



TOKE

Information de proximité et citoyenneté active  
dans les gouvernorats de Tozeur et Kébili

# YALLA EMI

## Un guide d'Education aux Médias et à l'Information

Bérangère Blondeau et Divina Frau-Meigs

Ce manuel est une publication réalisée par IREX Europe, avec le soutien financier de l'Union Européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité des éditeurs et des auteurs et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne.

### **Auteurs :**

Bérangère Blondeau  
Divina Frau-Meigs (Savoir \* Devenir)

### **Coordination :**

Pauline Zanetti (IREX Europe)  
Mona Trabelsi et Hanen Hassainia (ATMA)

### **Design :**

Anis Bennani

## **Remerciements**

### **Pour IREX Europe:**

Andressa Bittencourt, Mike de Villiers, Flora Graioni, Florence Duvauchelle et toute l'équipe d'IREX Europe

### **Pour l'ATMA:**

Arbia Mathlouthi, Rym Ben Mansour, Amel Abaidi, Tarek Bouazizi, Housseem Bouchiba, Adel Alimi

### **Pour Savoir\*Devenir:**

Pascale Garreau, Bader Alhudhud

## **© 2018 IREX Europe / Savoir \*Devenir**

Tous droits réservés. Le contenu de cette publication peut être utilisé librement et copié dans un cadre éducationnel non-commercial sous réserve que toute reproduction et/ou utilisation soit accompagnée par une reconnaissance d'IREX Europe et Savoir\*Devenir comme source et la mention des auteures Bérangère Blondeau et Divina Frau-Meigs. Toute utilisation du contenu à des fins commerciales ou publicitaires est exclue.

# Sommaire

■ Introduction .....	3
■ Pourquoi ce guide .....	5
■ Une définition de l'Education aux Médias et à l'Information (EMI) .....	7
■ La composition du guide .....	8
■ Mode d'emploi du guide .....	10
■ Pratiques sensées: Scénarisation des Essentiels du guide YALLA EMI .....	13
■ Tableau récapitulatif: Répartition des Essentiels, des pratiques sensées et de la scénarisation dédiée .....	17
■ Pratiques sensées « Don't Forget us ... » .....	18
■ Tableau récapitulatif: Scénarisation des Essentiels « Identité E-présence » Essentiels « Fabrication de l'info » et Essentiels « Vie privée et sécurité » .....	27
■ Pratiques sensées « Youth more » .....	28
■ Tableau récapitulatif: Scénarisation des Essentiels « E-Réputation » Essentiels «Traces* » et Essentiels «Liberté d'expression » .....	36
■ Pratiques sensées «Ija Inbox» .....	37
■ Tableau récapitulatif: Scénarisation des Essentiels « Stéréotypes » Essentiels « Storytelling » et Essentiels « Fake news » .....	46
■ Ressources .....	47
■ Glossaire du guide YALLA EMI .....	51
■ Annexe 1: Une vision partagée de l'EMI .....	59
■ Annexe 2: Feuille de route pour développer un projet d'EMI .....	61
■ Annexe 3 : Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir .....	63
■ Annexe 4: Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs .....	65
■ Annexe 5: Fiche d'évaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs .....	67
■ Annexe 6: Présentation des différents PLUG-IN. ....	69

# INTRODUCTION

Ce manuel d'Education aux Médias et à l'Information (EMI) a été élaboré dans le cadre du projet «TOKE» : Information de proximité et citoyenneté active dans les gouvernorats de Tozeur et Kebili » mis en œuvre en Tunisie par IREX Europe et l'Association Tunisienne des Médias Alternatifs (ATMA) avec le soutien financier de l'Union Européenne.

Ce projet a pour objectif de contribuer à développer l'information de proximité et la mobilisation citoyenne dans les gouvernorats de Tozeur et Kebili par la professionnalisation des radios associatives et l'éducation aux médias et à l'information des jeunes et de la société civile active dans ces régions.

Le projet s'articule autour de deux actions principales :

- 1• Renforcer les capacités des radios de proximité à produire des programmes d'information et d'expression citoyenne de manière professionnelle et pérenne.
- 2• Renforcer la capacité des jeunes et de la société civile à interagir et participer de façon responsable aux radios de proximité et aux médias sociaux.

Dans le cadre de la deuxième composante, le présent manuel a été élaboré comme un outil technique permettant aux animateurs des Maisons des Jeunes de développer des projets d'Education aux Médias et à l'Information avec les jeunes tout en développant leurs capacités d'analyse et de compréhension critique des contenus diffusés à travers les réseaux sociaux.

Ce manuel a été conçu par l'association Savoir\*Devenir en partenariat avec IREX Europe et l'ATMA.

IREX Europe est une organisation non-gouvernementale à but non-lucratif qui met en place des programmes innovants afin d'améliorer la qualité de l'éducation, de renforcer la liberté d'expression, de stimuler le développement d'une société civile plurielle, et de réduire les conflits. IREX Europe travaille avec les défenseurs des droits de l'Homme, les journalistes et les professionnels des médias, les journalistes citoyens, les blogueurs, les internautes,



la jeunesse, et soutient la liberté d'expression, l'indépendance des médias, l'augmentation de la participation civique au niveau local et national, l'amélioration de l'accès à la justice, les droits de l'homme et l'accès à l'éducation.

L'Association tunisienne des médias alternatifs (ATMA) est une association culturelle tunisienne dont l'objectif principal est d'encadrer et d'initier les jeunes tunisiens aux bonnes pratiques journalistiques, de contribuer à la professionnalisation des journalistes citoyens et de les aider à lancer leurs propres projets. En étroite collaboration avec ses partenaires, l'Association s'est fixée comme objectif, depuis sa création, de participer à la mise à niveau du secteur des médias en offrant des sessions de formation en faveur des journalistes tunisiens et en s'engageant dans différents événements et débats traitant de ce thème.

Savoir\*Devenir est une association française à but non lucratif qui s'adresse à tous les publics – citoyens, éducateurs, acteurs institutionnels et industriels – dans une démarche citoyenne et participative afin d'accompagner la transition numérique. Elle procède principalement à travers des projets et des actions en faveur de l'Education aux Médias et à l'Information, la littératie numérique et la gouvernance d'internet.

# I/ Pourquoi ce guide ?



L'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) ne s'improvise pas ! L'EMI donne la capacité de répondre aux questions que posent les médias dans le monde d'aujourd'hui, un monde numérique connecté. Ce monde est un espace de vie complexe et il affecte la façon dont se fait l'information et la communication. Par exemple une annonce d'un concert local peut arriver à un groupe de fans par plusieurs médias à la fois : la radio, la télévision, Facebook et Instagram. La confirmation pour s'y retrouver entre amis peut se faire par les médias sociaux. La vie du concert va se prolonger en ligne par tous les commentaires, photos et vidéos postés.

L'EMI est essentielle car elle donne des clefs pour que la personne maîtrise les codes des médias en matière de production, de représentation, de langages (son, image, texte), d'audiences et communautés. L'EMI intègre aussi ce que l'information comme data fait aux médias en matière de publicité, de profilage, de réputation et d'influence. La personne peut alors construire son opinion et son savoir. Elle peut exercer une citoyenneté en action. C'est une approche qui permet d'être acteur ou actrice dans le monde numérique avec des compétences et des valeurs reliées aux droits de l'Homme. Par exemple si une chanson du concert promeut des stéréotypes négatifs sur les femmes ou les minorités, les spectateurs peuvent réagir en ligne et exprimer leur désaccord, ce qui peut se convertir en baisse de publicité et de notoriété du chanteur. Ils exercent ainsi leur sens critique en respectant la liberté d'expression des autres.

Ce guide a été conçu à la suite d'une formation en EMI dispensée par l'ATMA (Association Tunisienne des Médias Alternatifs) à Tunis en septembre 2017 dans le cadre du projet européen TOKE, avec IREX Europe et Savoir\*Devenir. Il est destiné aux animateurs des maisons de jeunes. C'est donc en priorité un guide qui s'adresse à des formateurs.

« Yalla EMI » vient répondre à cette demande de formation. Il a deux objectifs:

1

Permettre aux formateurs de comprendre ce qu'est l'EMI à travers 10 Essentiels (à savoir des points clefs de l'EMI)

2

Permettre aux formateurs de mettre en œuvre un projet d'EMI au sein d'une web radio en suivant, au choix, un des parcours proposés dans les 3 pratiques sensées (à savoir des actions couronnées de succès et validées par la communauté).

Ce guide vient donc donner des outils de réflexion (les Essentiels) et expose trois parcours types (les pratiques sensées\*). Il donne des indications, des suggestions et non des « recettes » car l'EMI s'adapte aux situations locales et diverses. Elle adopte une logique multi-linéaire c'est-à-dire qu'elle peut se découvrir à partir de plusieurs documents. Certains sont en version papier comme les Essentiels et les pratiques sensées. D'autres sont en ligne\* comme les tutoriels et les capsules vidéo qui accompagnent la formation.

L'EMI s'apprend par « le faire » dans une approche par projet. Cinq entrées sont proposées dans ce guide pour la mettre en œuvre dans votre contexte (voir section mode d'emploi du guide page 10)

# Une définition de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI)

**Dans le monde numérique, toute personne est un média parce que :**

**1**

elle peut trouver une information (actualité/document/data) en ligne\*

**2**

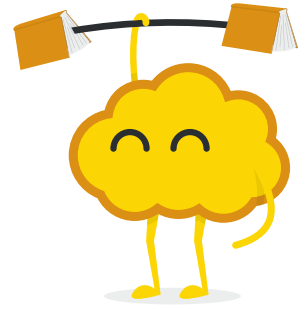
elle peut publier une information (actualité/document/data) en ligne\*

**3**

elle peut transformer, commenter et partager une information (actualité/document/data) en ligne\*

**Ainsi l'éducation aux médias et à l'information** donne les clés pour exercer son esprit critique sur la production, le langage, les représentations et les publics dans les médias classiques et sociaux. Elle permet de pratiquer sa liberté d'expression et de consommation dans le monde numérique et d'être un citoyen à part entière que ce soit en ligne\* ou hors ligne\*.

## II/ La composition du guide : L'EMI en action



Il est composé de cinq éléments :

### 1• Des fiches présentées sous la forme d'« Essentiels de l'EMI ».

Celles-ci donnent des points clés pour comprendre l'EMI dans le numérique:

- Au recto une présentation théorique de la notion
- Au verso une présentation pratique de la notion pour créer un projet d'EMI
- Une scénarisation schématique de l'Essentiel
- Un geste pédagogique engagé
- Les compétences EMI travaillées «les 7C» (voir Essentiel Compétences et valeurs de l'EMI)
  - Compréhension
  - Critique (esprit)
  - Création
  - Citoyenneté
  - Conflit (résolution)
  - Communication interculturelle
  - Consommation
- Les valeurs EMI principales (voir Essentiel Compétences et valeurs de l'EMI)
  - Liberté d'expression
  - Vie privée
  - Dignité de la personne
  - Sécurité de la personne
  - Participation
  - Education

## 2• Trois propositions de projets d'EMI web radio

Elles illustrent chacun des essentiels EMI scénarisés. Ces projets d'EMI sont présentés clefs en main, adaptables à toutes les situations locales. Les formateurs en maison des jeunes peuvent alors mettre en œuvre des projets d'EMI qui valident chacun à leur tour et à leur façon les points clefs présentés dans ce guide comme des « Essentiels de l'EMI ».

## 3• Un glossaire

Il décrit des mots clefs du numérique et les controverses qu'ils créent en EMI

## 4• Des annexes

Elle donnent des outils pour la mise en œuvre pratique des projets d'EMI. Ce sont des documents à compléter, cocher, tiquer... Des outils pour valider le fait que le projet d'EMI va dans le bon sens.

- Annexe 1 : Une vision partagée de l'Éducation aux médias et à l'information (EMI)
- Annexe 2 : Feuille de route pour développer un projet d'EMI
- Annexe 3 : Évaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir
- Annexe 4 : Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs
- Annexe 5 : Fiche d'Évaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs
- Annexe 6 : Présentation des différents PLUG-IN (des modules d'une ou deux séances directement applicables sans suivre tout le scénario pédagogique)

## 5• Des tutoriels et des capsules vidéo en ligne\*

## III/ Mode d'emploi du guide : Les différentes entrées



Vous pouvez entrer dans ce guide de 5 façons différentes :

### 1/ Entrée n°1 :

par la pratique sensée 1, 2 ou 3, soit un parcours en 6 séances pour chaque pratique

- Regarder le tableau des pratiques sensées page 17
  - Projet à bâtir à partir d'une image : pratique sensée «Don't Forget us» page 18
  - Projet à bâtir à partir d'une vidéo: pratique sensée «Youth more» page 28
  - Projet à bâtir à partir d'un son : «Ija inbox» page 37
- Choisir la pratique sensée que vous avez envie de mettre en place avec les jeunes
- Repérer les documents de référence
  - Les 3 Essentiels qui sont mis en place dans la pratique sensée
  - La scénarisation de la pratique
    - Repérer les différentes séances à mettre en place
    - Le matériel dont vous avez besoin (ordinateur, vidéo projecteur, feuilles, enregistreur, annexes à photocopier...)
- Photocopier ou projeter les annexes pour bâtir le projet d'EMI :
  - Annexe 2 : Feuille de route pour développer un projet d'EMI
  - Annexe 3 : Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir
  - Annexe 4 : Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs
  - Annexe 5 : Fiche d'évaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs

## 2/ Entrée n°2 :

par les Essentiels ... un parcours plus court sur 2 à 3 séances où les formateurs choisissent parmi les 10 Essentiels ceux qu'ils veulent mettre en oeuvre avec les jeunes d'après les besoins identifiés.

