.

Rapport : UNESCO (2015), *Des Clés pour la promotion de sociétés du savoir inclusives : accès à l'information et au savoir, liberté d'expression, respect de la vie privée et éthique sur un Internet mondial*.

Plus de conseils : Kaakinen M. (2018), "Disconnected online : a social psychological examination of online hate".

Plus de conseils : Knowhow Nonprofit. (2017.) *How to run a campaign using social media*.

Plus de conseils : NCVO Knowhow. (2018). *What is campaigning?*

4. L’empreinte numérique

FICHE D’INFORMATION : Les menaces numériques et l’éducation à la citoyenneté mondiale

Certes, internet est un mine d’opportunités pour la communication, la connaissance ou encore l’éducation. Cela étant, le fait que les plus jeunes générations aient un accès quasi illimité à internet – à tout moment et en tout lieu – nécessite de nouvelles formes d’intervention éducative. Par exemple, dans la mesure où les enfants commencent à surfer sur internet avant même de savoir lire ou écrire, il est impératif de les sensibiliser à l’importance des questions de vie privée, d’empreinte numérique et des traces durables qu’ils laissent dans le monde virtuel. En bref, certaines compétences et connaissances doivent être acquises pour un comportement en ligne sûr et responsable.

L’un des objectifs de l’ECM est d’encourager l’active participation des individus. Dans des situations complexes et dans les atmosphères étouffantes de nos sociétés, il peut être difficile de participer et d’agir. Il faut parfois faire preuve de courage pour faire les premiers pas en matière de participation. Il faut aussi se préparer à la possibilité d’être rabaissé ou ridiculisé. L’atmosphère inconfortable mais aussi les risques qui pèsent sur la vie privée et la sécurité peuvent réfréner le désir d’agir.

Le piratage de données et d’informations personnelles et leur utilisation abusive, voire à des fins préjudiciables, sont autant de menaces réelles. Il existe de nombreux exemples de personnalités qui se sont retrouvées la cible de harcèlement permanent. Nombreux sont aussi les cas de piratage et d’utilisation abusive de données personnelles. Mais, malgré les risques et les menaces, les gens devraient participer et être en capacité de participer.

Méga-données

La collecte, la combinaison et l’analyse de grandes quantités de données (méga-données) constituent une activité qui n’a pas de définition unique. Mais, selon les « Lignes directrices sur la protection des personnes à l’égard du traitement des données à caractère personnel à l’ère des méga-données », la plupart des définitions se concentrent sur la capacité technologique croissante de collecter, traiter et extraire très rapidement des connaissances nouvelles et prédictives à partir d’un gros volume, d’une grande variété de données et à une vitesse considérable (Conseil de l’Europe – Direction Générale Droits de l’homme et État de droit, 2017).

Interagissant avec l’internet des objets (Internet of Things (IoT), l’informatique en nuage et d’autres environnements technologiques, les méga-données représentent également une énorme opportunité pour les innovations futures. Cependant, parce que les méga-données concernent les données personnelles et l’interaction humaine, il est nécessaire d’assurer la protection de l’autonomie fondée sur le droit de tout un chacun de contrôler ses propres données et le traitement qui en est fait. Il y a donc lieu de s’inquiéter de l’utilisation qui est faite des méga-données.

Le traitement des données à caractère personnel ne devrait pas aller à l’encontre des valeurs éthiques communément acceptées, telles que les droits humains et les libertés fondamentales. Les politiques préventives et les limitations peuvent être un moyen de réglementer l’utilisation des méta-données, mais la question étant particulièrement vaste et multidimensionnelle, il faudrait que les citoyens soient mieux informés au sujet des méta-données et de leur impact sur nos sociétés.

Empreinte numérique

L’**empreinte numérique** est la trace que vous laissez derrière vous lorsque vous utilisez internet. Elle fait partie de votre histoire en ligne, et peut être vue par d’autres personnes ou suivie dans une base de données. Il s’agit d’une sorte de portrait de qui vous êtes, qui peut être utilisé, par exemple, pour le ciblage des recherches des employeurs qui peuvent ainsi vérifier le profil de leurs employés potentiels, ou par les écoles lorsqu’elles sélectionnent des étudiants ou des boursiers potentiels. Cela permet en outre de suivre vos déplacements sur différents sites web.

L’empreinte numérique est de deux types :

- L’empreinte passive : elle consiste en des données laissées involontairement, telles que les adresses IP, les données d’achat et l’historique de recherche. Ces données sont collectées à l’insu de leur propriétaire.

- L’empreinte active : il s’agit des données que vous soumettez intentionnellement, autrement dit, les informations publiquement traçables que vous partagez sur le web : tout ce que vous laissez derrière vous, en faisant des achats en ligne, en écrivant des courriels, en commentant, en partageant et en publiant des « likes » sur les réseaux sociaux, y compris la liste des appareils utilisés (Commission européenne, 2016).

