

semaine de l'éducation aux Médias



**Ressources,
témoignages et activités**
: Décoder les médias, résister à l'immédiat
Agir pour s'informer

Cette brochure est le fruit de la collaboration de membres du CSEM :

Ingrid Bonniver – Assistante de projets CSEM

Tatiana Debrabandere – Chargée de projets CSEM

Yasmine El Manzah – CSEM (stagiaire IHECS)

Sébastien Grau – Chargé de mission CSEM

Damien Haenecour – Chargé de mission CSEM

Alyssia Ricci – Chargée de mission CSEM

Éditrice responsable : Claire Berlage – CSEM

CSEM

📍 Boulevard Léopold II, 44 – 6E630
1080 Bruxelles

<http://www.csem.be>

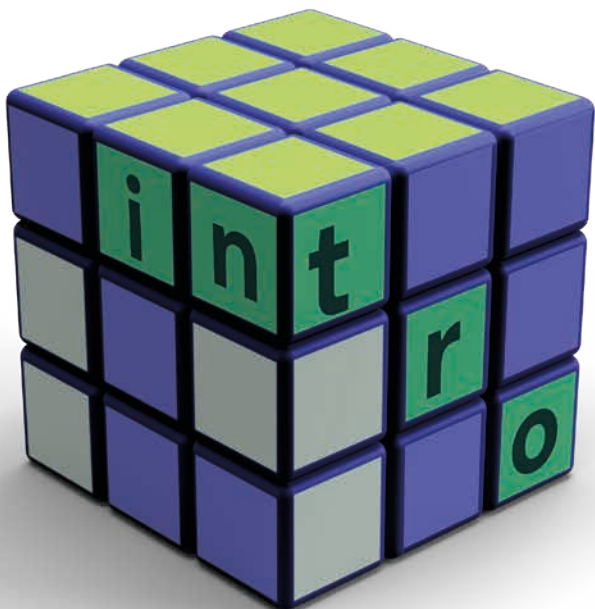
✉ csem@cfwb.be

 Cette publication contient des visuels réalisés avec l'assistance d'outils d'intelligence artificielle.

Août 2026 – Les références des ressources proposées dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution

Table des matières

Préface	4
Décoder les médias, résister à l'immédiat – Agir pour s'informer	5
Des projets d'éducation aux médias : témoignages	7
Création d'une bibliothèque sonore	8
Influence : comprendre les mécanismes d'influence en ligne et produire des contenus engagés	9
Quelques ressources en éducation aux médias	10
Les collections du CSEM	10
📌 « Tronc Commun »	11
📌 « Repères »	12
📌 « Actimédia »	13
📌 « Semaine EAM »	13
D'autres ressources du CSEM	14
Ressources de nos partenaires et opérateurs en éducation aux médias	15
Vivons ensemble une activité d'éducation aux médias	16
Contextualisation et explications	16
Les visages de l'info	18
📄 D'où vient l'info ?	19
📄 Les voix de l'info : qui parle ? Qui décide ?	23
📄 Partager l'info : quel(s) impact(s) ?	29
📄 Les news influenceur·euses	35
Les multiples formes de l'info	42
📄 Une même actu, plusieurs formats	43
📄 Crée ton affiche anti-fake news	49
IA et algorithmes : les nouvelles formes de l'info	55
📄 Le robot qui apprend	56
📄 Info et intelligence artificielle	59
📄 Recruter avec une IA : neutre ou biaisée ?	63



Préface

Un texte généré en quelques secondes via une IA, une information relayée en un clic sur les réseaux sociaux ou encore des algorithmes qui sélectionnent et façonnent nos contenus consultés : autant d'exemples qui témoignent d'un univers informationnel de plus en plus complexe et dense dans lequel les usages de chacun et chacune évoluent.

Il est temps de prendre du recul pour comprendre les mécanismes, les décoder et se les réapproprier. C'est le défi que nous propose cette année le Conseil supérieur de l'éducation aux médias à travers la Semaine de l'éducation aux médias.

Cette initiative offre précisément ce temps d'arrêt nécessaire en proposant, pour la 4^e année, plus de 200 activités sous des formats variés autour d'une thématique plus actuelle que jamais : l'information.

Accessible et variée, la Semaine de l'éducation aux médias invite tous les publics, issus des secteurs scolaire et non scolaire, à explorer et à développer leurs compétences médiatiques et informationnelles de manière active, réfléchie et critique. Son programme s'adresse à tous les âges et à toutes les réalités, grâce à un ensemble d'activités : ateliers critiques et créatifs, ciné-débats, visites de médias, rencontres avec des professionnel·les, formations et bien d'autres encore.

Cette édition se place sous le signe de la résistance et de l'action. Apprendre à décoder les contenus informationnels, à en comprendre les mécanismes, à questionner les représentations et les récits, c'est aussi se donner les moyens de déconstruire certaines idées reçues, d'évoluer et d'exercer son pouvoir d'agir.

Résister, c'est également faire barrage à l'immédiateté et retrouver le temps de la réflexion. Prendre quelques instants pour vérifier la source d'un contenu, croiser les informations et replacer les faits dans leur contexte. Ce recul, cette nuance et cette capacité d'analyse constituent des conditions essentielles à la vitalité d'une démocratie ouverte, pluraliste et respectueuse.

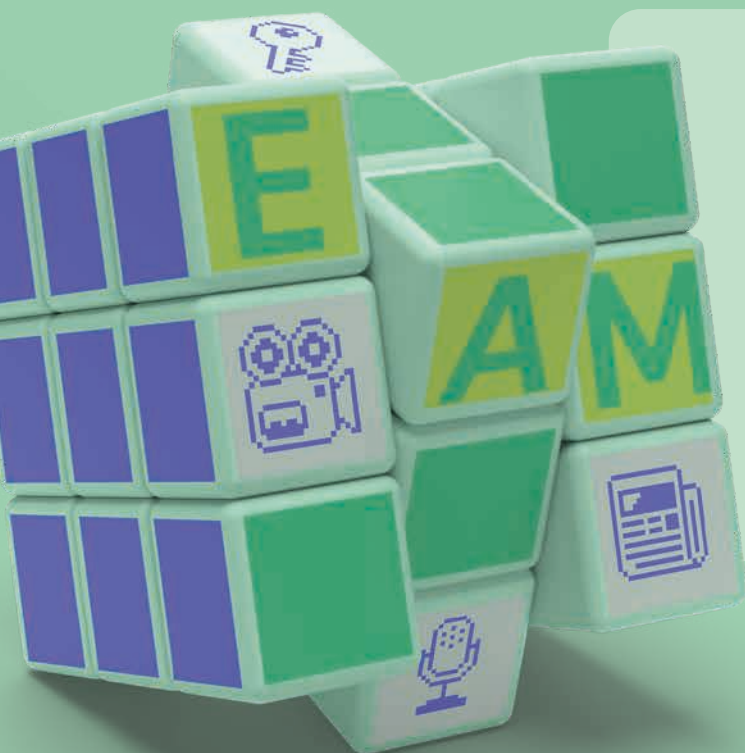
Cette semaine sera donc l'occasion, pour toutes et tous, de renforcer leur esprit critique, de nourrir leur curiosité et de réaffirmer l'importance d'une information de qualité. Plus qu'un ensemble de compétences, l'éducation aux médias permet à chacune et chacun de mieux comprendre le monde qui l'entoure, de se forger une opinion éclairée et d'exercer pleinement sa liberté. Investir dans l'éducation aux médias, c'est investir dans des citoyennes et des citoyens plus libres, plus responsables et plus engagés.

Claire Berlage

Présidente du CSEM

Décoder les Médias , résister à l'immédiat

Agir pour s'informer



Dans un monde médiatique caractérisé par un flux ininterrompu de contenus, développer des repères pour comprendre, trier, interpréter mais aussi créer devient un enjeu éducatif majeur, tant à l'école que dans les structures relevant du secteur de la Jeunesse. En effet, la surabondance médiatique façonne les imaginaires, les émotions, les relations. Il est donc nécessaire de sensibiliser chacun·e afin de lui permettre de naviguer, en ayant conscience des mécanismes à l'œuvre.

Avec cette thématique, la semaine de l'éducation aux médias 2026 invite à explorer la diversité des médias et des formats qui racontent le monde. Médias d'information, images, affiches, bandes dessinées, cinéma, documentaires, jeux vidéo, réseaux sociaux... Chaque média propose une manière particulière de représenter la réalité, avec ses codes, ses choix, ses intentions et ses effets sur les publics.

La thématique valorise également l'expérimentation (produire une info de classe, créer une affiche, analyser un jeu vidéo, comparer des formats, débattre des usages numériques) comme moyen de mieux comprendre les médias. Chaque activité de ce dossier alterne des phases d'analyse (des contenus, des contextes de production, des

outils employés pour leur diffusion) avec des phases de production (pour réinvestir les connaissances acquises lors de la phase d'analyse). C'est en développant ces deux phases que l'éducation aux médias prend pleinement sa mesure.

En proposant des balises pour s'orienter dans un environnement médiatique dense, la semaine de l'éducation aux médias vise à renforcer l'esprit critique, la créativité et l'autonomie des publics, afin qu'ils et elles deviennent des usager·ères, interprètes et créateur·rices conscient·es et responsables des médias dans leur diversité.

La semaine de l'éducation aux médias, c'est tout d'abord un programme d'activités adaptées à tous les âges : ateliers, ciné-débats, visites de médias, rencontres avec des professionnel·les, formations... Ce dossier complète le dispositif en poursuivant des objectifs similaires, en lien avec la thématique annuelle : questionner l'origine des contenus, comprendre les formats, analyser les représentations, décrypter les images, explorer les rôles des IA, réfléchir aux usages et aux pratiques de partage...

L'éducation aux médias ?

L'éducation aux médias se définit comme « *l'ensemble des pratiques éducatives visant le développement des connaissances, des compétences et des usages médiatiques de leurs bénéficiaires (enfants, jeunes et adultes), dans le but de rendre ceux-ci*

actifs, autonomes, critiques, réflexifs, créatifs et solidaires dans leur utilisation des médias. Elle rend ainsi ses bénéficiaires aptes à faire usage des médias en tant que destinataires, usagers, créateurs ou contributeurs, tout au long de leur vie.¹ ».

Éducation par les Médias

médias = auxiliaires de l'apprentissage, supports pédagogiques.

Les médias sont employés comme des vecteurs de savoirs et d'expériences.

- Écouter une histoire en classe
- Regarder un documentaire sur la thématique de la migration



Éducation aux Médias

médias = objet d'étude.

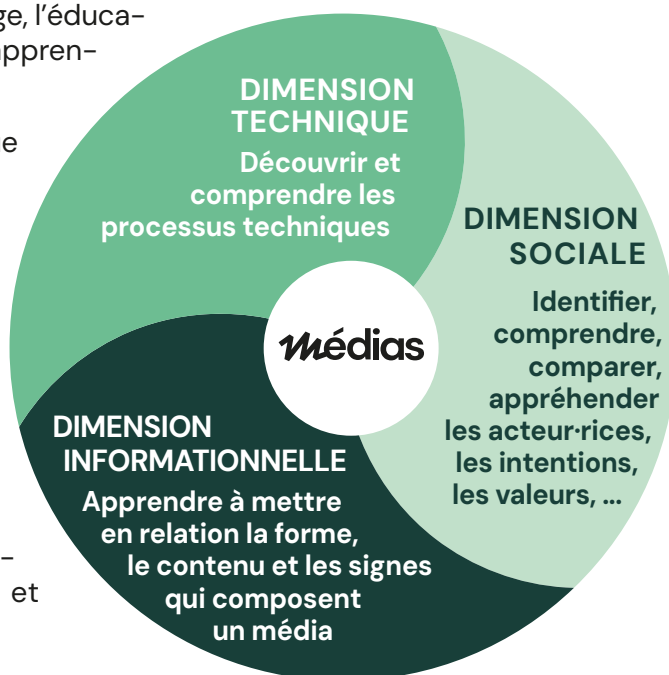
Il s'agit ici de travailler sur les productions médiatiques elles-mêmes, leur origine, la manière dont elles sont construites, diffusées, consommées.

- Sonoriser une histoire
- Analyser les représentations des migrants dans les médias

À la différence de l'éducation par les médias où le média est considéré comme une aide à l'apprentissage, l'éducation aux médias fait du média l'objet de l'apprentissage.

Chaque analyse – et production – médiatique porte sur trois dimensions :

- **la dimension informationnelle** : les contenus médiatiques et les langages (écrits, sonores, visuels, multimodaux), formes et genres qu'ils mobilisent ;
- **la dimension sociale** : les contextes de production, de diffusion et de réception des médias dans leurs dimensions sociales, économiques et culturelles ;
- **la dimension technique** : le fonctionnement technique des outils, dispositifs et plateformes médiatiques et leurs enjeux.



¹ [Décret relatif à l'éducation aux médias du 16/05/2024](#), art. 1.

Des projets d'éducation aux **Médias** : témoignages



Envie de participer à un appel à projets d'éducation aux médias ?

L'appel à projets scolaires du CSEM :

Chaque année, le CSEM publie [un appel à projets à l'attention des écoles](#). Il permet d'octroyer jusqu'à 2000€ à 10 écoles fondamentales et secondaires en FW-B afin de développer un projet d'éducation aux médias.



L'appel à projets du Service Jeunesse :

Le Service Jeunesse de la FW-B lance chaque année un [appel à projets à destination des organisations de jeunesse et des centres de jeunes](#) leur permettant de construire un projet d'éducation aux médias et à leurs encadrant·es de se former dans ce domaine.

Les projets d'éducation aux médias peuvent prendre des formes très variées : ateliers, créations médiatiques, débats, expérimentations... Ils s'inscrivent dans des contextes multiples – scolaires, associatifs ou culturels – et s'adressent à des publics divers.

Ces projets ont en commun de placer les publics au cœur des apprentissages. En les invitant à analyser, produire et questionner les contenus médiatiques, ils contribuent à développer leur esprit critique, leur capacité d'expression et leur compréhension des enjeux liés à l'information. Qu'il s'agisse de créer des podcasts, d'explorer les logiques d'influence en ligne ou de produire des contenus audio à destination d'autres élèves, ces initiatives montrent que l'éducation aux médias peut s'intégrer dans de nombreux contextes, avec des moyens variés.

Chaque année, des appels à projets spécifiques dans les secteurs concernés (voir encadré) subventionnent entre 7 et 10 projets. Ces derniers montrent que l'éducation aux médias ne repose pas uniquement sur des outils ou des dispositifs techniques, mais avant tout sur des démarches actives, qui encouragent les jeunes à expérimenter, à collaborer et à réfléchir en partant de leurs propres usages.



Création d'une bibliothèque sonore

Projet mené par des élèves de 5e primaire de l'École La Vertu (Schaerbeek), dans le cadre de l'appel à projets scolaires 2024-2025 du CSEM.

Dans ce projet, des élèves de 5e primaire ont conçu une bibliothèque sonore destinée à des élèves de 2e primaire. L'objectif était double : développer leurs compétences en lecture à voix haute et en production numérique, tout en proposant un support de lecture accessible et motivant pour les plus jeunes.

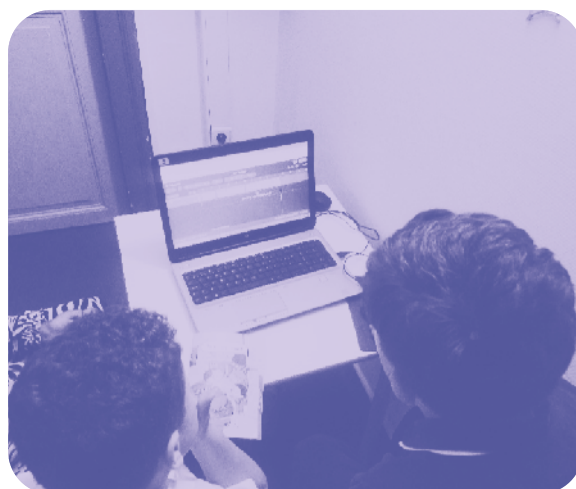
Par petits groupes, les élèves ont enregistré la lecture d'albums jeunesse à l'aide d'un logiciel de montage audio. Ils-elles ont travaillé la fluidité, l'intonation et le rythme de leur lecture, tout en découvrant les fonctionnalités techniques liées à l'enregistrement, au montage et à l'organisation de fichiers audio.

Chaque livre a été enregistré page par page, avec l'ajout d'un repère sonore permettant aux enfants de savoir quand tourner la page. Une fois les enregistrements finalisés, les fichiers audio ont été mis en ligne et associés à des QR codes, collés directement sur les ouvrages.

Les élèves de 2e primaire peuvent ainsi scanner les QR codes à l'aide de tablettes et écouter les histoires tout en suivant le texte et les illustrations, à leur rythme et de manière autonome.



Ce projet a également donné lieu à un moment de transmission entre pairs : les élèves de 5e primaire sont venus présenter le dispositif aux plus jeunes, leur expliquant comment utiliser les tablettes et les enregistrements. Cette étape a renforcé leurs compétences orales, mais aussi leur capacité à adapter leur communication à un public spécifique.



Au-delà des compétences techniques, ce projet illustre pleinement les enjeux de l'éducation aux médias : produire un contenu en tenant compte de ses destinataires, comprendre les spécificités d'un média sonore, et articuler différents supports (texte, image, son, dispositif numérique) pour créer une expérience cohérente et signifiante.

Il montre également que la production médiatique peut devenir un levier de coopération, de valorisation des élèves et de partage des apprentissages au sein de l'école.



Influence : comprendre les mécanismes d'influence en ligne et produire des contenus engagés

Projet développé par Atelier/M (maison de jeunes agréée), dans le cadre de l'appel à projets d'éducation aux médias 2025 du Service Jeunesse de la FW-B.



Le projet *Influence* propose à des jeunes de 15 à 30 ans de s'interroger sur leurs usages des réseaux sociaux et sur les mécanismes qui structurent la circulation de l'information en ligne. Dans un environnement numérique marqué par les algorithmes, les bulles de filtres et les stratégies d'influence, l'objectif est de leur permettre de mieux comprendre les logiques à l'œuvre et d'adopter une posture plus critique face aux contenus qu'ils-elles consomment et partagent.

Le projet s'appuie sur une pédagogie active et participative, dans laquelle les jeunes sont pleinement impliqués-es. À partir de leurs propres expériences en ligne, ils-elles analysent des contenus issus de plateformes comme *TikTok*, *Instagram* ou *YouTube*, identifient les mécanismes de viralité et de manipulation, et échangent autour de leurs perceptions et de leurs pratiques.