- Choisir 1 à 3 Essentiels
- Repérer dans les Essentiels les points que vous voulez étudier avec les jeunes
- Repérer dans les pratiques sensées les séances où les Essentiels sont mis en oeuvre
- Photocopier ou projeter les annexes pour bâtir le projet d'EMI :
  - Annexe 2 : Feuille de route pour développer un projet d'EMI
  - Annexe 3 : Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de «réussite» à remplir
  - Annexe 4 : Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs
  - Annexe 5 : Fiche d'Evaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs

## 3/ Entrée n°3 :

par les besoins locaux (actualités, événements, questions de société ...) un parcours variable en fonction de votre contexte

- Identifier les besoins locaux
- Décider d'un thème à explorer
- Choisir de rentrer dans le sujet soit par les images (pratique 1), soit par les vidéos (pratique 2), soit par le son (pratique 3)
- Repérer les Essentiels que vous voulez mettre en oeuvre en fonction des besoins locaux
- Repérer dans les pratiques sensées les séances où les Essentiels sont mis en oeuvre
- Photocopier ou projeter les annexes pour bâtir le projet d'EMI :
  - Annexe 2 : Feuille de route pour développer un projet d'EMI
  - Annexe 3 : Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir
  - Annexe 4 : Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs
  - Annexe 5 : Fiche d'Evaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs



## 4/ Entrée n°4 :

par les envies des jeunes

- Partir des envies des jeunes
- Choisir un thème d'exploration
- Décider du point de départ : des images (pratique 1), des vidéos (pratique 2) ou du son (pratique 3)
- Repérer les Essentiels que vous voulez mettre en œuvre en fonction des besoins locaux
- Repérer dans les pratiques sensées les séances où les Essentiels sont mis en œuvre
- Photocopier ou projeter les annexes pour bâtir le projet d'EMI :
  - Annexe 2 : Feuille de route pour développer un projet d'EMI
  - Annexe 3 : Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir
  - Annexe 4 : Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs
  - Annexe 5 : Fiche d'Evaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs

## 5/ Entrée n°5 :

par les PLUG-IN qui sont des modules d'une ou deux séances directement applicables sans suivre tout le scénario pédagogique... un parcours d'1 ou 2 séances centrées sur l'exploration d'une notion

- Se reporter à l'annexe 5
- Choisir un ou deux PLUG-IN à mettre en œuvre
- Repérer les Essentiels qui sont mis en place dans ces PLUG-IN
- Photocopier ou projeter les annexes pour bâtir le projet d'EMI :
  - Annexe 2 : Feuille de route pour développer un projet d'EMI
  - Annexe 3 : Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir
  - Annexe 4 : Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs
  - Annexe 5 : Fiche d'Evaluation des productions médiatiques des jeunes et apprenants à remplir par les formateurs



**Pratiques sensées**  
**Scénarisation**  
**des Essentiels**  
**du guide YALLA EMI**

## Choix des trois pratiques sensées :

Les trois pratiques sensées\* qui vous sont présentées dans ce guide ont été choisies car elles ont été des actions couronnées de succès dans leurs lieux d'implantation d'origine, validées par la communauté tunisienne. Elles ont également été choisies pour la possibilité d'être transposables et transférables à d'autres contextes de mise en œuvre.

### I/ Objectifs poursuivis :

Les pratiques sensées servent de support pour une illustration et un scénario pédagogique des Essentiels de l'EMI présentés dans ce guide.

Chacune met en œuvre :

1/ la fiche sur les fondamentaux du numérique (en tronc commun à toutes les pratiques) et

2/ trois autres Essentiels (sur les 11 avec la fiche sur les fondamentaux).

NB : les fondamentaux sont accessibles sous forme de capsule vidéo ; les Essentiels sont accessibles sous forme de fiches recto/verso, en papier et en ligne\*.

### II/ Méthodologie :

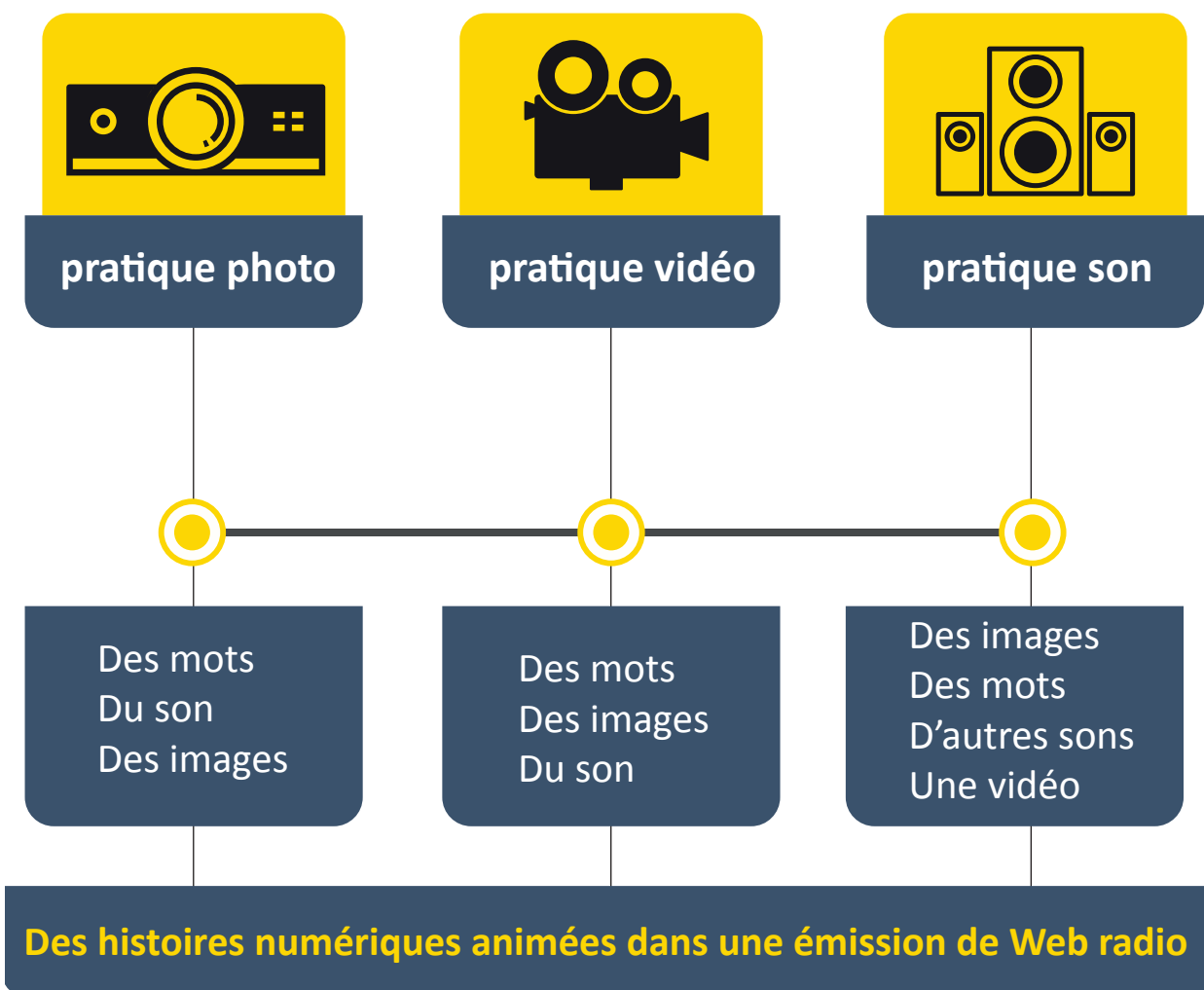
Les produits médiatiques de chaque pratique sensée sont augmentés soit par du son, de la vidéo ou de l'image en fonction du projet initial. Le tout est intégré à un nouveau projet d'EMI mis en place dans les web radios. Cette augmentation permet aux produits médiatiques de s'inscrire dans les usages et pratiques du numérique ; ils évoluent dans le temps et l'espace. Cette méthodologie « agile » prend en compte ces changements et ces remédiations apportées par les participants et par l'expérience. Ces pratiques sensées ont vocation à être modifiées et transférées régulièrement. On parle alors d'augmentation numérique\*.

La scénarisation des Essentiels de l'EMI est découpée en 6 séances dont certaines sont spécifiques au geste pédagogique EMI (compétences, valeurs et évaluations) c'est-à-dire constitutif d'un enseignement transversal ou lié à un sujet. La scénarisation est intégrée dans une approche par projet.

Certaines séances sont des PLUG – IN ou modules d'extension car elles peuvent être mises en œuvre indépendamment des autres séances et transposées à d'autres pratiques sensées que celles proposées.

## Schéma du choix des trois pratiques, en fonction de l'aboutissement désiré dans l'émission de web radio :

Dans chaque situation, la démarche est celle-ci : à partir d'une pratique photo, vidéo ou son déjà existante, les différentes activités réalisées au cours du projet d'EMI par les jeunes vont transformer la pratique d'origine en l'augmentant avec des mots, du son et des images. Ce processus aboutit à la création d'Histoires Numériques\*.



## L'évaluation dans la mise en œuvre de projets d'EMI :




L'évaluation proposée dans ce guide valide la pertinence de la démarche EMI dans les projets complétés. Elle se fait de plusieurs manières, par les formateurs :

- Compléter la grille d'évaluation en annexe 3 qui présente les critères de réussite d'un projet d'EMI
- Evaluer les productions médiatiques des jeunes en complétant la grille de critères en annexe 4

### III/ Répartition des Essentiels illustrés dans les pratiques sensées

- « Don't Forget us »
  - Essentiel Fondamentaux du numérique : Tronc commun
  - Essentiel Identité / E présence\*
  - Essentiel Fabrique de l'information
  - Essentiel Vie privée/ sécurité
- « Youth more »
  - Tronc commun : Essentiel Fondamentaux du numérique
  - Essentiel Liberté d'expression
  - Essentiel Traces\*
  - Essentiel E-réputation\*
- « Ija inbox »
  - Tronc commun : Essentiel Fondamentaux du numérique
  - Essentiel Stéréotypes
  - Essentiel Storytelling
  - Essentiel Fakenews

## Tableau récapitulatif: Répartition des Essentiels, des pratiques sensées et de la scénarisation dédiée.

Essentiels de l'EMI	Pratiques sensées		
	Don't Forget us ... Photo (image fixe) 	Youth more Vidéo (image animée) 	Ija inbox Son 
Les fondamentaux du numérique	CAPSULE VIDEO	CAPSULE VIDEO	CAPSULE VIDEO
Identité / E présence*	Séance 1, 2, 3 et 4		
Vie privée/ sécurité	Séance 1, 2, 3 et 4		
Traces*		Séance 1 et 2	
Fabrication de l'information	Séance 5		
Séréotypes			Séance 1
Liberté d'expression		Séance 3 et 4	
E réputation*		Séance 5	
Storytelling*			Séance 2 et 3
Fakenews*			Séance 4 et 5

La séance 6 dans la scénarisation des Essentiels est toujours consacrée à la préparation, programmation et animation d'une émission de web radio où les histoires numériques\* sont publiées et valorisées.

# Pratiques sensées

« Don't Forget us ... »

Mise en œuvre d'un projet  
EMI de Web radio à partir  
de photos



## I/ Description de la pratique d'origine :

Ce projet a permis à des citoyens tunisiens de s'exprimer librement sur leur quotidien et les difficultés qu'ils rencontrent dans leur vie. La photo a été choisie comme support d'expression car elle véhicule une dimension de représentation positive et permet d'exercer une force de pression réelle pour parler des problèmes de la Tunisie.

Les animateurs de l'ATMA ont parcouru les régions tunisiennes les plus pauvres (Gafsa, Gabes, Siliana, Jendouba, Kef, Kasserine, Kébelli, Kairouan, Sidi Bouzid et Mehdia) et ont été à la rencontre des populations en leur demandant de leur parler d'une difficulté qu'ils rencontraient au quotidien.

Cinq grands thèmes ont été explorés : Accès à l'eau potable, Futur d'enfant, Injustice sociale, Pollution, Infrastructure et Monuments et sites archéologiques.

- Présentation du projet sur site web de l'ATMA <http://alternative-media.tn/portfolio-item/dont-forget-us/>
- Article web : « L'Association tunisienne des médias alternatifs (ATMA) rend hommage à la femme rurale et aux ouvrières agricoles, les « Oubliés de la Tunisie ». » <http://kapitalis.com/tunisie/2016/01/19/dont-forget-us-hommage-a-la-femme-rurale/>
- Page Facebook du projet : <https://www.facebook.com/Dont-Forget-Us-%D9%85%D8%A7-%D8%AA%D9%86%D8%B3%D9%88%D9%86%D8%A7%D8%B4-791114027590602/>

### I-1/ Objectifs :

- Alerter et attirer l'attention aussi bien des pouvoirs politiques que de l'opinion publique sur la précarité dans laquelle vivent des millions de Tunisiens dans les régions de l'intérieur du pays.

### I-2/ Mise en œuvre :

- Phase 1: les trois photographes (Ali Jabeur, Zouhaier Ahmadi, Mohamed Reggui) ont sillonné l'intérieur du pays. Appareil photo et caméra en main, ils ont parcouru les régions tunisiennes les plus pauvres (Gafsa, Gabes, Siliana, Jendouba, Kef, Kasserine, Kébelli, Kairouan, Sidi Bouzid et Mehdia).
- Phase 2 : Organisation et mise en place d'une exposition permanente. Des hauts responsables politiques ont croisé les citoyens des régions dans l'exposition. Ils ont été confrontés ainsi à la souffrance et la misère dans laquelle vivent leurs concitoyens.



### I-3/ Evaluation du projet :

- Une exposition de photos sillonnant le pays
- Un livre de photos illustrant 100 histoires par des reportages photos

### I-4/ Modalités :

- Public : les pouvoirs publics / les médias / les influenceurs/ les tunisiens
- Durée : 1 an
- Lieu : Les régions tunisiennes les plus pauvres (Gafsa, Gabes, Siliana, Jendouba, Kef, Kasserine, Kébelli, Kairouan, Sidi Bouzid et Mehdia).

## II/ L'augmentation de « Don't Forget us ... » :

Une image augmentée par du son et d'autres images permet la création d'histoires numériques\* publiées en ligne\* sur le site de la web radio.

Cette augmentation donne lieu à la scénarisation d'un projet original d'EMI détaillé ci-dessous.

## III/ Scénarisation d'un projet d'EMI Web radio à partir de photos:

### III-1 Essentiels mis en œuvre dans la pratique « Don't Forget us »

- Essentiel Fondamentaux du numérique : Tronc commun
- Essentiel Identité / E présence\*
- Essentiel Fabrique de l'information
- Essentiel Vie privée/ sécurité

### III-2/ Objectifs généraux et sous objectifs :

- Comprendre ce qu'est
  - l'identité numérique et spécialement la E- présence
  - l'identité hors ligne\*
  - l'identité en ligne\* et les traces\*
  - l'identité maîtrisée : la E-présence\*
- Comprendre la Fabrique de l'information
  - Qui ? Quoi ? Comment ? Où ? et Pourquoi ?
  - Opportunités
  - Limites
- Connaître les éléments de la Vie privée en ligne et pouvoir la sécuriser
  - Qu'est-ce que la vie privée en ligne\* ?
  - Comment sécuriser la vie privée en ligne\*?