CONSEIL : des applications tierces sur Facebook peuvent collecter vos données et celles de vos amis. Lorsque vous cliquez sur des quiz amusants ou des applis telles que « Quelle personne célèbre êtes-vous ? » ou autres, sachez que vous pourriez partager plus d’informations personnelles que vous ne le souhaitez. Par conséquent, vérifiez toujours les renseignements que vous communiquez.

Respect de la vie privée

Le nombre de technologies et d’appareils collectant des données a augmenté rapidement. Les appareils connectés les uns aux autres, qui collectent et transfèrent des données, font partie du quotidien de nombreuses personnes : ordinateurs, téléphones portables, tablettes, bracelets d’activité, assistants virtuels, voire certains jouets.

La protection de la vie privée est donc l’un des aspects essentiels à comprendre lorsqu’on participe et agit sur internet et les réseaux sociaux. Dans le contexte numérique, elle concerne la collecte, le stockage, l’utilisation et la circulation d’informations qui sont conceptualisées de manière variable sous l’étiquette de « données personnelles » (UNESCO 2015 : 56), ou encore « le degré de contrôle qu’a une personne sur l’accès à ses données à caractère personnel et l’utilisation qui en est faite » (Conseil de l’Europe, 2017 : 61).

Bien que nous vivions dans un monde globalisé, les réglementations internationales peuvent ne pas avoir été adoptées par tous les pays. De plus, chaque pays dispose de sa propre législation. Avec des serveurs parfois hébergés dans plusieurs pays et des sociétés enregistrées à l’étranger, parvenir à une vision complète de la protection de notre droit à la vie privée devient un vrai défi.

Un aspect commun à tous les risques et menaces numériques liés à la vie privée est la difficulté de les contrôler à un niveau personnel. Il est certes possible de minimiser les données laissées derrière soi, mais pas de les éliminer complètement. Outre aux politiques et réglementations (telles que le Règlement général sur la protection des données, [RGPD](#)), il est essentiel de sensibiliser les personnes aux données qu’elles laissent derrière elles et à la manière dont celles-ci peuvent être utilisées.

Dans le contexte de l’ECM, il faut veiller à ce que les personnes soient encouragées positivement et soutenues pour agir malgré les menaces potentielles. Les questions abordées par l’ECM peuvent être délicates et, par conséquent, l’accent doit être mis sur l’éducation et le soutien – les effets positifs de la participation en ligne doivent surpasser les risques et menaces. Il est essentiel d’avoir des connaissances sur la sécurité et la confidentialité en ligne et de savoir minimiser les risques de diffusion incontrôlée des informations.

En tant qu’éducateur à la citoyenneté mondiale, il est indispensable de comprendre les risques inhérents aux interactions en ligne. Agir dans des environnements en ligne sans s’exposer à certains risques, tels que le piratage de données ou différentes formes d’utilisation abusive de métadonnées ou d’informations personnelles, est impossible. Cela étant dit, l’éducateur – enseignant, formateur ou animateur – peut mettre l’accent sur les possibilités offertes par internet tout en aidant les jeunes à agir et à participer malgré les risques et menaces potentiels. Non pas en négligeant les risques, mais en expliquant et en enseignant les comportements sûrs et les moyens de minimiser les risques.

Compétences

Internet est un environnement fort complexe qui requiert des compétences en matière d’analyse et d’esprit critique, ainsi qu’une compréhension fine et une solide connaissance des technologies que nous utilisons quotidiennement, tant d’un point de vue technique que juridique. De tels environnements requièrent des approches responsables et une conscience élevée de nos propres actes, de leurs implications et de leur impact. Les menaces et les risques associés au monde en ligne varient beaucoup en fonction des pays et des mécanismes existants couverts par les législations propres à chaque pays.

COMMENT... protéger votre vie privée sur internet ?

- Apprenez à connaître les paramètres de votre navigateur.
- Maintenez vos logiciels et votre système d'exploitation à jour.
- Effacez régulièrement votre mémoire cache, votre historique de navigation et vos cookies. Les instructions pour ce faire sont propres à votre navigateur et accessibles dans votre navigateur.
- Passez en mode privé lorsque vous surfez sur internet; cela vous permet de surfer sans enregistrer les cookies, l'historique de navigation ou la mémoire cache.
- Identifiez et vérifiez vos paramètres de localisation et de suivi; utilisez un module complémentaire de blocage de suivi.

COMMENT... contrôler votre empreinte numérique ?