Le dispositif se déroule en trois grandes phases. Une première série d'ateliers permet de déconstruire les logiques d'influence (algorithmes, biais de confirmation, stratégies de manipulation) et d'en comprendre les effets sur la perception de la réalité. Dans un second temps, les jeunes passent à la production : en petits groupes, ils-elles conçoivent et réalisent des podcasts filmés abordant ces thématiques. Ils-elles participent à toutes les étapes du processus

– choix des sujets, écriture, enregistrement, montage – et développent ainsi leurs compétences techniques et leur capacité d'expression.

Enfin, le projet donne lieu à une restitution publique permettant de valoriser les productions réalisées et d'ouvrir le dialogue avec d'autres jeunes, des parents et des professionnel·les du secteur.

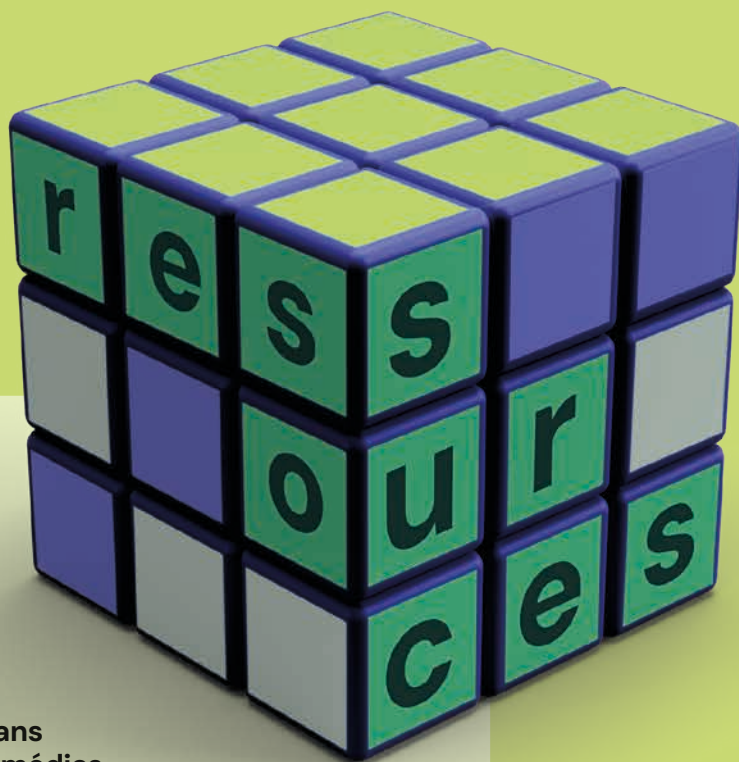
Au-delà de la sensibilisation, ce projet vise à faire des jeunes des acteurs et actrices de l'éducation aux médias. En produisant eux-mêmes des contenus de sensibilisation diffusés sur les réseaux sociaux, ils-elles contribuent à transmettre des clés de compréhension à leurs pairs et à développer une parole informée, critique et engagée.



Quelques ressources en éducation aux **médias**



Les nombreuses ressources proposées ci-dessous donnent quelques balises essentielles pour aborder (ou approfondir) des enjeux d'éducation aux médias. Cette liste ne se veut pas exhaustive, mais tente d'envisager la diversité des thématiques et des supports à travailler avec des jeunes dans le cadre d'une activité d'éducation aux médias.



Les collections du CSEM

Le Conseil supérieur de l'éducation aux médias a édité un ensemble de collections d'outils à destination de publics variés. Chaque outil cité peut être téléchargé en

ligne ou, lorsqu'une version papier est disponible, être commandé gratuitement et dans la limite des stocks disponibles, via un formulaire sur le site du CSEM.



L'Éducation aux médias dans les référentiels du Tronc commun

Si l'éducation aux médias n'a pas été envisagée comme un domaine d'apprentissage à part entière, elle prend place de manière transversale et progressive afin de garantir qu'à la sortie du Tronc commun, chaque élève dispose d'un ensemble de compétences médiatiques indispensables à l'exercice d'une citoyenneté active, critique et responsable.

À la demande du Gouvernement de la FW-B, le CSEM a élaboré, en 2022-2023, un document visant à identifier les contenus et attendus relatifs à l'éducation aux médias dans les différents référentiels disciplinaires. Structuré par années et par thématiques (d'éducation aux médias), il tente de répondre adéquatement aux besoins de chaque encadrant·e.

[Accéder à la brochure](#)



Les brochures d'activités

L'éducation aux médias a pour finalité de rendre chaque citoyen·ne actif·ve, autonome et critique envers tout document ou dispositif médiatique dont il·elle est destinataire ou usager, et ce tout au long de la vie. Pour le CSEM, l'éducation aux médias participe pleinement à l'épanouissement personnel de l'individu, et ce, dès le plus jeune âge. Dans cette perspective, le CSEM propose une série d'outils d'éducation aux médias pour accompagner les élèves tout au long de leur scolarité. Ces derniers respectent les attendus d'éducation aux médias présents dans les nouveaux référentiels du Tronc commun (et repris dans la brochure thématique « L'éducation aux médias dans les référentiels du Tronc commun »).

Dans ces dossiers, des fiches d'activités à vivre en classe et des focus médias transversaux, basés sur un média en particulier,

visent à fournir à l'encadrant·e une série de balises, d'informations et de suggestions d'activités à mener tout au long du Tronc commun. Cinq publications sont actuellement disponibles pour couvrir l'ensemble des niveaux de l'enseignement fondamental et la première année de l'enseignement secondaire.

[Éducation aux médias et compétences initiales](#)

[Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P1-P2](#)

[Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P3-P4](#)

[Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en P5-P6](#)

[Éducation aux médias et Tronc commun : activités à vivre en S1](#)

« Repères »

Lancée en 2018 pour outiller de façon succincte et concrète les parents et les professionnels de l'éducation aux enjeux des médias, la collection « Repères » propose une série de dossiers sur des thématiques choisies en fonction des questions sociétales qui émergent dans l'actualité.

Treize carnets sont déjà publiés sur des thématiques diverses telles que la désinformation, la liberté d'expression, les jeux vidéo, les influenceur·euses...

[Lien vers la collection](#)



L'impact environnemental de nos usages numériques

Études, loisirs, transport, santé, vie privée... Internet est, via le smartphone ou d'autres appareils connectés, devenu incontournable dans notre vie quotidienne, et plus encore dans celle des adolescent·es. Malgré son immatérialité, le numérique a un impact colossal sur l'environnement. Ce carnet permet de découvrir cet impact en plongeant le·la lecteur·rice dans les coulisses de la fabrication de nos smartphones, tout en s'intéressant aux principaux usages numériques des jeunes.

Les intelligences artificielles, comment mieux les comprendre ?

Les intelligences artificielles se développent de manière exponentielle ces dernières années et elles influencent de plus en plus nos vies et celles des jeunes. Selon l'enquête [#Génération 2024](#), près de 6 jeunes sur 10 en FW-B affirment avoir déjà utilisé une application ou un site d'intelligence artificielle.

Si les IA offrent des opportunités et des facilités dans beaucoup de domaines, leur utilisation n'est pourtant pas sans risques et engendre de nombreuses questions. Que sont réellement les IA ? Comment fonctionnent-elles ? Et dans quelles circonstances les jeunes utilisent-ils-elles ces applications dans leur vie de tous les jours ? C'est à ces questions que la première partie du carnet tente d'apporter des réponses. Quelques pistes sont ensuite proposées pour découvrir les IA génératives avec les jeunes.

« Actimédia »

Conçu directement pour les élèves, « Actimédia » a pour objectif de rendre l'apprentissage des médias vivant, participatif et adapté aux usages des jeunes. Destiné à être pris en main directement tant par les élèves que par les encadrant·es, le format

d'« Actimédia » est hybride : dossier imprimable, activités en ligne, vidéos... L'approche repose sur une structure pédagogique modulaire qui permet aux encadrant·es d'adapter les activités en fonction du temps disponible et des besoins de leur classe.



« Pixel Mag » : un premier numéro consacré à la protection des données

Adressé aux élèves de **6e primaire et de 1ère secondaire**, ce dossier pédagogique propose aux élèves de se glisser, au travers de 5 missions, dans la peau de journalistes du *Pixel Mag*, et de créer les rubriques de ce journal consacré à la protection des données. Pour synthétiser les grands enjeux liés à la protection des données, [5 vidéos ont été créées par la RTBF](#). Chacune d'elles contient des explications illustrées et concrètes présentées par les différents animateur·rices d'Auvio Kids (RTBF).

[Lien vers la collection](#)



« Semaine EAM »

Afin d'accompagner au mieux les enseignant·es et les encadrant·es jeunesse pendant la semaine de l'éducation aux médias, le CSEM produit des dossiers thématiques intitulés « *Ressources, témoignages et activités* » qui abordent différents enjeux et thématiques de l'éducation aux médias.

Après une brève présentation théorique de l'éducation aux médias, chacun de ces dossiers contient des témoignages de terrain permettant de donner des exemples

concrets de projets menés. Des ressources sont également proposées aux lecteur·rices pour approfondir un thème, une activité ou, mener un projet de plus grande ampleur avec des enfants/jeunes. Enfin, quelques propositions d'activités concrètes à vivre en groupe permettront à chacun·e d'expérimenter, sur le terrain, une activité concrète d'éducation aux médias.

[Lien vers la collection](#)

D'autres ressources du CSEM



Les journalistes en classe face à la désinformation

Le CSEM et l'Association des Journalistes Professionnels (AJP) ont élaboré cet outil sur la thématique de la désinformation pour, d'une part, éclairer en fournissant des bases, des pistes de réflexion et, d'autre part, proposer des outils directement utilisables.

Le contenu est également exploitable par les encadrant·es, les éducateur·rices ou les parents qui souhaitent aborder la question de la désinformation (« fake news »).

Précédé par une « petite histoire de la désinformation », l'outil est structuré en deux volets : une série de fiches explicatives (synthèses) et une série de fiches pédagogiques.

[!\[\]\(1a2e9c86c2a63dd0890db1012b677415_img.jpg\) Lien vers l'outil](#)

Médiarama

Médiarama est un jeu pédagogique qui invite les jeunes à parcourir plus d'un siècle d'histoire médiatique en replaçant des événements clés sur une ligne du temps. À travers trente cartes illustrées, ils-elles découvrent comment la presse, la radio, la musique, le jeu vidéo, la bande dessinée ou encore les technologies numériques ont évolué et influencé nos usages actuels.

Pensé comme un support ludique d'éducation aux médias, le jeu permet d'aborder de manière concrète les liens entre innovations techniques, enjeux sociétaux et pratiques culturelles. Chaque carte offre une brève explication d'un moment charnière. Le jeu est complété par un carnet d'accompagnement contenant non seulement des éclairages historiques et contemporains mais aussi des activités à réaliser avec les enfants/jeunes à partir de l'expérience ludique.

[!\[\]\(bf201d91b9b614baaf9dc5168bdd7cec_img.jpg\) Lien vers l'outil](#)



Ressources de nos partenaires et opérateurs en éducation aux médias

#Génération2024. Les jeunes et la consommation en ligne (Média Animation)

Cette enquête, réalisée par Média Animation, explore la manière dont les adolescent·es naviguent dans les environnements numériques marqués par des logiques commerciales : achats en ligne, abonnements à des plateformes, influence des créateur·rices de contenus...

Basée sur un questionnaire et des groupes de discussion menés auprès de 350 jeunes de 15 à 19 ans en Fédération Wallonie-Bruxelles, l'étude met en lumière les habitudes de consommation, les stratégies pour accéder aux contenus et la manière dont ils et elles perçoivent les mécanismes économiques présents dans les espaces numériques. Elle propose également une réflexion éducative sur les enjeux de ces pratiques pour l'éducation aux médias.

Accessible librement en ligne, cette publication constitue une ressource précieuse pour les acteur·rices de l'éducation (aux médias) souhaitant mieux comprendre les pratiques numériques des jeunes et ouvrir le dialogue autour de la consommation en ligne.

[Lien vers la ressource](#)

Journal de Bord (LA PRESSE.be)

Les *Journaux de bord* proposés par LA PRESSE.be sont des dossiers pédagogiques destinés aux élèves de l'enseignement primaire et secondaire. Conçus avec le soutien des éditeurs de la presse quotidienne francophone et en collaboration avec le Conseil supérieur de l'éducation aux médias, ces supports permettent aux jeunes de mieux comprendre le fonctionnement des médias et le travail journalistique.

Ces publications abordent de nombreux aspects liés à l'information : la manière dont les jeunes s'informent aujourd'hui, le rôle du journal dans la société, l'organisation d'une rédaction, la construction d'un article... Présentés sous forme d'articles, d'infographies et de petites activités accessibles en fonction du niveau d'enseignement des jeunes concerné·es, les *Journaux de bord* permettent d'aborder en classe les coulisses de la presse.

[Lien vers la ressource](#)

L'Actu en débat (LA PRESSE.be)

L'Actu en débat est un dispositif d'éducation aux médias et à l'information destiné aux jeunes de 14 à 19 ans, développé par [LA PRESSE.be](#). Adapté d'un outil pédagogique de l'APEM (Association française pour l'Éducation aux médias), cet outil propose des ateliers clés en main pour aborder avec les jeunes des questions liées à l'actualité et au journalisme.

Chaque module, d'une durée d'environ 1h30, s'articule autour d'une question de débat et comprend plusieurs activités (quiz, lecture d'articles de presse, discussion à l'aide de cartes argumentaires, visionnage d'interviews d'expert·es...). L'objectif est d'aider les jeunes à comprendre la valeur d'une information professionnelle et à développer leur esprit critique face aux médias.

Six modules thématiques sont actuellement disponibles (journalisme sportif, intelligences artificielles, faits divers, conflits, climat, liberté d'expression en ligne). Chaque atelier comprend une fiche pédagogique et une présentation PowerPoint prêtes à l'emploi.

[Lien vers la ressource](#)

Vivons ensemble une activité d'éducation aux médias

Les activités dans la suite de cette brochure ont pour objectifs d'initier et stimuler des activités d'éducation aux médias avec un groupe d'enfants ou de jeunes. Ces activités sont regroupées en fonction de la dimension de l'éducation aux médias qu'elles mettent en évidence.



Une première partie, «les visages de l'info», explore la dimension informationnelle. Elle propose 4 activités qui analysent les diffuseurs des contenus informationnels, leurs intentions et leurs responsabilités.

Ensuite, la partie «les multiples formes de l'info» développe une série d'activités, axées sur la dimension sociale de l'éducation aux médias qui interrogent les formats pris par les contenus informationnels, leurs contraintes, leur signification et la vision du monde que chacun d'eux met en avant.

Enfin, trois activités plutôt centrées sur la dimension technique de l'EAM, tentent de décoder le fonctionnement des IA, les bouleversements qu'elles provoquent dans la création, la compréhension et la diffusion de l'information.

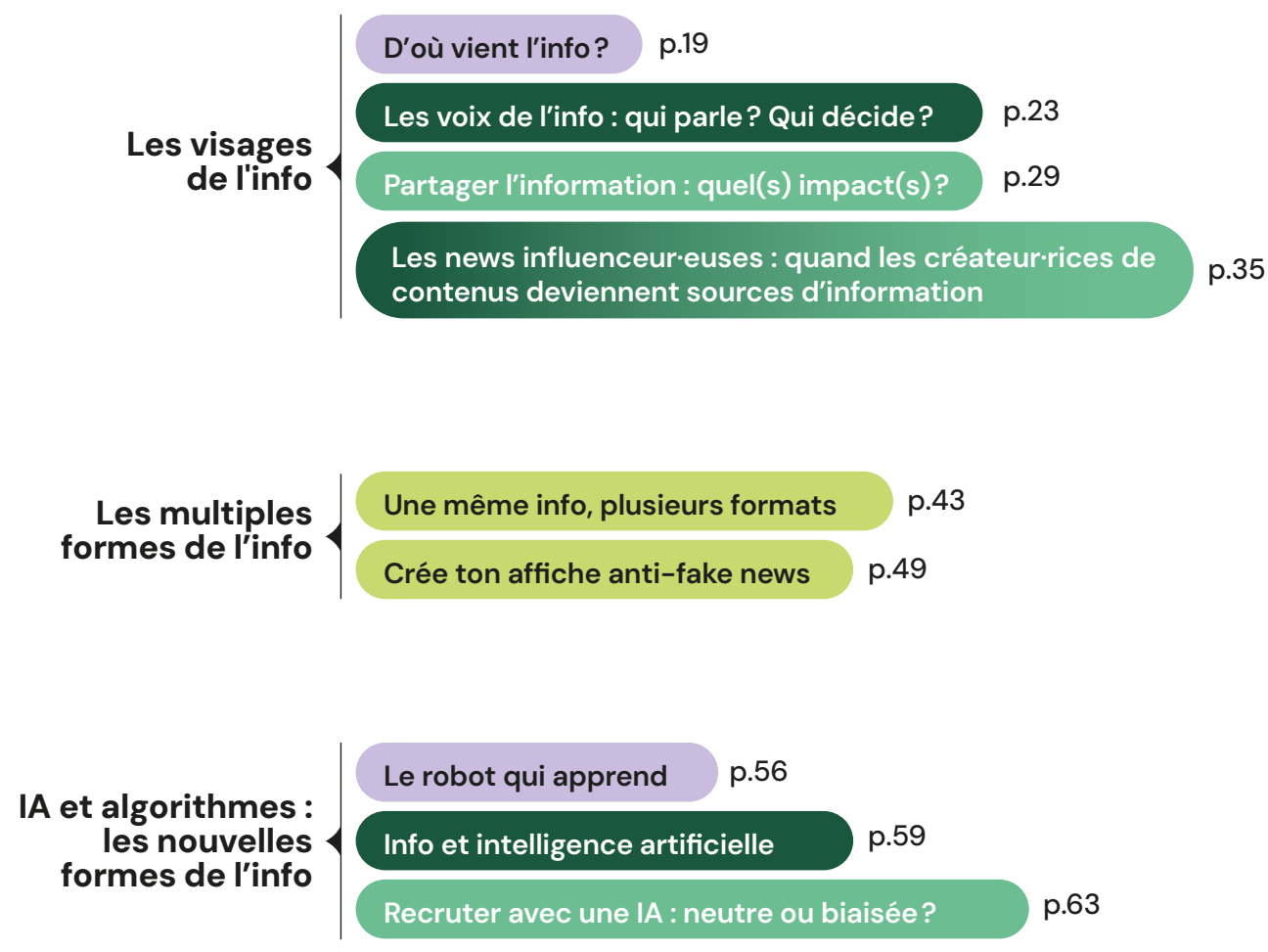
Simple et accessible à toutes, adaptée en fonction des thématiques et des tranches d'âge visées, chaque proposition d'activité dans la suite de cette brochure se compose d'une phase d'analyse et d'une phase de production de contenus médiatiques, toujours exploités dans leurs différentes dimensions.