### III-3/ Compétences d'EMI mise en œuvre :

Compréhension, création, citoyenneté, communication interculturelle, conflit (résolution), critique (esprit), consommation.

### III-4/ Evaluation :

- Création d'histoires numériques\* à partir d'une photo
- Animation d'une émission au sein d'une web radio
- Publication de podcasts et de commentaires en ligne sur le site de la web radio

### III-5/ Public :

- Jeunes de collège
- Jeunes de lycée

### III-6/ Durée :

- 6 séances recommandées

## IV / Mise en œuvre du projet d'EMI :

### Séance 1 : L'histoire de la photo ... des mots pour comprendre ce qu'est l'identité

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est l'identité hors ligne\* et en ligne\*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer un mur numérique\* d'une photo avec récolte de données sur l'identité hors ligne\* et en ligne\*.

- En grand groupe :
  - Présentation du projet « Don't forget us »
  - Chaque jeune choisit une photo du livre et marque au dos quels sont ses sentiments et ses réflexions face à cette photo et justifie son choix (j'aime ... parce que ; je pense... parce que, je n'aime pas ... parce que, je rêve ... parce que ... etc.)
  - Partage de l'exploration de la photo
    - A partir des présentations les jeunes récoltent les éléments qui peuvent illustrer ce qu'est l'identité hors ligne\* (état civil, goûts et intérêts, activités professionnelles / loisirs, engagement, combats...)
    - Débat sur l'existence ou non d'activités « en ligne\* » des personnes de ces photos ? (Consommer, jouer, apprendre et se battre pour voir essentiel Traces
- En petit groupe de trois
  - Choix d'une photo qui donnera lieu à la création d'une histoire numérique

- Création d'un mur numérique (Padlet ou autres) à propos de la photo
  - Que sait-on ? Qu'apprend-on ?
  - Lister ce qui manque
  - Que peut-on imaginer pour obtenir plus de renseignements sur l'identité hors ligne\* et en ligne\* de la personne ?

## Séance 2 : suite recherche d'information sur la personne

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est l'identité hors ligne et en ligne.

**Résultats attendus à la fin de la séance :** finir le mur numérique de la photo et créer un poster sur les données personnelles\* et sensibles\*.

- En petit groupe
  - Travail préparatoire pour la recherche d'informations supplémentaires sur la personne de la photo
    - Références sur moteurs de recherche (Google, Qwant....).
    - Création de questionnaires pour les interviews
    - Prise de rendez-vous avec des personnes ressources
    - Documentation sur les conditions de vie de la personne
    - Organisation des interviews et répartitions des rôles
    - Liste des images à prendre et des sons à enregistrer
    - Etude de documents
    - Demande d'autorisation / droit à l'image
  - Publication d'un post sur le rôle de chacun et sur les sentiments éprouvés dans cette recherche
  - Finalisation du Padlet ou mur numérique\* avec les données trouvées
- En grand groupe
  - Présentation des murs numériques
  - Création d'un poster de groupe regroupant
    - Ce qu'est l'identité de la personne hors ligne\* et en ligne\*
    - Ce qu'est la vie privée de cette personne (données personnelles\* et sensibles\* : voir Essentiels Identité E-présence et Essentiel Vie privée sécurité).

### Séance 3 l'histoire de la photo... des images et des sons pour comprendre le « hors ligne\* » et le « en ligne\* »

**Objectif de la séance :** collecter des sons et des images illustrant la photo

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer et publier des découvertes par un post sur le mur numérique\*

- Chaque groupe va faire les interviews programmées pour trouver plus d'informations sur la personne de la photo
- Prise d'images durant l'interview en privilégiant les différents plans (voir les différents plans vidéo de l'ATMA : <https://www.facebook.com/YouthMoreTN/videos/534439343572686/>)
  - Plan d'ensemble - Plan moyen - Gros plan - Selfie
- Prise de sons caractéristiques de l'endroit
- Les données recueillies sont partagées avec le groupe via le mur numérique\* qui s'enrichit par plusieurs posts :
  - Textes - Photos de l'interview - Photos données par la personne
  - Vidéo - Sons - Etc.

### Séance 4 : l'histoire de la photo ... une personne ... une présence ... une E-présence\* (PLUG-IN)

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est la E-présence\*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer des contenus en ligne\* révélateur de la E-présence de la personne sur la photo

En petit groupe : Création de l'histoire numérique

- Storyboard de l'histoire numérique\* (Voir Essentiel Storytelling\* ; Storyboard à télécharger dans les ressources)
  - Photos et textes les illustrant
  - Mise en ligne\* sur le mur numérique\* du storyboard
- Choix des photos, des sons et des textes les illustrant
- Premier jet d'histoire numérique\* avec l'outil Photostory 3 ou autre outil d'édition de photos
- Créer la E-présence\* imaginée de la personne par :
  - Création d'un profil Facebook ou Twitter ou Instagram par ex.
  - Publication de posts sur les réseaux sociaux\* créés pour alimenter l'identité numérique\* en choisissant une ligne éditoriale (citoyenneté, éducation, environnement...) reliée à la photo choisie en séances 1 et 2.
    - Trouver un site web et publier le lien
    - Adhérer au profil de personnes ayant la même ligne éditoriale

- Commenter une actualité Facebook en lien avec la ligne éditoriale
- Discuter en groupe la différence entre identité et E-présence\*. Retour d'expériences.
- Publication sur le mur numérique\* d'un post sur la E-présence\* de la personne avec la création de cette histoire numérique\*.
- En grand groupe :
  - Présentation des histoires numériques\* de chaque groupe
    - Chaque groupe explique sa démarche et la création de son histoire numérique\*
    - Le reste du groupe émet des commentaires et des suggestions constructifs
  - Chaque groupe retranscrit sur son mur numérique\* par des posts
    - Les commentaires et les suggestions faits par la communauté
    - Les changements à effectuer sur l'histoire numérique\*
    - Les précautions à prendre pour sécuriser les données personnelles\* des participants à l'histoire numérique (révision des paramètres Facebook...); peser les avantages et les inconvénients d'une E-présence\* active et ouverte par rapport à des paramétrages privés et sécurisés contraignants (voir Essentiel Vie privée).

### Séance 5 : l'histoire de la photo ... une histoire numérique ; fabrique de l'information en action

**Objectif de la séance :** comprendre comment se fabrique l'information

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer une infographie\* : « Fabrique de l'info : les coulisses de mon histoire numérique »

- En petit groupe :
  - Travail sur l'histoire numérique\* :
    - Effectuer les changements décidés en séance 4
    - Créer la deuxième version
  - Publication d'un post sur :
    - La création de la version 2 de l'histoire numérique\*
    - Les différentes possibilités de valorisation dans l'émission de web radio
      - Making of de l'histoire numérique
      - Débat entre des personnes rencontrées localement sur un des grands thèmes du livre
      - Etc.

- En grand groupe :
  - Atelier sur la fabrique de l'information (voir Essentiel Fabrique de l'info)
    - Les jeunes à partir de vidéos et de leurs expériences rassemblent leurs idées sur la fabrication de l'information
      - Qui ?
      - Quoi ?
      - Comment ?
      - Pourquoi ?
      - Quand ?
      - Rôles des médias de masse
      - Rôles des médias sociaux
      - Limites à la liberté d'expression
- En petit groupe
  - Créer une infographie\* dont le titre est « Fabrique de l'info : les coulisses de mon histoire numérique\* » ; voir programmes proposés dans les ressources
  - Présenter en illustrant les rubriques ci-dessus avec leur expérience de création d'histoire numérique

### **Séance 6 : Une Histoire numérique à la radio ... Action !**

**Objectif de la séance :** préparer, programmer et animer une émission de web radio

**Résultats attendus à la fin de la séance :** animer une photo, une image en ligne\* et hors ligne\*

- Préparation de l'émission web radio
  - Programme
  - Invitation
  - Mise en place du chat Facebook live
  - Préparation du débat entre deux acteurs clefs rencontrés au cours du projet
  - Programmation ordre de passage
- Animation de l'émission web radio
  - La présentation du projet : une photo / image animée pour un projet d'EMI en web radio
  - Le débat
  - La retransmission des histoires numériques
  - Le live chat Facebook, modération des commentaires
  - Etc.

## VII/ Conseils et astuces EMI :

- Attention à obtenir les demandes d'autorisation de la part des personnes interrogées.
- Avoir une feuille prête-à-signer sur soi pour aller plus vite.
- Veiller à préserver l'anonymat des mineurs et des personnes qui le demandent.

## Tableau récapitulatif Scénarisation des Essentiels « Identité E-présence » Essentiels « Fabrication de l'info » et Essentiels « Vie privée et sécurité ».

Les différentes séances et les thèmes abordés	Mise en œuvre des séances	Page
Séance 1	Illustration par Pratique Sensée	21
Du son à la découverte des stéréotypes	L'histoire de la photo ... des mots pour comprendre ce qu'est l'identité	
Séance 2	Illustration par Pratique Sensée	22
Données personnelles* et traces*	Suite recherche d'information sur la personne	
Séance 3	Illustration par Pratique Sensée	23
Fondamentaux du numérique : le hors ligne* et le en ligne*	L'histoire de la photo... des images et des sons pour comprendre ce qui se cache derrière cette photo	
Séance 4	Illustration par Pratique Sensée	23
La E-présence	PLUG-IN : scénarisation détaillée pour passer de la photo vers l'histoire numérique (son) L'histoire de la photo, une personne, une présence, une E-présence	
Séance 5	Illustration par Pratique Sensée	24
Fabrique de l'information	L'histoire de la photo ... une histoire numérique* ; fabrique de l'information en action	
Séance 6	Illustration par Pratique Sensée	25
Une émission web radio	Préparation et animation de l'émission web radio	
Les Compétences EMI ...	<b>Compréhension</b> : la notion d'identité et de E-présence <b>Création</b> : des histoires numériques* <b>Critique</b> : source, validation, autorisation, droit à l'image <b>Citoyenneté</b> : publier en maîtrisant les risques médiatiques <b>Résolution de conflit</b> : Exercer sa liberté d'expression par la création d'histoires numériques* <b>Communication interculturelle</b> : décentrement comprendre un autre point de vue	
Notions	Traces* Storytelling	
Les valeurs de l'EMI	<b>Liberté d'expression</b> : droit à l'information, droit à la publication <b>Vie privée</b> : attention aux données sensibles* vs personnelles <b>Dignité de la personne</b> : parité, solidarité <b>Sécurité de la personne</b> : usages responsables <b>Participation</b> : attention au point de vue de l'autre, co-création <b>Education</b> : projet, partage	



# Pratiques sensées

« Youth more »

Mise en œuvre d'un projet  
EMI de Web radio à partir  
de Vidéos



## I/ Description de la pratique d'origine :

Présentation du projet sur site web de l'ATMA

Page Facebook : <https://www.facebook.com/YouthMoreTN/?fref=ts>

Site web: <http://www.youthmore.tn/>

### I-1/ Objectifs :

- Rendre hommage à ces jeunes qui ont refusé de garder les bras croisés et ont su surmonter différents types de problèmes afin de pouvoir concrétiser leurs rêves et vivre leurs passions
- Inciter d'autres Jeunes Tunisiens qui hésitent encore à faire de même, à leur emboîter le pas, à se retrousser les manches et prendre l'initiative pour créer, innover et changer

### I-2/ Mise en œuvre :

- Création de vidéos et d'articles racontant l'histoire de jeunes tunisiens ayant pris une initiative, chacun dans son domaine (littérature, cinéma, musique, théâtre, sport...)
- Participation à la création d'une nouvelle Tunisie moderne, tolérante et démocratique
- Mise en ligne\* et publication sur la plateforme électronique [www.youthmore.tn](http://www.youthmore.tn) des vidéos et des commentaires

### I-3/ Evaluation :

- Création de vidéos
- Publication des produits médiatiques

### I-4/ Modalités :

- Public : la société civile/ les pouvoirs publics / les médias / les influenceurs/ les Tunisiens
- Durée : 3 ans
- Lieu : toute la Tunisie

## II/ L'augmentation de «Youth more» : principes

- Live blogging / documentaire
- Storytelling / photos
- Activité hors ligne\* en radio animée

## III/ Scénarisation d'un projet d'EMI Web radio à partir de vidéo (image animée)

### III-1/ Essentiels scénarisés dans «Youth more»

- Essentiel Fondamentaux du numérique : Tronc commun
- Essentiel Liberté d'expression
- Essentiel Traces\*
- Essentiel E-Réputation

### III-2/ Objectifs généraux et sous objectifs :

- Comprendre la liberté d'expression\* dans le monde numérique
  - Qu'est-ce que c'est ?
  - Quels sont les risques ?
- Comprendre les traces\*
  - Pourquoi des traces\* ?
  - Les trois types de traces\*
  - Algorithmes\* et big data\*
- Comprendre la publication en ligne\* et la E-Réputation\*
  - Opportunités
  - Risques

### III-3/ Compétences d'EMI mise en œuvre :

Compréhension, création, citoyenneté, communication interculturelle, conflit résolution, esprit critique, consommation

### III-4/ Evaluation :

- Création d'histoires numériques\* à partir de vidéos
- Animation d'une émission web radio
- Publication de podcasts et de commentaires en ligne\* sur le site de la radio

### III-5/ Public :

- Jeunes de collège
- Jeunes de lycée

### III-6/ Durée : 6 séances recommandées

## IV / Mise en œuvre du projet d'EMI :

### Séance 1 : De la vidéo à la découverte des traces\*

**Objectif de la séance :** comprendre ce que sont les traces\*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer une infographie\* sur les traces\* laissées pendant une recherche sur le net