Pour gérer votre empreinte numérique, arrêtez-vous un moment sur certaines des questions et conseils ci-après :

- Dans quelles applications saisissez-vous vos informations ? Vous désabonnez-vous chaque fois que vous ne souhaitez pas recevoir certaines informations et signalez-vous les sites web qui semblent avoir utilisé vos données de manière abusive ?
- Est-il obligatoire de fournir toutes les informations personnelles que l'on vous demande ? Vérifiez si toutes les données demandées sont nécessaires.
- Devriez-vous choisir un pseudonyme dans certains cas ? Réfléchissez à l'image de vous-même que vous souhaitez donner.
- Vous pouvez créer une adresse électronique distincte, sans lien avec votre travail ou votre communication personnelle, réservée aux plateformes qui requièrent de telles informations (comme les réseaux sociaux, le streaming TV, les jeux, etc.).
- Comment vos informations sont-elles utilisées ? Tentez d'en savoir plus sur les politiques et les règlements en la matière.
- Qu'advient-il de vos informations par la suite et est-il possible de les supprimer ? Agissez malgré le risque de subir des reproches – soyez bien préparé et défendez vos arguments.
- Vérifiez les faits et l'objectif avant de partager une information, quelle qu'elle soit (par exemple, des données personnelles, des messages impliquant vos amis, le marquage de quelqu'un sur des photos, des informations concernant des mineurs).
- Respectez les droits d'auteur. Vérifiez soigneusement, lors du partage d'un contenu, s'il est protégé par des **droits d'auteur** ou une **licence Creative Commons**, ou s'il est dans le domaine public.
- Sachez que vous pouvez fermer un compte de réseau social en suivant les instructions de l'application ou en contactant l'administration, mais que toutes les informations ne sont pas supprimées par défaut. Pour avoir un aperçu de la façon de procéder : <http://backgroundchecks.org/justdeleteme/>

Activité 4 : L'empreinte numérique

Nombre de participants : 4 à 20

Tranche d'âge : 16 ans et plus

Durée : 2 à 4 heures (selon le nombre de participants)

Brève description

- Dans cette activité, les participants expérimentent concrètement des concepts tels que la vie privée, la sécurité en ligne et l'empreinte numérique. Ils prennent également conscience des hypothèses que nous faisons sur la base des informations trouvées en ligne.

Résultats attendus

- Affiner sa compréhension de l'empreinte numérique, de la vie privée et de la sécurité.
- Approfondir sa compréhension de la manière dont les informations sont recueillies dans les environnements numériques.
- Sensibiliser à la manière dont les informations que nous laissons dans les environnements numériques peuvent être utilisées.

Méthodes

- Recherche en ligne.
- Réflexion individuelle.
- Discussion en groupe.

Ressources et matériels

- Documents à distribuer pour l'activité.
- Ordinateur portable, tablette ou téléphone mobile avec accès à internet pour chaque participant.
- Stylos et papier, tableau à feuilles mobiles et marqueurs.

Préparatifs

- Vérifiez si vous avez le temps de réaliser les deux parties de l'activité.
- Faites des copies du/des documents 1 et/ou 2 pour chaque participant.

Déroulement

- Demandez aux participants d'identifier au sein du groupe une personne qu'ils ne connaissent pas et avec laquelle ils ne sont pas amis sur les réseaux sociaux pour former un binôme.
- Lorsque tous les participants sont par deux, invitez-les à faire une recherche en ligne sur leur binôme afin d'établir son profil en fonction de leurs découvertes.
- Remettez à chaque participant un exemplaire du document 1 et assurez-vous que tous ont bien compris la tâche.
- Donnez-leur suffisamment de temps pour effectuer la recherche et créer le profil.
- Puis invitez les participants à s'asseoir en cercle. Que les présentations commencent !
- Lorsque tous les participants ont présenté leur binôme, demandez-leur de prendre leurs notes et d'entamer une discussion en groupe sur la simulation, les problèmes qui ont rendu le profilage possible et l'empreinte numérique en général.

Débriefing

Alors que les participants sont encore assis en cercle, orientez la discussion vers le débriefing. Vous pouvez poser les questions suivantes ou inventer les vôtres :

Aviez-vous conscience précisément des informations que vous laissez en ligne ?

Les informations contenues dans votre présentation étaient-elles correctes ?

Les hypothèses basées sur ces informations étaient-elles exactes ?

Y a-t-il quelque chose que vous n'aimeriez pas que votre employeur sache à votre sujet ?

Pouvez-vous imaginer une situation dans laquelle ces informations pourraient vous mettre dans une position défavorable ?

Pensez-vous qu'il soit possible de se trouver en difficulté à cause des informations partagées en ligne ?

Sur la base de cette expérience, quels sont les aspects les plus importants de l'empreinte numérique, de la sécurité et de la vie privée sur internet ?