Les fiches d'activités proposées sont toutes conçues pour les publics scolaires et non scolaires et développent :

- des **objectifs spécifiques** en lien avec l'éducation aux médias ;
- le **matériel nécessaire** à leur réalisation ;
- un **déroulement en étapes** ;
- des **ressources permettant** d'approfondir la tâche abordée et/ou de travailler l'acquisition de compétences supplémentaires, en lien avec l'activité proposée ;

En fonction du groupe, de ses besoins et de ses intérêts, chaque activité est bien évidemment adaptable. Nous invitons les éducateur·rices aux médias à y puiser ce qu'ils·elles désirent : une partie d'activité, une(des) ressource(s), une inspiration pour une activité dans un autre contexte...

Les activités :



3 → 6 ans



6 → 12 ans



12 → 15 ans



16 → 20 ans

Les visages de l'info



Derrière chaque image, chaque article, chaque vidéo ou chaque publication, il y a des femmes et des hommes qui observent, écrivent, analysent, sélectionnent, racontent ou relaient des informations. Comprendre qui produit, écrit, diffuse l'info – et dans quel contexte – permet, dès le plus jeune âge, de découvrir que l'information a une origine (une personne, une institution, un média, un·e créateur·rice de contenus, voire, à l'ère de l'IA, une technologie...) et qu'elle est toujours le résultat d'un travail de mise en forme.

L'information que nous recevons chaque jour n'est jamais vraiment le reflet direct du réel. Elle est toujours le fruit d'un choix éditorial (choix d'un·e expert·e plutôt qu'un·e autre, d'un·e témoin, d'un format, d'un angle, d'un public cible...). Ces choix ont un impact sur le message transmis et sur la perception du public. Identifier l'auteur·rice d'un contenu ne suffit pas, il faut pouvoir identifier les différentes voix qui s'expriment dans un récit médiatique : journalistes, expert·es, citoyen·nes, responsables politiques, témoins... Chacune de ces voix apportant un point de vue particulier. Questionner l'information, c'est donc apprendre à repérer ces choix, comprendre pourquoi certains propos sont mis en avant et d'autres pas.

Après sa diffusion, l'info circule, se partage et se transforme. Une personne qui relaie est donc également acteur·rice de l'info. Avec les réseaux sociaux et les messageries instantanées, ceux et celles qui diffusent un contenu deviennent eux·elles aussi des acteur·rices de l'info. Ils·elles peuvent contribuer à faire connaître une information fiable, soutenir une cause, mais aussi renforcer une rumeur, sortir un contenu de son contexte ou amplifier une interprétation trompeuse.



Aujourd'hui, de nouvelles figures prennent une place importante dans les pratiques informationnelles des jeunes. Sur les réseaux sociaux, certain·es créateur·rices de contenus commentent l'actualité, l'expliquent, la mettent en scène ou la mélangent à l'opinion, à l'humour, voire à la promotion. Ces nouvelles formes d'information brouillent parfois les repères habituels et rendent d'autant plus nécessaire le développement d'une lecture critique des sources, des intentions et des formats.

D'où vient l'information ? Qui parle, et au nom de qui ? Quels choix éditoriaux ont été réalisés ? Avec quelles intentions ? Quelles voix sont présentes, absentes ou mises en avant ? Qui partage l'info, comment, pourquoi et avec quels effets ?

Les activités qui suivent invitent donc à se poser plusieurs questions essentielles. Tenter d'y apporter des réponses contribue à former chacun·e en tant que citoyen·ne responsable, actif·ve, critique, créatif·ve et solidaire (CRACCS).



D'où vient l'info ?



Enfants de 3 à 6 ans
(maternel)



1h



CONTEXTE :

Les jeunes enfants rencontrent quotidiennement l'actualité : à la télévision, à la radio, parfois sur les smartphones et tablettes des adultes, mais aussi dans les discussions qu'ils-elles entendent. Ces images et récits parlent de ce qui se passe dans leur quartier, dans leur ville, dans leur pays, voire dans le monde entier.

Exposés continuellement à des images, des sons, des récits d'actualité, il est nécessaire de poser très tôt avec eux les bases de la compréhension et de l'analyse critique de l'information.

Alors que les infos peuvent sembler apparaître "toutes seules" sur les écrans, il est donc important de conscientiser les enfants, dès le plus jeune âge, au fait que des personnes travaillent pour observer, comprendre, choisir et raconter ce qui s'est passé dans leur environnement. À travers l'observation de courts extraits de contenus d'actualité et la création d'une info de la classe, les enfants prennent conscience que, pour raconter une information/un évènement, il faut faire des choix : ce qu'on montre, ce qu'on raconte et comment on le raconte.

Ces premières prises de conscience participent à poser les bases d'un développement progressif de l'esprit critique et de la compréhension des médias.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Découvrir les médias d'information
- ◆ Comprendre que l'info est racontée par des personnes
- ◆ Identifier les différences entre le réel vécu et le récit raconté
- ◆ Questionner le message médiatique



MATÉRIEL :

- ◆ De courts extraits de journaux ou de médias d'info pour enfants (voir propositions en fin de fiche)
- ◆ Un micro jouet ou tout objet symbolisant un micro



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Choisir des infos qui parlent aux enfants, qui sont proches de leur vécu.
- ◆ Diffuser des extraits très courts.
- ◆ Valoriser l'observation, la description, chercher à ce que les enfants s'expriment sans forcément chercher la bonne réponse.



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Le téléphone de l'info

Pour une première approche de l'activité qui va suivre et de ses objectifs, proposer la mise en scène suivante :

« On va jouer au téléphone de l'info. Je vais raconter une petite histoire à une personne. Elle devra la raconter à la personne suivante, et ainsi de suite. À la fin, on va voir si l'histoire est restée la même. »

Chaque enfant doit :

- écouter;
- retenir ce qu'il peut;
- raconter l'histoire au suivant sans répéter plusieurs fois.

Chuchoter une information simple au premier enfant.

Exemple : « Dans le parc, un chien a couru après un ballon et un enfant est tombé, il a pleuré et le chien l'a réconforté. »

À la fin de la chaîne, demander au dernier enfant de raconter l'histoire à tout le groupe.

Comparer ensuite la première version à celle qui vient d'être racontée :

- **Reconnait-on la même histoire ou est-elle différente ?**
- **Qu'est-ce qui a changé (les personnages, le lieu, ce qu'il se passe...) ?**

Les enfants remarquent que l'information dépend de la personne qui la raconte (disparition de détails, modification d'éléments...).

Étape 2 : Écouter/regarder un extrait

Inviter les enfants à regarder/écouter un (ou plusieurs) court(s) extrait(s) d'un média d'information.

Demander aux enfants, durant le visionnage/l'écoute de l'extrait de :

- repérer qui parle;
- essayer de comprendre ce qui s'est passé.

L'encadrant-e fera le choix le plus adapté parmi les propositions en fin de fiche (voir ressources) de la/des info(s) qui conviendra/ont le mieux à l'intérêt et au niveau du groupe, en fonction des objectifs recherchés dans cette fiche.

Instaurer un petit moment de silence pour évoquer ce qu'ils et elles ont vu/entendu.

Étape 3 : Décrire et mettre des mots sur ce qu'on a vu/entendu

Engager une discussion collective grâce à quelques questions :

- **Qu'est-ce que tu as vu/entendu dans cet(ces) extrait(s) ?**
- **Qui était dans l'image ? Qui parle ?**
- **Qu'est-ce qui se passe ?**
- **Selon toi, ce que tu as entendu/vu s'est-il réellement passé ?**

Poursuivre avec quelques questions en lien avec leur expérience personnelle :

- **Est-ce que quelqu'un t'a déjà raconté ce qui se passe dans ta ville ou dans le monde ?**
- **Où ? À l'école ou à la maison, ... ?**
- **Quand cela s'est-il passé ?**
- **Qui te l'a raconté ?**

Ces quelques questions ont pour but d'associer les médias écoutés ou vus à des récits d'actualité que l'on peut vulgariser de la manière suivante : « Dans les journaux, on raconte ce qui se passe dans le monde aujourd'hui ou récemment. On appelle cela l'actualité. ».

Étape 4 : Questionner l'origine de l'info

Poursuivre la discussion et l'analyse du(des) média(s) entendu(s) :

- **Qui a raconté l'information ?**
- **Qui a choisi de nous raconter l'information ?**
- **Est-ce que c'est la même personne ?**
- **Ont-ils raconté la même chose ?**

L'encadrant·e doit ici faire émerger que l'info ne vient pas de nulle part. Quelqu'un a fait le choix de nous la raconter. Lui ou quelqu'un d'autre nous raconte l'info. D'autres personnes travaillent à enregistrer puis à diffuser l'information. Il y a donc une multitude de métiers et donc de gens qui sont à l'origine de ce qu'ils-elles voient/écoutent.

Étape 5 : Produire une info de la classe

Inviter les enfants à être, à leur tour, de petites raconteur·euses de l'information. Pour cela, mettre à leur disposition une série de pictogrammes leur permettant d'évoquer un événement dont ils-elles ont été témoins et dont ils-elles ont envie de parler.

Cet événement peut simplement faire référence à leur vécu (une sortie faite avec la classe, un anniversaire, une visite effectuée avec leurs parents...)

Les pictogrammes doivent être assez variés pour permettre d'évoquer des lieux, des personnes, des expériences différentes.

a) Choix d'un événement

- **Que veux-tu nous raconter ?**
- **Qu'est-ce qui est important ? Qu'as-tu envie de dire concernant cet événement ?**
- **Choisis quelques images/pictogrammes parmi ceux qui te sont proposés, qui te permettront ensuite de te souvenir de ce dont tu voulais parler à la classe.**

b) Mise à l'oral

Inviter chaque enfant à développer brièvement, avec l'aide des pictogrammes choisis, l'information dont il-elle a envie de parler.

Proposer une structure simple aux enfants pour leur prise de parole : « Aujourd'hui, je vous raconte... Cela s'est passé... Ce qui est important pour moi, c'est... ».

Pour accompagner la prise de parole, l'encadrant·e peut inviter les enfants à placer devant eux-elles les pictogrammes en lien avec les différents éléments à développer (Qui ? Où ? Quand ?).

Certains enfants ayant plus de difficulté avec l'oralité que d'autres, il est surtout important de valoriser la prise de paroles. L'étape suivante permettra d'exploiter ce qui aura été raconté par les enfants. Les interventions des enfants peuvent être filmées pour être analysées à l'étape suivante.

Étape 6 : Exploiter les informations racontées en classe

Revenir sur les informations racontées avec une discussion collective :

Sur l'expérience :

- **Cette activité t'a-t-elle plu ?**
- **Était-ce facile/difficile de raconter une info ?**

Sur les choix :

- **As-tu pu dire ce que tu voulais de ton événement ?**
- **Est-ce que tu as tout raconté ? Ou seulement une partie ? Comment as-tu choisi ce que tu voulais dire ?**

Sur les différences

- **Certain·es d'entre vous ont-ils-elles parlé du même événement ? Ont-ils-elles raconté la même chose ? Pourquoi ?**

L'encadrant·e peut conclure en rappelant que, comme les enfants dans l'activité, les journalistes doivent eux-elles aussi choisir ce qu'ils-elles racontent et montrent lorsqu'ils-elles diffusent une information.



PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Associer un dessin à l'actualité produite par l'enfant.
- ◆ Développer le jeu symbolique du média d'actualité (mise en place d'un studio imaginaire, d'une petite table avec un micro...).
- ◆ Instaurer un rituel en demandant à quelques enfants (une fois par semaine par exemple) de raconter une information.



RESSOURCES

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- « Créer un coin médias », dans [L'éducation aux médias en 12 questions](#), CSEM, 2019, p.7.
- « Du bout des doigts », dans [123clac. Comment accompagner les premiers pas de mon enfant dans le numérique ?](#), Média Animation et CSEM.
- « Un journal de la classe », dans [Éducation et Tronc commun. Activités à vivre en classe de P1-P2](#), CSEM, 2023, p.59-62.
- « [Création d'un journal de presse écrite: le P'tit Spitant](#) », Ecole IMP René Thône, La Louvière, 2017.

Autres ressources

- « [C'est quoi un journal ?](#) » dans [1 jour, 1 actu. L'actualité à hauteur des enfants](#), 2021.
- « [Écrire pour informer : réaliser un article, un reportage](#) », CLEMI, 2017.
- « [Créer un journal scolaire en maternelle](#) », CLEMI, 2022.
- Des exemples de journaux scolaires de la maternelle à fin primaire : <https://www.icem-pedagogie-freinet.org/journaux-scolaires>.
- « [Qu'est-ce qu'un média ?](#) », E-Media, 2019.

Propositions de contenus médiatiques à destination des enfants :

L'encadrant·e cherchera les contenus les plus adaptés parmi les différentes propositions faites ci-dessous, en fonction du groupe.

Audiovisuel :

- Une séquence des [Niouzz](#), le journal télévisé à l'attention des enfants (RTBF).
- Une séquence sur le site [1 jour, 1 actu](#). De nombreuses vidéos d'actualité (mais aussi des vidéos explicatives) y sont proposées.

Son :

- Podcast [Comprendre un max](#), un podcast de la RTBF qui décode l'actualité pour les enfants.
- Podcast [Les p'tits bateaux](#) de France Inter. Des enfants posent des questions et des spécialistes leur répondent.

Les voix de l'info : qui parle ? Qui décide ?

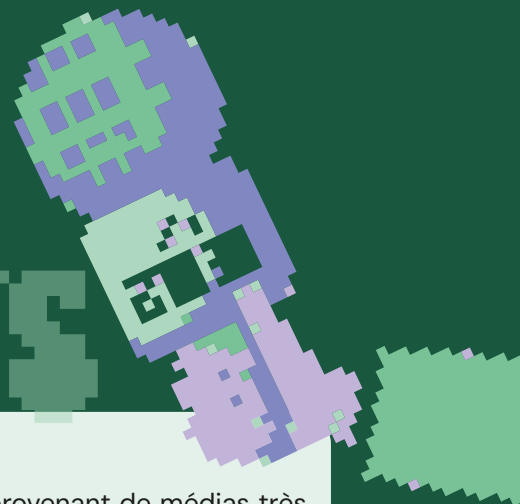


Jeunes de 12 à 15 ans
(secondaire inférieur)



3h

NEWS



CONTEXTE :

Aujourd'hui, les jeunes sont exposé·es à des informations provenant de médias très variés : journaux, télévision, sites d'information, réseaux sociaux, vidéos d'actualité en ligne... Ces contenus donnent l'impression de montrer directement ce qui se passe dans le monde. Or, l'info reçue chaque jour est le fruit d'une série de choix.

Quels faits sont choisis ? Sous quel angle nous sont-ils présentés ? Quelles images sont montrées ? Quelles personnes prennent la parole ? Dans un reportage ou un article, différentes personnes peuvent prendre la parole : des journalistes, des expert·es, des témoins, des responsables politiques, des citoyen·nes. Apprendre à identifier qui (ne) parle (pas) dans l'information permet de mieux comprendre la construction des récits d'actualité par les médias d'information.

En analysant la présence – ou l'absence – de certaines voix et en expérimentant les choix liés à la production d'une information, les jeunes développent une compréhension plus fine du rôle des sources et des responsabilités et des choix éditoriaux liés à la diffusion de l'information.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Identifier les acteur·rices de l'information (journalistes, expert·es, témoins...)
- ◆ Comprendre la notion de choix éditorial
- ◆ Analyser les effets de la présence/de l'absence de (plusieurs) sources
- ◆ Produire une information intégrant plusieurs points de vue



MATÉRIEL :

- ◆ Articles de presse et/ou extraits de journaux télévisés, de vidéos d'actu sur les réseaux sociaux (voir ressources)
- ◆ Fiche d'analyse (proposée en fin de fiche)
- ◆ Du matériel de captation audio (idéalement un micro, ou sinon un smartphone, une tablette...)



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Choisir des articles accessibles et non polémiques (afin de favoriser la démarche d'analyse).
- ◆ Proposer des médias courts (texte ou vidéo).
- ◆ Encourager l'analyse de la présence ET de l'absence de voix.
- ◆ Éviter les jugements en privilégiant l'analyse des choix posés par les médias.



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Découvrir le média

Présenter un média d'information (article ou vidéo)

Le choix de l'actu peut se montrer déterminant. Mieux vaut choisir un sujet plutôt léger et anecdotique, invitant peu au débat sur le fond, pour se concentrer sur l'analyse de la forme.

Après une lecture individuelle (ou collective) du média, poser les premières questions :

- **De quoi parle ce document ? Quel est le sujet principal ?**
- **Dans quel contexte retrouve-t-on ce type de document ? Lis-tu/re-regardes-tu ce type de document fréquemment ?**
- **Quelles caractéristiques donnes-tu à ce type de contenu médiatique ?**

Ces premières questions permettent d'évaluer les prérequis des jeunes vis-à-vis des médias d'information et de mettre en évidence quelques caractéristiques des contenus médiatiques traitant de l'actualité :

- ◆ *Le sujet traité (événement réel, récent le plus souvent)*
 - ◆ *La forme (différente selon le support médiatique)*
 - ◆ *La présence d'un traitement journalistique*
 - ◆ *La présence de sources de l'information (témoins, expert-es, citoyen·nes...)*
- ◆ *Des éléments formels caractéristiques (pour un article : titre, sous-titre, chapeau...)*

Étape 2 : Identifier les voix présentes

Revoir/relire le média et demander à chacun·e de se focaliser sur les personnes prenant la parole.

- **Qui prend la parole ?** (Combien de personnes prennent la parole ? Pour expliquer quoi ? Les personnes interrogées ont-elles le même point de vue ou des avis différents ?)

En fonction des situations, plusieurs catégories de personnes peuvent être mises en avant : journalistes, expert-es, témoins, responsables politiques, citoyen·nes

- **Comment identifies-tu chacune de ces acteur·rices ?**

Différencier ici les commentaires journalistiques des citations directes et/ou indirectes.

- **Qui parle le plus ? Le moins ?**
- **Quels effets a chacune de ces prises de parole ?** (Nous convaincre ? Nous fournir un témoignage ? Nous illustrer un fait ? Nous l'expliquer ?)

Mettre en avant l'équilibre et la pluralité des sources présentes pour analyser/commenter l'actualité.

- **Quelles informations permettent de savoir qui a produit ce média ?**

Le nom du média, le nom du·de la journaliste, le logo ou l'identité visuelle, la date et le lieu de publication, le contexte de diffusion (par ex. : journal télévisé, site d'information, réseau social...)

Étape 3 : Analyse d'autres médias

Analyser différents contenus médiatiques traitant **un même fait d'actualité** et issus de différents supports grâce à la grille d'analyse fournie à la suite de cette activité.

Plutôt que de donner des exemples de contenus d'actualité à analyser, il peut être plus pertinent pour l'encadrant·e de renvoyer vers des infos récentes, en lien avec le vécu et l'environnement de chacun·e, en variant les supports et les médias. Ainsi, les jeunes observent comment le format influence la présence et la diversité des voix.

