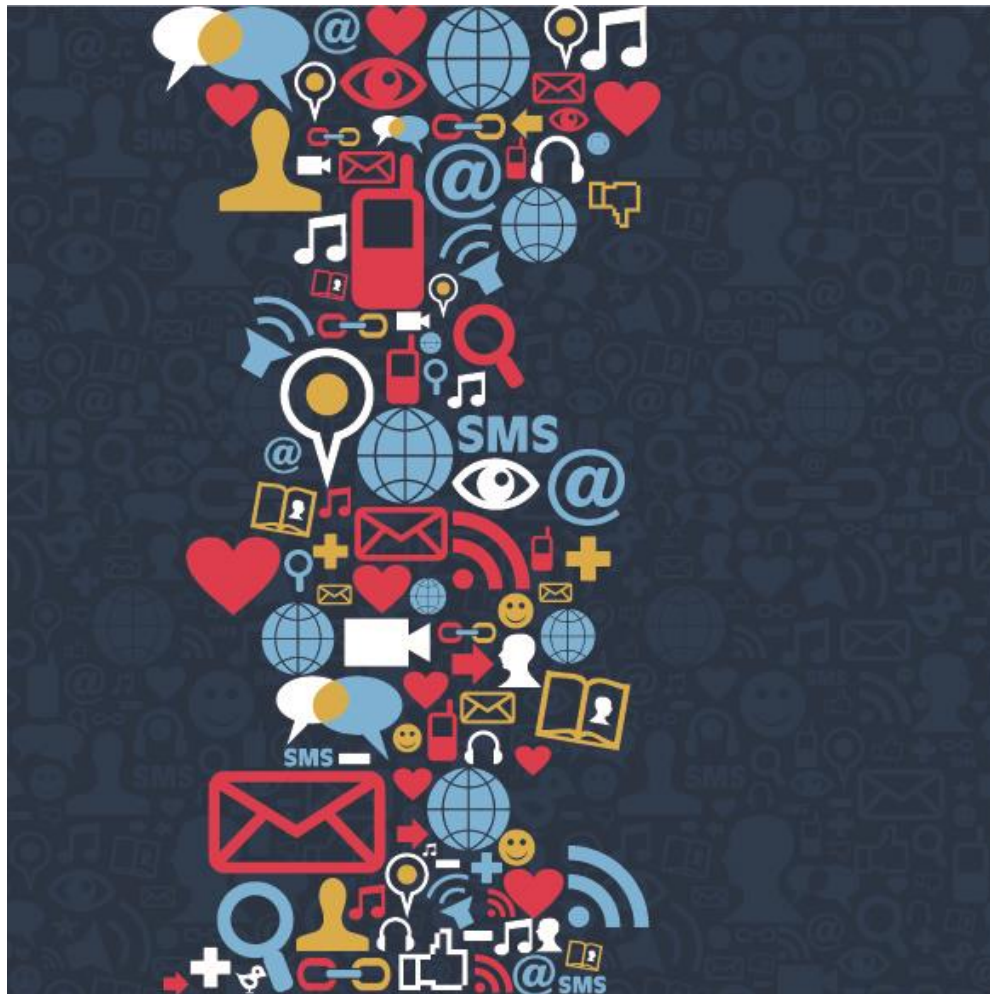


Éducation aux médias et à l'information :

Défis et possibilités pour le monde de l'éducation



Préparé pour la Commission canadienne pour l'UNESCO
Par Carolyn Wilson

Présidente, Comité directeur international pour la GAPMIL :
Alliance mondiale pour les partenariats sur l'éducation aux médias et à l'information

« L'éducation transcende la lecture ou l'écriture : il s'agit de la façon dont nous communiquons en tant que société. Il s'agit des pratiques et des relations sociales, des connaissances, de la langue et de la culture. Ceux et celles qui bénéficient de l'éducation la tiennent pour acquise; mais ceux et celles qui n'en bénéficient pas sont exclus d'une grande partie de la communication du monde actuel. Certes, ce sont les exclus qui peuvent le mieux apprécier la notion de l'"éducation comme source de liberté". »

- UNESCO, Déclaration à l'occasion de la Décennie des Nations Unies pour l'éducation, 2003 à 2012

Ressources supplémentaires

Les initiatives de l'éducation aux médias de l'UNESCO : <https://fr.unesco.org/themes/education-aux-medias-linformation>

L'éducation aux médias par province et territoire : <https://habilomedias.ca/ressources-pedagogiques/resultats-de-leducation-medias-par-province>

Objectifs de développement durable des Nations Unies : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/>

Ressources de la Commission canadienne pour l'UNESCO :

- [Dezinformatsiya : le passé, le présent et l'avenir des fausses nouvelles](#) (2017) par Christopher Dornan.
- [Comment naviguer dans un univers de médias inondé de manipulation, de mensonges, d'hystérie, de vitriol, de tromperies hyperpartisanes et d'algorithmes pernicieux : Guide pour le citoyen consciencieux \(2019\)](#) par Christopher Dornan.
- [Défis de la citoyenneté à l'ère numérique : les jeunes proposent des solutions](#)
- [Contre les "fausses nouvelles" : Comment les jeunes naviguent la désinformation et la propagande moderne en ligne](#)

Pour citer cet article :

WILSON, Carolyn. « Éducation aux médias et à l'information : Défis et possibilités pour le monde de l'éducation », IdéesLab de la Commission canadienne pour l'UNESCO, novembre 2019.

Les opinions exprimées dans cet article sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement la politique ou la position officielle de la Commission canadienne pour l'UNESCO.