Si vous avez le temps, distribuez le document 2 et invitez le groupe à concevoir un guide pour une utilisation plus sûre d'internet. Cet exercice peut se faire individuellement, par deux ou en groupe. Laissez les participants présenter leurs résultats et discuter de leur pertinence.

Conseils pour les animateurs

- Attirez l'attention des participants sur l'économie de l'information et les mégadonnées.
- Si vous réalisez la deuxième partie de l'activité (document 2), vous pouvez organiser un « salon du guide pour un internet plus sûr ».
- Vous pouvez également créer une charte à partir de tous les guides, que les participants pourront partager à des fins de sensibilisation.

Document 1 pour l'activité 4 : L'empreinte numérique

Cher participant,

Votre tâche consiste à établir le profil d'un des membres de votre groupe à partir de recherches en ligne.

- Choisissez une personne – de préférence quelqu'un que vous ne connaissez pas bien – et lancez une recherche en ligne à son sujet.
- Rédigez la biographie de cette personne : qui est-elle ? Que fait-elle ? Qu'a-t-elle fait ? Identifiez sa formation, sa profession, ses loisirs, sa vie privée, etc. Indiquez également vos déductions à partir de ces informations.
- Notez toutes vos remarques et hypothèses, tant sur la personne que sur le processus lui-même.

À la fin, sur la base de vos recherches, vous allez présenter cette personne au groupe. Par exemple : «Voici X.Y. Il/elle a xx ans et vit à ... Il/elle aime cueillir des baies et faire du surf.» Essayez de déduire le caractère de la personne sur la base des informations trouvées et incluez vos hypothèses dans votre présentation.

Vous devrez en outre participer à la discussion générale à la fin de l'activité. Notez donc vos remarques, toutes les difficultés rencontrées et les tensions possibles, vos sentiments pendant la recherche d'informations, l'établissement de la biographie (de l'enfance à l'âge adulte), le contexte, les canaux par lesquels les informations ont été trouvées, etc.

L'objectif : L'objectif de cette activité est d'aborder dans la pratique des sujets tels que la vie privée, la sécurité en ligne et l'empreinte numérique. Pour ce faire, à partir d'une recherche en ligne, vous allez créer le profil d'un membre du groupe ou d'une personne qui n'est pas votre amie sur les réseaux sociaux. Cela vous permettra de prendre conscience de la façon dont les gens font des suppositions à votre sujet sur la base de vos profils en ligne.

Étape 1 : Établissez le profil d'une personne qui ne figure PAS sur votre liste d'amis sur une quelconque plateforme de réseaux sociaux. L'idée est de trouver le plus de données possible en utilisant toutes les traces d'informations disponibles en ligne.

Créez son profil ou sa biographie à partir de ces informations. Soyez surtout attentif à la façon dont vous avez trouvé les informations : pourquoi avez-vous trouvé la trace de ces informations ? Qu'aurait dû faire cette personne pour que ces informations ne soient pas accessibles ?

Étape 2 : Présentez cette personne au groupe.

Étape 3 : Échangez sur cet exercice, sur les circonstances qui ont rendu le profilage possible et sur l'empreinte numérique en général.

Note : Même si l'objectif est de mettre en évidence que certaines informations pourraient être révélées contre le gré de l'intéressée, évitez de mettre celle-ci mal à l'aise en public. Pendant l'exercice, notez ce que vous avez remarqué. Soyez attentif au processus de profilage et notez non seulement les éléments qui ont rendu le profilage possible, mais aussi ceux qui l'ont compliqué ou ont empêché la collecte d'informations.

Document 2 pour l'activité 4 : L'empreinte numérique

Cher participant,

Dans cette partie de l'activité, votre tâche consiste à créer un document sur la manière de se comporter en toute sécurité dans les environnements numériques. Il peut d'agir d'une liste de propositions ou d'un programme détaillé.

Utilisez les questions listées ci-dessous pour mener votre réflexion et compléter vos propositions. La liste est censée vous aider à entrer dans le vif du sujet, mais n'hésitez pas à utiliser d'autres déclencheurs. L'idée est de réfléchir à vos propres comportements et aux traces que vous laissez dans les environnements numériques et à envisager d'autres façons de faire.