Étape 4 : Produire une information avec plusieurs points de vue

1) Choisir l'info

Demander aux jeunes de choisir, individuellement ou en groupe, un évènement de leur choix (lié à l'école, au quartier...).

Choisir un évènement où plusieurs points de vue sont développés.

2) Réfléchir sur la diffusion

Avant de passer à la rédaction des faits, demander à chacun·e de réfléchir à la cible et au format du contenu à produire.

- À qui destines-tu ton contenu ?
- Quel format voudrais-tu donner à ton contenu ? Mini-reportage vidéo ? Podcast court ? Article d'actualité ? Publication d'information pour un réseau social ?
- Où voudrais-tu diffuser ce contenu ?
- Quel(s) impact(s) ont ces réponses sur le contenu que tu vas produire ?

3) Lister les faits à garder

Demander à chaque élève/chaque groupe de sélectionner les éléments importants qu'il·elle veut mettre en avant et conserver, et lister les faits liés à l'évènement qu'il·elle veut raconter.

Pour ce faire, l'encadrant·e peut les inviter à répondre aux 5 questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ?

4) Choisir des intervenant·es et les raisons du choix de ces dernier·ères

Susciter la réflexion sur les intervenant·es à solliciter dans le cadre de l'évènement à raconter.

- En fonction de l'évènement à raconter, au-delà du·de la narrateur·rice des faits (toi ou l'un·e des membres du groupe), quel·les vont être les intervenant·es dans ton récit des faits ?
- Quel va être le rôle de chacun·e ?
- Quelles questions vas-tu leur poser ?

Ainsi, on réfléchit aux rôles de chacun·e dans le récit des faits.

Exemples de rôles d'intervenant·es :

- ◆ une personne directement concernée
- ◆ une personne qui observe la situation
- ◆ une personne qui donne une explication

5) Réaliser une conduite (SI VIDÉO)

Expliquer aux jeunes qui veulent réaliser une vidéo qu'il est préférable d'établir une conduite. Il s'agit de faire un plan de la vidéo qui contient :

- les intervenant·es ;
- leur temps de parole ;
- l'ordre de leurs interventions et des différentes séquences de la vidéo (s'il y en a) : présentation du sujet, explications des faits (et interventions des sources), ajout d'une introduction et d'une conclusion.

6) Réaliser les interviews et prises de point de vue, en fonction des questions préparées

Réfléchir à des questions à poser aux différentes intervenant·es :

- Qui vas-tu interroger pour ton sujet ?
- Les questions posées seront-elles ouvertes, fermées, semi-ouvertes ?
- Les questions seront-elles toutes les mêmes pour les intervenant·es ou évoluent-elles en fonction de la personne interviewée ?

En fonction des sujets et des faits, les jeunes feront évoluer les questions qu'ils et elles poseront aux différents intervenant·es (les infos fournies par le témoin d'un évènement sont différentes de celles qu'un·e expert·e peut recueillir)

- Comment ces interviews seront-elles réinvesties dans le contenu médiatique créé ?

Plusieurs possibilités s'offrent aux créateur·rices de contenus : soit intégrer les interviews directement dans le reportage soit citer les propos.

7) Finaliser le média à produire

Après avoir finalisé leur contenu médiatique, demander aux jeunes de vérifier différents critères :

- L'information est-elle claire ?
- Plusieurs points de vue sont-ils présents ?
- Le contenu correspond-il au public visé ?



SI TEXTE Illustrer l'information



SI VIDÉO monter la vidéo

Utiliser le logiciel choisi pour réaliser l'assemblage des vidéos puis, éventuellement, ajouter des effets et des transitions.

Un temps d'appropriation des fonctionnalités de l'outil de montage utilisé est à prévoir en amont.

Des applications permettent de faire, de manière assez intuitive, le montage d'une vidéo.

Étape 5 : Retour sur les productions

Demander à chacun·e (chaque groupe) de présenter leur contenu médiatique construit et questionner ce contenu :

Auprès du·de la jeune/des membres du groupes qui a/ont créé le contenu :

- **Le média produit correspond-il à l'intention de départ ?**
- **Développe-t-il différents points de vue concernant ce fait ?**
- **Est-il adapté à la cible et au support de diffusion ?**
- **Qui sont ces intervenant·es ? Des personnes de votre entourage ou pas ? Pourquoi ?**
- **Pourquoi as-tu choisi cet·te(ces) intervenant·es ?**
- **Y a-t-il des personnes qui auraient pu être interrogées et qui ne le sont pas ? Pourquoi ?**

L'encadrant·e choisira, dans cette série de questionnements, ceux qui lui semblent les plus pertinents pour débattre avec les jeunes.

Auprès du reste du groupe :

- **As-tu compris le fait développé ?**
- **L'information développe-t-elle différents points de vue/sources ?**
- **Te semble-t-elle crédible ?**
- **Certains points de vue manquent-ils ?**
- **Diffuserais-tu cette info ? Pourquoi ?**



PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Comparer le traitement d'une même info dans plusieurs médias issus du même support (ex : journal papier) ou de supports différents (journal papier, site d'information en ligne, RS, journal télévisé...).
- ◆ Travailler sur la notion de titre (reflet des choix éditoriaux).



RESSOURCES

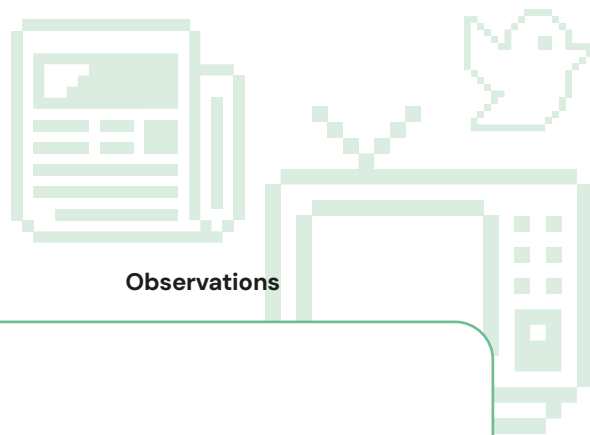
Ressources du CSEM et de ses partenaires

- [Journal de Bord](#), LA PRESSE.be, 2024.
- «Préparer la visite d'un média, d'un-e journaliste» dans [Semaine de l'éducation aux médias 2023. Ressources, témoignages et activités](#), CSEM, 2023, p.19-24.
- MUNDANEUM, [On n'a que l'info qu'on se donne. Episode 3, Médias et citoyens, Mundaneum](#), Mons, 2022.
- LA PRESSE.be et CSEM, [Ouvrir mon quotidien numérique. Dossier d'exploitation pédagogique](#), 2023.
- BONVOISIN, D., COLLARD, Y., CULOT, M., GUFFENS, B., [Critiquer l'info – 5 approches pour une éducation aux médias](#), Média Animation, coll. «Les dossiers de l'éducation aux médias», 2020.
- «Focus A : Les pratiques journalistiques» dans *Éducation aux médias et Tronc commun. Activités à vivre en classe de S1*, CSEM, 2026, p.62-65.

Choisir des contenus d'actualité

Les opérations d'éducation aux médias *Ouvrir mon quotidien* et *Ouvrir mon quotidien numérique* portés par LA PRESSE.be offrent la possibilité d'avoir accès à une variété de contenus d'actualité. Ainsi, l'encadrant-e pourra y trouver des articles issus de la presse quotidienne francophone, numérique ou papier. L'accès à ces contenus permet de croiser les choix éditoriaux des différents quotidiens, les formats (certains quotidiens proposent des podcasts, des formats vidéo, des contenus spécifiques pour les réseaux sociaux...) et l'impact des choix effectués.

GRILLE D'ANALYSE DES CONTENUS MÉDIATIQUES



Éléments d'analyse	Questions à se poser	Observations
Sujet	Quel évènement est présenté ?	
Support médiatique	Article, reportage, vidéo, post sur réseau social...	
Acteurs présents	Qui parle dans le contenu ?	
Rôle des intervenants	S'agit-il de journalistes, témoins, experts, responsables politiques, citoyens ?	
Nombre de sources	Combien de personnes interviennent ?	
Importance de la prise de parole	Qui parle le plus ? Qui parle le moins ?	
Point(s) de vue	Les avis sont-ils différents ou similaires ?	
Voix dominantes	Quelle(s) voix est(sont) la(les) plus mise(s) en avant ?	
Voix absentes	Qui pourrait s'exprimer mais n'a pas été interrogé ?	
Effet sur le public	Que comprend-on de la situation ? Quel point de vue est valorisé ?	

Partager l'info : quel(s) impact(s) ?



Jeunes de 16 à 20 ans
(secondaire supérieur)



2h



CONTEXTE :

Les réseaux sociaux et les messageries instantanées occupent aujourd'hui une place centrale dans la circulation de l'information. En quelques secondes, chacun-e peut publier, relayer ou commenter un contenu auprès d'un large public.

Partager une information fait désormais partie des pratiques numériques quotidiennes. Mais ce geste n'est jamais neutre. Une publication peut être copiée, capturée, sortie de son contexte ou relayée bien au-delà du public initialement visé. Une rumeur, une information incomplète ou une image mal interprétée peuvent ainsi être diffusées très rapidement.

Sans chercher à moraliser les usages, cette activité invite les jeunes à réfléchir aux conséquences sociales, informationnelles et parfois juridiques du partage en ligne. Elle leur permet également de développer des repères pour exercer leur responsabilité dans les espaces numériques.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Comprendre les mécanismes de circulation de l'information en ligne
- ◆ Identifier les conséquences (sociales, éthiques, juridiques) du partage
- ◆ Développer des réflexes de vérification de l'information
- ◆ Produire des règles de partage au sein du groupe



MATÉRIEL :

- ◆ Quelques exemples de posts, messages, captures d'écran anonymisés (réels ou fictifs) fournis à la suite de cette fiche
- ◆ Une affiche pour la rédaction des règles communes



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Éviter les exemples polémiques afin de centrer l'attention sur la forme plutôt que sur le fond.
- ◆ Partir de situations concrètes, proches des usages numériques des jeunes.
- ◆ Privilégier des cas variés (rumeurs, images sorties de leur contexte, fake news).
- ◆ Formuler le fait que l'objectif est ici non pas d'interdire mais de réfléchir collectivement.
- ◆ Encourager la justification des choix plutôt que des « bonnes réponses ».



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Échanger sur les usages médiatiques des jeunes. Observer des situations de partage

Échanger sur les usages réels des jeunes :

- Sur quelles plateformes (réseaux sociaux, messageries instantanées) partages-tu le plus souvent des contenus ?
- Qu'est-ce que tu partages le plus souvent ? Des infos/vidéos/mèmes/captures d'écran ?
- Dans quels cas décides-tu de partager une information ?
- Est-ce que tu partages plutôt en public/story/groupe privé ?
- Le nombre de likes/de commentaires a-t-il une influence sur toi pour partager un contenu ?
- Est-ce que tu partages parfois sans lire tout le contenu ?

Lire une série d'affirmations et demander aux jeunes de se positionner :

- ◆ Partager, ce n'est pas pareil que créer.
- ◆ Si je partage en privé, ce n'est pas vraiment public.
- ◆ Si je supprime rapidement, ce n'est pas grave.
- ◆ Si je relaie sans commentaire, je ne suis pas responsable.
- ◆ Une info envoyée dans un groupe reste dans un groupe.

Pour se positionner, les élèves peuvent avoir deux papiers de couleurs différentes pour signifier qu'ils-elles sont d'accord ou pas d'accord. Un outil de sondage numérique peut également être utilisé.

Distribuer un exemplaire de chacun des contenus proposés en fin de fiche et les observer.

L'encadrant·e est encouragé·e à proposer d'autres exemples pour plus de lien avec le vécu des jeunes.

Analyser ces situations :

- Qui partage ?
- Qu'est-ce qui est partagé ?
- À qui est-ce partagé ?
- Perçois-tu une intention dans ce partage (informer, convaincre, faire rire) ?
- Est-ce que ce contenu pourrait être mal compris ?

Proposer ensuite à chacun·e de mettre chacun de ces contenus dans une des quatre boîtes sur lesquelles est noté :

- ◆ « je partage facilement »
- ◆ « je partage seulement si je vérifie »
- ◆ « je ne partagerais pas »
- ◆ « ça dépend du contexte »

Ouvrir ensuite chacune des boîtes afin de voir si chacun·e y a mis la même chose.

Exploiter ensuite les contenus concernant la boîte sur laquelle est noté « je partage facilement » :

Partagerais-tu facilement ce contenu :

- avec un·e ami·e ?
- dans une story ?
- dans un groupe-classe ?
- à toute une communauté ?
- à un·e éducateur·rice ? un·e encadrant·e ?

L'objectif est ici de faire émerger les pratiques réelles de partage, plus complexes qu'il n'y paraît, sans jugement. Ces pratiques dépendent du public, du contexte et de l'intention, pas seulement du contenu lui-même et qu'un même contenu ne se partage pas de la même manière selon le contexte.

Étape 2 : Analyser les impacts possibles

Revenir sur quelques situations de partage problématiques parmi celles proposées :

Choisir l'une des situations présentes en fin de fiche placée majoritairement dans la boîte « je ne partagerais pas ».

- **Qui peut être touché par ces situations de partage ?**
- **Si cette information est partagée par 10 personnes, que se passe-t-il ? Et si chacune de ces personnes la repartage, combien de personnes pourraient voir cette information ?**

L'objectif est ici de montrer comment les publications virales peuvent se répandre.

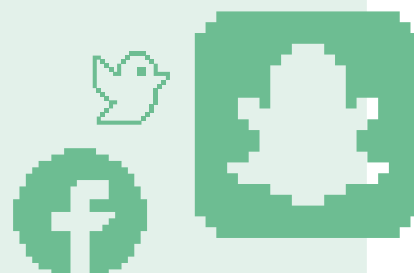
- **Quelles conséquences pour la personne touchée ? La personne qui partage ?**
- **La personne qui partage contrôle-t-elle encore ce qui se passe une fois l'information publiée ?**
- **Quel impact ce contenu peut-il avoir immédiatement/dans quelques jours/plus tard ?**
- **Peut-il être partagé dans un autre contexte (groupe d'amis, story publique...) ?**
- **En fonction du contexte :**
 - Est-ce que le sens change ?
 - Est-ce que l'intention de départ reste identique ?
 - Qui contrôle encore le message ?
- **Que se passe-t-il si l'information est fausse ?**

L'encadrant-e choisira, dans cette série de questionnements, ceux qui lui semblent les plus pertinents pour débattre avec les jeunes. L'objectif est ici d'aider les jeunes à mesurer l'ampleur que peut prendre le simple fait de partager (voir encadré "quelques conséquences potentielles des partages").



Quelques conséquences potentielles des partages

- ◆ **Impacts sociaux** : sur la réputation, sur les relations. Certains types de contenu peuvent mener au cyberharcèlement.
- ◆ **Impacts informationnels** : positifs (visibilité d'une cause, mobilisation) et négatifs (propagation d'une rumeur, amplification d'une info).
- ◆ **Impacts juridiques** : droit à l'image, diffamation, responsabilité.



Étape 3 : Débattre de la responsabilité individuelle

Mettre en place un jeu de rôle permettant de développer une réflexion sur la responsabilité des différents acteur·rices du partage de l'info.

Montrer une publication d'information sur les RS dans son contexte de diffusion.

L'exemple de la publication proposée en fin de fiche (« Un enseignant de l'école Saint Sérafin a été agressé par un élève de 3e secondaire ») est volontairement simplifié afin de susciter la discussion. L'objectif est d'aborder les notions de : cadrage, contexte, généralisation, viralité et responsabilité du média ou de la personne qui poste.

Chaque petit groupe reçoit un rôle :

- ◆ le groupe qui représente celui qui a posté (le média) ;
- ◆ le groupe qui représente celui qui a partagé/relayé (la personne qui publie la story) ;

- ◆ le groupe représentant la personne concernée par l'information (le public/la personne dont on parle);
- ◆ le groupe représentant la plateforme (Instagram);
- ◆ le groupe représentant celles et ceux qui ont réagi (commentaires, likes).

Demander ensuite à chacun-e de défendre son point de vue à partir des questions suivantes :

- **Qui est responsable ?**
- **À quel moment ?**
- **Jusqu'où ?**

Le jeu de rôle a pour but d'intégrer de la nuance sans moraliser, et de montrer que la responsabilité du partage n'est pas si simple. Cette responsabilité doit donc être discutée, car elle est souvent partagée, graduée.

Étape 4 : Produire une charte de partage responsable

Identifier avec les jeunes les réflexes à adopter.

Pour ce faire, demander aux élèves de se répartir en groupes afin que chacun-e propose des suggestions de phrases à mettre dans la charte (3 à 5 règles simples).

Questions-guides pour accompagner leurs réflexions :

- **Avant de partager une information, que faudrait-il vérifier ?**
- **Dans quels cas vaut-il mieux ne pas partager ?**
- **Comment respecter les personnes concernées ?**
- **Comment savoir si une information est fiable ?**
- **Quelles règles pourraient aider les jeunes à partager de manière responsable ?**

Exploiter les différentes présentations avec quelques questionnements :

- **Quelles règles reviennent dans plusieurs groupes ?**

- **Quelles règles sont les plus importantes ?**
- **Certaines règles peuvent-elles être difficiles à appliquer ?**

Demander ensuite à chaque groupe de présenter sa charte.

Élaborer enfin une charte collective en 3 colonnes :

- 1. Avant de partager.**
- 2. Quand je partage.**
- 3. Si j'ai déjà partagé.**



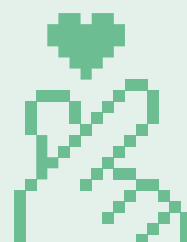
Quelques pistes pour un partage "responsable"

Parmi les grands principes qui peuvent se trouver dans la charte :

- ◆ Vérifier les sources avant de partager.
- ◆ Réfléchir aux conséquences.
- ◆ Respecter les personnes.
- ◆ Ne pas partager sous le coup de l'émotion.
- ◆ Respecter la vie privée de chacun-e.
- ◆ Lire un contenu avant de le partager.
- ◆ Signaler les contenus problématiques plutôt que les relayer.

Si j'ai partagé trop vite :

- Supprimer ne suffit pas toujours.
- Corriger l'information si elle est fausse (et prévenir les personnes concernées).
- S'excuser, d'autant plus si quelqu'un a été touché.
- Ne pas laisser circuler sans réagir (signaler ou contextualiser).





PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Inviter un-e juriste/journaliste/modérateur-riche pour développer ces enjeux.
- ◆ Analyser les conditions d'utilisation d'un réseau social.
- ◆ Analyser le design des plateformes : qu'est-ce que les plateformes encouragent à faire ? (boutons de partage très visibles, réactions immédiates, notifications, algorithmes, logique de rapidité, économie de l'attention).