Table des matières

Introduction : Qu'est-ce que l'éducation aux médias?-----	4
Perspective mondiale — l'UNESCO et l'Alliance mondiale pour les partenariats sur l'éducation aux médias et à l'information-----	5
Éducation aux médias au Canada -----	5
Concepts clés pour l'éducation aux médias-----	6
Défis et possibilités dans les salles de classe en matière d'éducation aux médias-----	7
Vie privée -----	8
Algorithmes -----	9
Représentation -----	10
Radicalisation et extrémisme en ligne -----	12
Fausses nouvelles -----	13
Conclusion-----	14
Annexe A : Jalons importants de l'éducation aux médias au Canada -----	15
Annexe B : Principes fondamentaux de l'éducation aux médias -----	17
Références -----	18

Introduction : Qu'est-ce que l'éducation aux médias?¹

En cette ère numérique, nos connaissances et notre compréhension du monde et notre participation dans celui-ci sont inévitablement façonnées par les médias et les technologies vers lesquels nous nous tournons au quotidien. Depuis plusieurs décennies, les éducateurs de partout au Canada adoptent l'éducation aux médias comme un moyen d'aider les élèves à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour vivre et travailler dans un monde saturé de médias. Ces compétences comprennent la capacité de rechercher, d'analyser et d'évaluer le contenu des médias et de l'information, d'accéder à celui-ci et d'utiliser les médias et les technologies pour partager de l'information et raconter ses propres histoires. L'éducation aux médias, pour un enseignant ou un apprenant, comprend l'exploration de trois domaines clés : la production des médias, à la fois par les industries et les utilisateurs des médias; les textes des médias et les environnements ou plateformes en réseau, notamment la façon dont les messages et l'information peuvent être véhiculés et partagés; et les publics des médias pour comprendre et expliquer la façon dont ils peuvent être ciblés par les médias et les technologies et la façon dont ils y réagissent activement et dont ils utilisent ceux-ci. L'éducation aux médias vise à aider les élèves à acquérir une compréhension éclairée et critique de toutes les formes de médias et de technologies connexes, y compris leurs répercussions et leur utilisation potentielles. Pour de nombreux éducateurs, les compétences en matière d'éducation aux médias sont directement liées aux droits démocratiques, à la participation citoyenne et à l'éducation aux technologies. Le présent document présentera des renseignements généraux sur l'éducation aux médias à l'échelle mondiale avant de se tourner vers l'éducation aux médias au Canada et de présenter des stratégies pour enseigner l'éducation aux médias dans les salles de classe d'aujourd'hui.

Lors d'une enquête récente, la majorité des jeunes Canadiens interrogés ont mentionné qu'ils avaient l'impression de ne pas exister s'ils n'étaient pas en ligne. Près de 40 % de ces jeunes gens vont se coucher avec leur téléphone intelligent. 42% des enfants de moins de quatre ans et 77 % des adolescents âgés de 14 ou 15 ans possèdent un téléphone intelligent. Les parents et les enseignants croient que la technologie numérique peut favoriser l'apprentissage des enfants et 81 % des parents sont d'avis qu'« il est important pour l'avenir de [leurs] enfants de réfléchir de manière critique sur la façon dont ils utilisent les technologies numériques ». La recherche a également démontré que de nombreux jeunes utilisent les médias sociaux de façon positive au profit de leur engagement politique et social. Lors d'une enquête récente, près du tiers des élèves interrogés ont « publié des commentaires sur des sites de nouvelles ou appuyé un groupe d'activistes », en plus de publier des créations artistiques, des histoires ou des vidéos pour s'exprimer et pour rester « connectés » avec leur famille et leurs amis (HabiloMédias, 2015-2016).

¹ Afin d'alléger le texte, l'expression éducation aux médias est utilisée plutôt qu'éducation aux médias et à l'information. Dans ses publications en français, l'UNESCO utilise souvent l'acronyme MIL (Media and Information Literacy). L'acronyme EMI sera utilisé dans ce document.

Perspective mondiale — l'UNESCO et l'Alliance mondiale pour les partenariats sur l'éducation aux médias et à l'information

Afin de soutenir et de faire progresser les travaux en cours dans le domaine de l'éducation, et de tirer profit des domaines de l'éducation aux médias et à l'information, l'UNESCO a récemment élaboré le concept collectif d'éducation aux médias et à l'information : « L'éducation aux médias et à l'information (EMI) reconnaît le rôle primordial des médias et de l'information dans notre vie quotidienne. L'éducation aux médias est au cœur de la liberté d'expression et de l'information, car elle permet aux citoyens de comprendre les fonctions des médias et d'autres fournisseurs d'information, d'évaluer leur contenu de manière critique et de prendre des décisions éclairées en tant qu'utilisateurs et producteurs d'information et de contenu médiatique » (UNESCO, *Éducation aux médias et à l'information*).

L'UNESCO a pris les devants sur la scène mondiale en déployant des efforts afin de soutenir le travail de groupes tels que les éducateurs, les bibliothécaires, les décideurs politiques et les chercheurs du monde entier, où le Canada s'est avéré un partenaire clé. Un des aspects de ces efforts a été la publication de ressources et de lignes directrices pratiques. Par exemple, le Programme de formation aux médias et à l'information pour les enseignants de l'UNESCO a été élaboré à titre d'outil permettant d'explorer les compétences en matière d'éducation aux médias que doivent développer les éducateurs et les élèves. Il explore également des stratégies pédagogiques d'intégration de l'éducation aux médias dans les salles de classe aux niveaux primaire et secondaire. Une autre publication de l'UNESCO, *Lignes directrices sur les stratégies et les politiques en matière d'éducation aux médias et à l'information*, soutient l'élaboration d'une politique et la mise en œuvre de programmes d'éducation aux médias dans des contextes officiels et officieux, en décrivant le processus et le contenu à prendre en considération.

Le soutien des personnes et des organismes a également été une priorité pour l'UNESCO. L'Alliance mondiale pour les partenariats sur l'éducation aux médias et à l'information (GAPMIL), lancée par l'UNESCO « constitue un effort novateur visant à promouvoir la coopération internationale afin de s'assurer que tous les citoyens ont accès aux compétences en matière d'éducation aux médias et à l'information » (UNESCO, GAPMIL). Les organismes provenant de plus de 100 pays se sont joints à la GAPMIL, créant ainsi une plateforme mondiale unifiée pour les initiatives et activités d'éducation aux médias.

Une célébration annuelle à l'occasion de la Semaine mondiale de l'éducation aux médias et à l'information et une conférence sont organisées pour célébrer les progrès réalisés en vue de l'atteinte de l'objectif d'une « éducation aux médias et à l'information pour tous » et pour offrir des occasions de partager les plus récents projets, recherches, défis et réalisations avec un groupe diversifié d'intervenants engagés dans la EMI. La Semaine mondiale de l'éducation aux médias et à l'information est célébrée chaque année partout dans le monde, lors de la dernière semaine d'octobre. Les Prix GAPMIL sont décernés pendant la conférence pour reconnaître le travail novateur dans le domaine.

