



## Analyser les multiples facettes des produits médiatisés

### Sens de l'activité

Vu l'augmentation des moyens d'accès et de la prolifération de l'information, les apprenants doivent devenir des citoyens actifs et autonomes dans la compréhension et le traitement de l'information. Développer ces capacités est essentiel pour que chacun puisse prendre part à la vie active et s'ouvrir au monde extérieur.

Tout message médiatique est le produit d'un processus complexe auquel chaque citoyen est confronté quotidiennement. C'est pourquoi il importe de rendre les futurs enseignants aptes à faire face à cette complexité en analysant les messages médiatiques sous leurs multiples facettes. Cette approche permet à l'apprenant de comprendre, d'analyser, de s'approprier et de réagir à la situation dans laquelle il se trouve.

Les produits médiatisés seront abordés dans cette activité selon les six facettes décrites par le Centre d'Éducation aux Médias (CEM).

### Objectif(s) poursuivi(s)

- ▶ Découvrir les facettes d'un produit médiatisé.
- ▶ Illustrer les différentes facettes d'un produit médiatisé.
- ▶ Rédiger une activité pédagogique intégrant les facettes d'un produit médiatisé et multimédia.

### Compétence(s) visée(s)

C. Exploiter les TIC et les médias à des fins éducatives.

C.1. Développer sa culture technologique (TIC et médias).

C.3. Concevoir des dispositifs d'apprentissage dans les différentes disciplines à l'aide des TIC et des médias.

### Contenu - matière

Éducation aux médias. Les six facettes de l'analyse d'un produit médiatisé et leur description :

1. La production : l'émetteur, les objectifs poursuivis, le contexte et les formes de fabrication, de diffusion des produits médiatiques et technologiques. Tout document médiatique est donc le résultat d'une fabrication (souvent avec des enjeux économiques).

2. Le langage : les procédés d'expression utilisés dans les produits médiatiques et technologiques. Les messages médiatiques sont faits essentiellement de sons, d'images et de textes. Mis ensemble ces éléments produisent une signification.
3. La technologie : les procédés techniques et les appareillages utilisés dans les produits médiatiques et technologiques.
4. Les représentations : les représentations des émetteurs de l'information (images mentales) et leurs effets sur les représentations des destinataires.
5. Le public : les publics ciblés et leurs interprétations des produits médiatiques et technologiques en fonction de l'âge, des centres d'intérêt, du niveau d'instruction...
6. Les typologies : le regroupement des produits médiatiques et technologiques selon différentes catégories (contenu, genre, fonction, type de public...).

### Estimation de la durée de l'activité

Entre trois et six heures (selon le degré de profondeur de la tâche liée conception de l'activité pédagogique).

### Déroulement de l'activité

Étape(s)	Tâches	Ressources
<b>Découverte de produits recourant aux médias et/ou aux technologies</b>	<p>Les apprenants forment librement des groupes de trois ou quatre.</p> <p>Le professeur fournit trois produits médiatisés à analyser. Pour ce faire, il prépare au préalable six bandelettes de papier pour chacun des trois produits analysés. Chaque bandelette contient la description d'une facette, sans la nommer.</p> <p>Le professeur met ensuite les 18 bandelettes dans une enveloppe et la distribue à chaque groupe.</p>	<p>Ressources n°18 et n°19 : Différents types de médias proposés par la Communauté française: Internet, le son, la presse, un documentaire...</p> <p>Ressource n°64 : 18 bandelettes proposées par Pierman (2009).</p>
<b>Classement des informations</b>	<p>Les apprenants analysent trois produits médiatisés.</p> <p>Chaque groupe d'apprenants regroupe les bandelettes sans préciser les critères de classement.</p> <p>Le professeur régule éventuellement les classements en intervenant dans chaque groupe (à l'aide ou non des indices).</p>	<p>Consigne (voir rubrique Consignes).</p> <p>Prévoir des « indices » pour orienter les groupes quant aux critères de classement.</p>

<b>Émergence des éléments de classification</b>	Chaque groupe d'apprenants donne un nom aux différents groupements créés.	
<b>Mise en commun</b>	Chaque groupe présente le travail réalisé à l'ensemble de la classe.  Le professeur liste au tableau les noms des catégories communes aux différents groupes et met en évidence les critères de classement identiques d'un groupe à l'autre.	
<b>Explication des composantes</b>	Le professeur repart des trois produits analysés par les apprenants (au travers des bandelettes).  Le professeur établit des liens entre le nom des catégories d'information formulées par les apprenants et les facettes d'un média ou d'un multimédia.  Le professeur explique, avec le soutien d'une présentation assistée par ordinateur, chacune des facettes.  Le professeur distribue aux apprenants les références de documents théoriques pour approfondir leur connaissance des facettes des produits médiatisés.	Ressources n°21, n°43 et n°65 : apport théorie à partir des documents du conseil de l'éducation au média et du programme intégré.
<b>Conception d'une activité pédagogique</b>	Le professeur demande aux étudiants de concevoir une activité pédagogique à destination de leur public cible. Celle-ci vise l'apprentissage des facettes d'un produit médiatisé et multimédia et se réfère au programme (compétences visées) propres à leur réseau et à leur niveau d'enseignement.	Les étudiants peuvent s'inspirer de la structure de la présente fiche d'activité.  Ressources n°3, n°43 : Programme intégré de la Fédéfoc (2001) et socles de compétences de l'AGERS (1999b).  Annexe 3 du guide de l'enseignants : référentiel de compétence du cours AMTICE.