Montrer que les pratiques de partage ne relèvent pas seulement de choix individuels, mais aussi d'un environnement technique qui pousse à diffuser vite.



RESSOURCES

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- « Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable », [Semaine de l'éducation aux médias 2023. Ressources, témoignages et activités](#), CSEM, 2023, p. 43-46.





Les news influenceur·euses

Quand les créateur·rices de contenus deviennent source d'information



Jeunes de 14 à 16 ans
(milieu secondaire)



2h



CONTEXTE :

Une part croissante de l'information circule aujourd'hui sur les réseaux sociaux. De nombreux jeunes découvrent l'actualité via des créateur·rices de contenus présent·es sur des plateformes comme *TikTok*, *YouTube* ou *Instagram*. Pour une partie importante des jeunes, il s'agit même de leur source d'information principale².

Certain·es de ces créateur·rices – appelé·es news influenceur·euses – commentent l'actualité, expliquent des événements ou donnent leur opinion à une très large communauté. Leurs contenus peuvent rendre l'actualité plus accessible, susciter l'intérêt pour certains sujets de société. Cependant, ces contenus mélangent aussi souvent information, opinion personnelle, divertissement et même publicité, sans que ces frontières soient toujours clairement identifiables. Certain·es influenceur·euses ne suivent pas toujours les mêmes règles que les médias journalistiques (vérification des sources, équilibre des points de vue, transparence sur les partenariats...).

Dans ce contexte, développer des réflexes d'analyse des sources et des contenus par ces acteur·rices émergent·es de l'info constitue un enjeu afin d'aider les jeunes à comprendre comment circulent les informations sur les réseaux sociaux via l'analyse des contenus produits. Cette activité propose aux jeunes de comparer ces contenus à ceux des médias d'information pour mieux comprendre les nouvelles formes de circulation de l'information en ligne.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Identifier le rôle des influenceur·euses dans la circulation de l'information
- ◆ Distinguer : information, opinion et promotion
- ◆ Analyser la crédibilité d'une source
- ◆ Comprendre les stratégies d'influence sur les réseaux sociaux
- ◆ Développer des réflexes critiques avant de partager une info



MATÉRIEL :

- ◆ Quelques publications d'influenceur·euses (voir exemples en fin de fiche)
- ◆ Un accès à Internet + outil pour y avoir accès (smartphone, tablette, ordinateur...)
- ◆ Une grille d'analyse (fournie en fin de fiche)



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Partir des pratiques réelles des élèves.
- ◆ Éviter de diaboliser les influenceur·euses : certain·es d'entre eux·elles fournissent des contenus de qualité, contribuant à rendre l'information plus accessible.
- ◆ Privilégier l'analyse du format plutôt que le débat sur le fond.

2. voir chiffres [#Génération2024](#) sur les news influenceur·euses. (Média Animation, [#Génération2024. Les jeunes et les pratiques numériques](#), 2024, p.73-77.)



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Discuter des usages médiatiques

Lancer une discussion sur les pratiques informationnelles des élèves :

- **Quand tu veux savoir ce qui se passe dans le monde, où vas-tu chercher l'information ?**
- **Utilises-tu les réseaux sociaux pour t'informer ?**
- **As-tu déjà appris quelque chose d'important grâce à une vidéo ou un post ?**
- **Suis-tu, sur les réseaux sociaux, des personnes qui parlent d'actualité ? Lesquelles ?**

Demander aux jeunes de citer des comptes de news influenceur·euses qu'ils·elles suivent (ou connaissent) et de noter au tableau :

- ◆ les noms des créateur·rices ;
- ◆ les plateformes ;
- ◆ les types de contenus.

Ensuite, faire apparaître :

- ◆ ceux qui parlent d'actu ;
- ◆ ceux qui donnent leur avis ;
- ◆ ceux qui mélangent info et divertissement.

Enfin, demander :

- **Pourquoi apprécies-tu suivre ces influenceur·euses ?**

Réponses possibles à faire émerger du groupe :

- ◆ *parce que c'est clair ;*
- ◆ *parce que c'est rapide ;*
- ◆ *parce que c'est drôle ;*
- ◆ *parce qu'on leur fait confiance ;*
- ◆ *parce qu'ils·elles simplifient l'actualité.*

Ces quelques questions et propositions de classement des contenus permettent d'ancrer directement l'activité dans leur réalité et de montrer que les news influenceur·euses ne sont pas toujours identifiées comme tel·les. Cela introduit l'idée clé que ce qui rend le contenu attractif n'est pas forcément ce qui le rend fiable.

Étape 2 : (Re) Découvrir les contenus des news influenceur·euses les comparer avec des contenus journalistiques

1) Analyser les contenus des news influenceur·euses

Présenter plusieurs exemples de créateur·rices de contenus qui parlent d'actualité.

Pour chaque contenu, compléter la grille d'analyse en fin de fiche.

Quatre contenus sont proposés en fin de fiche (voir ressources), parmi ceux proposés par des news influenceur·euses belges, ayant une audience importante à la date de rédaction de ces fiches. Néanmoins, l'encadrant·e est invité·e à partir des contenus consommés par les jeunes et d'influenceur·euses d'actualité auxquels ils·elles sont abonné·es.

2) Comparer avec des contenus journalistiques

Choisir deux contenus journalistiques issus de médias traditionnels et demander aux jeunes de les analyser grâce à la grille fournie en fin de fiche.

Après avoir analysé ces différents contenus, débattre avec les jeunes :

- **Qui parle dans les contenus des médias traditionnels / des news influenceur·euses ?**
- **Quel contenu, parmi les deux types de contenus est :**
 - le plus court ?
 - le plus accessible ?
 - le plus personnalisé ?
 - le plus intéressant ?
 - le plus convaincant ?
 - le plus complet ?
- **Quels liens ces contenus cherchent-ils à avoir avec le public ?**
- **Quelles différences/similitudes peux-tu mettre en évidence entre ces contenus ?**

➤ **Vers lequel te diriges-tu spontanément ? Pourquoi ?**

L'encadrant·e choisira, dans cette série de questionnements, ceux qui lui semblent les plus pertinents pour débattre avec les jeunes.

L'objectif est ici de montrer que les news influenceur·euses utilisent des codes différents de ceux du journalisme dit « traditionnel » : ton personnel, format court, narration directe, relation avec la communauté, simplification, humour, émotion, appel à réagir (« dites-moi en commentaire »), proximité (« on », « nous ») et mélange d'information et d'opinion...

Étape 3 : Construire une affiche pour informer sur les news influenceur·euses

1) Construire une définition du phénomène

Commencer par une discussion collective :

- **Comment définirais-tu un·e « news influenceur·euse » ?**
- **Qu'est-ce qui le/la différencie :**
 - d'un·e journaliste ?
 - d'un·e influenceur·euse « classique » ?
 - d'un média d'information ?

Faire émerger des éléments de définition, par exemple une personne :

- ◆ *qui parle d'actualité sur les réseaux sociaux ;*
- ◆ *qui mélange parfois information, opinion et divertissement ;*
- ◆ *qui s'adresse directement à une communauté ;*
- ◆ *qui utilise des formats courts et accessibles ;*
- ◆ *qui n'est pas forcément soumise aux mêmes règles que les médias.*

Construire une définition commune à noter sur l'affiche



2) Identifier les opportunités et les limites

Demander ensuite aux jeunes de réfléchir, en groupes, aux apports et aux limites des news influenceur-euses.

L'objectif est ici de sortir d'une vision uniquement négative ou positive, pour construire une lecture nuancée.

Ce que les news influenceur-euses permettent / apportent :

Propositions

- ◆ Rendre l'actualité plus accessible
- ◆ Expliquer des sujets complexes simplement
- ◆ Susciter l'intérêt pour l'actualité
- ◆ Proposer des formats adaptés aux jeunes
- ◆ Créer une proximité avec le public
- ◆ Donner la parole à d'autres points de vue

Ce qui peut poser question / poser problème :

Propositions

- ◆ Mélange entre information, opinion et promotion
- ◆ Absence ou manque de sources
- ◆ Simplification excessive
- ◆ Influence liée à la popularité plutôt qu'à la fiabilité
- ◆ Contenus très émotionnels
- ◆ Manque de transparence (partenariats, intentions...)

Proposer enfin aux élèves d'élaborer une liste de conseils pour s'informer sur les réseaux sociaux.

Pour ce faire, poser quelques questions afin de faire émerger les conseils :

- **Comment savoir si une information est fiable ?**
- **Faut-il toujours croire quelqu'un parce qu'il est populaire ?**
- **Quelles questions devrait-on se poser avant de partager une vidéo ?**
- **Comment vérifier une information vue sur les réseaux ?**

Parmi les réflexes à faire émerger on peut citer :

- ◆ *Vérifier l'auteur-riche du contenu*
- ◆ *Regarder si des sources sont mentionnées*
- ◆ *Comparer avec d'autres médias*
- ◆ *Faire attention au mélange entre opinion et information*
- ◆ *Se méfier des contenus très émotionnels*
- ◆ *Ne pas partager une information sans la vérifier*

➔ **Comme tout contenu informationnel, quel que soit le format, les contenus sur les réseaux sociaux sont les fruits de choix de la part de ceux et celles qui les créent, les diffusent et les partagent.**



RESSOURCES

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- [Apprendre et développer son esprit critique à l'ère des influenceurs](#), CSEM, 2020, coll. « Repères ».
- « Réaliser une publication sur les réseaux sociaux de manière responsable », [Semaine de l'éducation aux médias 2023. Ressources, témoignages et activités](#), CSEM, 2023, p. 43-46.
- CSEM, « [News influenceurs : comprendre de nouveaux acteurs de l'information](#) », 2026, coll. « Éclairages ».
- Média Animation, [#Génération2024. Les jeunes et les pratiques numériques](#), 2024.

Autres ressources

- « [Influenceurs : comprendre les intentions derrière leurs publications](#) », CLEMI, 2022.
- « [Les influenceurs : quelle part d'info valable ?](#) », E-media, 2022.
- « [Comprendre et exploiter le format story](#) », dans *Éducation aux médias et à l'information*, CLEMI, 2019, p. 51.
- « [Entre stories et JT : les chemins pluriels de l'information](#) », CLEMI, 2026
- « [Comment se fabrique l'information ? L'exemple de Hugo Décrypte](#) », CLEMI, 2026.
- « [Le modèle économique des médias vidéo: l'exemple de Brut](#) », CLEMI, 2026.

Posts d'influenceurs :



[En bref sur Instagram](#) : « C'est quoi le cordon sanitaire ». Cette publication explique ce qu'est le cordon sanitaire. C'est un carrousel avec des couleurs et des éléments graphiques et sonores intéressants pour l'analyse.



[Asckipe sur Instagram](#) : publication sur l'impact de l'absence d'un gouvernement sur le budget sous forme de video (un réel) avec effet sonore, ton et illustrations qui peuvent nourrir l'analyse.



[Yurbise sur Instagram](#) : publication sur le taux de chômage chez les jeunes. Le ton employé et les formes sont intéressants pour l'analyse



[Félicien Bogaerts sur Instagram](#) : publication sur la fabrique d'armes wallonne FN Herstal (l'une des plus importantes d'Europe) et sur le contrôle de l'utilisation et la destination des armes sous forme d'une vidéo format Réel avec de l'humour, illustration etc.

GRILLE D'ANALYSE DES CONTENUS JOURNALISTIQUES ET DE NEWS INFLUENCEURS

Questions	Observations
Qui parle ? S'agit-il d'un média, d'un journaliste ou d'un créateur individuel ? Quel est le sujet traité ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Combien d'abonnés a cette personne ? Qui semble être le public visé ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Est-ce une information/ une opinion/ un commentaire ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Y a-t-il des sources mentionnées ? Les informations semblent-elles vérifiées ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Qu'est-ce qu'on ne voit pas ? (sources absentes, autres points de vue, contexte, nuance, ...)	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Le contenu semble-t-il objectif ou engagé ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Y a-t-il des éléments qui cherchent à provoquer une émotion ? Encouragent-ils les réactions (likes, commentaires, partages...)	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Y a-t-il une publicité ou un partenariat ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Quels éléments rendent ce contenu attractif ? (joue sur l'humour, les émotions, rapidité,...)	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :
Quel ton est utilisé (neutre, engagé, humoristique...) ? Ce contenu vous paraît-il fiable ? Pourquoi ?	Contenu de journaliste : Contenu de news influenceur :

les caractéristiques de l'écriture journalistique

Les journalistes suivent généralement plusieurs règles professionnelles pour produire une information fiable. Ces règles ne garantissent pas l'absence d'erreurs, mais elles visent à produire une information aussi fiable et équilibrée que possible.

- **Vérifier les informations** : Avant de publier une information, les journalistes cherchent à vérifier les faits et à croiser plusieurs sources.
- **Distinguer information** (les articles d'information) et **opinion** (par ex.: les éditoriaux ou les chroniques d'opinion).
- **Rechercher plusieurs points de vue** : les journalistes essaient de présenter différents points de vue sur un même sujet.
- **Responsabilité éditoriale** : les contenus publiés sont souvent relus et validés par une rédaction avant publication.



Les multiples formes de l'info



Comprendre qui produit l'information, quelles voix s'y expriment et comment elle circule constitue une étape essentielle de l'éducation aux médias, abordée dans la première partie de ce dossier. Pour développer une lecture véritablement critique des contenus médiatiques, il est également nécessaire de s'intéresser à la manière dont l'information est mise en forme.

Qu'elle prenne la forme d'un article, d'une vidéo courte sur un réseau social, d'une affiche, d'une bande dessinée, d'un documentaire, d'un jeu vidéo ou encore d'une publication illustrée, l'information est toujours transformée par les choix de format, de langage et de narration qui l'accompagnent. Ces choix influencent ce qui est montré, ce qui est mis en avant, ce qui génère une émotion, ce qui nécessite une explication ou invite à l'interprétation.

Chaque support médiatique possède ses propres codes, ses contraintes et ses possibilités. Certains privilégient la synthèse, d'autres le récit détaillé; certains cherchent à informer rapidement, d'autres à susciter une réflexion ou une immersion plus profonde. Aucun format n'est neutre : chacun propose une manière particulière de représenter la réalité et de construire du sens.

Dans un environnement médiatique où les publics passent constamment d'un support à l'autre, apprendre à reconnaître ces spécificités devient un enjeu fondamental. Cette compréhension permet non seulement de mieux analyser les contenus rencontrés au quotidien, mais aussi de faire des choix plus conscients lorsqu'il s'agit de produire et de diffuser ses propres messages.

Une même information peut-elle raconter des réalités différentes selon le média qui

la porte ? Quels choix de format influencent notre compréhension d'un sujet ? Pourquoi certains contenus nous semblent-ils plus crédibles, plus convaincants ou plus mémorables que d'autres ? Que gagnons-nous — ou perdons-nous — lorsqu'une actualité est résumée en quelques secondes, transformée en image, en récit ou en expérience interactive ?

Les activités qui suivent invitent à explorer les formes prises par l'info à travers l'analyse et la création de contenus médiatiques variés. En observant les spécificités de différents formats, en expérimentant leurs codes et en réfléchissant à leurs effets, elles permettent de mieux comprendre comment les médias construisent des représentations du monde. Elles offrent également des repères utiles pour aborder les transformations plus récentes de l'environnement médiatique, où les outils numériques et les intelligences artificielles participent aussi désormais à la production, à la mise en forme et à la circulation de l'information. Ces transformations seront abordées dans la dernière partie de ce dossier.



Une même actu, plusieurs formats

Comprendre que la forme influence la manière de raconter l'information



Enfants de 6 à 10 ans
(enseignement primaire)



2h



CONTEXTE :

Les contenus d'actualité peuvent prendre des formes très variées : articles dans les journaux, reportages à la télévision, émissions à la radio, vidéos ou articles sur les sites d'information ou les carrousels sur les réseaux sociaux.

Un même évènement peut donc être raconté de plusieurs manières, selon le média qui diffuse et le format choisi. Certains formats utilisent surtout du texte et des images, d'autres privilégient la voix, le son ou la vidéo.

Ces choix influencent la manière dont on comprend et dont on retient l'information : certains contenus donnent plus de détails, d'autres vont à l'essentiel ; certains montrent des images, d'autres demandent d'imaginer ce qui se passe.

Avec cette activité, les enfants explorent différents formats de l'information afin de mieux comprendre comment celle-ci est construite et racontée. Lors de cette activité, ils-elles observent comment une même actualité peut être racontée de plusieurs façons, puis expérimentent eux-mêmes la création d'une information dans différents formats.

En prenant conscience de ces différences, ils-elles développent leur esprit critique et apprennent que diffuser une information, c'est aussi faire des choix éditoriaux en termes d'écriture, de ton, d'illustration... qui ont un impact sur les représentations que nous nous faisons du monde qui nous entoure.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Découvrir différents formats médiatiques de l'information
- ◆ Comprendre que la forme influence le contenu et la compréhension de l'info
- ◆ Identifier les spécificités de chacun des formats
- ◆ Adapter l'information en fonction du format utilisé



MATÉRIEL : Une même info sur différents supports :

- ◆ Extrait d'un journal papier jeunesse
- ◆ Extrait radio
- ◆ Extrait d'un journal TV
- ◆ Extrait d'un site d'information en ligne



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Choisir une actu/un évènement simple et accessible (articles courts, vidéos d'une à deux min.).
- ◆ Poser des questions ouvertes et reformuler les propos des enfants.
- ◆ Présenter les différents formats séparément mais ne pas les nommer.
- ◆ Gérer plusieurs productions médiatiques en parallèle nécessite peut-être la présence d'un second adulte.



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Découvrir les différents formats de l'info

Présenter successivement les différents formats choisis d'une même info.

Des médias développant différents formats sont proposés en fin de fiche. L'idéal est de proposer une même info déclinée dans les différents formats.

Demander aux élèves d'écouter, regarder, lire.

Éventuellement, proposer quelques questions-guides pour leur observation :

- De quoi parle cette information ? Que s'est-il passé ?
- Qui voit-on/entend-on/lit-on ?
- Qu'est-ce qui t'aide à comprendre l'information (illustrations, voix, texte...)?

Noter les premières remarques spontanées des enfants sans donner de consignes au préalable.

L'encadrant-e recueille les propos des enfants pour amorcer l'identification des différents formats, sans les nommer encore. Ce matériau brut pourra éventuellement servir au moment de la comparaison des différents formats.

Étape 2 : Comparer et observer les différences

Poser quelques questions au groupe afin d'exploiter les documents vus/lus/entendus.

Afin de guider la comparaison, proposer plusieurs moments de questionnement :

Revenir sur chaque document

Pour chaque format, poser les questions suivantes :

- Que raconte le document ?
- Quels éléments avons-nous lus/vus/entendus ?
- De quoi te rappelles-tu le mieux ?
- Quel document t'a le plus marqué ? Pourquoi ?