Éducation aux médias au Canada

Les fondements de l'éducation aux médias au Canada ont été fermement établis à la fin des années 1980. Comme la majeure partie de l'éducation relève des provinces et des territoires, il existe des différences dans le contenu enseigné et la méthodologie appliquée aux niveaux primaire et

secondaire. Dès 1987, l'éducation aux médias était obligatoire en Ontario. Au cours des années suivantes, elle a été incluse dans le programme scolaire de chaque province et territoire au pays, la plupart du temps dans le cadre des études en anglais, arts ou lettres, des études sociales, de cours en technologie des communications, et, parfois, d'un cours indépendant. L'Ontario a été le premier territoire anglophone au monde à rendre obligatoire l'éducation aux médias (Hoeschmann et Wilson, 2017).

En raison, du leadership exercé très tôt par le Canada en matière d'élaboration et de mise en œuvre de politiques et de programmes, le pays est toujours considéré comme un chef de file mondial. En 1998, l'Association for Media Literacy (AML) en Ontario a été nommée « organisme d'éducation aux médias le plus influent » par le World Council on Media Education. Le *Media Literacy Resource Guide*, écrit par l'AML et publié par le ministère de l'Éducation de l'Ontario, se voulait un document de référence précurseur pour les éducateurs de partout au monde qui a été traduit en quatre langues.

Le cadre théorique des concepts clés, présenté dans le *Media Literacy Resource Guide*, est encore aujourd'hui au cœur de l'éducation aux médias. Une grande partie du travail accompli dans le domaine de l'éducation aux médias, tant au niveau national qu'international, repose sur des principes fondamentaux adaptés à partir de concepts clés (voir Annexe B). Ces principes sous-tendent les programmes et les ressources éducationnels ainsi que les possibilités de perfectionnement professionnel pour les éducateurs et les décideurs politiques. Les concepts clés et les principes connexes sont utilisés pour fournir un cadre et une langue communs d'analyse et de production pour les enseignants et les élèves. Les concepts clés ont été adaptés et appliqués à toutes les formes de médias, ainsi qu'aux « écologies » ou environnements médiatiques découlant des technologies en réseau actuelles. Ces concepts clés demeurent très pertinents aujourd'hui.

Concepts clés pour l'éducation aux médias

1. Tous les médias sont des constructions. Cela est sans doute le concept le plus important. Les médias ne reflètent pas seulement la réalité extérieure. Ils présentent plutôt des constructions soigneusement élaborées qui reflètent de nombreuses décisions et sont le résultat de nombreux facteurs déterminants. L'éducation aux médias comprend la déconstruction de ces édifications (les démonter pour montrer leur composition). Cela est vrai pour tous les médias — imprimés, analogiques et numériques — ainsi que pour les plateformes en réseau et en ligne.

2. Les médias construisent des versions de la réalité. Les médias sont responsables de la majorité des observations et des expériences à partir desquelles nous construisons notre compréhension personnelle du monde et de son fonctionnement. Une grande partie de notre vision de la réalité est basée sur des messages médiatiques préconstruits et aux attitudes, interprétations et conclusions déjà intégrées. Ainsi, les médias, dans une grande mesure, nous présentent notre sens de la réalité.

3. Le public donne du sens aux contenus véhiculés par les médias. Si les médias nous fournissent une grande partie du matériel sur lequel nous construisons notre représentation de la réalité, chacun d'entre nous donne ou « produit » du sens en fonction de facteurs individuels : besoins et inquiétudes personnels, plaisirs ou difficultés du jour, vues raciales et sexuelles, contexte familial et culturel, point de vue moral, etc.

4. Les médias ont des implications commerciales. L'éducation aux médias vise à encourager la sensibilisation à la manière dont les médias sont influencés par des facteurs commerciaux et la manière

dont ceux-ci peuvent avoir une incidence négative sur les contenus, la production et la distribution. La production médiatique est en grande partie faite à des fins commerciales et doit donc être rentable. Les questions de propriété et de contrôle sont essentielles, surtout lorsqu'un nombre relativement restreint d'entreprises possèdent et contrôlent les publications, les réseaux et les plateformes qui fournissent les nouvelles, l'information et le divertissement.

5. Le contenu des médias renferme des messages idéologiques et des valeurs. Tous les produits médiatiques sont des exemples de publicité qui, dans un certain sens, propagent des valeurs et des modes de vie. Les médias véhiculent, explicitement ou implicitement, des messages idéologiques sur des questions telles que les mérites de la consommation, le rôle des femmes, le patriotisme inconditionnel et l'acceptation de l'Autre.

6. Les messages et les contenus médiatiques renferment des engagements sociaux et politiques. Les médias ont une grande influence et peuvent engendrer des changements politiques et sociaux. Ils peuvent avoir des répercussions considérables sur notre réaction à des événements, comme des manifestations pour les droits civils, des crises de réfugiés et des campagnes politiques. Les médias nous procurent un lien intime avec des enjeux nationaux et des préoccupations internationales de sorte que nous parvenons à nous intégrer à un genre de « village mondial », une expression inventée par le théoricien canadien de la communication, Marshall McLuhan.

7. La forme et le contenu sont intimement liés dans les messages médiatiques. Comme l'a noté McLuhan, chaque média possède sa propre « grammaire » et codifie la réalité à sa manière. Différents médias rapporteront le même événement tout en créant des impressions et des messages différents. McLuhan a également mis l'accent sur l'importance d'examiner les répercussions des médias sur les « environnements » existants et sur ceux créés grâce à l'utilisation des technologies. Par le fait même, il rappelle, qu'il faut aussi porter attention aux répercussions des technologies, quel que soit leur contenu ou leur objectif prévu.

8. Chaque média possède une forme esthétique unique. À la manière des rythmes agréables de certaines pièces ou poésies que nous remarquons, les formes et les effets agréables des différents médias sont aussi destinés à être relevés.