- En grand groupe :
  - Présentation du projet « Youth more », les objectifs et les mises en œuvre
    - Exploration des différentes vidéos sur la chaîne YouTube du projet
    - Choix d'une vidéo en petit groupe et partage avec tous
      - Sentiments et réflexions provoqués par cette vidéo
  - Recherche de sujets de documentaires, futurs thèmes d'exploration de la thématique  
Par exemple dans la vidéo de SLAM <https://youtu.be/xgnc8UDxYIQ>, possibilité d'élargir le domaine d'exploration à :
    - L'énergie solaire
    - Le cyclisme et le respect de l'environnement
    - La créativité
  - En petit groupe recherche d'informations sur les différents thèmes d'exploration:
    - Site web
    - Photos
    - Vidéos
    - Articles sur les médias sociaux\*
    - Podcasts
- En grand groupe
  - Présentation des recherches par chaque groupe
  - Le formateur à chaque fois note les différentes sources
- En petit groupe :
  - Création d'une infographie\* sur les traces\* laissées pendant leur recherche d'information sur le net
  - Utilisation d'un outil numérique (cf 10 outils en ligne pour créer des infographies)  
" <https://outilstice.com/2015/08/10-outils-en-ligne-pour-creeer-des-infographies/> "

## Séance 2 : De la vidéo à l'identification de traces\*, BIG DATA\* et algorithmes\*

**Objectif de la séance :** comprendre ce que sont les algorithmes\* et leurs rôles

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer un podcast sur les algorithmes\* et leurs rôles dans Facebook

- Introduction aux notions de Traces\*, BIG DATA et Algorithmes\* par des vidéos ciblées (cf Essentiel Traces\*)
- Recherche d'exemples de traces\* laissées dans leurs navigations dans la séance 2
  - Traces\* laissées délibérément (état civil, identité...)
  - Traces\* générées et récoltées par des tiers (cookies, publicité...)
  - Traces\* laissées de façon involontaire (navigation, activités...)
- Recherche d'exemples de traces\* dans l'utilisation d'un réseau social\* par exemple Facebook  
Exploration de deux profils Facebook : celui de «Youth more» (page officielle) et celui d'un jeune du groupe (profil personnel)
  - Discussion sur les différences et les similarités entre les deux offres de Facebook
  - La discussion se portera sur le biais de confirmation\* : le même type d'information est proposé « en mode push » de façon différente selon le profil
- Collecte de preuves de l'existence de la bulle de filtres\* (voir Essentiel Traces\*)
  - Publicités ciblées ...
  - Offres personnalisées
- Création d'un podcast sur les notions découvertes ; thème « Facebook sait tout de nous ! Au secours ! »

## Séance 3 : De la Vidéo à la Liberté d'expression (1/2) : Les opportunités

**La liberté d'expression c'est quoi ?** Opportunités et limites **PLUG IN\***

**Objectif de la séance :** comprendre la liberté d'expression dans le numérique : les opportunités

**Résultats attendus à la fin de la séance :** participer à un débat sur le déploiement de la liberté d'expression dans les vidéos de «Youth more»

- En grand groupe
    - Visionner les vidéos présentant la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948
      - <https://youtu.be/k7IdlwXJnSQ> - <https://youtu.be/mzky0yIhgCo>
- Repérer l'article 19 de la Déclaration et son articulation
- Liberté d'opinion
  - Liberté de recevoir ou de communiquer des idées
  - Le droit à l'information.

- En petit groupe
  - Repérage d'exemples dans les vidéos de « Youth more »
    - En quoi la liberté d'expression est-elle mise en valeur ?
    - Lister des exemples où ...
      - La liberté d'opinion est exercée
      - La liberté de recevoir ou de communiquer des idées est bien présente
      - Le droit à l'information est respecté
      - La nature transfrontière des publications / informations est avérée
  - Les opportunités de la liberté d'expression comme dans le cas du projet de « Youth more »
    - Liberté d'expression est très facilement mise en œuvre dû aux possibilités de création, publication et de diffusion possible en ligne\*.
      - Site web de « Youth more »
    - Liberté d'expression diffusion massive par réseaux sociaux\*
      - Facebook de « Youth more »
    - Collaboration et coopération facilitées par réseaux sociaux\*
      - Commentaires et échanges sur le Facebook « Youth more »
- En grand groupe :
  - Discussion sur les avantages de l'exercice de la liberté d'expression dans le projet EMI Web radio

**Séance 4 : De la Vidéo à la liberté d'expression (2/2) :** Les limites juridiques et les limites (PLUG-IN)

**Objectif de la séance :** comprendre la liberté d'expression dans le numérique : les limites

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer trois productions numériques sur les opportunités et les limites de la liberté d'expression dans le projet « Youth more »

- En grand groupe
  - Liberté d'expression en France (Déclaration des droits de l'homme et du citoyen) et aux Etats Unis (Bill of Rights 1791) une grande différence ... (voir Essentiel 7)
    - A partir d'un exemple d'une information illustrant les thématiques sensibles (Négationnisme, racisme, antisémitisme, discours de haine, Incitation au terrorisme)
      - Que se passerait-il en France? aux Etats Unis ?
      - Que se passerait-il en Tunisie ?

- En petit groupe :
  - Création numérique synthétisant les opportunités et les limites de la liberté d'expression dans le projet Youth more
    - un podcast
    - une infographie\*
    - un reportage photographique

### **Séance 5 : De la vidéo à la E réputation\***

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est la E-réputation

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer «des films de promotion» de certaines vidéos de Youth more illustrant la E-réputation

- En grand groupe
  - La E réputation\* qu'est-ce que c'est ? Les opportunités ( voir essentiel E -Réputation\* )
  - A partir des histoires de «Youth more» montrer comment le fait de produire une vidéo mise en ligne\* crée la E-réputation\* de la personne
    - Appartenir à une communauté affinitaire (goûts et pratiques)
    - Contribuer à la communauté
  - Procéder de la même manière pour illustrer que la E-Réputation\* bâtit une zone d'influence et de socialisation
    - Valorisation et promotion de la personne
    - Activisme pour des causes
    - Possibilité d'être un citoyen mondial car relié par le net transfrontière
- En petit groupe :
  - La E-réputation\*, les limites
  - Choisir certaines vidéos de «Youth more»
  - Imaginer des scénarios hypothétiques où se déploieraient
    - Du harcèlement
    - Des contenus transformés
    - Une usurpation d'identité
  - Création d'histoires numériques\* qui seraient les « films de promotion » de certaines vidéos de «Youth more». Ces histoires numériques\* montreraient :
    - Comment la E-réputation\* de ces personnes a été créée
    - Quelles en sont les conséquences personnelles en termes de valorisation et de promotion de soi
    - Comment éviter le harcèlement, les contenus transformés et l'usurpation d'identité.

## Séance 6 : De la vidéo à des histoires numériques animées à la radio ... Action !

**Objectif de la séance :** préparer, programmer et animer une émission de web radio

**Résultats attendus à la fin de la séance :** animer une vidéo en ligne\* et hors ligne\*

- Préparation de l'émission web radio
  - Programme
  - Invitation
  - Mise en place du live blogging
  - Préparation du débat entre des influenceurs ou bloggeurs et des juristes par exemple
  - Programmation de l'ordre de passage des différentes histoires numériques\* créées au cours des séances précédentes
- Animation de l'émission web radio
  - La présentation du projet : des vidéos animées pour un projet d'EMI en web radio
  - Le débat
  - La retransmission des histoires numériques\*
  - Le live blogging modération des commentaires
  - Etc.

## VII/ Conseils et astuces EMI :

- Bien prendre en compte les textes encadrant la liberté d'expression
- Lire et examiner juridiquement les «terms of service» des médias sociaux
- Voir la façon dont les médias sociaux proposent de rentabiliser la E-Réputation (adword, adsense)



## Tableau récapitulatif Scénarisation des Essentiels « E-Réputation » Essentiels «Traces\* » et Essentiels «Liberté d'expression ».

Les différentes séances et les thèmes abordés	Mise en œuvre des séances	Page
Séance 1	Illustration par Pratique Sensée	31
La découverte des traces*	Création d'une infographie* sur les traces* laissées pendant la recherche d'information sur le net	
Séance 2	Illustration par Pratique Sensée	32
Traces*, BIG DATA* et algorithmes*	Collecte de preuves de l'existence de la bulle de filtres Création d'un podcast sur les notions découvertes ; thème « Facebook sait tout de nous ! Au secours ! »	
Séance 3	Illustration par Pratique Sensée	32
Liberté d'expression opportunités	PLUG-IN : Repérage d'exemples dans les vidéos de « Youth more » Mise en valeur de liberté d'expression Discussion sur les avantages de l'exercice de la liberté d'expression dans le projet EMI Web radio	
Séance 4	Illustration par Pratique Sensée	33
Libertés d'expression limites	PLUG-IN : Création numérique synthétisant les opportunités et les limites de la liberté d'expression dans le projet Youth more (un podcast, une infographie*, un reportage photographique)	
Séance 5	Illustration par Pratique Sensée	34
la E-Réputation	Création d'histoires numériques* qui seraient les « films de promotion » de certaines vidéos de Youth more. (Création de la E-réputation* ; possibilités de valorisation et de promotion de soi ; Eviter le harcèlement, les contenus transformés et l'usurpation d'identité.)	
Séance 6	Illustration par Pratique Sensée	35
Des Histoires numériques* animées	L'émission web radio	
7 compétences...	<b>Compréhension</b> : la liberté d'expression, les traces* et la publication en lign*e <b>Création</b> : des histoires numériques* <b>Critique</b> : décrypter les objectifs et intentions de la publication en ligne* <b>Citoyenneté</b> : Bâtit sa é-réputation en connaissance des datas et traces* <b>Résolution de conflit</b> : Exercer sa liberté d'expression par la création d'histoires numériques* <b>Consommation</b> : naviguer en comprenant bulle de filtre et biais de confirmation	
Valeurs	<b>Liberté d'expression</b> : droit à la publication <b>Vie privée</b> : données sensibles* vs personnelles* <b>Dignité de la personne</b> : respect des minorités, des mineurs, parité, solidarité <b>Sureté de la personne</b> : maîtrise du risque médiatique <b>Participation</b> : co-création <b>Education</b> : accès à la connaissance, projet, partage	

# Pratiques sensées « Ija Inbox »

Mise en œuvre d'un projet  
EMI de Web radio  
à partir de Sons



## I/ Description de la pratique d'origine :

- Présentation du projet
- Page Facebook : <https://www.facebook.com/IjaInbox/>
- Site web : <http://www.bbc.co.uk/mediaaction/where-we-work/middle-east-and-north-africa/tunisia/ija-inbox>
- Page Instagram : <https://www.instagram.com/ijainbox/>

### I-1/ Objectifs :

«Ija Inbox» est un projet interactif de télévision et de médias sociaux. Cette initiative:

- Offre une plate-forme permettant aux jeunes tunisiens (15-25) d'exprimer leurs opinions et leurs questionnements sur une variété de questions économiques, sociales et politiques à travers la création de vidéos.
- Met en valeur les talents des jeunes tunisiens dans tous les domaines par la production de « success stories »
- Permet à des jeunes de suivre des stages de réalisation audiovisuelle
- Soutient la transition numérique de Watania et aide les équipes de production à atteindre les publics numériques en utilisant les plateformes de médias sociaux.

### I-2/ Mise en œuvre :

- Le projet Ija inbox est mis en œuvre par le bureau de la BBC Media Action Afrique du Nord
- C'est un projet fait par des jeunes pour des jeunes
- Les jeunes tunisiens ont été encouragés à partager leurs préoccupations au sein d'une émission de télévision hebdomadaire et sur les médias sociaux. Les sujets de discussion couvrent divers sujets rarement abordés dans les principaux médias tunisiens tels que l'immigration, l'usage de drogues, la violence, l'emploi et le maintien de l'ordre.
- Ce dispositif favorise l'implication active des jeunes pour trouver des solutions et les présenter lors de l'émission télévisée.
- Ces émissions de télévision sont conçues de façon dynamique et animées en ligne\* par une offre de participation active (quizz, forums, etc.)
- Le programme de chaque semaine est différent selon l'actualité du moment : de la violence dans les stades de football aux manifestations sur le chômage
- Ija Inbox est diffusée sur la chaîne nationale Watania 2 et est présentée par Sleheddine Sakhouhi et le YouTubeur Seif Rebai.

### **I-3/ Evaluation :**

- Création de vidéos, photo, reportages vidéos
- Echanges et publications sur les médias sociaux\*
- 127,672 personnes suivent la page Facebook de ce projet

### **I-4/ Modalités :**

- Public : jeunes tunisiens de 15 à 25 ans
- Durée : 2015-2018
- Lieu : dans toute la Tunisie

## **II/ L'augmentation de « Ija inbox » : principes**

- Des images pour raconter l'histoire du son
- Des histoires numériques\* pour illustrer le son
- Des activités en radio pour mettre en lumière les histoires numériques\*

## **III/ Scénarisation d'un projet d'EMI Web radio à partir d'un son**

### **III-1/ Essentiels mis en œuvre dans la pratique « Ija inbox »**

- Essentiel Fondamentaux du numérique : Tronc commun
- Essentiel Stéréotypes
- Essentiel Storytelling
- Essentiel Fake news\*

### **III-2/ Objectifs généraux et sous objectifs :**

- Comprendre les stéréotypes
  - Ce que c'est
  - Comment cela se crée
  - Les intentions et les objectifs véhiculés
- Comprendre le storytelling
  - Les grands principes et les objectifs
  - Le digital storytelling et les objectifs liés aux histoires numériques\*
- Comprendre les Fake news\*
  - Ce que c'est
  - La production
  - Les intentions associées
  - Les Fake news \* et les medias sociaux

### III-3/ Compétences d'EMI mise en œuvre :

Compréhension, création, citoyenneté, communication interculturelle, conflit (résolution), esprit critique

### III-4/ Evaluation :

- Création d'histoires numériques\* à partir de sons
- Animation d'une émission web radio
- Publication de podcasts et de commentaires en ligne\* sur le site de la web radio

### III-5/ Public :

- Jeunes de collège
- Jeunes de lycée

### III-6/ Durée :

- 6 séances recommandées

## IV / Mise en œuvre du projet d'EMI :

### Séance 1 : Du son à la découverte des stéréotypes

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est un stéréotype

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer trois documents (visuel, sonore et vidéo) sur les stéréotypes et leurs caractéristiques