Questions:

- Quel type de recherches sur internet faites-vous ?
- Quels navigateurs utilisez-vous ? Pourquoi ?
- Quel type d'information partagez-vous – publiquement, en groupes restreints, etc. ?
- Y a-t-il une différence entre votre comportement dans les environnements numériques en tant que personne privée et en tant que représentant de votre employeur ? Si oui, pourquoi agissez-vous différemment ? Si non, pourquoi ?
- Êtes-vous conscient de vos paramètres personnels sur les réseaux sociaux ?
- Partagez-vous des informations sensibles ou privées (maladies, enfants, etc.) ? Si oui, dans quel type de contexte ? Pourquoi les partagez-vous ? Si non, pourquoi ?
- Utilisez-vous des paramètres de navigation privée ? Si oui, dans quel type de situation ? Si non, pourquoi ?
- Vous déconnectez-vous de votre ordinateur ? Si oui, à quelle fréquence ? Dans quel type d'environnement ? En public ? En privé ? Pour quelle raison ? Si non, pourquoi ?
- Supprimez-vous votre historique de navigation ? Si oui, pourquoi ? À quelle fréquence ? Si non, pourquoi ?
- Êtes-vous conscient des traceurs et des cookies ? Si oui, essayez-vous de les éviter ou de les restreindre ? Si oui, pourquoi et comment ? Si non, pourquoi ?
- Modifiez-vous les paramètres de confidentialité ? Si oui, pourquoi ? À quelle fréquence ? Quels paramètres avez-vous modifiés ? Si non, pourquoi ?
- Consultez-vous toujours les conditions d'utilisation ? Si oui, pourquoi ? À quelle fréquence ? Si non, pourquoi ?
- Que signifie le fait que vous laissez tant de traces derrière vous ? À quelles fins quelqu'un pourrait-il utiliser toutes ces informations ?
- Quels sont les avantages à laisser autant d'informations personnelles derrière soi ?
- Quels sont les risques à laisser autant d'informations personnelles derrière soi ?

À garder à l'esprit pendant le travail : empreinte numérique, vie privée, sécurité de l'information et politiques d'information y afférentes, Règlement général sur la protection des données (RGPD), etc.



Suggestions d'activités complémentaires

- ▶ Trouvez l'exemple d'une célébrité ou d'une personnalité publique dénigrée sur les réseaux sociaux. Analysez ce qui s'est passé dans ce cas précis : comment l'information a-t-elle été diffusée ? L'information a-t-elle été réfutée ? Et quelles mesures ont été prises par la suite ? Comment la communauté en ligne a-t-elle réagi ?
- ▶ L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a établi des statistiques sur [l'accès à internet](#). Les graphiques montrent qu'au cours de l'année 2017, entre 50,9 % (chiffre le plus bas) et 99,5 % (chiffre le plus élevé) de tous les ménages des pays de l'OCDE avaient accès à internet. Pour la plupart des pays couverts par l'étude, ce chiffre se situait entre 71,0 % et 99,5 %. Dans les pays de l'Union européenne, l'accès à l'internet se situait dans une fourchette de 71,0 % et 98,2 %. Cela signifie que des données personnelles sont largement collectées et transférées, dans le monde entier. Qui a accès à toutes ces données ? Qui utilise ces données ? Dans quel but toutes ces données sont-elles utilisées ? Qu'advient-il des informations que vous laissez derrière vous ? Toutes les informations que vous supprimez sont-elles vraiment supprimées ?
- ▶ Note pour l'éducateur : L'empreinte numérique, parmi les autres aspects techniques liés au comportement en ligne, est une réalité dont il faut être conscient. Faites de recherches sur Google. Qu'avez-vous trouvé ? Est-ce que tout cela est pertinent ?
- ▶ Examinez de plus près votre navigateur web. Effacez votre historique, votre cache, vos cookies ; mettez à jour les paramètres de votre navigateur ; et vérifiez si vous pouvez éviter le géociblage en désactivant la localisation de votre appareil.
- ▶ Essayez de dresser la liste de tous les services et applications où vous pensez avoir saisi des informations personnelles. Les utilisez-vous encore tous ? Vous souvenez-vous même de tous ces services et applications ? Essayez de trouver des liens entre les informations que vous avez recherchées ou saisies et les publicités que vous recevez.

- ▶ En tant qu'éducateur et multiplicateur, il est important que vous souligniez à quel point il est crucial pour les jeunes d'acquérir de bonnes habitudes quotidiennes sur internet, à savoir :
 - vérifier ses paramètres sur les navigateurs, les médias sociaux et les applications de chat (comme WhatsApp) ;
 - bien réfléchir avant de saisir des informations personnelles ;
 - lire attentivement et comprendre les politiques de confidentialité avant de les accepter.
- ▶ Droit à l'oubli : Depuis l'entrée en vigueur du Règlement général sur la protection des données (RGPD) en mai 2018 en Europe, vous avez le droit à l'oubli. Cela signifie que vous avez le droit de savoir qui (fournisseurs/plateformes) a collecté des informations à votre sujet et lesquelles. Vous avez également le droit de leur demander de supprimer toutes les informations vous concernant ; pour ce faire, contactez l'administrateur ou le détenteur du registre. Renseignez-vous sur les procédures en vigueur pour ce faire.
- ▶ En dehors de l'Union européenne, il peut exister en matière de protection des données des réglementations différentes ou plus limitées, voire une absence de réglementation. En fonction du pays où vous vous trouvez, vous devrez vérifier la réglementation locale en la matière.