(Media Literacy Resource Guide, 1989)

Défis et possibilités dans les salles de classe en matière d'éducation aux médias

Partout au Canada, les enseignants reconnaissent la nécessité de renouveler l'orientation et l'approche en matière d'éducation aux médias dans les salles de classe et les écoles. Ils savent que les élèves, dans leur vie à l'extérieur des classes, sont déjà actifs dans le monde numérique au moyen des téléphones, des tablettes et des ordinateurs. Afin de connecter les salles de classe au reste du monde et de répondre au besoin d'éducation et de citoyenneté numériques, chaque province et territoire a élaboré ou adopté des cadres de programmes à utiliser dans les écoles. Les enseignants utilisent les nouvelles technologies aux fins de perfectionnement professionnel et les plateformes de médias sociaux pour partager les pratiques exemplaires, recommander des ressources et participer à des discussions et des débats d'importance capitale.

Bien que les jeunes soient plongés dans une culture numérique dotée d'un large éventail de technologies et d'outils, beaucoup d'entre eux ne sont pas pleinement conscients des possibilités, des limites et des risques pouvant découler de l'utilisation de ces outils. Par ailleurs, ils ne possèdent pas suffisamment les compétences essentielles conférées par l'éducation aux médias. De nombreuses initiatives éducatives actuelles qui abordent le mieux-être des élèves, la sécurité dans les écoles et la citoyenneté mondiale mettent l'accent sur la cyberintimidation et l'utilisation responsable des médias. La sécurité en ligne, la publicité et la commercialisation par l'entremise des médias sociaux et l'authentification des sources d'information en ligne sont également devenus des sujets d'enquête importants. Dans la tradition de l'éducation aux médias, les enseignants prennent soin d'enseigner à l'aide des nouvelles technologies et plateformes et d'enseigner à propos de celles-ci et de l'information qu'elles fournissent.

Dans de nombreuses salles de classe, on adopte la production, la communication et la collaboration en ligne, y compris les occasions de dialogues interculturels qui exposent les élèves à de nouvelles voix et perspectives. Selon Valerie Steeves, « les élèves qui discutent d'enjeux et qui partagent leurs connaissances avec les autres en ligne sont en mesure d'apprendre l'un de l'autre et de prendre part à des débats publics qui sont essentiels à l'apprentissage perpétuel et à l'exercice de la citoyenneté démocratique. La technologie rend également cette collaboration visible de façon à ce que les élèves puissent constater leur propre contribution au groupe. Cela améliore leur sentiment de connectivité et approfondit et enrichit leur apprentissage en le rendant à la fois plus personnel et plus social » (Steeves, 2012).

Même si du travail exemplaire est avancé dans l'ensemble du pays, le développement et la convergence des nouveaux médias et des technologies de l'information nécessitent un perfectionnement professionnel continu pour les enseignants ainsi que l'acquisition et l'application de nouvelles compétences pour les élèves. Les enseignants ont identifié cinq domaines particulièrement pertinents et urgents dans le cadre des efforts pour éduquer les jeunes aux médias. Ces domaines sont la vie privée, les algorithmes, la représentation, la radicalisation et l'extrémisme en ligne, et les fausses nouvelles. La description de chaque domaine est suivie de questions à considérer qui suggèrent un nombre de points de départ pour la discussion et, le cas échéant, qui peuvent être appliquées à des exemples provenant des industries et des entreprises médiatiques, ainsi qu'à des exemples de médias produits par des élèves.

Vie privée

Avec tant d'éléments de notre vie privée en ligne, nous laissons inévitablement des empreintes numériques de ce que nous faisons en ligne, y compris le moment où nous naviguons. Faire des achats avec une carte de crédit, « aimer » quelque chose sur Facebook, envoyer un gazouillis et effectuer une recherche en ligne sont des exemples d'activités qui, ensemble, créent un profil de renseignements relatifs aux gens et à leurs préférences. Les téléphones mobiles et l'internet des objets — y compris les jouets et les électroménagers en réseau — peuvent agir comme des dispositifs de collecte de données et de traçabilité. En raison de notre activité en ligne, des fenêtres publicitaires apparaissent sur nos recherches Google et des messages promotionnels s'infiltrent dans nos boîtes de réception à mesure que les données sont recueillies, compilées, analysées et « monétisées », c'est-à-dire utilisées pour vendre des produits et des idées et en faire la promotion.

Les sites Web destinés aux enfants soulèvent des préoccupations en matière de protection de la vie privée parce qu'ils recueillent des renseignements personnels de différentes manières. Dans certains

cas, en plus de devoir se connecter à un site, les enfants doivent fournir des renseignements personnels pour accéder à certaines zones « exclusives » du site ou pour participer à des sondages et des jeux. De nombreux univers en ligne sont conçus de façon à constituer des « réseaux sociaux pour débutants », où les enfants peuvent se connecter et « socialiser » les uns avec les autres, créer, téléverser et partager du contenu, et par le fait même, échanger encore plus de renseignements personnels (HabiloMédias, *Pirates de la vie privée*, 2015).

Bien que des préoccupations au sujet de la protection de la vie privée soient souvent exprimées, de nombreuses personnes parlent des défis de naviguer à travers les contrats d'utilisation et de les comprendre. D'autres s'inquiètent de l'inévitable « compromis » qu'est celui de devoir renoncer à certains aspects de la vie privée pour pouvoir aisément avoir accès aux outils et applications nécessaires. De nombreux jeunes ont exprimé des inquiétudes quant à la protection de leur image ou de leur réputation en ligne; toutefois, ils ne tiennent pas toujours compte de la manière dont les données relatives à leur comportement en ligne sont recueillies et utilisées (HabiloMédias, 2017). L'éducation aux médias peut aider les enseignants et les élèves à explorer et à comprendre l'enjeu de la protection de la vie privée, y compris les avantages et les risques des activités en ligne.