- En grand groupe :
  - Présentation et exploration du projet «Ija inbox»
    - Exploration du site web et des différentes productions médiatiques: les vidéos
    - Quels sont les sujets des vidéos ?
    - Quelles en sont les problématiques ?
    - Quels sentiments et réflexions provoquent-ils ?
  - Remue-méninges sur ce que suscitent ces vidéos.
  - Choix d'une vidéo du projet «Ija inbox»
  - Recherche sur internet d'une bande son libre de droits qui illustre les émotions, les ambiances et les sentiments éprouvés lors du visionnage de la vidéo
  - Collecte de la bande-son
  - Partage et présentation des différentes bandes-sons
    - Provenance
    - Raison du choix

- En petit groupe
  - A partir de ressources diverses (vidéos, images, sons)
    - Élaboration d'une carte mentale (outils numériques tels que Mindmap, Mindmaster, Popplet...) sur ce que sont les stéréotypes\* (voir Essentiel les stéréotypes )
      - Définition
      - Nature
      - Mécanismes de production
      - Objectifs et intentions associés
    - Création d'images représentant des stéréotypes précis qui seraient dérivés des bandes-son récoltées à l'étape précédente du projet initial
      - Stéréotype Positif
      - Stéréotype Négatif
      - Stéréotype globalisant
    - Chaque groupe présente sa carte mentale au reste du groupe
      - Confrontation des différentes options présentées
      - Synthèse du groupe et adoption de caractéristiques communes
      - Création de documents résumant le travail de la séance sur les stéréotypes
        - Une infographie\* commune
        - Un podcast
        - Un reportage sonore

## Séance 2 : Du son à la découverte et création d'Histoires numériques

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est une histoire numérique

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer des histoires numériques sur les stéréotypes

- En petit groupe
  - A partir des images créées à la séance précédente, création d'histoires numériques\* qui illustrent les objectifs et les intentions associées des stéréotypes :
    - Pour renforcer des comportements d'adhésion ou d'exclusion
    - Pour inciter à la haine, mépris, manque de respect ou au maintien des traditions
    - Pour exclure
    - Pour sous-représenter un groupe, voire le rendre invisible (ex: femmes, minorités, etc.)
    - Pour instaurer ou renforcer une inégalité

- Méthodologie de l'histoire numérique (voir Essentiel Storytelling)
  - Ecrire son histoire
  - Déterminer quel est le public et l'objectif poursuivi
  - Faire un storyboard ... Scénario
  - Rassembler les images, sons et récits
  - Créer l'histoire numérique\* avec un outil numérique (Photostory 3 ou <https://www.animaker.com/> ou <https://www.powtoon.com/home/> ou <https://www.genial.ly/fr> )
- Présentation des histoires numériques\* au groupe
- Création de plusieurs podcasts enregistrés pendant la présentation des histoires numériques\*
  - Les participants sont interrogés sur les stéréotypes
  - Ils donnent leurs sentiments / partagent ce que ces histoires numériques\* évoquent pour eux

### **Séance 3 : La publication en ligne des histoires numériques\* (PLUG -IN)**

**Objectif de la séance :** comprendre la publication en ligne et les Média sociaux

**Résultats attendus à la fin de la séance :** publier des histoires numériques sur un média social

- En grand groupe
  - Remue-méninges sur la publication en ligne\* d'histoires numériques\* (voir Essentiel Storytelling)
    - Qui publie ?
    - Comment ?
      - Les différents médias sociaux
      - La pertinence
      - L'efficacité
    - Pourquoi ?
    - Les conséquences positives ? négatives ?
  - Focus sur les médias sociaux\*
    - Zoom sur les différents médias sociaux à partir de ressources vidéo et d'infographies\*
      - Les médias sociaux le hasard n'existe pas <https://youtu.be/1z-BWY0899n4>
      - Les réseaux sociaux en chanson:  
<https://youtube/1HJ8RUObs6M>
    - La publication sur les médias sociaux
      - Qui publie ?
      - Dans quelle intention ?

- Quelles sont les conséquences ?
- Discussion réflexive et éthique sur le storytelling associé à la communication politique versus communication citoyenne :
  - Risques et avantages de la propagande
  - Spin (petite phrase qui tue...)
- Cas pratique : publication en ligne\* des histoires numériques\* sur les stéréotypes
  - Choix du média social
  - Publication
  - Réponse aux commentaires échanges possibles dans la communauté ...

#### Séance 4 : Du son à la création de Fake news (PLUG -IN)

**Objectif de la séance :** comprendre ce que sont les Fake news \*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** participer à un débat sur les Fake news et les stéréotypes

- En petit groupe
  - Que sont les Fake news ? Présentation aux jeunes des différentes formes que revêtent les Fake news ( voir Essentiel Fake news \*)
    - Complotisme / Récit conspirationniste / théorie du complot
    - Propagande
    - Rumeurs / Hoax / Canular
  - Création de Fake news à partir des histoires numériques\* sur les stéréotypes par les jeunes,
    - Choisir un type de Fake news \* (complotisme, propagande, rumeur) avec un côté positif ou un côté négatif
    - Choisir l'intention
      - Intention politique
        - Machine à exploiter les peurs
        - Stratégie de confusion
        - Tout est une histoire de point de vue
      - Intention commerciale
        - Piège à clics\*
        - Buzz\*
        - Contenu sponsorisé
  - Présentation des Fake news au groupe
    - Discussion sous la forme d'un débat entre ceux qui y croient et ceux qui les dénoncent
    - Justification des points de vue



## Séance 5 : Des Fake news \* à la viralité\* sur les médias sociaux

Objectif de la séance : comprendre l'impact du numérique dans la publication en ligne\* sur les réseaux sociaux\*

Résultats attendus à la fin de la séance : créer la viralité\* et participer à la promotion d'un stéréotype positif

### ● En grand groupe

- Intervention d'un expert qui éclaire les jeunes sur les conséquences de la publication sur les médias sociaux de Fake news \* ; les échanges sont faits et éclairés à chaque fois par les exemples de Fake news \* produites par des jeunes

- Domaines de réflexion discutés avec l'expert :

- Le partage est au cœur du dispositif des Fake news \*

- Emotion

- Viralité\*

- Commentaires qui font le buzz\*

- La frontière entre le privé et le public est poreuse

- Chaque internaute est un média potentiel

- Pouvoir et potentiel des outils numériques (transformation, usurpation et partage de l'information)

- Réseaux sociaux\* comme des caisses de résonance formidables pour déploiement

- Décision de publier ou de pas publier les Fake news \* (discussion dans le cadre privé des Maisons de jeunes)

### ● En petit groupe :

- Expérience de la viralité\* sur les réseaux sociaux\* : promotion d'un stéréotype positif comme alternative au potentiel destructeur des Fake news

- Reprendre les Fake news \* côté positif

- Choisir et justifier le choix du réseau social\* pour la publication

- Suivre la diffusion

- Répondre au commentaire

- Retirer la Fake news\* ou la démentir

## Séance 6 : Du son à des Histoires numériques animées à la radio ... Action !

**Objectif de la séance :** préparer, programmer, animer une émission de web radio

**Résultats attendus à la fin de la séance :** animer un son en ligne\* et hors ligne\*

- Préparation de l'émission web radio
  - Programme
  - Invitation
  - Mise en place du live blogging
  - Préparation du débat entre experts sur les Fake news\* et les stéréotypes
  - Programmation de l'ordre de passage des différentes histoires numériques\* créées au cours des séances précédentes
- Animation de l'émission web radio
  - La présentation du projet : des vidéos animées pour un projet d'EMI en web radio
  - Le débat
  - La retransmission des histoires numériques\*
  - Le live blogging modération des commentaires
  - Etc.

## VII/ Conseils et astuces EMI :

- Avoir des exemples précis de Fake news\* locales
- Organiser un vrai temps de débat avant de choisir l'histoire numérique qui va être créée ensemble
- Penser à avoir en ressources des exemples de stéréotypes positifs et non seulement négatifs.
- Ne pas publier les Fake news travaillées en classe qui doivent rester une simulation, un jeu.

## Tableau récapitulatif Scénarisation des Essentiels « Stéréotypes », Essentiels « Storytelling » et Essentiels « Fake news ».

Les différentes séances et les thèmes abordés	Mise en œuvre des séances	Page
<b>Séance 1</b>	Illustration par Pratique Sensée	<b>40</b>
Du son à la découverte des stéréotypes	Création de documents résumant le travail de la séance sur les stéréotypes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une infographie* commune</li> <li>• Un podcast</li> <li>• Un reportage sonore</li> </ul>	
<b>Séance 2</b>	Illustration par Pratique Sensée	<b>41</b>
Du son à la découverte et création d'Histoires numériques*	A partir des images création d'histoires numériques* illustrant les objectifs et les intentions associées des stéréotypes	
<b>Séance 3</b>	Illustration par Pratique Sensée	<b>42</b>
La publication en ligne* des histoires numériques*	PLUG-IN : La publication et les médias sociaux	
<b>Séance 4</b>	Illustration par Pratique Sensée	<b>43</b>
Du son à la création de Fakenews*	PLUG-IN : Les histoires numériques* transformées en fake news*	
<b>Séance 5</b>	Illustration par Pratique Sensée	<b>44</b>
Des Fakenews à la viralité sur les réseaux sociaux	La publication et les fake news	
<b>Séance 6</b>	Illustration par Pratique Sensée	<b>45</b>
Du son à des Histoires numériques animées à la radio ... Action !	L'émission de web radio*	
<b>Les Compétences EMI ...</b>	<b>Compréhension</b> : les stéréotypes et les fake news* <b>Création</b> : des histoires numériques* <b>Critique</b> : décrypter les objectifs et intentions des stéréotypes et fake news* <b>Citoyenneté</b> : Publier sur les réseaux sociaux* <b>Résolution de conflit</b> : Créer des communautés par la création d'histoires numériques*	
<b>Valeurs</b>	<b>Liberté d'expression</b> : droit à l'information, droit à la publication <b>Vie privée</b> : respect d'autrui, <b>Dignité de la personne</b> : respect des minorités, des mineurs, solidarité <b>Sureté de la personne</b> : usages responsables, <b>Participation</b> : écoute, attention au point de vue de l'autre <b>Education</b> : accès à la connaissance, projet, partage	



# Ressources

## 1. Les fondamentaux du numérique

- Vidéo EAVI Media literacy en arabe <https://youtu.be/U3jQIP2oIZM>
- Moi comme média arabe [https://youtu.be/Avg2S\\_iitI](https://youtu.be/Avg2S_iitI)

## 2. Identité / E-présence

- digital identity ss titre arabe <https://youtu.be/HnHnc5Fm1TE>

## 3. Traces\*

- Your digital footprint <https://www.youtube.com/watch?v=6TUMHpIB-veo&feature=youtu.be>
- Algorithmes\* et social media arabe <https://youtu.be/Lki34cAyaqU>
- Arte algorithmes\* <https://www.arte.tv/fr/videos/RC-015006/un-monde-domine-par-les-algorithmes/>

## 4. Fabrication de l'information

- infographie de l'AFP <https://www.afp.com/fr/lagence/le-circuit-de-linfo>

## 5. Stéréotypes

- les stéréotypes en tunisie <https://youtu.be/AtI-l1vyjAU>
- 10 clichés sur les arabes

<https://www.youtube.com/watch?v=nneLUZqd8wU>

## 6. Liberté d'expression

- Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948
  - <https://youtu.be/k7IdIwXJnSQ>
  - <https://youtu.be/mzky0ylhgCo>

## 7. Storytelling

- Kerkenah digital storytelling <https://inkyfada.com/web-documentaire-kerkenah-project-tunisie/#menu0>
- digital story workshop <https://youtu.be/nQnYLypVccc>
- Storytelling <https://youtu.be/3d4XVeffOSo>
- digital storytelling [https://youtu.be/pGJyrSch\\_hk](https://youtu.be/pGJyrSch_hk)
- Cyprus digital storytelling <https://www.youtube.com/user/cyprusstories/featured>
- How to create a digital story [https://youtu.be/LVKeO5IIR\\_A](https://youtu.be/LVKeO5IIR_A)
- Storyboard à télécharger sur un site comme [www.brick-a-brack.com](http://www.brick-a-brack.com)

## 8. Fake news \*

- Fake news les gestes qui sauvent: [http://cache.media.education.gouv.fr/file/Infoux\\_et\\_Com/85/8/Fake news OK\\_863858.pdf](http://cache.media.education.gouv.fr/file/Infoux_et_Com/85/8/Fake%20news%20OK_863858.pdf)
- Declic Critique CLEMI <https://www.youtube.com/channel/UCdM5h-HvSp1hIFkXLYB9QWWw>
- EAVI page beyond Fake news <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- Infographie\* EAVI beyond Fake news [https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/07/beyond-fake-news\\_COLOUR\\_WEB.pdf](https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/07/beyond-fake-news_COLOUR_WEB.pdf)
- 4 choses sur Fake news <https://youtu.be/45WtnnzYoTA> France inter

## 9. Vie privée/ sécurité

- Vidéo Qwant vie privée <https://youtu.be/Evahh1PXJlg>
- Do not track ARTE [https://youtu.be/xqrf\\_3prkYw](https://youtu.be/xqrf_3prkYw)
- Le rire jaune vie privée protection données personnelles\* <https://youtu.be/U7xOBOnQ0G4>
- 10 conseils pour rester net sur le web CNIL <https://www.cnil.fr/fr/10-conseils-pour-rester-net-sur-le-web>
- Privacy vidéo du maroc <https://youtu.be/XvHbKw7DJUQ>
- Traqué par votre mobile - Do Not Track - ARTE  
- [https://www.youtube.com/watch?v=xqrf\\_3prkYw](https://www.youtube.com/watch?v=xqrf_3prkYw)
- Arte Journal : Do not track - Le web et la bulle de filtres  
<https://www.youtube.com/watch?v=PMRKhzIcTeA>

### Chaînes vidéos :

- Chaîne you tube «Youth more» project avec video sur Youtube <https://youtu.be/v8QSeUF3qfQ>
  - Le montage
  - Le raccord
  - Les différents plans dans la photographie
  - La voix off
  - Elearning
  - Contreplongée
  - Le film
  - La photographie
  - Le blog
  - Blogger
- Chaîne Edumédia Tunisie <https://www.youtube.com/channel/UCixiZiVB->

5tjXqcWQPPfg1eA

- La clé des médias <https://www.youtube.com/channel/UC29yWVXoLnOhSJ1G1AFMGnw>
- Canopé les fondamentaux <https://www.youtube.com/user/reseaucanope>
- Parcours EMI <http://emi.re/>