Pour compléter vos connaissances

Publication : Citizens in a Mediated World.

Données : UNESCO. Survey on privacy in media and information literacy with youth perspectives.

Données : Your Europe. Data protection and online privacy.

Données : Conseil de l'Europe. Étude comparative sur le blocage, le filtrage et le retrait de contenus illégaux sur internet (2017).



Contenus plus pédagogiques

UNESCO : Programme EMI d'éducation aux médias et à l'information pour les enseignants (en ligne)
<http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/le-cadre-de-programme/?lang=fr>

UNESCO : Manual on MIL and Human Rights (couvre de nombreux sujets tels que l'extrémisme et les questions d'égalité):
<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002463/246371e.pdf>

UNESCO : *Journalism, 'fake news' and disinformation: a handbook for journalism education and training*:
<https://en.unesco.org/node/296002>

UNESCO : Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue (MILID) Network:
<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-and-intercultural-dialogue-university-network/>

Commission européenne : page web sur l'éducation aux médias
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/media-literacy>

Activités du Conseil de l'Europe, dans *Repères: manuel pour la pratique de l'éducation aux droits de l'homme avec les jeunes*

« En première page » : <https://www.coe.int/fr/web/compass/front-page>

« Ma vie n'est pas un spectacle » : <https://www.coe.int/fr/web/compass/my-life-is-not-a-show->

Références

Arendt F. et Northup T. (2015), « Effects of long-term exposure to news stereotypes on implicit and explicit attitudes », *International Journal of Communication* n° 9, pp. 2370-2390, USC Annenberg Press, Californie.

Boyd D. (2017), *Did Media Literacy Backfire?*, Data & Society: Points, disponible sur <https://points.datasociety.net/did-media-literacy-backfire-7418c084d88d>, consulté le 14 août 2022.

Buckingham D. (2003), *Media education : literacy, learning and contemporary culture*, Polity Press, Cambridge.

Cabezudo A. et al. (2019), *Guide pratique sur l'éducation à la citoyenneté mondiale – Concepts et méthodologies en matière d'éducation à la citoyenneté mondiale à l'usage d'éducateurs et de responsables politiques* (3^e éd.), Conseil de l'Europe, Lisbonne, disponible sur <https://rm.coe.int/global-education-guidelines-version-francaise-/168099098e>, consulté le 14 août 2022.

Commission des Communautés européennes (2009), « Recommandation de la Commission sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique pour une industrie de l'audiovisuel et du contenu plus compétitive et une société de la connaissance intégratrice », *Journal officiel de l'Union européenne* n° 227, pp. 9-12, disponible sur <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009H0625&from=EN>, consulté le 6 14 août 2022.

Conseil de l'Europe (2008), « Livre blanc sur le dialogue interculturel dialogue – Vivre ensemble dans l'égalité », disponible sur https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/source/white%20paper_final_revised_fr.pdf, consulté le 14 août 2022.

— (2010), *Recommandation CM/Rec(2010)13 du Comité des Ministres aux États membres sur la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel dans le cadre du profilage*, disponible sur https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cdd0e, consulté le 14 août 2022.

— (2016), *Recommandation CM/Rec(2016)2 du Comité des Ministres aux États membres sur l'Internet des citoyens*, disponible sur https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805c1e37, consulté le 14 août 2022.

— (2018a), « Éducation à la citoyenneté numérique (ECN) – 10 thématiques », disponible sur <https://rm.coe.int/10-thematiques-ecn/168077668d>, consulté le 14 août 2022.

— (2018b), « Cadre de référence des compétences pour une culture de la démocratie », disponible sur <https://www.coe.int/fr/web/reference-framework-of-competences-for-democratic-culture/home/>, consulté le 14 août 2022.

— (2019), *Recommandation CM/Rec(2019)10 du Comité des Ministres visant à développer et à promouvoir l'éducation à la citoyenneté numérique*, disponible sur https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=090000168098ddfe, consulté le 14 août 2022.

Conseil de l'Europe, Stratégie du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes (n.d.), « Combattre les stéréotypes de genre et le sexisme dans les médias », disponible sur <https://rm.coe.int/168064379b>, consulté le 14 août 2022.

Direction générale des droits de l'homme et de l'État de droit (2017), « Lignes directrices sur la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel à l'ère des mégadonnées », Conseil de l'Europe, disponible sur <https://rm.coe.int/lignes-directrices-sur-la-protection-des-personnes-a-l-egard-du-traite/16806f06d1>, consulté le 14 août 2022.