Chercher les similitudes :

- Est-ce que les documents parlent tous du même évènement ?
- Les informations sont-elles les mêmes ?
- Y a-t-il des mots ou des idées qui reviennent ?

Identifier les différences :

- Qu'est-ce qui change entre ces documents ?
- Dans quel document apprend-on le plus de choses ?
- Quel est le document le plus long/court ?

Classer les formats du plus facile au plus difficile à comprendre :

Ce classement permet d'introduire l'idée que le format influence la compréhension.

Les enfants votent :

- Le plus facile à comprendre ?
- Le plus amusant ?

L'objectif est de comparer les tons, durées, illustrations, etc.

Les deux dernières questions peuvent déjà aboutir à des remarques au niveau de la perception. Le document qui va paraître le plus long sera généralement le texte car plus difficile d'accès, surtout pour des enfants de cet âge. Or, la vidéo en dira certainement plus. Donc, il peut être intéressant de distinguer le contenu réellement développé dans les documents du ressenti qu'ont les enfants.

Étape 3 : Nommer les formats et leurs spécificités

Introduire la notion de format.

- On a vu la même information sous plusieurs formats. Lesquels ?
- Qu'est-ce qui change ?
- Quels outils sont spécifiques à chacun d'entre eux pour informer ?

Pour faire ce classement, l'encadrant-e peut proposer plusieurs cartons représentant les différents formats. Les enfants pourront ainsi les nommer et identifier les extraits en fonction de ces formats.

L'encadré « Les formats de l'info et leurs caractéristiques » fournit quelques éléments concernant les spécificités de chaque format.



Étape 4 : Produire une info de la classe dans des formats différents

Inviter les enfants à produire un contenu médiatique à partir d'un événement de leur choix (quelque chose qui s'est passé dans la classe, dans l'école, le quartier, la ville...)

a) Se mettre d'accord sur un événement commun

Questionner les élèves sur un événement commun, auquel chacun-e d'entre eux-elles a eu accès :

- Que s'est-il passé ?
- Quand cela s'est-il passé ?
- Qui est impliqué ?
- Où cela s'est-il passé ?
- Pourquoi cela s'est-il passé ?

L'encadrant-e note les réponses aux questions sur un support visible pour tout le monde afin que chacun-e puisse avoir accès aux mêmes informations et se concentrer ensuite sur la forme que va prendre le contenu qu'ils-elles vont créer.

b) Faire les choix en fonction du format

Diviser la classe en plusieurs groupes, chacun prenant en charge un format différent.

Le choix peut être guidé par l'aisance que certain-es auront pour des formats médiatiques. Ceux-celles qui sont à l'aise avec l'écrit seront orienté-es vers le format papier, tandis que les enfants plus à l'aise oralement travailleront sur le format radio...

Demander aux membres de chaque groupe de faire les premiers choix éditoriaux :

- Allons-nous illustrer notre information ?
- Faut-il en dire plus que ce qui est noté concernant l'information ?
- De quel matériel avons-nous besoin ?
- À qui destine-t-on notre futur contenu ?

Rappeler les contraintes par format :

- radio → pas d'images
- dessin/article → pas de son
- vidéo → montrer + parler
- site web → image + son + texte

Cela permet d'insister sur l'idée que le format impose des choix et est pertinent pour comprendre les différences entre les formats.

Voir encadré « Les formats de l'info et leurs caractéristiques » en fin de fiche



c) Créer le contenu médiatique

Avec le matériel adéquat mis à disposition, passer à l'étape de création.

En fonction du groupe, la supervision, plus ou moins importante, de l'adulte sera nécessaire à cette étape. En effet, certains se sentiront à l'aise avec des outils de prise de vue et de sons, d'autres avec l'écrit.



Groupe 1 : Journal papier

rédiger un court article

questions-guides :

- Quel titre vas-tu donner à ton article ?
- Vas-tu ajouter une illustration ?
- Quelle information est la plus importante ?



Groupe 2 : Radio

enregistrer une information

questions-guides :

- Qui va parler ?
- Comment allons-nous commencer ?
- Allons-nous ajouter un bruit/une musique ?



Groupe 3 : Journal TV

créer un mini-reportage

questions-guides :

- Qui présente l'information ? Que va-t-il dire ?
- Que va-t-on filmer ?
- Ne filmera-t-on que le-la présentateur·rice ou bien d'autres personnes ? Qui ?
- Comment allons-nous commencer ?
- Allons-nous ajouter un bruit ou une musique ?



Groupe 4 : Site d'information

créer un contenu pour le web

questions-guides :

- Va-t-on rédiger un texte ou enregistrer une vidéo ? Ou les deux ?
- Dans le cas d'une vidéo : Qui parle ? Pour donner quelles informations ?
- Dans le cas d'un texte : Quelles informations les plus importantes va-t-on transmettre ? Accompane-t-on ce texte d'une illustration (photo, dessin...) ?

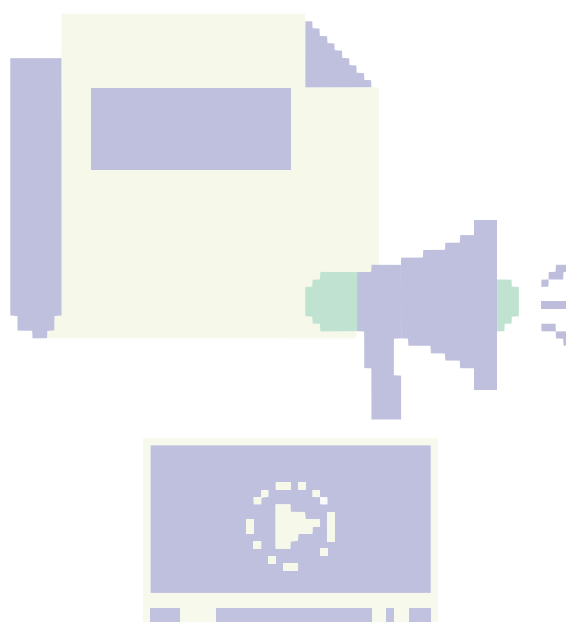
Petit conseil : Pour éviter les étapes de montage, privilégier des enregistrements en une seule prise pour les formats sonores et vidéos.

Étape 5 : Retour sur les productions

Proposer un moment de lecture, d'écoute, de visionnage des différents contenus puis les exploiter en grand groupe :

- Est-ce que tous les groupes racontent le même évènement ?
- Qu'est-ce qui change entre les formats ?
- Dans quel format l'information est-elle la mieux comprise ? Pourquoi ?
- Dans lequel voit-on le plus de choses ? Dans lequel doit-on le plus imaginer ?

Conclure sur le fait qu'une information peut être racontée de plusieurs façons. Si la subjectivité de la personne créatrice ou du média doit être prise en compte, le format choisi change aussi la manière dont on comprend l'information.





PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Créer un mur médiatique avec différents formats d'information : les enfants pourront venir y ajouter des infos qui les ont marqués.



RESSOURCES

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- [Journal de bord](#), LA PRESSE.be, 2024.
- «Un journal de la classe», dans [Éducation et Tronc commun. Activités à vivre en classe de P1-P2](#), CSEM, 2023, p.59-62.

Des projets menés dans les écoles fondamentales

- «[Création d'un journal de presse écrite: le P'tit Spitant](#)», Ecole IMP René Thône, La Louvière, 2017.

Autres ressources

- «[C'est quoi un journal?](#) » dans *1 jour, 1 actu. L'actualité à hauteur des enfants*, 2021:
- «[Réaliser la Une d'un journal](#) », E-Media, 2022,
- «[Écrire pour informer : réaliser un article, un reportage](#) », CLEMI, 2017.
- «[La photo du journal](#) », CLEMI, 2014:
- «[Créer un journal scolaire en maternelle](#) », CLEMI, 2022:

Propositions de contenus médiatiques à destination des enfants :

L'encadrant·e cherchera les contenus les plus adaptés parmi les différentes propositions faites ci-dessous, afin de trouver la plus adaptée pour le groupe.

Audiovisuel :

- Une séquence des [Niouzz](#), le journal télévisé à l'attention des enfants (RTBF).
- Une séquence sur le site [1 jour, 1 actu](#). De nombreuses vidéos d'actualité (mais aussi des vidéos explicatives) y sont proposées.

Son :

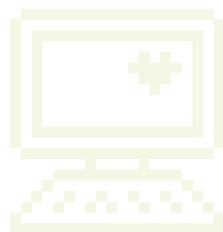
- Podcast [Comprendre un max](#), un podcast de la RTBF qui décode l'actualité pour les enfants.
- Podcast [Les p'tits bateaux](#) de France Inter. Des enfants posent des questions et des spécialistes leur répondent.

Presse écrite :

- [Le Journal des enfants](#), journal destiné aux 9-13 ans pour mieux comprendre l'actualité.
- [Philéas et Autobulle](#), revue d'initiation à la démarche philosophique pour les enfants de 8 à 13 ans.

LES FORMATS DE L'INFORMATION ET LEURS CARACTÉRISTIQUES

Contenus	 Article de presse	 Radio	 Journal TV	 Site d'information
Que contient-il principalement ?	Texte	Son (voix)	Son et image (vidéo)	Texte ou son et image (vidéo)
Que peut-il également contenir ?	Images (photos, dessins...)	/	Texte (titres à l'écran ou explicatifs)	Texte ou son et image (vidéo)
Y a-t-il une voix ?	Non	Oui	Oui	Parfois (vidéos)
Y a-t-il beaucoup de détails ?	Beaucoup	Peu de détails	Les images viennent en appui du texte	Variable
Comment reçoit-on l'information ?	On la lit	On l'écoute	On la regarde et l'écoute	On la lit, on la regarde (ou les deux)



Crée ton affiche anti-fake news

Comprendre les stratégies visuelles utilisées pour représenter la désinformation



Enfants de 10 à 12 ans
(fin primaire)



3h



CONTEXTE :

Notre environnement médiatique est aujourd'hui abondant : l'information peut prendre des formes très variées et circuler sur de nombreux supports différents, être créée, diffusée, partagée, partout et par tout le monde. Les rumeurs, les contenus trompeurs, les images sorties de leur contexte ou créées par intelligence artificielle peuvent donc être facilement diffusées. Les fausses infos peuvent prendre de nombreuses formes et l'un des grands enjeux de l'éducation aux médias est de sensibiliser à ces mécanismes. Pour ce faire, de nombreuses campagnes utilisent des images, des symboles ou des affiches pour illustrer ce que sont les fake news et comment s'en protéger. Ces visuels utilisent souvent des métaphores, des couleurs ou des symboles pour représenter la désinformation.

Comme tout message médiatique, ces images ne sont pas neutres : elles simplifient parfois la réalité, orientent notre regard et peuvent susciter des émotions (peur, méfiance, rire...). Elles proposent donc une certaine manière de comprendre le phénomène des fake news.

Après avoir analysé différents visuels représentant la désinformation afin d'identifier les stratégies graphiques utilisées pour transmettre un message, les enfants créeront, lors de cette activité, leur propre affiche de sensibilisation à la désinformation.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Interpréter une image de manière critique
- ◆ Identifier les stratégies visuelles utilisées pour représenter la désinformation
- ◆ Produire un média visuel destiné à informer/sensibiliser un public
- ◆ Expliquer et justifier ses choix graphiques



MATÉRIEL :

- ◆ Des exemples d'affiches et de visuels représentant la désinformation (en fin de fiche)
- ◆ De quoi écrire et créer les affiches (papier, feutres, ciseaux, colle)
- ◆ Un support commun (tableau) pour la synthèse collective



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Privilégier des visuels simples et variés (images symboliques, affiches de campagne...).
- ◆ Lors de la phase de création, valoriser au moins autant l'aspect réflexif que l'aspect esthétique.
- ◆ Inciter les élèves à expliquer leurs choix plutôt que de chercher à tout prix la bonne réponse.



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Explorer les connaissances des élèves

Poser quelques questions ouvertes au groupe :

- Où peut-on voir ou entendre des informations ?
- As-tu déjà entendu parler de “fake news” ? Qu’est-ce que ça veut dire selon toi ?
- C’est quoi une rumeur ?
- Peut-on se tromper sans faire exprès en partageant une information ?

Proposer trois situations concrètes et leur demander s’ils-elles perçoivent une différence entre elles :

- ◆ Quelqu’un crée une fausse image avec une IA pour faire croire à un évènement qui n’existe pas.
- ◆ Un·e élève partage une info sur WhatsApp en pensant qu’elle est vraie... mais elle est fausse.
- ◆ On dit dans la cour que l’école va fermer demain... mais personne ne sait si c’est vrai.

*L’objectif est ici de vérifier la compréhension des notions de **désinformation** (faire exprès de tromper), de **mésinformation** (se tromper sans le vouloir) ou encore de **rumeur** (information qui circule sans vérification)*

Expliquer, pour conclure cette étape, que les fake news peuvent donc prendre des formes très variées.

Introduire ensuite l’activité qui va suivre de la manière suivante :

« On va maintenant voir comment les images et les affiches nous aident à comprendre les fake news... et parfois aussi à nous influencer! »

Étape 2 : Découvrir des visuels qui parlent de désinformation

Présenter différents visuels visant à lutter contre la désinformation et des visuels qui représentent la désinformation.

Une série de visuels est proposée à la fin de cette fiche mais ce ne sont pas les seuls. L’encadrant·e peut donc en proposer d’autres qui lui sembleront plus parlants en fonction de sa sensibilité et en fonction du groupe.

Exploiter un premier visuel parmi ceux proposés en fin de fiche :

- Que vois-tu exactement ?
- Quels éléments composent l’image (personnes, objets, texte...)?
- Où se porte ton regard en premier ?
- Y a-t-il des mots et/ou un slogan ?
- Que veut dire cette image si tu dois la résumer en une ou deux phrases ?
- Quel message essaie-t-elle de faire passer ?
- Qui est l’auteur·rice de ce message ? Selon toi, pourquoi a-t-il-elle choisi ces images/ces symboles ?

Il est important à cette étape de préciser qu’une même image peut être comprise de différentes manières. En effet, elle contient des métaphores pour illustrer une, voire des idées complexes.

Étape 3 : Analyser un visuel en groupe

Répartir les visuels restants (et éventuellement d'autres) dans différents groupes de 3-4 jeunes. Proposer à chaque groupe de répondre aux questions suivantes (notées sur un support commun ou sur une fiche distribuée au groupe) :

Pour accompagner ces questionnements, il peut être pertinent de fournir à chacun-e une copie des visuels proposés afin qu'ils-elles puissent les manipuler. L'affiche de la semaine de l'éducation aux médias 2026 (annexée à ce dossier) peut faire partie des supports analysés.

- Que contient l'image ?
- Quelles couleurs dominent ?
- Quel symbole est utilisé pour représenter la désinformation/les fake news ?
- À qui s'adresse cette image ?
- Quel message veut-elle transmettre ?
- Quel sentiment l'image provoque-t-elle ?
- Te semble-t-elle inquiétante, drôle, sérieuse ? Pourquoi ?

Étape 4 : Mise en commun et réflexion critique

Après cette première analyse, chaque groupe vient présenter son visuel et les réponses qu'il a données aux questions ci-dessus.

- Quels aspects des fake news ces affiches illustrent-elles ?
- Quelles émotions ont été citées ? (colère, peur, doute, joie, etc.)
- Toutes ces images expliquent-elles les fake news de la même façon ?
- Quels symboles reviennent le plus souvent pour représenter les fake news ?

Faire émerger quelques idées importantes :



- ◆ Une image simplifie la réalité et ne permet pas d'aborder l'ensemble des enjeux liés à une problématique.
- ◆ L'image peut avoir différents effets (expliquer, accuser, faire peur, faire rire...).
- ◆ L'image influence notre perception d'une réalité.

Les différents visuels montrés illustrent le fait que lutter contre les fake news, ce n'est pas seulement dire que c'est faux mais c'est également expliquer comment et pourquoi ?

Étape 5 : Créer son affiche anti-fake news

Passer à l'étape de création (individuelle ou collective, en petit groupe) avec l'objectif de sensibiliser d'autres enfants aux fake news.

Exemple de consigne :

« Crée une affiche qui aide à comprendre un (ou plusieurs) aspect(s) des fake news (comment elles se propagent, comment elles peuvent tromper, pourquoi il faut vérifier les infos, comment réagir à une information douteuse).

Idéalement l'affiche doit comporter :

- ◆ un dessin ou une composition visuelle (ex. : collage);
- ◆ un slogan court et clair;
- ◆ un message facilement compréhensible ».

Afin d'aider les élèves dans leur réflexion, les guider avec quelques questions :

1) Choisir le message

- Que veux-tu expliquer sur les fake news?
- Veux-tu montrer :
 - comment elles circulent?
 - pourquoi elles sont dangereuses?
 - comment les reconnaître? Comment vérifier une info?
- Quelle est ton intention?
 - alerter? (danger)
 - expliquer? (comprendre)
 - apprendre à vérifier?

2) Choisir un symbole

- Quel symbole pourrait représenter les fake news?
- Quelles images pourraient aider à comprendre ton message?
- Quelles couleurs pourraient accompagner ton symbole?

3) Réfléchir au public

- À qui s'adresse ton affiche?
- Que doivent comprendre les personnes qui la regardent?

4) Réfléchir au slogan

- Quelle phrase courte pourrait résumer ton message?
- Est-elle facile à comprendre?

Étape 6 : Présentation des affiches et synthèse finale

Chaque élève/groupe présente son affiche et répond à différentes questions :

- Quel message avez-vous voulu transmettre?
- Pourquoi ce symbole/cette image/cette composition visuelle?
- En quoi peut-elle aider à lutter contre les fake news?
- L'affiche peut-elle à elle seule lutter contre la désinformation?

Quelques idées à faire émerger dans la synthèse :



- ◆ Une image peut transmettre un message complexe rapidement.
- ◆ Les images utilisent souvent des symboles et des métaphores pour faire passer des messages.
- ◆ Les images peuvent influencer notre manière de comprendre une situation.
- ◆ Les fake news peuvent aussi être combattues par des campagnes de sensibilisation.



PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Organiser une exposition anti-fake news.
- ◆ Travailler sur les fake news en appliquant les conseils présents sur les différentes affiches créées.



RESSOURCES

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- CSEM, [*Déjouer les pièges de la désinformation : fake news, pièges à clics, propagande...*](#), coll. « Repères », 2019.
- CSEM, [*Les journalistes en classe face à la désinformation*](#), 2021.
- CULOT, M., GUFFENS B., « ["Dessine-moi les fake news" : quels visuels pour lutter contre la désinformation ?](#) », Média Animation, 2024.
- Média Animation, [*Critiquer l'info. 5 approches pour une éducation aux médias*](#), 2020.