### **Liens utiles pour animation**

- <https://www.animaker.com> lien pour : video animée
- <https://vizzlo.com/create/timeline> lien pour : timeline
- <https://infogram.com/examples/maps> lien pour : Map interactive
- <https://www.powtoon.com> lien pour animation vidéo
- <http://www.thinglink.com/> lien pour image animée
- <https://my.beekast.com> sondage en ligne\* et autres animations
- <https://padlet.com/> mur numérique\*
- <https://www.genial.ly/fr> lien pour animer



**GLOSSAIRE**  
**du guide YALLA EMI**





*Ce glossaire critique et raisonné explique les termes de base employés dans les Essentiels et repris dans les pratiques sensées (ils sont indiqués avec un (\*) dans le guide chaque fois que mentionnés). Il donne des définitions concernant certains termes propres de l'informatique et du médiatique tels qu'ils impactent et modifient l'Education aux Médias et à l'Information (EMI). Il se focalise sur leur origine informatique, leur augmentation numérique et les controverses et/ou les opportunités qu'ils génèrent. Les définitions données sont des propositions, que chaque utilisateur est encouragé à modifier, augmenter et ajuster selon ses besoins spécifiques. Les termes en italiques renvoient à d'autres notions complémentaires.*

### **Algorithme :**

en informatique, il relève du codage et fournit une suite finie et non ambiguë d'opérations et de commandes permettant d'obtenir un résultat déterminé. En EMI, il relève de controverses associées au manque de transparence de ces opérations et à la possibilité de manipuler les résultats à des fins commerciales (publicité) ou politiques (propagande). *Voir big data, données personnelles, données sensibles.*

### **Augmentation numérique :**

en informatique, elle désigne un ensemble de moyens technologiques dont le but est de permettre à l'individu de dépasser ses capacités naturelles (du corps ou de l'esprit) et d'améliorer ses performances en relation à l'environnement, notamment numérique. Elle incorpore des systèmes embarqués (implants, bras robotisés, ...) et des systèmes connectés (capteurs, senseurs, puces, lunettes, casques, ...). En EMI, elle relève de choix éthiques, pédagogiques et politiques quant à l'emploi des TIC pour développer des compétences cognitives et communicationnelles. S'y associent des questions de sécurité et de fiabilité des systèmes techniques et médiatiques ainsi que des problèmes en termes de résistance culturelle, d'usages sociaux et de formation des utilisateurs. *Voir Big data, données sensibles.*

### **Big data (« données massives ») :**

en informatique, il s'agit de grandes masses de données qui sont soumises au calcul des algorithmes de gestion. En EMI, elles font controverse car elles interviennent dans tous les domaines du comportement quotidien. Elles permettent de réaliser des classements, sélectionner des informations et profiler les usagers de l'internet et des médias sociaux. Les implications sont nombreuses, en général dans le domaine de la consommation, mais avec des extensions au domaine de la sécurité, de la surveillance. *Voir données personnelles, données sensibles.*

**Buzz (« bourdonnement ») :**

il relève d'une technique de marketing qui vise à créer du bouche à oreille autour d'un produit ou d'un événement, en passant par les médias numériques ou pré-numériques. En EMI, il fait controverse car il transforme les médias eux-mêmes en objet de communication publicitaire en s'appuyant sur leur viralité (blogs révélant des secrets, sites de rencontres, ...). Le but est d'attirer l'attention en amenant les usagers eux-mêmes à répandre des polémiques ou des points de vue insolites ou outranciers plutôt qu'en promouvant le produit ou l'événement directement. *Voir histoire numérique, viralité.*

**Données personnelles :**

en informatique, elles relèvent de descriptions élémentaires d'une réalité, transcrite en numérique. Leur collecte et leur agrégation permet de générer des informations significatives relevant de mesures de pratiques ou d'usages (sur la santé, la consommation, etc.). En EMI, elles font controverse car elles ont acquis une valeur économique qui est à la base du modèle d'affaire des plateformes numériques et peuvent être vendues à des tiers. Leur valeur de partage (sur les réseaux sociaux) peut entrer en concurrence avec leur valeur de confidentialité. *Voir big data, données sensibles.*

**Données sensibles:**

Les données sensibles se distinguent des données personnelles en ce qu'elles relèvent de critères sociaux et culturels dont la collecte et le traitement sont interdits par la loi, dans beaucoup de pays. Ces critères sont les origines raciales, l'appartenance ethnique, les opinions religieuses ou politiques, la vie sexuelle, les états de santé et les informations pénales. En EMI, elles font controverse quand elles sont exposées, directement ou indirectement, sans le consentement de la personne car les conséquences en ligne et hors ligne peuvent être discriminantes ou dangereuses. *Voir big data, données personnelles.*

**E-présence :**

en informatique, elle relève des contenus (commentaires, productions, échanges...) volontairement laissés par l'utilisateur pour mettre en avant sa créativité et sa productivité. En EMI, elle se pose en contre-distinction de l'identité numérique, pour souligner l'importance de l'esprit critique et de la réflexivité dans le dépôt de traces en ligne. Elle se définit en trois catégories : présence « sociale » (quand l'utilisateur partage ses émotions sur les réseaux sociaux) ; présence « cognitive » (quand l'utilisateur apprend en ligne) ; la présence « désignée » (quand l'utilisateur est conscient du « design » c'est-à-dire des contraintes et des potentialités des plateformes et des dispositifs). *Voir e-réputation, identité, traces.*

### **E-réputation :**

en informatique, l'ensemble des traces laissées par une entité morale ou physique (personne, marque, entreprise...) qui permet d'établir une opinion à son sujet. Elle se fonde sur des avis, commentaires, likes et rankings laissés par des internautes. En EMI, elle fait controverse car elle est liée à la notoriété numérique et aux risques de manipulation de la perception d'une personne. La surveillance des éléments positifs et négatifs peut devenir l'enjeu d'une gestion de la e-réputation ainsi que d'une monétisation (par la publicité, par l'achat de « followers »...). *Voir e-présence, identité, traces.*

### **En ligne :**

en informatique, un système (ordinateur, réseau) est dit « en ligne » s'il est connecté à un autre système au moyen d'une « ligne » de communication. Par extension cela implique son utilisation et les contenus qu'il diffuse, avec un utilisateur connecté (par messagerie web par exemple). En EMI, cela implique de connaître l'économie et l'agenda des plateformes et des fournisseurs de services car ils visent à maintenir l'internaute connecté le plus longtemps possible, dans une logique de flux et de portail. *Voir augmentation numérique, big data, hors ligne.*

### **Fake news (« infox ») :**

en informatique, elles sont facilitées par le fait que tout document numérisé peut être modifié et retouché de façon indétectable. En EMI, elles font controverse car elles se présentent sous la forme d'informations délibérément truquées, à des fins de manipulation politique ou financière, en imitant le format de sources établies et de médias de confiance. Ces tentatives de désinformation utilisent la viralité des médias sociaux pour augmenter le nombre d'internautes et de partages en ligne (via les fils d'actualité, les listes de diffusion...). La difficulté de remonter à la source pour vérifier l'authenticité du document se double du fait que les propagateurs de ces fausses nouvelles sont souvent anonymes et/ou situés à l'étranger, ce qui rend les poursuites pour calomnie difficiles. *Voir viralité.*

### **Histoires numériques (digital storytelling) :**

avec l'appui des outils informatiques et de fichiers numériques, elles se caractérisent par l'abandon des modes narratifs linéaires au profit de productions interactives, intégrant l'auteur et l'audience (films en ligne, jeux vidéo narratifs, diaporamas narrés...). Elles associent images, sons et textes en des combinaisons multimédias qui utilisent des techniques de productions médiatiques conviviales (iMovie, Final Cut Express) et des modes de diffusion accessibles dans des espaces comme YouTube, Vimeo et autres sites de podcasts. En EMI, elles permettent des

apports pédagogiques qui suscitent la créativité des apprenants ; elles facilitent le partage d'expériences et peuvent aussi avoir un impact sociétal ou politique (campagnes de sensibilisation ...). *Voir e-présence, viralité.*

### **Hors ligne :**

en informatique, par opposition à « en ligne », une connexion est « hors ligne » si l'utilisation de services internet peut se faire de manière locale et autonome, hors réseau, sans connexion à un serveur externe. En EMI, les allers-retours entre vie en-ligne et vie hors-ligne posent problème quand ils sont mal gérés et déséquilibrés, et que les usagers passent beaucoup plus de temps connectés que non connectés (première activité de l'homme, désormais devant le sommeil). Des troubles du comportement y sont associés (addiction, isolement, ...) ainsi que des questions éthiques liées à la vie privée et aux libertés fondamentales. *Voir augmentation numérique, big data, en ligne.*

### **Identité numérique :**

en informatique, elle comprend toutes les traces que laissent l'utilisateur d'internet et le caractérisent (adresses, avatars, pseudonymes, likes, publications, e-réputation). Elle relève du calcul et des algorithmes qui suivent les interactions de l'utilisateur avec les autres internautes. Il s'agit d'une identité calculée, qui est souvent visualisable sous forme de graphes ou dans les paramètres de comptes des usagers. En EMI, elle fait controverse car elle tend à se confondre avec l'identité authentique dans le monde hors ligne. Elle pose problème du fait de la délégation de la représentation de soi à des systèmes informatiques qui peuvent révéler des éléments identitaires qui relèvent de l'intimité et du masque social nécessaire aux interactions humaines et caractéristiques des comportements en société. Elle peut en outre être volée, transformée, diffamée, etc. ce qui peut causer des traumatismes notamment chez les mineurs et incite les gouvernements à vouloir créer des cartes d'identité à signature numérique. *Voir e-présence, e-réputation.*

### **Infographie :**

en informatique, elle relève de la création d'images numériques assistée par ordinateur. Par extension ou confusion, elle désigne aussi les diagrammes et cartographies produits par ordinateurs. En EMI, elle est importante pour éveiller à la réalisation de la construction d'une identité visuelle (de marque, de personne...), en particulier dans les jeux vidéo, dans l'animation publicitaire ou dans la réalité virtuelle. *Voir identité.*

### **Internet :**

en informatique, il désigne un réseau de réseaux numériques avec des serveurs racines qui permettent une couverture mondiale accessible au grand public comme au secteur privé, commercial, gouvernemental et militaire. L'information y est diffusée en paquets grâce à un ensemble de protocoles et d'adresses IP qui permet le transfert de données et la création d'applications dont la plus connue est le Web (World Wide Web). Il s'organise en trois couches : couche physique, couche logique, couche socio-culturelle. En EMI, l'Internet a apporté toutes sortes de bouleversements dans la gestion des données et la maîtrise de l'information et de la communication. L'augmentation numérique par Internet provoque un remaniement de la façon d'appréhender le monde et l'éducation en particulier. La mise à disposition d'images et d'idées et leur transmission virale ont des répercussions sur le développement des personnes et les échanges sociaux, économiques et culturels. Internet fait controverse dans plusieurs dimensions comme l'accès, la fracture numérique, l'infobésité, les Fake news , les données sensibles, etc. *Voir augmentation, Fake news , identité.*

### **Like (« j'aime »):**

en informatique, c'est un bouton incorporé à une interface graphique qui permet de pointer-cliquer, avec un libellé qui décrit l'opération liée. Le like permet à l'internaute de manifester son intérêt positif pour un contenu. Initialement sur Facebook, il est désormais présent sur de nombreux sites afin de créer un lien entre contenu et utilisateur. En EMI, il fait controverse parce qu'il permet le suivi des activités des internautes, et facilite la publicité ciblée combinée aux données personnelles. En outre, la connaissance de l'opinion est biaisée et polarisée car il est difficile d'exprimer des dis-like (même si en 2016 Facebook a ajouté 5 émoticônes, dont une indiquant l'énervement, qui se rapproche du déplaisir). *Voir données personnelles, réseaux sociaux.*

### **Moteur de recherche :**

en informatique, il s'agit d'une application web permettant de faire des requêtes (sous formes de langage naturel), pour trouver des ressources hétérogènes (pages web, des fichiers, des images, des vidéos, etc.). Cet instrument de recherche en ligne fonctionne sans intervention humaine, en parcourant régulièrement les sites Internet et en suivant les liens hypertexte qui associent des pages entre elles, —d'où l'importance des processus d'indexation et de référencement. En EMI, le moteur de recherche est important pour comprendre la navigation sur Internet ; il facilite aussi les requêtes d'information et la vérification des sources, stratégies essentielles pour la qualité de l'information. Il fait controverse lorsqu'il est asso-

cié au recueil de traces et de données sensibles et à la manipulation des idées en fonction des algorithmes ainsi que dans les cas de déréférencement ou « droit à l'oubli numérique ». *Voir données sensibles, Fake news , traces.*

**Mur numérique :**

en informatique, c'est une application du web 2.0 qui permet de partager des murs virtuels (semblables à des panneaux d'affichage). En EMI, le mur numérique est utile en pédagogie car il permet de travailler de manière collaborative, sur toutes sortes de supports (mobiles, tablettes...). Le mur est paramétrable, avec des options pour le rendre plus ou moins public, pour modérer les publications, etc. Il peut être utilisé pour tout travail de groupe (exposé, remue-méninge...) avec nombreuses fonctions de partage. *Voir histoires numériques.*

**Piège à clics (clickbait) :**

en informatique, le terme désigne un contenu attrape-clic qui vise à accrocher l'attention d'un maximum d'internautes et à l'associer à une régie publicitaire (comme Adsense) afin de générer des revenus. En EMI, le piège à clics fait controverse car il propage des contenus racoleurs, voire mensongers, au détriment de l'exactitude des informations transmises. *Voir buzz, Fake news .*

**Réseau social :**

en informatique, l'expression «réseau social» renvoie à celle de « média social ». Il recouvre un groupe d'applications et de services qui facilitent les interactions sociales rendues possibles par Internet et sa logique de partage et d'échange de données. Il relie des individus par des liens hypertextes et des bases de données. En EMI, le réseau social est important pour la place qu'il donne à la création de contenus générés par les utilisateurs. Il permet aussi la création de communautés d'affinités et de goûts, qui sont plus actives que les audiences traditionnelles des médias car elles sont dans des stratégies interactives de réseautage social. Il fait controverse quand il donne prise à des pratiques informationnelles et communicationnelles qui mettent en danger la vie privée et la liberté d'expression comme le cyber-harcèlement, les Fake news , etc. *Voir Internet, moteur de recherche.*