Dóchas (2006), « Code of conduct on images and messages », disponible sur www.dochas.ie/assets/Files/Code_of_Conduct_on_Images_and_Messages.pdf, consulté le 14 août 2022.

Europe-wide Global Education Congress (2002), « Maastricht Global Education Declaration », disponible sur <https://rm.coe.int/168070e540>, consulté le 14 août 2022.

Observatoire européen de l'audiovisuel et Conseil de l'Europe (2016), « Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 », disponible sur <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reporting-media-literacy-europe>, consulté le 14 août 2022.

Commission européenne (2013), *The Internet of Things*, disponible sur <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/internet-of-things>, consulté le 14 août 2022.

— (2016), *Citizens' digital footprint*, disponible sur <https://ec.europa.eu/jrc/en/research-topic/citizens-digital-footprint>, consulté le 14 août 2022.

— (2018), « Synopsis report of the public consultation on fake news and online disinformation », disponible sur <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/synopsis-report-public-consultation-fake-news-and-online-disinformation>, consulté le 14 août 2022.

Commission européenne et Direction générale des réseaux de communication, du contenu et des technologies (2018), « A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High-level Group on fake news and online disinformation », disponible sur <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>, consulté le 14 août 2022.

Commission européenne et Direction générale de l'éducation, de la jeunesse, du sport et de la culture (2018). *Developing digital youth work: policy recommendations and training needs for youth workers and decision-makers: expert group set up under the European Union Work Plan for Youth for 2016-2018*, Bureau des publications, disponible sur <https://data.europa.eu/doi/10.2766/604148>, consulté le 14 août 2022.

Hobbs R. (2010), *Digital and media literacy: a plan of action*, Aspen Institute, Washington, D.C.

IJAB – Service international de jeunesse de la République fédérale d'Allemagne (2014), *Guidelines for successful e-participation by young people in decision-making at local, regional, national and European levels*, disponible sur https://ijab.de/fileadmin/redaktion/PDFs/Shop_PDFs/Guidelines_eParticipation_engl.pdf, consulté le 14 août 2022.

Kaakinen M. (2018), « Disconnected online: a social psychological examination of online hate », disponible sur <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/disconnected-online-a-social-psychological-examination-of-online->, consulté le 14 août 2022.

Martens B. et al. (2018), « JRC Digital Economy Working Paper 2018-02: the digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news », disponible sur <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc111529.pdf>, consulté le 14 août 2022.

Mwai P. (2020), « Ethiopia's Tigray conflict sparks spread of misinformation », BBC News, disponible sur : www.bbc.com/news/world-africa-54888234, consulté le 14 août 2022.

Newman N. et al. (2017), « Reuters Institute digital news report 2017 », Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford, disponible sur <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/>, consulté le 14 août 2022.

Organisation de coopération et de développement économique (2017), *Internet access*, OECD.org, disponible sur <https://data.oecd.org/ict/internet-access.htm>, consulté le 14 août 2022.

OxfordLanguages (2016), *Oxford Dictionaries Word of the Year 2016*, disponible sur <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>, consulté le 14 août 2022.

Potter W.J. (2011), *Media literacy* (5^e éd.), Sage Publications, Thousand Oaks, Californie.

Respect Zone (2017), « Respect Zone Charter », disponible sur www.respectzone.org/wp-content/uploads/2018/04/RZ-Charter-document-aug17-pdf-accessible.pdf, consulté le 14 août 2022.

Richardson J., Milovidov E. et Schmalzried M. (2017). *Internet literacy handbook – Supporting users in the online world*, Conseil de l'Europe, Strasbourg, disponible sur <https://edoc.coe.int/en/internet/7515-internet-literacy-handbook.html>, consulté le 14 août 2022.

Rupkus E. et Franzl K. (2018), « Digital and mobile tools and tips for youth eParticipation », in Commission européenne et Conseil de l'Europe, *Points de vue sur la jeunesse: Les jeunes à l'ère du numérique*, Vol. 4, pp. 45-53, Conseil de l'Europe, Strasbourg, disponible sur <https://pjp-eu.coe.int/en/web/youth-partnership/issue-4-fr>, consulté le 14 août 2022.

Snelling J. (2017), *What media literacy means in the age of alternative facts*, Center for Media Literacy, disponible sur www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-means-age-alternative-facts, consulté le 14 août 2022.

Stroud N.J. (2017), « Selective exposure theories », in Kenski K. et Jamieson K.H. (dir.), *The Oxford handbook of political communication*. Oxford University Press, Oxford.