Questions à considérer :

- Que signifie la vie privée à l'ère du numérique? Que devrait comprendre le droit à la vie privée?
- Quelles mesures les gens devraient-ils prendre pour protéger leur vie privée dans le cadre de leurs activités quotidiennes en ligne?
- Comment pouvez-vous modifier votre comportement en ligne afin de limiter la collecte de données et de protéger votre profil ou votre réputation en ligne?
- Les enfants et les adultes ont-ils le droit de savoir quels renseignements personnels sont recueillis, de quelle manière, par qui et à quelles fins ils le sont? Comment peuvent-ils le savoir?
- Quel est le rôle du gouvernement et des entreprises technologiques dans la protection du droit à la vie privée? À quelles fins recueillent-ils des données personnelles? Quelles sont leurs responsabilités envers les citoyens en ce qui concerne les données qu'ils recueillent?
- Quel est le rôle de la réglementation de l'internet? Le gouvernement devrait-il aider à déterminer quels renseignements peuvent être recueillis, et par qui et à quelles fins ils peuvent l'être?
- En examinant les contrats d'utilisation de divers sites Web, jouets intelligents et applications, est-il possible de comprendre clairement quelles données sont recueillies et comment elles sont utilisées?
- Quels types de soutien les organismes de défense des consommateurs offrent-ils en ce qui a trait aux enjeux de protection de la vie privée?

Algorithmes

De plus en plus, l'accès à l'information est façonné par des algorithmes, soit un ensemble de séquences de calcul, parfois décrites sous forme de lignes directrices ou d'instructions, qui commandent à un ordinateur ce qu'il doit faire. Aujourd'hui, lorsque les gens parlent d'algorithmes, ils font souvent référence aux séquences qui sont établies en fonction de leurs flux d'activités sur les médias sociaux ou de leurs recherches sur internet. Lorsqu'une personne lance une recherche ou pose une question à un appareil numérique, l'algorithme répond à ce qui a été demandé et conserve les renseignements qu'il fournit. Comme nous continuons à faire des recherches ou des demandes semblables, plutôt que de répéter un ensemble d'instructions, les systèmes informatiques vont souvent « réécrire » ou « personnaliser » les opérations connexes pour décider de ce que nous voyons et de la manière dont

nous le voyons. Au fil du temps, les résultats des opérations nous montrent nos préférences de manière répétitive et créent une sorte de « chambre d'écho », où l'on voit toujours la même chose. Cela donne une indication de la puissance des algorithmes pour façonner notre accès à l'information, renforcer nos croyances antérieures et influencer notre connaissance et notre compréhension du monde.

En étant éduqués aux médias et à l'information, nous avons la possibilité de comprendre comment les algorithmes fonctionnent, comment ils construisent l'information que nous recevons et comment ils influencent les utilisateurs. Cela permet aussi de comprendre quels sont les rôles du codeur et du programmeur dans le processus de création. Il est important par ailleurs d'être conscients des renseignements que nous fournissons lorsque nous lançons une recherche et des questions que nous posons. Il faut enfin comprendre qu'un algorithme a besoin de telles données pour fonctionner. Puisque les algorithmes fournissent des exemples plus sophistiqués d'intelligence artificielle, les sujets cruciaux abordés en classe comprennent les questions de la transparence du code machine et de ses capacités, la conception éthique et les lignes directrices qui maximisent les avantages de l'intelligence artificielle et réduisent les risques au minimum.

Questions à considérer :

- De quelle manière déterminez-vous le moteur de recherche à utiliser? Y a-t-il des différences entre les moteurs de recherche offerts? Quels critères utilisez-vous pour évaluer le rendement de chacun?
- Quelles questions devriez-vous poser pour déterminer l'exactitude des résultats d'une recherche sur internet?
- Pensez à ce que vous recherchez. S'agit-il d'un fait isolé (« qu'est-ce que ») ou d'une explication de quelque chose (« pourquoi »)? Quelles sont les différences entre ces questions?
- Comment choisissez-vous la plateforme de média social à utiliser? Existe-t-il des outils ou services informatiques qui offrent d'autres options à celles offertes par les grandes entreprises technologiques?
- Quelles données fournissez-vous — intentionnellement ou non — qui pourraient contribuer au fonctionnement d'un algorithme?
- Quel est le contexte social dans lequel les systèmes ou les algorithmes informatiques fonctionnent? S'agit-il d'un contexte où se trouveraient déjà des préjugés ou des partis pris?
- De quelle manière les algorithmes « construisent »-ils ou « négocient »-ils le monde pour nous? Les algorithmes rendent-ils notre monde « plus petit » ou pourraient-ils nous connecter à l'inconnu ou à l'anonyme? Y a-t-il des exemples dans lesquels les deux résultats sont possibles?
- Quelles compétences y compris en matière d'éducation aux médias un codeur responsable devrait-il posséder?
- Comment le codage peut-il nous outiller?
- Quels types de compétences sont priorités dans de nombreuses possibilités de codage offertes aux élèves? Dans quelle mesure ces possibilités renforcent-elles les compétences en matière d'éducation aux médias?

Représentation

L'éducation aux médias implique une analyse critique des représentations des médias : les façons dont les personnes, les groupes, les lieux et les communautés, ou les sujets d'actualité sont « re-présentés » dans divers médias. Comme toujours, l'analyse critique dans le cadre de l'éducation aux médias exige que les enseignants et les élèves explorent la manière dont les représentations des médias « influencent

ce que nous faisons, la manière dont nous donnons du sens, dont nous nous identifions les uns aux autres et dont nous pensons, et le type de personnes que nous pouvons être » (Jones et Hafner, 2012). L'éducation aux médias a également un rôle important à jouer dans la promotion du dialogue, de la diversité, de l'équité et de l'inclusion en créant et célébrant des histoires et des perspectives qui, souvent, ne sont pas présentées dans les médias traditionnels.

Dans bien des cas, les représentations qui apparaissent dans les médias sont fondées sur des stéréotypes : des représentations simplifiées à outrance qui mettent l'accent sur la différence. En raison de cette simplification excessive, on présente parfois au public seulement quelques caractéristiques qui peuvent ne pas représenter fidèlement ou entièrement un enjeu, une personne ou un groupe. Ce type d'approche restrictive peut souvent nous empêcher de reconnaître et de comprendre la richesse et la complexité qui existent au-delà des représentations médiatiques qui sont faites. Dans le paysage multiculturel canadien, être éduqués aux médias et à l'information consiste, en partie, à être conscients des manières dont les médias présentent la diversité des personnes, des groupes et des communautés qui composent le tissu social et culturel de notre pays.