**Traces :**

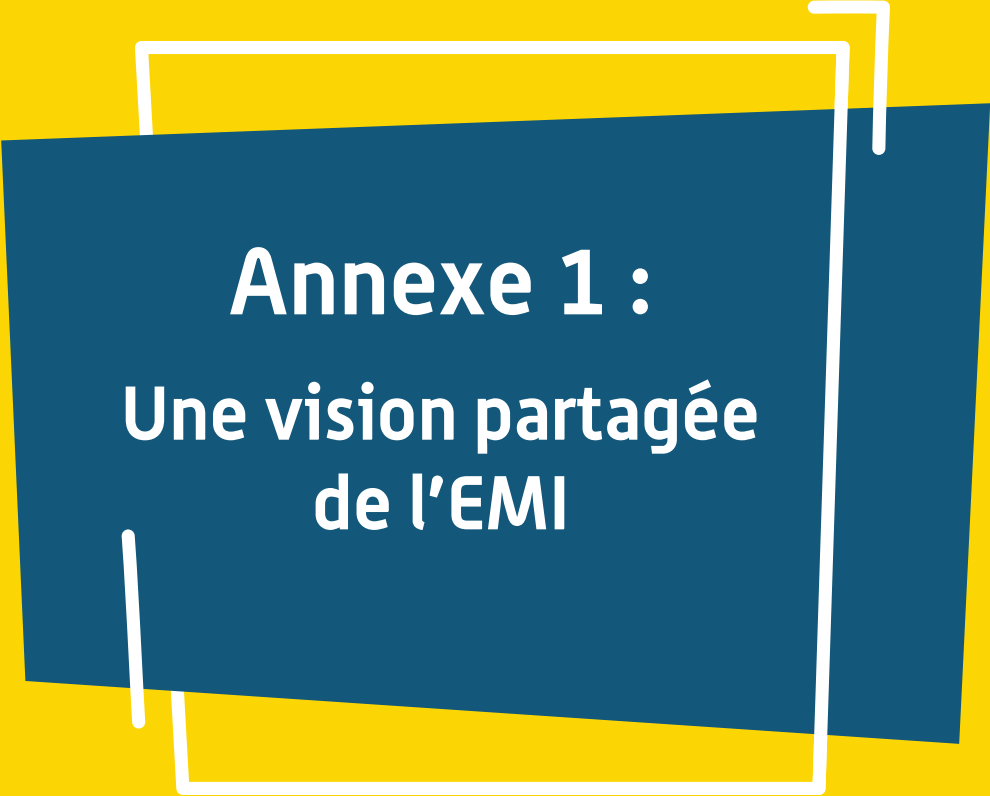
en informatique, les traces sont associées à la navigation en ligne qui laissent un historique des activités de l'internaute. Ces traces relèvent de trois catégories : celles données délibérément (état civil, identité...), celles récoltées par des tiers (cookies, publicité...), celles laissées de façon involontaire (navigation, commentaires...). Ces traces sont transformées par le biais d'algorithmes pour les transfor-

mer en big data. En EMI, les traces posent problème car elles servent à profiler les individus à leur insu, et sont utilisées pour la prédiction des usages et des comportements. *Voir algorithme, données sensibles.*

**Viralité :**

en informatique, elle est associée au virus informatique, défini comme un logiciel pouvant modifier d'autres logiciels (les paralyser, les bloquer, les dérober de leurs données...). Par extension, la viralité est définie comme la diffusion soudaine de contenus à l'origine douteuse. En EMI, elle fait controverse lorsqu'elle relève du buzz et du piège à clics, car elle apparaît comme une information produite pour détourner le système de recommandation d'Internet, en incitant les internautes à diffuser des contenus à une échelle et une vitesse sans précédent du fait de la nature transfrontière du réseau de réseaux. *Voir Buzz, Internet, piège à clics.*





**Annexe 1 :**  
**Une vision partagée  
de l'EMI**



« L'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) est un projet de littératie numérique et de citoyenneté qui nécessite une définition, des moyens de mise en œuvre et un geste pédagogique adossé à des compétences et des valeurs. »

### L'EMI se définit comme un enseignement qui donne la maîtrise critique de

La complexité des modes d'interaction en communication et les modes de traitement et partage de l'information

Les options multimédia et multi-linéaires (textes, sons, images, données, interfaces...) de tous supports (du livre au blog, du vinyle au podcast, du wiki au jeu...)

L'augmentation numérique\* (origines, agendas, dispositifs) et la culture médiatique attenante (diffusion, co-création, partage ...)

La navigation dans des domaines d'information multiples, liés à différents contextes d'usages (experts et non experts)

### La mise en œuvre d'un projet d'EMI se fait dans certaines conditions et crée une atmosphère de confiance et de partage

Une pédagogie par projet, aboutissant à une production médiatique numérique

Un enseignement transversal qui inclut les modes d'interaction, les options multimédia et multi-linéaires, l'augmentation numérique\* et les différents contextes d'usages des médias

Une méthode agile permettant les tâtonnements (allers-retours, essais ...)

Une évaluation qui valide la e-présence de la personne


### L'EMI s'accompagne d'un geste pédagogique avec des compétences et des valeurs spécifiques, bien plus que l'utilisation d'outils numériques

Les compétences de l'EMI (les « 7C ») : Compréhension, Critique (esprit), Création, Citoyenneté, Conflit (résolution), Communication interculturelle, Consommation

Les valeurs sont associées aux Droits humains, notamment la liberté d'expression (article 19), la vie privée (article 12), la dignité de la personne (article 1), la sûreté (article 3), la participation (article 29) et l'éducation (article 26). Ce sont des valeurs qui posent les bases de la citoyenneté médiatique et numérique.

L'objectif de l'EMI, c'est de former une personne construite en ligne et hors ligne, capable de choix éclairés et éthiques pour elle et pour sa communauté. C'est lui permettre de 'savoir devenir' dans le monde numérique. »

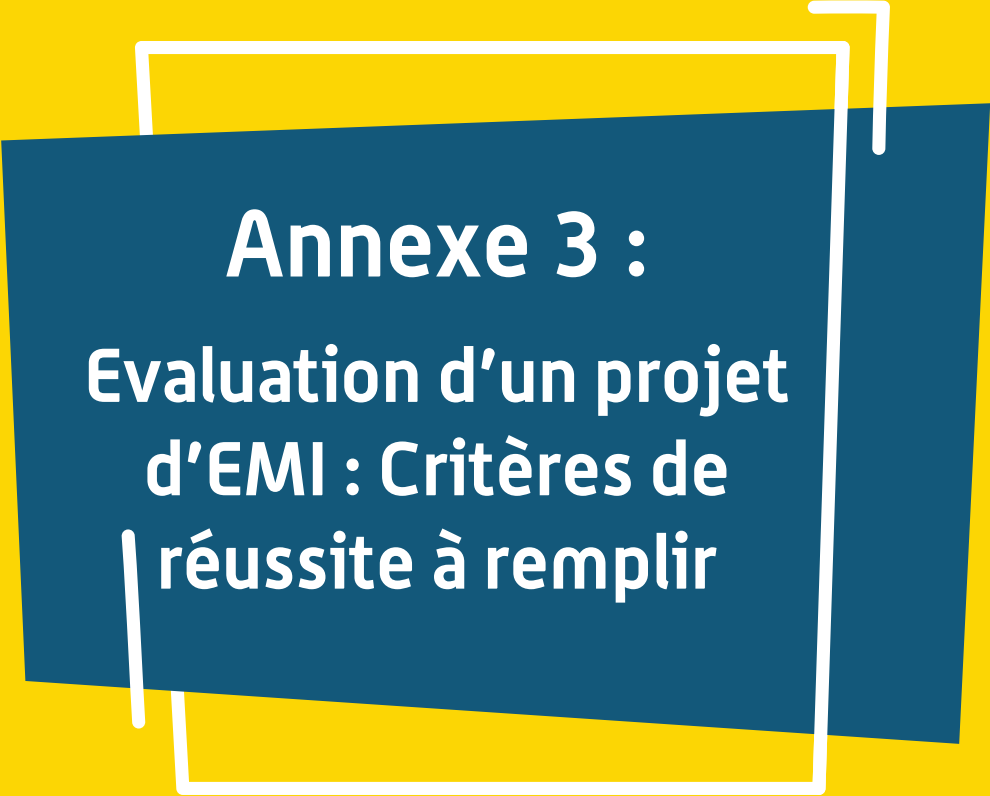
(Divina Frau-Meigs, Bérangère Blondeau, Charte Savoir\*Devenir [www.savoirdevenir.net](http://www.savoirdevenir.net))



**Annexe 2 :**  
**Feuille de route pour  
développer un projet  
d'EMI**

## Feuille de route pour développer un projet d'EMI

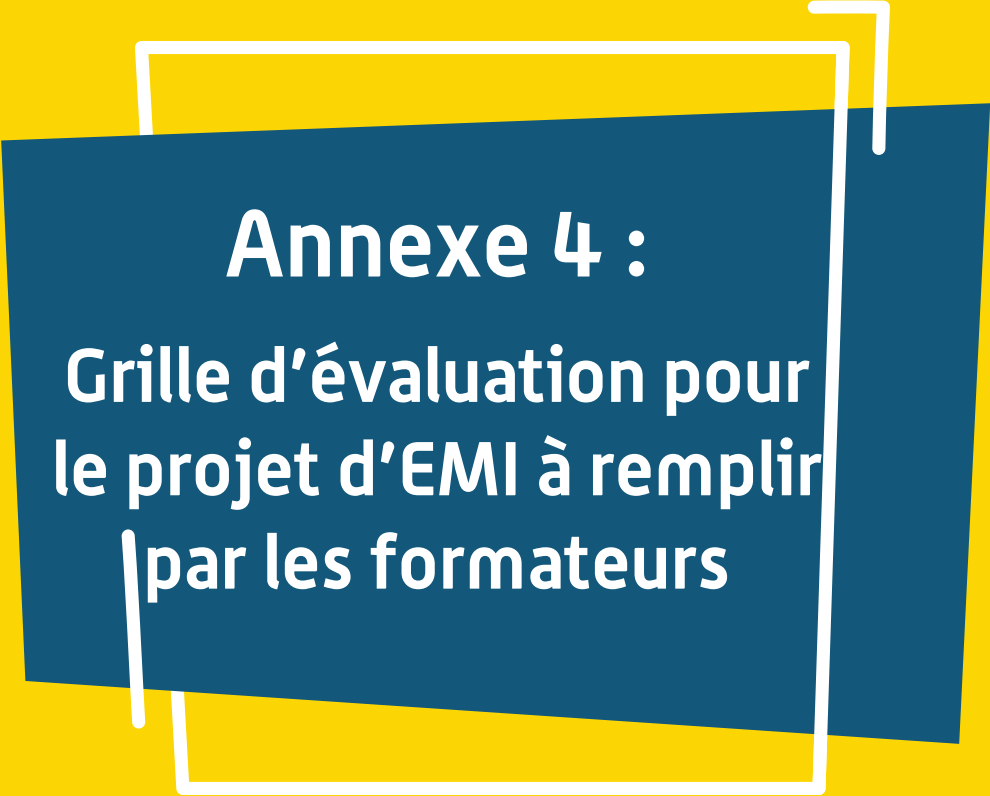
Titre projet d'EMI		Remarques
Thème choisi		
Objectifs poursuivis		Projet développant de façon précise et explicite des objectifs par une démarche pédagogique pertinente
Essentiels travaillés		Choisir 1 à 3 Essentiels
Public		Projet destiné à un ou des publics précis
Compétences EMI		Voir Essentiels sur les compétences
Valeurs EMI		Voir Essentiels sur les valeurs
Nombre de séances		A déterminer en fonction du projet
Matériel		Faire la liste de tout ce que le projet nécessite
Mise en œuvre des séances		
Séance 1		Décrire la mise en œuvre de la séance
Séance 2		Décrire la mise en œuvre de la séance
Séance 3		Décrire la mise en œuvre de la séance
Séance 4		Décrire la mise en œuvre de la séance
Séance 5		Décrire la mise en œuvre de la séance
Séance 6		Décrire la mise en œuvre de la séance
Produit médiatique à réaliser		Décrire le produit médiatique (histoire numérique, podcast, film, clip vidéo ...)
Evaluation		Projet structuré et validé par une évaluation
Valorisation		Projet illustré, mis en place et valorisé par différentes créations médiatiques