Taylor P.M. (2003), *Munitions of the mind: a history of propaganda from the ancient world to the present era* (3^e éd.), Manchester University Press, Manchester.

Thoman E. et Jolls T. (2008), *Literacy for the 21st century: an overview & orientation guide to media literacy education* (2^e éd. edn), Center for Media Literacy, Californie, disponible sur www.medialit.org/sites/default/files/01a_mlkorientation_rev2_0.pdf, consulté le 14 août 2022.

Torrent J. (2014), « MIL and the web 3.0 », in Hope Culver S. et Kerr P. (éd.), *MILID yearbook 2014 – Global citizenship in a digital world*, pp. 27-30, International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Gothenburg, disponible sur https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/03/global_citizenship_in_a_digital_world.pdf, consulté le 14 août 2022.

Nations Unies (1948), *Déclaration universelle des droits de l'homme*, disponible <https://www.un.org/fr/about-us/universal-declaration-of-human-rights>, consulté le 14 août 2022.

—(2022), *Take action for the Sustainable Development Goals*, disponible sur www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/, consulté le 14 août 2022.

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (1974), *Recommandation sur l'éducation pour la compréhension, la coopération et la paix internationales et l'éducation relative aux droits de l'homme et aux libertés fondamentales*, disponible sur https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114040_fre.page=149, consulté le 14 août 2022.

—(1982), *Grunwald declaration on media education*, disponible sur <https://milunesco.unaoc.org/mil-resources/grunwald-declaration-on-media-education/>, consulté le 14 août 2022.

—(1995), *Déclaration de l'UNESCO et cadre d'action intégré concernant l'éducation pour la paix, les droits de l'homme et la démocratie*, disponible sur http://www.ibe.unesco.org/sites/default/files/REV_74_F.pdf, consulté le 14 août 2022.

—(2011), *Éducation aux médias et à l'information : programme de formation pour les enseignants*, UNESCO, Paris, disponible sur <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216531>, consulté le 14 août 2022.

—(2015), *Des clés pour la promotion des sociétés du savoir inclusives : accès à l'information et au savoir, liberté d'expression respect de la vie privée et éthique sur un internet mondial*, UNESCO, Paris, disponible sur <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232564>, consulté le 14 août 2022.

Walker C. (2020), « False claims, misleading images promote 'eco resort' crowdfunding campaign that's raised over \$60K », CBC Canada, disponible sur : www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/azhen-eco-resort-crowdfunding-jaymie-friesen-1.5812365, consulté le 14 août 2022.

Wardle C. et al. (2017), « Les désordres de l'information : Vers un cadre interdisciplinaire pour la recherche et l'élaboration des politiques », Conseil de l'Europe, Strasbourg, disponible sur <https://rm.coe.int/rapport-les-desordres-de-l-information-/1680935bd4>, consulté le 14 août 2022.

Un citoyen initié aux médias sait non seulement comment accéder aux médias et aux technologies, analyser les messages médiatiques et les évaluer de manière critique, mais aussi comment créer des messages médiatiques de manière réflexive, ouvrant ainsi la voie à une participation active, continue et responsable aux sociétés sociales et civiques.

Ceci est conforme à l'objectif principal de l'éducation à la citoyenneté mondiale : former des citoyens responsables pour la justice sociale et le développement durable.

Il est donc essentiel d'être un citoyen éduqué aux médias pour réussir l'éducation à la citoyenneté mondiale et acquérir les compétences et les capacités nécessaires pour interagir de manière compétente avec les médias et avec le monde à travers les médias.

En élargissant la portée de l'éducation à la citoyenneté mondiale avec des éléments d'éducation aux médias, l'éducation à la citoyenneté mondiale devient un outil plus efficace contribuant à la réalisation des objectifs de développement durable de l'Agenda 2030 des Nations Unies.

Ce kit à outils propose une approche intégrée de l'éducation aux médias dans le contexte de l'éducation à la citoyenneté mondiale. Il explore un ensemble d'activités axées sur l'analyse critique et la production de messages médiatiques, l'analyse des algorithmes, la participation active dans les sociétés, le maintien de la vie privée, le maintien du bien-être et la gestion de l'e-identité.

www.coe.int

Le Conseil de l'Europe est la principale organisation de défense des droits de l'homme du continent. Il comprend 46 États membres, dont l'ensemble des membres de l'Union européenne. Tous les États membres du Conseil de l'Europe ont signé la Convention européenne des droits de l'homme, un traité visant à protéger les droits de l'homme, la démocratie et l'État de droit. La Cour européenne des droits de l'homme contrôle la mise en œuvre de la Convention dans les États membres.



Financé
par l'Union européenne
et le Conseil de l'Europe



UNION EUROPÉENNE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Mis en œuvre
par le Conseil de l'Europe