Questions à considérer :

- Quelles représentations de la race, du sexe ou de la classe sociale existent dans les médias que vous utilisez ou dans les espaces en ligne que vous visitez? Diriez-vous qu'il s'agit de représentations stéréotypées ou diversifiées? De quelle manière les images ou le langage utilisés renforcent-ils ou brisent-ils les stéréotypes?
- Les représentations typiques de l'Autre dans les médias se classent souvent dans des catégories particulières, dont celles de l'exotique, du dangereux, de l'humoristique et du pitoyable. Dans quelle mesure ces représentations sont-elles courantes aujourd'hui? Existe-t-il d'autres catégories apparaissant dans les médias qui ne sont pas énumérées ici?
- De quelle manière ces représentations médiatiques sont-elles construites? Quels sont les éléments techniques (comme la couleur, la dimension, la musique, le montage) qui ont été choisis? Comment renforcent-ils le contenu?
- Quel est le message véhiculé par ces représentations? Qui profite du message s'il est accepté? Qui en souffre?
- Dans quelle mesure est-il facile de trouver des exemples dans les médias traditionnels ou alternatifs qui brisent un stéréotype, s'y opposent ou qui offrent des représentations plus complexes d'une personne ou d'un groupe?
- Y a-t-il une diversité de voix dans les médias que vous utilisez ou créez? Pourquoi cela pourrait-il être le cas? Quelles incidences les voix présentes ont-elles sur des publics particuliers? Quelles sont les répercussions de l'absence de certaines voix?
- Quels facteurs tenez-vous en compte lorsque vous décidez de la manière dont vous vous « re-présentez » en ligne ou dans vos propres créations médiatiques? De quelle manière déterminez-vous les facteurs qui sont importants?
- Décrivez les caractéristiques d'une plateforme médiatique qui intègre les principes de la diversité, de l'inclusion et de la représentation équitable de la société canadienne contemporaine. Quels sont les possibles utilisations et effets d'une telle plateforme?

Radicalisation et extrémisme en ligne

Des recherches indiquent que l'extrémisme violent fait référence aux « croyances et actions de personnes qui appuient ou utilisent la violence motivée par une idéologie pour concrétiser des opinions idéologiques, religieuses ou politiques radicales » (UNESCO, 2017). Les opinions des extrémistes violents visent souvent un certain nombre de sujets, notamment la politique, la religion et les relations entre les sexes. Ces opinions sont souvent exclusives et n'acceptent pas ou ne reconnaissent pas les voix dissidentes ni ne permettent la possibilité d'avoir des points de vue diversifiés.

Des recherches indiquent également qu'il existe un certain nombre de facteurs socioéconomiques, psychologiques et institutionnels qui mènent à l'extrémisme violent. Des « facteurs d'incitation » poussent ou conduisent une personne vers l'extrémisme violent et comprennent des éléments tels que l'inégalité, la marginalisation et la persécution réelle ou perçue. Les « facteurs d'attraction » attirent ou amènent une personne dans un groupe ou une « communauté » qui encourage ou fait la promotion de l'extrémisme violent en créant un sentiment d'appartenance, en offrant un exutoire aux plaintes ou aux protestations et en fournissant des possibilités d'emploi ou de prestation de services grâce à une forme d'adhésion (UNESCO, 2017).

Les compétences qui sous-tendent l'éducation aux médias comprennent l'analyse critique des plateformes médiatiques et des sources d'information qui pourraient contribuer à une radicalisation et à un extrémisme en ligne. Pour de nombreux jeunes, l'internet et les médias sociaux offrent un accès à des « groupes aux affinités communes » dans lesquels ils connaissent un sentiment d'appartenance et un sens de la collectivité. Être éduqués aux médias et à l'information consiste, entre autres, à évaluer l'idéologie et les valeurs qui sont renforcées et représentées dans ces espaces en ligne, à déterminer le public cible, à examiner la manière dont les gens utilisent ces espaces et à se demander qui en sont les bénéficiaires.

Questions à considérer :

- Comment les espaces en ligne rapprochent-ils les gens? Comment décririez-vous les types d'interactions possibles? Ces interactions sont-elles différentes de celles que vous pourriez avoir hors ligne? Quels types de relations sociales sont créés par l'entremise du site?
- Quel type de communication ou d'interaction est possible? Communication entre deux personnes, une à plusieurs personnes, plusieurs à plusieurs? Quel est l'effet de cette communication? Quelles sont les règles ou les normes d'interaction? Comment apprenez-vous ces règles?
- Que savez-vous des gens du réseau? Que savent-ils de vous? Quels renseignements sont révélés et quels sont ceux cachés? Pourquoi en est-il ainsi?
- Quelles sont les valeurs promues dans cet espace? Comment le savez-vous? Comment ces valeurs sont-elles rendues visibles? L'espace est-il détenu et contrôlé par une personne, un organisme ou une société? Comment le savez-vous?
- Qui a accès au site? Quel est le « coût » ou la méthode pour se joindre à un groupe ou pour communiquer dans cet espace? Quelles sont les autres possibilités de participation? Dans quelle mesure sont-elles efficaces ou accessibles? Qui profite de cette participation?
- Comment l'espace utilise-t-il le texte et les éléments visuels pour créer et transmettre un sens? Quels sont les éléments ou ingrédients clés qui définissent ou construisent l'espace? Quel type de « réalité » ou d'environnement en résulte?

- De quels outils le site se sert-il pour attirer l'attention des autres ou pour partager de l'information? Quelles stratégies sont utilisées pour mobiliser les participants et les inciter à faire un geste quelconque? Qui profite de ce genre d'engagement? Qui en souffre?
- De quelle manière pouvez-vous utiliser votre capacité d'agir individuelle ou collective pour contrer la radicalisation et l'extrémisme en ligne?

Fausses nouvelles

Pour certaines personnes, le terme « fausses nouvelles » fait désormais partie du vocabulaire quotidien lorsqu'il s'agit des médias. Le terme en soi suggère une définition directe et franche impliquant la présentation d'informations fausses ou trompeuses sous forme de nouvelles. Cependant, à plus grande échelle, l'utilisation du terme se fait aussi à titre de critique de l'industrie médiatique en soi, dans le but de discréditer le travail de journalistes et d'agences de presse réputés de partout dans le monde.