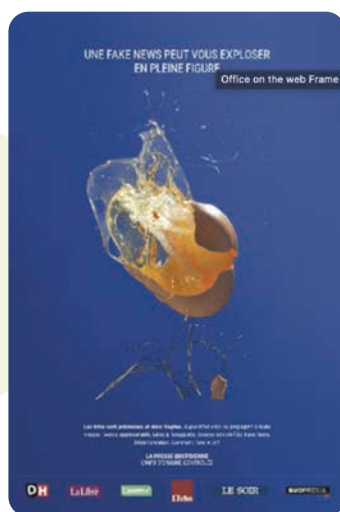
Autres ressources

- « [Les désordres de l'information : comment les aborder avec les élèves ?](#) », parcours de formation en distanciel de la plateforme e-INSPÉ, CLEMI, 2025.



QUELQUES EXEMPLES DE VISUELS DE CAMPAGNE EN LIEN AVEC LA DÉSINFORMATION

► Campagne lancée en 2018 par LA PRESSE.be (alliance des éditeurs de la presse quotidienne francophone belge)



▲ Campagne lancée en 2024 par LA PRESSE.be (alliance des éditeurs de la presse quotidienne francophone belge)



◀ Visuel utilisé pour informer sur la désinformation par le Centre de crise National (NCCN)



▲ Visuel de l'exposition « Fake news : art, fiction, mensonge » (2022)



▲ Visuel de la campagne de sensibilisation de Média Animation (2023) sur la désinformation



◀ Carte illustrée par Chez Gertrud dans le cadre de l'exposition « Fake news : art, fiction, mensonge » (2022)

IA et algorithmes : les nouvelles formes de l'info



Avec les évolutions technologiques en cours, l'information n'est plus seulement produite par l'homme mais aussi triée et recommandée par des systèmes automatisés (algorithmes, moteurs de recherche, outils d'intelligence artificielle) qui constituent de nouvelles formes de médiations technologiques, voire culturelles et informationnelles.

Si les intelligences artificielles semblent à première vue s'éloigner des médias d'actualité, elles y ont aujourd'hui pris une place (parfois) prédominante. Les IA ne sont pas seulement des médias au sens classique, elles sont devenues des outils centraux en termes de production, sélection, hiérarchisation et diffusion des contenus informatifs auxquels les publics sont exposés (textes, images, vidéos...). Sur les plateformes, ces contenus sont soit influencés, soit générés par des systèmes automatisés. Comprendre le fonctionnement, les limites, les biais de ces systèmes est une compétence essentielle qui permet d'exercer son esprit critique et évoluer dans l'espace informatif actuel.



L'évolution de ces technologies et leur développement dans le domaine de l'information posent de nombreuses questions : Une IA peut-elle être neutre ? Comment éviter les biais et les systèmes de représentation qui prennent des décisions importantes ? Qui est responsable lorsqu'un algorithme se trompe ?

Ces interrogations illustrent la nécessité de sensibiliser à ces nouvelles formes de fabrication et de circulation des contenus d'actualité. En interrogeant les responsabilités liées au partage de contenus générés ou assistés par les technologies, les jeunes peuvent ainsi adopter une posture citoyenne face aux risques de désinformation et de discrimination.

Les activités proposées ci-après ont pour objectif de sensibiliser à ces nouvelles formes de fabrication et de circulation de l'info. Dès la maternelle, il est nécessaire d'aborder le fonctionnement d'un système automatisé (la machine apprend grâce aux exemples qu'on lui donne). Plus tard, les élèves vont analyser comment l'IA participe à la production de contenus, mais aussi à leur sélection et leur diffusion.

Le robot qui apprend

Comprendre que les machines apprennent grâce aux humains



Enfants de 5 à 6 ans
(fin maternel)



1/2h



CONTEXTE :

Même si les enfants et les jeunes n'utilisent pas directement les outils d'intelligence artificielle, ils-elles vivent dans un monde où ces technologies numériques sont (omni) présentes : assistants vocaux, jeux éducatifs, objets connectés....

Pour les jeunes enfants, ces technologies peuvent parfois sembler magiques : un appareil répond aux questions, reconnaît une image ou propose une vidéo qui répond à leurs envies. Pourtant, ces systèmes ne « comprennent » pas réellement le monde comme les humains. Ils fonctionnent grâce à des exemples, des données et des instructions fournies par des humains.

« Le robot qui apprend » propose une première approche très concrète et ludique centrée sur le fonctionnement technique d'une IA. À travers un jeu de rôle, les élèves découvrent qu'un robot intelligent n'est pas magique : il apprend grâce à ce qu'on lui donne, et peut se tromper.

Cette activité permet donc de poser les bases d'une compréhension simple et réaliste des technologies numériques, tout en développant l'expression orale et la coopération.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Comprendre que l'IA apprend grâce aux exemples donnés par les humains
- ◆ Découvrir que le robot/la machine peut se tromper
- ◆ Développer la capacité à expliquer, nommer, décrire pour « aider » le robot
- ◆ Comprendre que l'apprentissage d'une machine dépend de la qualité des infos reçues



MATÉRIEL :

- ◆ Un objet symbolisant le robot : marionnette, boîte, sac...
- ◆ Une série de cartes-images simples (fruits, animaux, objets du quotidien...)
- ◆ Un espace pour s'asseoir en cercle



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Jouer au jeu de manière à capter l'attention des enfants, notamment en exagérant la réaction à certaines erreurs.
- ◆ Utiliser un vocabulaire simple et des images facilement identifiables.



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Présentation du jeu aux enfants

Introduire l'activité de manière ludique :

«Aujourd'hui, on accueille un robot très spécial. Il est gentil mais a besoin de vous pour apprendre. Vous allez devenir ses professeurs».

Montrer l'objet symbolisant le robot et expliquer que les enfants vont l'aider à reconnaître des images.

Étape 2 : L'encadrant·e devient robot

Jouer le rôle du robot face aux enfants.

L'encadrant·e peut ici adopter une voix mécanique pour mieux « jouer » le robot.

1) Montrer que le robot répète correctement

Demander aux enfants de choisir une carte parmi celles à disposition et leur demander de dire ce qu'est l'image.

Le robot (encadrant·e) répète ensuite.

Après quelques exemples, revenir sur ces premières expériences :

- **Le robot reconnaît-il les images tout seul ?**
- **Comment l'aider à reconnaître seul les images ?**

Demander au robot de faire sa valise pour partir en classe verte avec ce qu'il a appris.

Le robot ne sachant pas à quoi se réfère le concept de « classe verte » va réunir des objets ensemble de manière farfelue.

- **Le robot a-t-il choisi les bons éléments ?**
- **Y en a-t-il qui n'ont rien à faire dans une valise ?**
- **Certains autres éléments manquent-ils ?**

- **Que faut-il faire pour que le robot propose une liste correcte des choses à prendre dans la valise ?**

2) Montrer que le robot se trompe

Après quelques nouveaux exemples en mélangeant des cartes déjà vues et des cartes non vues), le robot (l'encadrant·e toujours) se trompe.

Exemples :

- ◆ Appeler une pomme « voiture ».
- ◆ Répéter n'importe quoi.

Demander aux enfants de corriger.

L'objectif de ces deux points est d'illustrer le fait que le robot a besoin d'une aide humaine pour apprendre.

3) Montrer que le robot ne réfléchit pas, il fait ce qu'on lui demande

Demander aux enfants d'apprendre volontairement une erreur au robot

Ex. : lui répéter à plusieurs reprises que la banane = pomme

Montrer ensuite que le robot répète.

L'objectif ici est d'illustrer que le robot dépend de l'aide humaine pour apprendre et que, par conséquent, si les informations qu'on lui donne sont fausses, ses réponses le seront également.

Étape 3 : Verbaliser et corriger

1) Interroger les enfants sur les erreurs

- **Le robot sait-il déjà tout ?**
- **Comment apprend-il ?**
- **Qu'a-t-il fait pour apprendre ?**
- **Pourquoi le robot s'est-il trompé ?**
- **Comment l'aider à mieux travailler ?**
- **Qu'avons-nous montré au robot pour l'aider ?**

Faire émerger les réponses des enfants.

2) Construire avec eux-elles une phrase mémorisable pour synthétiser ce qu'ils-elles ont appris

Ex. : «Le robot apprend ce qu'on lui dit, il peut se tromper et ne réfléchit pas.»

Étape 4 : Les enfants deviennent robots

Proposer aux enfants de prendre le rôle du robot.

Demander à un·e enfant de jouer le robot et aux autres de montrer des cartes et de l'aider à deviner.

Il peut être pertinent d'utiliser des cartes qui représentent "autrement" les éléments montrés à l'étape 1. Ainsi, cela montre que le robot est entraîné sur une catégorie d'images et non sur une image fixe.

Demander au groupe de corriger et encourager l'enfant-robot.

Revenir avec l'enfant qui a joué le rôle du robot sur son expérience :

- **Quand tu étais le robot, était-ce facile de deviner ?**
- **Comment les autres enfants t'ont aidé·e ?**

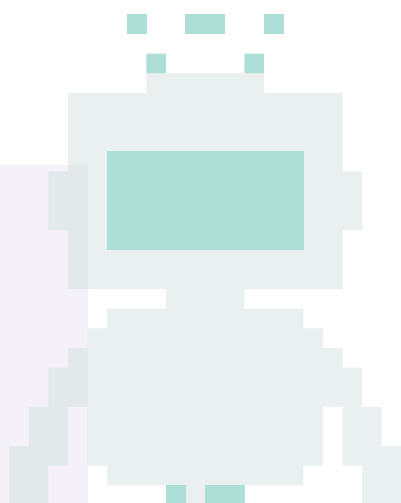
- **Qu'est-ce qui t'a aidé·e à comprendre l'image ?**
- **Est-ce que tu t'es trompé·e ? Qu'ont alors fait les autres ?**
- **Est-ce que le robot peut apprendre tout seul ?**
- **De quoi le robot a-t-il besoin pour apprendre ?**

Cette nouvelle étape vise à renforcer l'implication, la coopération et la compréhension du mécanisme d'apprentissage.

Étape 5 : Synthèse finale

Reformuler simplement avec les enfants quelques concepts :

- ◆ Le robot apprend grâce aux exemples.
- ◆ Les humains apprennent au robot.
- ◆ Le robot peut se tromper.
- ◆ Les humains doivent vérifier que le robot a bien compris.
- ◆ Le robot ne comprend pas comme un humain : il répète ce qu'on lui apprend.



Info et intelligence artificielle

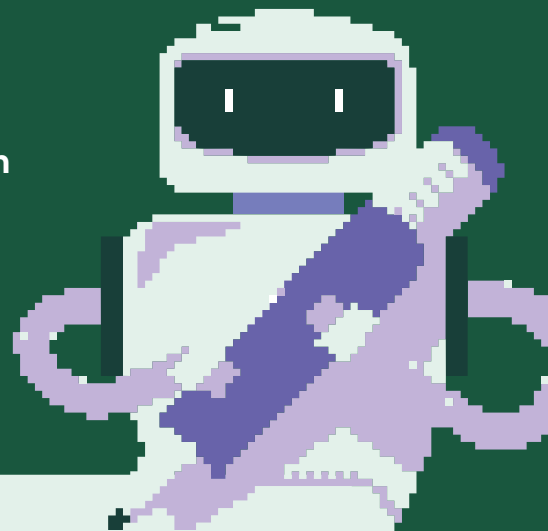
Quand l'IA participe à la fabrication de l'information



Jeunes de 12 à 15 ans
(secondaire inférieur)



2h



CONTEXTE :

Les intelligences artificielles sont utilisées aujourd'hui partout dans notre environnement numérique : moteurs de recherche, assistants vocaux, traduction automatique, génération d'images, recommandations de contenus, rédaction de textes...

Dans les médias d'information, les IA sont de plus en plus mobilisées. Certaines rédactions utilisent des outils automatisés pour produire des brèves, pour analyser une grande quantité de données, traduire des articles... Avec les intelligences artificielles, le travail journalistique est donc en pleine mutation. Elles modifient également notre rapport à l'information. Si elles offrent des opportunités (faciliter certains travaux, rendre l'information plus accessible ou permettre d'expliquer des données complexes), ces technologies posent également de nouvelles questions : fiabilité des contenus générés, absence de sources, risques d'erreurs ou de manipulation.

Dans ce contexte, comprendre comment ces technologies fonctionnent et comment distinguer un contenu journalistique d'un contenu généré automatiquement est fondamental. Pouvant être intégrée à une séquence plus globale sur la presse, cette activité a pour objectif principal d'aider les jeunes à mieux comprendre comment ces technologies fonctionnent et comment distinguer un contenu journalistique d'un contenu généré automatiquement.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Comprendre les usages actuels des IA dans les médias d'information
- ◆ Identifier la différence entre une écriture journalistique et une écriture automatisée
- ◆ Analyser les limites et les risques des outils d'IA dans la production d'information
- ◆ Développer une posture critique avant le partage de contenus



MATÉRIEL :

- ◆ Une info dans un média d'information
- ◆ Un contenu généré par intelligence artificielle sur le même sujet



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Choisir un sujet factuel non polémique pour se centrer sur la comparaison plutôt que sur le contenu des informations choisies.
- ◆ Reprendre les critères qui font d'une info un contenu journalistique.

Concernant les caractéristiques de l'écriture journalistique, voir le focus média sur les pratiques journalistiques (voir ressources).



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Découvrir l'IA dans les médias d'information

Entamer une discussion avec les élèves sur leur usage de l'intelligence artificielle.

- Utilises-tu des outils d'intelligence artificielle ? À quelle fréquence ?
- Dans quelles situations l'utilises-tu ? (devoirs, recherche d'informations, traduction, résumé...)
- Selon toi, peut-on faire confiance aux réponses données par une IA ? Pourquoi ?
- Penses-tu que les IA comprennent réellement ce qu'elles écrivent ?
- As-tu déjà vérifié une information donnée par une IA ?
- Selon toi, les journalistes peuvent-ils·elles utiliser des intelligences artificielles dans leur travail ? Dans quel cadre ?

Si l'usage de l'intelligence artificielle pour la rédaction de contenus informationnels n'est pas répandu, son utilisation pour générer une brève, faire un résumé, ou effectuer une traduction est par contre reconnue par de nombreuses rédactions.

Étape 2 : Lire et comparer deux textes

Les jeunes reçoivent deux textes traitant d'un même sujet, un article de presse et un article sur le même sujet, généré par l'IA.

Le lien vers l'article est mentionné en fin de fiche et le texte généré est aussi proposé en fin de fiche.

Pour chacun des deux textes :

- Le texte mentionne-t-il des sources précises ?
- Les informations sont-elles datées et contextualisées ?
- Le texte explique-t-il comment l'information a été obtenue ?

- Le style est-il plutôt personnel ou neutre ?
- Les informations sont-elles très générales ou très précises ?
- Le texte contient-il des éléments vérifiables ?
- Le texte mélange-t-il faits et interprétations ?

L'encadré sur l'écriture journalistique (à la fin de l'activité sur les news influenceuseuses, p. 41) fournit quelques caractéristiques à mettre en avant avec le groupe pour distinguer l'écriture journalistique de celle d'une intelligence artificielle générative.



Étape 3 : Analyser les limites de l'IA

Discuter des limites du texte généré par un outil d'IA.

Sur les opportunités...

- En quoi les outils d'IA peuvent-ils aider les journalistes ?
- Peuvent-ils permettre de traiter plus d'informations ?
- Peuvent-ils faciliter la traduction ou l'accès à l'information ?
- Peuvent-ils aider à analyser de grandes quantités de données ?

Sur les limites/risques...

- Que se passe-t-il si une IA produit une erreur ?
- Qui est responsable d'une information générée par une IA ?
- Une IA peut-elle vérifier une information sur le terrain ?
- Une IA peut-elle interviewer des personnes ou témoigner d'un événement ?

Ouverture vers d'autres domaines...

- Dans quels autres domaines utilise-t-on l'IA ? (médecine, école, jeux vidéo...)
- Les avantages et les risques sont-ils les mêmes ?

Voici quelques limites à relever avec les jeunes : absence de sources explicites, manque de contexte, imprécisions, pas de vérification de l'info, pas de responsabilité éditoriale, biais liés aux genres et aux origines.

Tout ceci permet également d'introduire la notion de « fausse confiance » : ce n'est pas parce que c'est bien écrit et que les informations paraissent plausibles qu'elles sont vraies.



PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Analyser les titres (ceux des journaux et ceux créés par IA).
- ◆ Inviter un journaliste en classe pour discuter avec lui-elle du rôle de l'intelligence artificielle dans son quotidien et dans les médias d'information de manière plus générale.
- ◆ Comparer les images de presse avec celles générées par intelligence artificielle.
- ◆ Produire une affiche présentant les opportunités et les limites de l'intelligence artificielle.



RESSOURCES

Ressources du CSEM et de ses partenaires

- « Focus A : Les pratiques journalistiques » dans *Éducation aux médias et Tronc commun*. Activités à vivre en classe de S1, CSEM, 2026, p.62-65.
- [Les intelligences artificielles : comment mieux les comprendre ?](#), CSEM, Coll. « Repères », 2025.
- « Mieux comprendre le fonctionnement d'une intelligence artificielle : le cas des images générées par les IA », dans [Semaine EAM 2024. Ressources, témoignages et activités](#), CSEM, 2024, p.45-49.
- « Présenter un sujet avec l'aide de l'intelligence artificielle », dans [Semaine EAM 2024. Ressources, témoignages et activités](#), CSEM, 2024, p.50-51.

Autres ressources

- [« L'intelligence artificielle générative : quelle révolution et quels enjeux pour les médias ? »](#), CLEMI, 2025.
- [« Comprendre les intentions derrière la diffusion de deepfakes »](#), CLEMI, 2025.
- [« Quand l'intelligence artificielle générative illustre l'actualité »](#), CLEMI, 2025.



Article à exploiter :

RTBF, [« Le Laetare à La Louvière : dans les coulisses du lundi des Gilles »](#), 16/03/2026.

C'est quoi Le Laetare de La Louvière ? En quoi l'habillage des Gilles est un rituel et quel est le lien avec les louvériois ?

Le Laetare de La Louvière : une fête au cœur de l’identité locale

Le Laetare de La Louvière est bien plus qu'un carnaval : c’est un moment clé de la vie sociale et culturelle des Louvériois. Célébré le quatrième dimanche de Carême, il se distingue notamment par la présence emblématique des Gilles, figures centrales de la tradition.

Les Gilles : un habillage chargé de symboles

L'habillage des Gilles est un rituel fondamental, souvent réalisé tôt le matin du dimanche. Il ne s'agit pas simplement de s'habiller, mais d'entrer dans un rôle collectif et codifié.