## Évaluations

- 1) Une première **activité** vise à évaluer la capacité des apprenants à **analyser** un produit médiatisé. Pour ce faire, l'enseignant propose un nouveau produit médiatisé aux apprenants et leur demande de l'analyser selon les six facettes décrites par le Centre d'Éducation aux Média (2006).

Les **critères d'évaluation** sont les suivants :

- ▶ l'utilisation des facettes comme grille d'analyse d'un produit médiatisé,
- ▶ la présence de chaque facette dans l'analyse,
- ▶ l'exactitude des réponses fournies pour chaque facette,
- ▶ l'adéquation entre la réponse et le type de facette mentionné,
- ▶ les relations établies entre les facettes,
- ▶ le nombre de paramètres pour chaque facette.

2) La seconde **activité** concerne la **conception d'une activité d'apprentissage relative aux multiples facettes de l'éducation aux médias**. L'enseignant demande aux apprenants d'imaginer une activité soit intégrant l'apprentissage des différentes facettes d'un produit médiatisé et multimédia, soit ciblant une facette en particulier par une étude approfondie de celle-ci.

Les **critères d'évaluation** sont les suivants :

- ▶ la pertinence du choix des produits médiatisés proposés,
- ▶ la triple concordance entre les objectifs, les activités et l'évaluation,
- ▶ La référence à un programme officiel pour déterminer les objectifs ou compétences visées,
- ▶ l'adaptation de l'activité au public cible,
- ▶ la méthodologie en adéquation avec la matière abordée,
- ▶ l'anticipation des réactions (réponses...) et des comportements des étudiants lors de la mise en œuvre de l'activité.

## Consigne

Trois produits médiatisés ont été attribués à votre groupe. Vous disposez d'une enveloppe contenant 18 bandelettes (six pour chaque produit) où figure une description. Chaque bandelette décrit un aspect d'un des produits médiatisés. Vous devez rassembler les bandelettes qui traitent du même aspect pour chacun des trois produits et essayer de nommer ces aspects.

## Ressources

Ressource n°18 : Centre technique et pédagogique de la Communauté Française (n.d.). *La presse écrite – Le journal*. Disponible sur demande à partir de <http://www.ctpe.be>.

Ressource n°19 : Centre technique et pédagogique de la Communauté Française (n.d.). *Le son*. Disponible sur demande à partir de <http://www.ctpe.be>.

Ressource n°21 : Collard, Y. (1999). *L'école mise @u Net*. Bruxelles: Centre d'Éducation aux Médias. Retrieved July 7, 2010 from [http://www.cem.cfwb.be/hors\\_menu/audelatechnologie/](http://www.cem.cfwb.be/hors_menu/audelatechnologie/)

Ressource n°43 : Fédération de l'Enseignement Fondamental Catholique. (2001). *Programme intégré adapté aux socles de compétences*. Chapitre "Éducation aux médias/multimédias", pp. 5-9. Retrieved September 2010, from <http://www.segec.be/Documents/Fedefoc/publications/PI.pdf>

Ressource n°52 : JWT. (2004). *Publicité de l'armée de Terre en France*. Retrieved July 2, 2010 from <http://www.macguff.fr/index.php?lang=fr&j=showoneimage&id=60&imgname=1138271138#1138271146>

Ressource n°53 : Karel, W. (2002). *Opération Lune*. Documentaire produit par Arte.

Ressource n°64 : Pierman, C. (2009). Dix-huit bandelettes nécessaires au classement des trois produits proposés. Nivelles : Haute École Paul Henri Spaak.

Ressource n°74 : Quick. (n.d.). Set de table-papier disponible par les consommateurs dans les « Quicks » avec les apports nutritionnels journaliers pour chaque produit. Retrieved July 2, 2010, from <http://www.quick-restaurants.com/consumer/ref/fr-fr/gout-nutrition-les-reperes-nutritionnels-journaliers-en-un-clin-d-œil.htm>

## Ressources complémentaires

Ressource n°3 : Administration Générale de l'Enseignement et de la Recherche Scientifique. (1999b). *Socles de Compétences. Éducation par la technologie*. Retrieved August 10, 2010, from [http://www.enseignement.be/index.php?page=24737&navi=295&rank\\_navi=295](http://www.enseignement.be/index.php?page=24737&navi=295&rank_navi=295)

Ressource n°25 : Conseil de l'Éducation aux Médias (2007). *L'éducation aux médias : Un kit à l'intention des enseignants, des élèves, des parents et des professionnels*. Paris: UNESCO.

Ressource n°65 : Pirard, A.M. (1996). *L'éducation aux médias en 12 questions : Quels contenus pour l'éducation aux médias*. Bruxelles: Centre d'Éducation aux Médias.