Dans l'univers médiatique d'aujourd'hui, de nombreux cas font état d'exemples de fait, de fiction, de divertissement et de publicité indifférenciables. Dans l'univers des médias sociaux, où les messages et l'information peuvent rapidement devenir « viraux », il est souvent difficile d'aborder ou d'empêcher la propagation d'une information fausse. Même dans les cas où les journalistes ou les vérificateurs de faits réussissent à corriger les inexactitudes, les informations fausses ou trompeuses auront déjà frappé et eu une incidence sur les publics peu méfiants.

Dans une variété de plateformes médiatiques, les histoires ou les messages à propos d'événements et de leur signification peuvent être façonnées de plusieurs manières. Le vocabulaire choisi pour un gros titre ou une déclaration, l'image qui est recadrée et sélectionnée pour une page d'accueil ou une couverture de magazine, les personnes interrogées et les citations choisies à partir de leurs déclarations sont autant d'éléments contribuant à la signification créée. Les progrès de l'intelligence artificielle permettent de créer des « hypertrucages » dans lesquels le contenu audio et vidéo est édité, synthétisé et manipulé afin de fabriquer des éléments fictifs convaincants.

Compte tenu de cette réalité actuelle, comment pouvez-vous déterminer les nouvelles qui sont dignes de confiance? Comment pouvez-vous évaluer le travail des agences de presse et des journalistes? L'éducation aux médias fournit aux élèves et aux enseignants un cadre sur lequel ils peuvent s'appuyer afin de comprendre le fonctionnement des médias d'information, d'évaluer les reportages et leurs sources et de détecter les partis pris et la désinformation.



Questions à considérer :

- Quelle est la source de l'information? La source peut-elle être vérifiée? Est-elle fiable? Qui est propriétaire de la plateforme médiatique ou de la source d'information?
- Quel est le message principal? Quels faits sont présentés pour appuyer le message principal? Est-ce qu'il manque des informations? Quel est l'objectif de transmettre ce message? Qui profitera si le public accepte ce message? Qui en souffrira?
- Quel point de vue est présenté et provenant de qui? Le message fait-il appel à la logique ou à l'émotion? Quels sont les effets recherchés?
- Qui est cité ou qui reçoit du temps d'antenne? À quelle fréquence? Quels noms et titres sont utilisés et à qui s'appliquent-ils? Pouvez-vous les vérifier? Y a-t-il des citations incomplètes ou des

commentaires pris hors contexte? Toutes les allégations ou les observations sont-elles étayées par les faits présentés?

- Quels mots ou quelles images sont utilisés pour décrire ou illustrer les deux versions d'une histoire? Recherchez l'utilisation d'une terminologie chargée d'émotions ou vague. Quel effet les éléments émotionnels peuvent-ils avoir sur le message de l'histoire et sur le public?
- À quel endroit l'information ou l'histoire est-elle présentée? De quelle manière a-t-elle été distribuée ou partagée? S'il s'agit d'un reportage, où se trouve-t-il par rapport au reste des nouvelles présentées? Combien de temps ou d'espace a-t-on donné à l'histoire?
- Quel est le contexte de l'histoire? L'information sur le contexte est-elle partagée? Quelles sont les répercussions de la présence ou de l'absence de contexte pour l'histoire?
- La plateforme ou le site Web permet-il de partager différents points de vue? Comment le savez-vous? Quelles valeurs et priorités pour le site sont transmises en conséquence?
- Pourriez-vous fonder une décision importante sur les informations que vous avez reçues? Expliquez pourquoi en donnant des raisons précises à l'appui de votre opinion.
- Comment déterminez-vous s'il vous faut ou non partager ou bloquer l'information que vous recevez? Quels sont les facteurs dont vous ou d'autres personnes pourriez tenir compte?
- Quelle est la différence entre partager de l'information comme un geste de « transmission », en prenant la décision consciente de faire passer de l'information, et partager de l'information comme un geste « rituel » ou une habitude en partageant régulièrement? Quels sont les effets possibles de chaque type de partage?
- La plateforme que vous utilisez offre-t-elle des « incitatifs » à la transmission d'informations? Comment le savez-vous? Quel est le but des incitatifs? Comment pourriez-vous décider d'y répondre et pourquoi?
- De quelle manière pouvez-vous utiliser votre influence individuelle ou collective pour contester les exemples de fausses nouvelles?

Conclusion

Les médias occupent une place importante dans notre vie, et en particulier dans la vie des jeunes d'aujourd'hui. Les technologies numériques permettent la collaboration, la communication et la participation à une échelle encore jamais vue. Cela signifie que l'importance de l'éducation aux médias s'est accrue et que nos responsabilités en tant que personne engagée sur le terrain sont d'autant plus considérables. Il demeure essentiel pour nous de réfléchir de manière critique à propos de l'objectif de l'éducation aux médias, soit un objectif plus vaste qui peut parfois se perdre dans des discussions sur les programmes, les politiques et les nouvelles technologies. R.H. Jones et C.A. Hafner soulèvent d'importantes questions à propos de l'éducation lorsqu'ils écrivent que « l'éducation n'est pas un élément que nous élaborons seulement par souci d'élaboration. Nous les élaborons pour faire certaines choses, pour devenir certains types de personnes et pour bâtir certains types de sociétés. Les questions les plus fondamentales et à la base même du développement de l'éducation aux médias et à l'information sont donc celles-ci : "Que voulez-vous en faire?", "Qui voulez-vous être?" et "Dans quel type de société voulez-vous vivre?" » (Jones et Hafner, 2012). Ce sont des questions qui orienteront sans aucun doute les discussions et les débats sur l'urgence et sur l'importance de l'éducation aux médias, alors que l'évolution continue de l'ère numérique continue d'avoir une incidence profonde sur tous les aspects de la vie et du travail, et sur les salles de classe et les collectivités aux quatre coins du monde.