**Annexe 3 :**  
**Evaluation d'un projet  
d'EMI : Critères de  
réussite à remplir**

## Evaluation d'un projet d'EMI : Critères de réussite à remplir

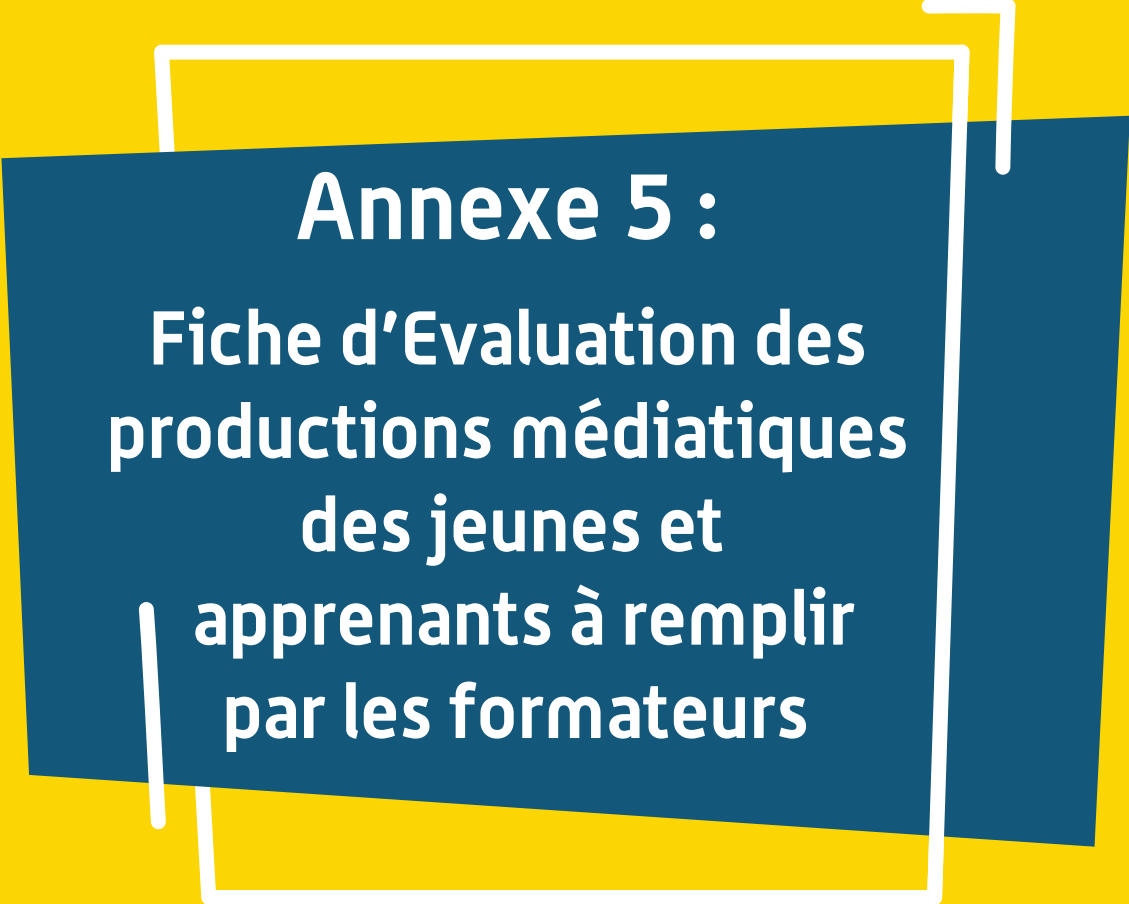
Critères de réussite	Remarques	X
Répond à une question de société	Actualité, problème local, événement médiatique, culturel...	<input type="checkbox"/>
Implantation au sein d'une structure choisie	Ecole, bibliothèque association, maison de jeunes ...	<input type="checkbox"/>
Reproduction possible	Le projet peut être transféré facilement à un autre contexte et à d'autres publics	<input type="checkbox"/>
Mise en place de 2 à 3 compétences de l'EMI	Voir Essentiel sur les 7C et les valeurs	<input type="checkbox"/>
Mise en place de valeur de l'EMI	Voir Essentiel sur les 7C et les valeurs	<input type="checkbox"/>
Construction des séances autour d'objectifs précis	Ces objectifs sont liés aux 7C aux valeurs et aux Essentiels	<input type="checkbox"/>
Démarche projet	Expliquer comment le projet EMI a mis en œuvre les objectifs dans une logique co-création et de partage	<input type="checkbox"/>
Publics	Jeunes	<input type="checkbox"/>
Management des différents partenaires	Experts, officiels, autres associations, écoles, médias sociaux ...	<input type="checkbox"/>
Evaluation du projet	Les différents niveaux de mise en œuvre du projet et les commentaires visant son amélioration	<input type="checkbox"/>
Illustration et valorisation du projet	Utilisation d'outils numériques pour la publication en ligne*	<input type="checkbox"/>



**Annexe 4 :**  
**Grille d'évaluation pour  
le projet d'EMI à remplir  
par les formateurs**

## Grille d'évaluation pour le projet d'EMI à remplir par les formateurs

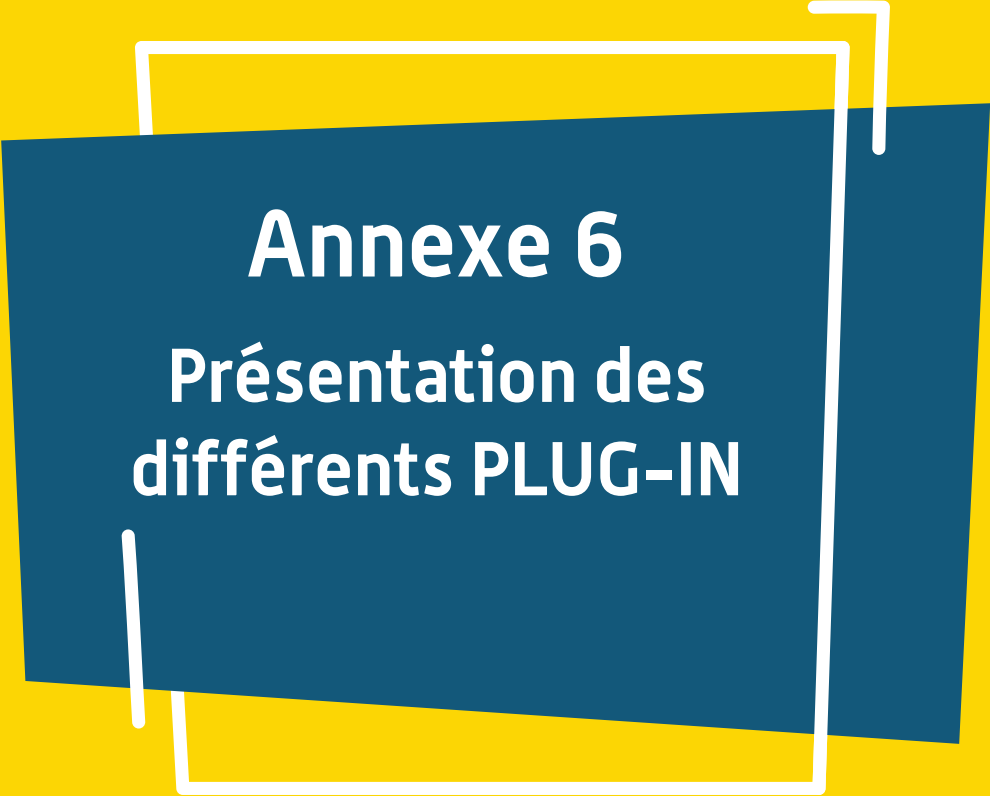
Critères à prendre en compte	Pondération (sur 40)	Note Définitive	Notation de 1 à 5
Thématique	/5		1 = Embryonnaire  2 = Développé mais rudimentaire  3 = Compréhensible  4 = Bien balisé  5 = Abouti
Essentiels de l'EMI	/5		
Objectifs	/5		
Publics	/5		
Compétences de l'EMI	/5		
Valeurs de l'EMI	/5		
Mise en œuvre du projet	/5		
Evaluation des productions médiatiques	/5		
	40		



**Annexe 5 :**  
**Fiche d'Evaluation des  
productions médiatiques  
des jeunes et  
apprenants à remplir  
par les formateurs**







# Annexe 6

## Présentation des différents PLUG-IN

1. PLUG-IN E-Présence\*
2. PLUG -IN Liberté d'expression (1/2) : Les opportunités
3. PLUG -IN Liberté d'expression (2/2) : Les limites
4. PLUG -IN Publication en ligne\* et Médias sociaux
5. PLUG -IN Fake news\*

## PLUG -IN E- présence

**Séance 4 : l'histoire de la photo... une personne... une présence... une e-présence \***

**Objectif de la séance :** comprendre ce qu'est la E-présence\*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer des contenus en ligne\* révélateurs de la E-présence\* de la personne sur la photo

- En petit groupe : Création de l'histoire numérique
  - Storyboard de l'histoire numérique (Voir Essentiel 8 Storytelling et Storyboard à télécharger dans les ressources)
    - Photos et textes les illustrant
    - Mise en ligne\* sur le mur numérique\* du storyboard
  - Choix des photos, des sons et des textes les illustrant
  - Premier jet d'histoire numérique avec l'outil Photostory 3 ou autre outil
  - Créer la e-présence imaginée de la personne par :
    - Création d'un profil Facebook ou twitter ou Instagram par ex.
    - Publication de posts sur les réseaux sociaux\* créés pour alimenter l'identité numérique\* en choisissant une ligne éditoriale (citoyenneté, éducation, environnement...) reliée à la photo choisie en séances 1 et 2.
      - Trouver un site web et publier le lien
      - Adhérer au profil de personnes ayant la même ligne éditoriale
      - Commenter une actualité Facebook en lien à la ligne éditoriale
  - Discuter en groupe la différence entre identité et E-présence. Retour d'expériences
  - Publication sur le mur numérique\* d'un post sur la E-présence\* de la personne avec la création de cette histoire numérique\*
- En grand groupe:
  - Présentation des histoires numériques\* de chaque groupe
    - Chaque groupe explique sa démarche et la création de son histoire numérique\*
    - Le reste du groupe émet des commentaires et des suggestions constructifs
  - Chaque groupe retranscrit sur son mur numérique\* un post
    - Les commentaires et les suggestions faits par la communauté
    - Les changements à effectuer sur l'histoire numérique\*
    - Les précautions à prendre pour sécuriser les données personnelles\*

des participants à l'histoire numérique\* (révision des paramètres Facebook...) ; peser les avantages et les inconvénients d'une e-présence\* active et ouverte par rapport à des paramétrages privés et sécurisés contraignants (voir Essentiel Vie privée).

## PLUG -IN Liberté d'expression (1/2) : Les opportunités

### Séance 3 : De la Vidéo à la Liberté d'expression

**La liberté d'expression c'est quoi ?** Opportunités et limites

**Objectif de la séance :** comprendre la liberté d'expression dans le numérique : les opportunités

**Résultats attendus à la fin de la séance :** participer à un débat sur le déploiement de la liberté d'expression dans les vidéos de « Youth more »

- En grand groupe
  - Visionner les vidéos présentant la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948  
<https://youtu.be/k7IdlwXJnSQ>  
<https://youtu.be/mzky0ylhgCo>  
<https://youtu.be/mzky0ylhgCo>
  - Repérer l'article 19 de la déclaration et son articulation
    - Liberté d'opinion
    - Liberté de recevoir ou de communiquer des idées
    - Le droit à l'information.
- En petit groupe
  - Repérage d'exemples dans les vidéos de « Youth more »
    - En quoi la liberté d'expression est-elle mise en valeur ?
    - Lister des exemples où ...
      - La liberté d'opinion est exercée
      - La liberté de recevoir ou de communiquer des idées est bien présente
      - Le droit à l'information est respecté
      - La nature transfrontière des publications / informations est avérée
  - Les opportunités de la liberté d'expression comme dans le cas du projet de « Youth more »
    - Liberté d'expression est très facilement mise en œuvre dû aux possibilités de création, publication et de diffusion possible en ligne\*.
    - Site web de « Youth more »

- Liberté d'expression diffusion massive par réseaux sociaux\*
  - Facebook de «Youth more»
- Collaboration et coopération facilitées par réseaux sociaux\*
  - Commentaires et échanges sur le Facebook «Youth more»

- En grand groupe :
  - Discussion sur les avantages de l'exercice de la liberté d'expression dans le projet EMI Web radio

## PLUG -IN Liberté d'expression (2/2) : Les limites

**Séance 4 : De la Vidéo à la liberté d'expression: Les limites juridiques et les limites**

**Objectif de la séance:** comprendre la liberté d'expression dans le numérique: les limites

**Résultats attendus à la fin de la séance :** créer trois productions numériques sur les opportunités et les limites de la liberté d'expression dans le projet «Youth more»

- En grand groupe
  - Liberté d'expression en France (Déclaration des droits de l'homme) et aux Etats Unis (Bill of Rights 1791) une grande différence ... (voir Essentiel 7)
    - A partir d'un exemple d'une information illustrant les thématiques sensibles (négationnisme, racisme, antisémitisme, discours de haine, incitation au terrorisme)
      - Que se passerait-il en France? aux Etats Unis ?
      - Que se passerait -il en Tunisie ?
- En petit groupe
  - Création numérique synthétisant les opportunités et les limites de la liberté d'expression dans le projet «Youth more»
    - un podcast
    - une infographie\*
    - un reportage photographique

## PLUG -IN Publication en ligne\* et réseaux sociaux\*

### Séance 3 : La publication en ligne\* des histoires numériques

**Objectif de la séance :** comprendre la publication en ligne\* et les réseaux sociaux \*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** publier des histoires numériques sur un réseau social\*

- En grand groupe
  - Remue-méninges sur la publication en ligne\* d'histoires numériques\* (voir Essentiel 8)
    - Qui publie ?
    - Comment ?
      - Les différents médias
      - La pertinence
      - L'efficacité
    - Pourquoi ?
    - Les conséquences positives ? négatives ?
  - Focus sur les réseaux sociaux\*
    - Zoom sur les différents réseaux sociaux\* à partir de ressources vidéo et d'infographies\*
      - Les réseaux sociaux\* le hasard n'existe pas:  
<https://youtu.be/1zBWY0899n4>
      - Les réseaux sociaux\* en chanson  
<https://youtu.be/1HJ8RUObs6M>
    - La publication sur les réseaux sociaux
      - Qui publie ?
      - Dans quelle intention ?
      - Quelles sont les conséquences ?
    - Discussion réflexive et éthique sur le storytelling associé à la communication politique versus communication citoyenne :
      - Risques et avantages de la propagande
      - Spin doctor (petite phrase qui tue...)
    - Cas pratique : publication en ligne\* des histoires numériques\* sur les stéréotypes
      - Choix du media
      - Publication
      - Réponse aux commentaires échanges possibles dans la communauté ...

## PLUG -IN Fake news

### Séance 4 : Du son à la création de Fake news\*

**Objectif de la séance :** comprendre ce que sont les Fake news\*

**Résultats attendus à la fin de la séance :** participer à un débat sur les Fake news\* et les stéréotypes

- En petit groupe
  - Que sont les Fake news \* ? Présentation aux jeunes des différentes formes que revêtent les Fake news \* ( voir essentiel 9)
    - Complotisme / Récit conspirationniste / théorie du complot
    - Propagande
    - Rumeurs / canular
  - Création de Fake news \* à partir des histoires numériques\* sur les stéréotypes par les jeunes,
    - Choisir un type de Fake news \* (complotisme, propagande, rumeur) avec un côté positif ou un côté négatif
    - Choisir l'intention
      - Intention politique
        - Machine à exploiter les peurs
        - Stratégie de confusion
        - Tout est une histoire de point de vue
      - Intention commerciale
        - Piège à clics\*
        - Buzz\*
        - Contenu sponsorisé
  - Présentation des Fake news \* au groupe
    - Discussion sous la forme d'un débat entre ceux qui y croient et ceux qui les dénoncent
    - Justification des points de vue