Les éléments du costume

- Le costume rembourré : orné de lions, étoiles et couronnes, aux couleurs nationales (noir, jaune, rouge).
- La ceinture à cloches (apertintaille) : elle rythme la marche et annonce la présence du Gille.
- Les sabots en bois : ancrage dans la tradition populaire.
- Le masque de cire : visage figé, moustache et lunettes vertes — il uniformise les identités.
- Le chapeau à plumes d'autruche : porté l'après-midi, spectaculaire et majestueux.

Cet habillage suit des règles strictes : seuls les hommes du cru (souvent de familles locales) peuvent devenir Gilles, renforçant le lien avec la communauté.

Le geste des oranges : un lien direct avec les Louvériois

L'un des moments les plus attendus est le lancer d'oranges.

Signification

- Les Gilles offrent des oranges à la foule : c’est un geste de partage et de générosité.
- Recevoir une orange est perçu comme un porte-bonheur.
- Refuser ou jeter l'orange est mal vu — cela briserait le lien symbolique.

Ce rituel crée une interaction directe entre les Gilles et les habitants : il n’y a pas de séparation stricte entre acteurs et spectateurs, tout le monde participe.

Une identité profondément louvéroise

Le Laetare n'est pas un simple spectacle touristique :

- Il repose sur la transmission familiale et locale.
- Chaque société de Gilles représente un quartier ou un groupe.
- Les habitants se reconnaissent dans "leurs" Gilles.

Le moment du brûlage des bosses (le mardi soir) marque la fin des festivités dans une ambiance à la fois festive et émotive — comme un au revoir collectif.

En résumé

- L'habillage des Gilles est un rituel codifié qui symbolise l'appartenance à la communauté.
- Le lancer d'oranges est un acte social fort, créant un lien direct avec les Louvériois.
- L'ensemble du Laetare reflète une identité locale vivante, partagée et transmise.

+ Posez une question

Recruter avec une IA : neutre ou biaisée ?



Jeunes de 16 à 20 ans
(secondaire supérieur)



2h



CONTEXTE :

Dans le domaine du recrutement, certaines entreprises utilisent de plus en plus des systèmes automatisés pour analyser des CV, trier des candidatures ou prédire la compatibilité d'un profil avec un poste. Ces outils sont souvent perçus comme neutres, objectifs et plus efficaces que les décisions humaines.

Cependant, ces systèmes reposent sur des données, des critères et des choix conçus par des humains. Ils peuvent donc reproduire — voire amplifier — des biais existants (liés au genre, à l'origine, à l'âge, au parcours...).

En se mettant dans la peau d'un-e recruteur-euse utilisant un outil d'IA pour « trier » les profils reçus dans le cadre d'une embauche, les jeunes développent leur esprit critique face aux technologies automatisées, analysent la place de ces dernières dans la production et la sélection de l'information et réfléchissent aux responsabilités liées à leurs usages.



OBJECTIFS EN EAM :

- ◆ Comprendre que les IA ne produisent pas des infos toutes seules, mais à partir de données et de critères choisis.
- ◆ Identifier les biais algorithmiques et leurs conséquences sociales.
- ◆ Développer un regard critique sur l'objectivité et la neutralité supposée des technologies.



MATÉRIEL :

- ◆ Une offre d'emploi fictive et des fiches de profils de personnes qui ont postulé (fournis en fin de fiche)



QUELQUES CONSEILS...

- ◆ Faire des liens avec des usages des IA dans l'info et les médias.
- ◆ Instaurer un climat de discussion et d'écoute respectueux.
- ◆ Rester dans une situation de simulation en évitant d'associer les concepts de cette fiche à des personnes de groupes pour éviter toute stigmatisation.
- ◆ Éviter les exemples polémiques afin de centrer l'attention sur la forme plutôt que sur le fond.
- ◆ Encourager la justification des choix plutôt que des « bonnes réponses ».



DÉROULEMENT :

Étape 1 : Dans la peau d'un·e recruteur·euse

Donner aux participant·es de l'atelier l'offre d'emploi en fin de fiche et donner la consigne suivante :

« Tu es recruteur·euse pour cette entreprise qui va employer ce profil recherché. Tu ne peux recevoir que 3 personnes parmi les 6 profils pour un entretien d'embauche. Afin de sélectionner les 3 personnes, ton entreprise utilise également un outil d'intelligence artificielle. »

Demander d'abord aux jeunes de lire l'offre d'emploi et de l'analyser :

- Que recherche-t-on ?
- Y a-t-il des critères indispensables dans cette offre d'emploi ?
- Quels critères sont secondaires ?
- Quelles compétences doivent avoir les candidat·es ?
- Quel type de personnalité conviendrait à ce poste ?
- Quels profils pourraient poser problème ?
- Ton choix sera-t-il uniquement basé sur les compétences ?

En dehors de l'intervention de l'IA, le recrutement est un choix à effectuer et ce choix repose sur des critères qui figurent bien souvent dans l'offre d'emploi. Le·la recruteur·euse se projette dans un(des) profil(s) idéal(aux)

Étape 2 : Décider avec l'aide de l'IA

Prendre connaissance des fiches/profils des personnes qui ont postulé, en fin de fiche.

- Quel profil retiendrais-tu ? En fonction de quels critères énoncés à l'étape précédente ?

- Quelles raisons justifient le fait de ne pas choisir les trois autres profils ?

Après que chacun·e a fait son choix personnel, demander à l'ensemble du groupe si tout le monde a choisi les mêmes profils et lancer une discussion sur les similitudes et différences constatées :

- Pourquoi tout le monde n'a pas choisi le même profil ?
- Est-ce une bonne ou une mauvaise chose que tout le monde ne choisisse pas les mêmes profils ?

Aboutir à la notion de subjectivité qui explique les différences de choix. Chacun·e, en fonction de son parcours, son éducation, ses origines, son genre, ne prend pas les mêmes décisions et ne voit pas la situation, les besoins de l'entreprise et les candidatures de la même façon.

Pour éviter qu'il n'y ait une trop grande subjectivité dans le choix des candidat·es, une IA a effectué le choix pour vous. Son choix porte sur les profils : Sophie Lambert, Jean Dupont et Karim El Mansouri.

Prends également connaissance de l'explication de son choix (voir programmation de l'algorithme de l'IA).

- L'IA a-t-elle choisi les mêmes candidat·es que toi ? Pourquoi, selon toi ?
- Les critères mis en évidence dans la programmation de l'IA pour la sélection des profils, correspondent-ils à ce que tu avais mis en avant comme critères ? Quels points communs et quelles différences constates-tu ?
- Certains profils, de qualité selon toi, ont-ils été écartés ? Pourquoi ?
- Qui te semble le plus objectif : toi ou l'IA ?
- À ton avis, d'où viennent les critères de choix de l'IA ?

Étape 3 : Analyser les biais et les régularités

1) Comparer les profils choisis/écartés par l'IA :

- Quels profils sont sélectionnés et lesquels ne le sont pas ?
- Quelles régularités observes-tu entre les différents profils choisis/non sélectionnés (genre, âge, origine...) ?
- L'IA favorise-t-elle certains parcours ? Pourquoi selon toi ?
- Pourquoi ces régularités selon toi ?
- L'IA discrimine-t-elle volontairement ? Pourquoi ?

L'objectif est ici de rendre visibles des mécanismes invisibles pour les jeunes. L'IA intègre des données et en fonction des probabilités fait des choix (tel type de profil remplit le plus souvent tel type de fonction donc je le préfère à d'autres profils). Ainsi, l'IA reproduit des inégalités.

Afin de permettre aux jeunes de comprendre en quoi les biais et les inégalités reproduits par l'IA constituent un véritable enjeu, introduire une nouvelle mise en situation en demandant :

- Et si vous étiez le-la candidat·e refusé·e ? Comment vous sentiriez-vous ?
- Quel impact concret auraient ces sélections biaisées si tous les recruteur·euses utilisaient une IA pour choisir les profils à retenir ?

Cette mise en perspective permet d'introduire une réflexion sur les dimensions éthiques et sociales de l'usage de l'IA.

Réponses possibles à faire émerger :



- ◆ Sentiment d'injustice ou de discrimination
- ◆ Impression de ne pas être jugé·e sur ses compétences
- ◆ Frustration face à une décision « automatique » difficile à comprendre ou à contester
- ◆ Risque d'exclusion de certains profils atypiques (au niveau du parcours, de l'origine, de l'âge...)
- ◆ Reproduction, voire amplification, des inégalités existantes
- ◆ Uniformisation des profils retenus (toujours les mêmes types de parcours ou de profils)
- ◆ Perte de diversité dans les équipes
- ◆ Limitation de l'innovation et des points de vue

L'outil d'IA, en apparence neutre, a des impacts concrets sur les individus et la société, notamment en influençant la diversité et les opportunités.

Étape 4 : Produire une réponse citoyenne

Proposer aux élèves, à partir des constats effectués durant les différentes étapes de l'activité ci-dessus, de se répartir en sous-groupes et de réaliser l'une des deux activités suivantes :

Proposition 1 : réaliser une charte d'utilisation éthique de l'IA

- ◆ Identifier les problèmes rencontrés lors du recours à l'IA pour le recrutement.

Voir commentaire final à l'étape précédente

- ◆ Proposer des règles pour contourner les problèmes rencontrés.
- ◆ Chaque groupe présente les règles qu'il a identifiées.
- ◆ L'ensemble du groupe se met d'accord sur les règles de la charte éthique de l'IA.

Proposition 2 : réaliser une affiche de sensibilisation sur les biais/discriminations opérées par les IA .

Choisir, au sein du sous-groupe, un message clé à faire passer, concernant l'un des problèmes rencontrés avec l'IA.

Demander ensuite aux membres du groupe de structurer leur propos avec un slogan, un exemple concret du problème rencontré et un conseil.

Développer l'ensemble de ces éléments avec un visuel clair.

Demander à chaque groupe de venir présenter son affiche en développant les choix effectués.

L'encadré « Quelques enjeux éthiques des IA » p. 70.



PROLONGEMENTS ET VARIANTES

- ◆ Étendre la réflexion à d'autres domaines (justice, police, santé, etc.).
- ◆ Inviter un·e professionnel·le pour discuter de ces questions des biais de l'IA.



Nous recrutons !

Rejoignez notre équipe

RESPONSABLE D'AGENCE IMMOBILIÈRE

Entreprise : **ImmoPlus Bruxelles**

L'agence ImmoPlus Bruxelles, active dans la vente et la location de biens immobiliers sur la région bruxelloise, recherche un·e responsable d'agence afin de coordonner son équipe et renforcer son développement commercial.

MISSIONS

La personne engagée sera en charge de la gestion quotidienne de l'agence, de l'encadrement d'une équipe de cinq agent·es immobilier·ères et du suivi des performances commerciales. Elle devra également entretenir et développer un portefeuille de clients, assurer la négociation des contrats de vente et de location, et représenter l'agence auprès des partenaires locaux.

COMPÉTENCES REQUISES

Ce poste requiert une solide expérience dans le secteur immobilier (minimum trois années), de bonnes compétences en gestion d'équipe, un excellent sens du contact ainsi qu'une capacité à travailler de manière autonome. Une bonne connaissance du marché immobilier local constitue un atout important, de même que la maîtrise des outils numériques utilisés dans le secteur.

NIVEAU D'ÉTUDE ET ATOUTS

L'entreprise recherche une personne capable de faire preuve de rigueur, d'organisation et d'un sens aigu des responsabilités. Un diplôme de niveau bachelier est souhaité, mais une expérience équivalente pourra être valorisée.

CONDITIONS

- ◆ Contrat temps plein (CDI)
- ◆ Salaire attractif + bonus sur performances
- ◆ Véhicule de fonction possible
- ◆ Environnement de travail dynamique

MODALITÉS DE CANDIDATURE

Les candidat·es sont invité·es à envoyer :

- ◆ un CV détaillé
- ◆ une lettre de motivation

✉ à l'adresse suivante : recrutement@immo-plus-bruxelles.be



IMMOPLUS
BRUXELLES



Avenue Louise 245
1050 Bruxelles

immo-plus-bruxelles.be



Tél. : +32 2 456 78 90

PROFILS DES CANDIDATS



Sophie Lambert

32 ans, femme, habite à Uccle (Bruxelles)

Parcours professionnel

- ◆ Responsable adjointe en agence immobilière (4 ans)
- ◆ Négociatrice immobilière (3 ans)
- ◆ Assistante commerciale (2 ans)

Motivation

« Je souhaite évoluer vers un poste à responsabilités qui me permette de gérer une équipe tout en restant proche du terrain. J'apprécie particulièrement le contact client et les environnements dynamiques où les objectifs sont clairement définis. »



Karim El Mansouri

29 ans, homme, habite à Molenbeek (Bruxelles)

Parcours professionnel

- ◆ Conseiller commercial en immobilier (4 ans)
- ◆ Vendeur en concession automobile (2 ans)
- ◆ Assistant marketing (1 an)

Motivation

« Je suis passionné par la vente et la négociation. J'aime relever des défis et atteindre des objectifs. Ce poste représente pour moi une opportunité d'évoluer vers un rôle de management. »



Jean Dupont

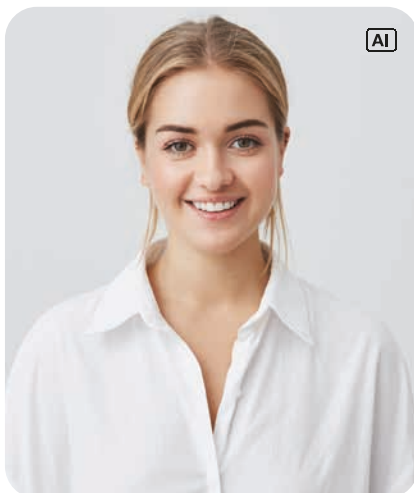
54 ans, homme, habite à Waterloo

Parcours professionnel

- ◆ Agent immobilier indépendant (15 ans)
- ◆ Responsable commercial (8 ans)
- ◆ Courtier immobilier (5 ans)

Motivation

« Fort de mon expérience, je souhaite mettre mes compétences au service d'une structure solide. J'accorde une grande importance à la rigueur et à la qualité du travail. »



Léa Martin

24 ans, femme, habite à Ixelles (Bruxelles)

Parcours professionnel

- ◆ Stage en agence immobilière (6 mois)
- ◆ Job étudiant en communication digitale (2 ans, partiel)
- ◆ Freelance réseaux sociaux (1 an)

Motivation

« Je suis très motivée à apprendre et à évoluer rapidement. Je suis à l'aise avec les outils numériques et les réseaux sociaux, que je considère comme essentiels dans l'immobilier aujourd'hui. »



Diego Alvarez

35 ans, homme, habite à Bruxelles (origine espagnole)

Parcours professionnel

- ◆ Consultant immobilier international (5 ans)
- ◆ Agent immobilier en Espagne (4 ans)
- ◆ Entrepreneur (création d'une petite agence) (3 ans)

Motivation

« J'ai un profil atypique et international. J'aime innover et proposer de nouvelles approches. Je suis particulièrement intéressé par les marchés en évolution. »



Amina Benali

31 ans, femme, habite à Schaerbeek (Bruxelles)

Parcours professionnel

- ◆ Responsable commerciale en immobilier (4 ans)
- ◆ Chargée de clientèle (3 ans)
- ◆ Assistante de gestion (2 ans)

Motivation

« J'ai développé une solide expérience en gestion d'équipe et en relation client. Je suis rigoureuse, organisée et orientée résultats. Je souhaite aujourd'hui accéder à un poste de direction. »

PROGRAMMATION DE L'ALGORITHME DE L'IA

L'IA a été entraînée pour donner la priorité à :

- ◆ la stabilité professionnelle ;
- ◆ l'expérience dans le secteur ;
- ◆ un style rédactionnel formel ;
- ◆ un parcours "linéaire".

L'IA a été entraînée pour pénaliser :

- ◆ des profils "atypiques" ;
- ◆ des ruptures de parcours ;
- ◆ peu d'expérience.

Quelques enjeux éthiques des IA

Les intelligences artificielles ne sont pas seulement des outils techniques : leur utilisation met en exergue des enjeux importants pour la société et les individus qui la composent.

■ La protection des données

Les systèmes d'IA sont entraînés à partir de grandes quantités de données (images, textes, sons...). Ils apprennent à reconnaître des régularités : associer une image à un mot, compléter une phrase, produire un texte cohérent. C'est ce qu'on appelle l'apprentissage automatique (machine learning).

Les données fournies par l'utilisateur-riche sont le plus souvent utilisées et stockées par les intelligences artificielles génératives, qui s'en nourrissent et peuvent les réutiliser. La plupart des outils d'intelligence artificielle ne communiquent pas de manière transparente à ce sujet.

■ Droit d'auteur et propriété intellectuelle

Les données traitées par les intelligences artificielles peuvent s'appuyer sur des contenus sur lesquels la propriété intellectuelle s'applique. L'intelligence artificielle ne fait pas de différence entre les contenus protégés et ceux qui ne le sont pas.

■ Biais de discrimination

Les IA ne sont pas neutres. En effet, elles sont entraînées à partir de données produites par des humains. Elles intègrent donc des choix (critères, objectifs, priorités) et peuvent reproduire ou amplifier certains biais. Entraînées par les humains, les IA peuvent reproduire des stéréotypes présents dans leurs données d'entraînement. Ces mécanismes sont souvent invisibles mais bien présents.

■ Transparence

La plupart des utilisateur-riche des intelligences artificielles ne communiquent généralement pas sur le recours à l'intelligence artificielle dans le cadre de leurs devoirs, par exemple.

Pourtant, au même titre que d'autres sources, ce recours doit être spécifié, au risque que le travail soit considéré comme du plagiat.

■ Impact environnemental

Avant d'être accessibles aux utilisateur-riche, les IA sont entraînées : or, pour faire tourner son algorithme, une IA a besoin d'électricité, mais également d'eau. À cause de cet entraînement des algorithmes mais aussi à cause des calculs nécessaires à chaque prompt, une recherche faite via une IA, comme ChatGPT, est jusqu'à 10 fois plus énergivore, donc beaucoup plus polluante que la même recherche effectuée dans un moteur de recherche. L'utilisation croissante des IA nécessite également la construction de toujours plus de data centers pour stocker les données.

■ Conditions de travail invisibles

Le fonctionnement des intelligences artificielles repose aussi sur le travail humain : des personnes annotent des données ou modèrent des contenus pour entraîner les systèmes. Ce travail, souvent peu visible et parfois précaire, peut exposer à des tâches répétitives ou à des contenus difficiles, soulevant des enjeux éthiques en matière de conditions de travail et de reconnaissance.

■ Manipulation et usages malveillants

Les intelligences artificielles peuvent être utilisées pour créer de fausses informations, produire des images ou vidéos trompeuses (deepfakes) ou encore automatiser la diffusion de contenus de propagande. Ces usages facilitent la manipulation de l'opinion et posent des enjeux importants pour la désinformation et le fonctionnement démocratique.



Éditrice responsable : Claire Berlage – Présidente du CSEM – Design : www.acg-bxl.be