Annexe A : Jalons importants de l'éducation aux médias au Canada

1978 — Fondation de l'Association for Media Literacy (AML)

1986 — Publication des lignes directrices du premier programme rendant obligatoire l'éducation aux médias en Ontario

1989 — Publication du *Media Literacy Resource Guide* destiné aux enseignants par le ministère de l'Éducation de l'Ontario

1990 et 1992 — Organisation de conférences internationales sur l'éducation aux médias par l'AML à Guelph, en Ontario

1992 — Fondation du Regroupement des associations canadiennes d'éducation aux médias (RACEM) en soutien aux associations provinciales d'éducation aux médias qui repose sur le modèle de l'AML en Ontario

1996 — Établissement du Réseau de sensibilisation aux médias (maintenant appelé HabiloMédias)

1998 — Nomination par le World Council on Media Education de l'AML à titre d'« organisme d'éducation aux médias le plus influent » lors du First World Congress on Media Education à Sao Paulo, au Brésil

2000 — Tenue de la plus grande conférence sur l'éducation aux médias, le Sommet 2000 : Enfants, jeunesse et médias — par-delà le millénaire, à Toronto ayant accueilli 1 500 délégués provenant de 55 pays

2005 — Réception par Carolyn Wilson, présidente de l'AML, du *Prix du premier ministre du Canada pour l'excellence* en reconnaissance de son travail dans l'éducation aux médias et l'éducation mondiale

2006 — Première Semaine nationale de l'éducation aux médias

2011 — Lancement du Réseau Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue (MILD) de l'UNESCO et de l'Alliance des Civilisations de l'ONU (UNAOC). Le Canada devient chef de file

2013 — Lancement de l'Alliance mondiale pour les partenariats d'éducation aux médias et à l'information (GAPMIL) à Abuja, au Nigéria. Le Canada devient chef de file

2016 — Lancement du sous-chapitre nord-américain de l'Alliance mondiale pour les partenariats d'éducation aux médias et à l'information (GAPMIL) à London, en Ontario

2018 — Réception par Jane Tallim et Cathy Wing, auparavant chez HabiloMédias, d'un *Prix mondial de l'éducation aux médias et à l'information* de l'Alliance mondiale pour les partenariats d'éducation aux médias et à l'information (GAPMIL)

2018 — Réception par Carolyn Wilson, présidente de l'Alliance mondiale pour les partenariats d'éducation aux médias et à l'information (GAPMIL), du *Prix Jesse McCanse* qui récompense le leadership mondial dans le domaine de l'éducation aux médias

Annexe B : Principes fondamentaux de l'éducation aux médias

Afin de faire la promotion de l'éducation aux médias et à l'information, cinq principes fondamentaux se sont dégagés. Ceux-ci soulignent le travail effectué au Canada et dans le monde et s'appliquent aux travaux actuels et futurs dans ce domaine.

1. L'éducation aux médias vise à développer une compréhension critique du fonctionnement des médias, des façons dont ils créent du sens, des façons dont ils peuvent être utilisés et des façons d'évaluer l'information qu'ils présentent. L'éducation aux médias s'attache à promouvoir des médias, des systèmes et des environnements d'information libres, indépendants et pluralistes.
2. L'éducation aux médias implique une compréhension critique du pouvoir de représentation des médias — par rapport à des enjeux, des personnes et des collectivités — et de l'influence de ces représentations sur le discours actuel et sur les façons dont nous percevons et nous percevons les autres. L'éducation aux médias vise la compréhension du pouvoir des médias à influencer la façon dont nous répondons à une crise des réfugiés ou à une catastrophe naturelle, le choix que nous faisons lorsque nous votons à une élection ou notre façon de penser concernant notre identité ou notre existence.
3. L'éducation aux médias reconnaît l'importance de l'expression personnelle, ou d'une « re-création » du monde, en offrant aux gens des occasions de raconter leurs propres récits et de participer activement aux médias en utilisant les technologies actuellement offertes. Grâce à l'expression personnelle, l'éducation aux médias appuie les compétences techniques, la diversité culturelle, linguistique et ethnique, ainsi que les droits de la personne et la dignité humaine.
4. L'acquisition des compétences en matière d'éducation aux médias a pour but de s'outiller et de se transformer. L'éducation aux médias doit jouer un rôle important dans la promotion du dialogue interculturel, l'inclusion sociale et l'épanouissement humain et l'habilitation des gens afin qu'ils participent aux processus démocratiques de leur société.
5. L'éducation aux médias favorise l'éducation et le développement ouverts, sécurisés et inclusifs partout dans le monde et se trouve au cœur de l'atteinte des objectifs de développement durable des Nations Unies.

Références

Dyer, R. (1993). *The Matter of Images*, Royaume-Uni, Routledge.

Hoeschmann et Wilson (2017). « Media Literacy in Canada », *The International Encyclopedia of Media Literacy*.

Johnson, Matthew, Valerie Steeves, Leslie Regan Shade, Grace Foran (2017). « Partager ou ne pas partager : Comment les adolescents prennent-ils des décisions en matière de vie privée à propos des photos sur les réseaux sociaux », Ottawa, HabiloMédias.

Jones, R.H. et C.A. Hafner (2012). *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction*, New York, Routledge.

HabiloMédias (2015). « Jeunes canadiens dans un monde branché », <http://habilomedias.ca/recherche-et-politique>.

HabiloMédias (2016). « L'apprentissage connecté : Le personnel enseignant et les technologies en réseau de la classe », <http://habilomedias.ca/recherche-et-politique>.

HabiloMédias (2018). « Le bien-être numérique des familles canadiennes », <http://habilomedias.ca/recherche-et-politique>.

HabiloMédias (2015). « Pirates de la vie privée », <http://habilomedias.ca/blogue/pirates-de-la-vie-privée-0>.

Ministère de l'Éducation de l'Ontario (1989). *Media Literacy Resource Guide*, Toronto, Imprimeur de la Reine pour l'Ontario.

Steeves, Valerie (2012). *Jeunes canadiens dans un monde branché phase III : La perspective des enseignants*, <http://habilomedias.ca/recherche-et-politique>.

GAPMIL de l'UNESCO. <<https://fr.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil>>.

UNESCO. *L'éducation aux médias*, <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>.

UNESCO (2006). *L'éducation aux médias : un kit à l'intention des enseignants, des élèves, des parents et des professionnels*, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000149278_fre.

UNESCO (2011). *Éducation aux médias et à l'information : programme de formation pour les enseignants*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216531>.

UNESCO (2013). *Policy and Strategy Guidelines*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>.

UNESCO (2013). *Global Media and Information Literacy Assessment Framework*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>.

UNESCO (2017). *Les jeunes et l'extrémisme violent dans les médias sociaux : inventaire des recherches*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261841>.

UNESCO (2018). *Journalism, Fake News and Disinformation*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>.