

---

**Former à s'informer :  
développer l'esprit critique !**  
Comment éduquer et accompagner  
les adolescents et les jeunes adultes  
dans l'univers médiatique contemporain  
pour les aider à grandir ?

---

▶ **QUESTIONNER LA CULTURE NUMÉRIQUE**

Dossier pédagogique  
Janvier 2021

## éditorial

Ces contenus pédagogiques ont été réalisés dans le cadre du projet *Former des médiateurs EMI pour adolescents et jeunes adultes*, déposé en 2020 par l'Enssib et l'Inspé Université Claude Bernard Lyon 1. Ce projet s'inscrit dans le Plan EMI développé et financé par le Ministère de la Culture.

Ils sont le fruit d'une collaboration entre deux rédacteurs :

- ▶ **Fabrice Boyer**, directeur de la Bibliothèque de l'Université Clermont Auvergne (fiches thématiques)
  - ▶ **Michel Wong Man Wan**, chargé du développement numérique à la Bibliothèque municipale de Lyon (fiche ateliers)
- et un comité d'organisation constitué de :
- ▶ **Julienne Bourdet**, chargée de formation, Médiat Rhône-Alpes
  - ▶ **Valentine Favel-Kapoian**, Inspé de l'Académie de Lyon, Université Claude Bernard Lyon 1 : coordinatrice pédagogique DU « Éducation aux médias et à l'information » – Laboratoire ELICO.
  - ▶ **Fanny Lignon**, Inspé de l'Académie de Lyon, Université Claude Bernard Lyon 1 : responsable de la formation DU « Éducation aux médias et à l'information » – Laboratoire THALIM (CNRS/Paris 3/ENS)
  - ▶ **Julia Morineau-Éboli**, Enssib, Pôle Prospective des métiers et des compétences.

**Responsables de la publication** Nathalie Marcerou-Ramel, directrice de l'Enssib et Pierre Chareyron, directeur de l'Inspé de l'Académie de Lyon, Université Claude Bernard Lyon 1

**Coordination éditoriale** Julia Morineau-Éboli et Valentine Favel-Kapoian

Conception graphique et mise en page : Studio Hussenot  
Dossier réalisé entre novembre 2020 et janvier 2021  
Retrouvez ces contenus enrichis sur le site [emi.enssib.fr](http://emi.enssib.fr)

La mention des compétences mises en œuvre dans chaque atelier se fonde sur les référentiels suivants :

- Référentiel de compétences en EMI du CLEMI, disponible [en ligne](#)
- Les compétences en éducation aux médias (Belgique), disponible [en ligne](#)
- The Digital Competence Framework (DigComp), disponible [en ligne](#)
- Référentiel des compétences informationnelles de l'ADBU, disponible [en ligne](#)

## sommaire

### scénario

## 1

Fiche thématique 1

### Six règles à observer pour s'informer dans une société numérique

Fiche atelier 1

#### Comprendre le fonctionnement d'Internet et ses enjeux informationnels

Compétences mises en jeu

- Comprendre le fonctionnement de l'Internet, du web, des réseaux sociaux et d'autres plateformes numériques
- Savoir rechercher, sélectionner, évaluer, organiser l'information et qualifier ses sources : leur fiabilité et leur pertinence
- Savoir distinguer les médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent
- Savoir exploiter les informations d'utilisation des interfaces médiatiques (modes d'emploi, CGU ou CGV, etc.)
- Savoir reconnaître les enjeux culturels, économiques et sociaux qui caractérisent les institutions médiatiques et qui influencent l'évolution des systèmes médiatiques

### scénario

## 6

Fiche thématique 6

### Y a-t-il une culture numérique ?

Fiche atelier 6

#### Connaître les alternatives aux modèles dominants du numérique

Compétences mises en jeu

- Connaître les enjeux économiques, sociopolitiques, juridiques et éthiques du numérique
- Savoir choisir et utiliser un outil numérique en tenant compte des problèmes de confidentialité, de sécurité, de propriété intellectuelle, de pérennité qui lui sont liés
- Comprendre les enjeux sociétaux et les implications environnementales des outils numériques pour produire du contenu en ligne
- Comprendre les enjeux éthiques et juridiques liés à l'utilisation et la production de l'information

### scénario

## 2

Fiche thématique 2

### Charte d'éthique professionnelle des journalistes

Fiche atelier 2

#### Décrypter les médias

Compétences mises en jeu

- Comprendre le circuit de l'information, de sa production à sa réception, ainsi que l'écosystème dans lequel il s'inscrit : ses acteurs et ses enjeux
- Savoir rechercher, sélectionner, évaluer, organiser l'information et qualifier ses sources : leur fiabilité et leur pertinence
- Savoir identifier les composantes de l'information, comprendre ses mécanismes de fabrication et les enjeux de la désinformation
- Connaître des outils de vérification et de fact-checking, savoir différencier désinformation et intention parodique

### scénario

## 3

Fiche thématique 3

### Le mégaphone ment : manuel citoyen de survie à l'ère du mensonge par Lea Korsgaard

Fiche atelier 3

#### Découvrir, explorer et questionner les médias numériques

Compétences mises en jeu

- Connaître et analyser les médias, notamment presse et médias sociaux, et leurs enjeux sociaux, culturels, politiques et économiques
- Connaître les nouveaux formats médiatiques et les nouvelles formes de journalisme
- Connaître et comparer des médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent et se positionner par rapport à celles-ci
- Savoir appréhender les enjeux de citoyenneté liés à l'information et au numérique

### scénario

## 4

Fiche thématique 4

### Les réseaux sociaux

Fiche atelier 4

#### Comprendre et maîtriser les enjeux de l'identité numérique à l'ère des réseaux sociaux

Compétences mises en jeu

- Connaître et exercer ses droits (liberté d'expression et d'information), ses devoirs et ses responsabilités
- Comprendre et gérer ses relations sociales médiatisées ainsi que son identité numérique
- Connaître les règles juridiques du droit d'auteur et des droits voisins à l'ère du numérique
- Savoir protéger son identité, ses données personnelles et sa vie privée dans un environnement numérique

### scénario

## 5

Fiche thématique 5

### Wikipédia

Fiche atelier 5

#### Produire de l'information sourcée en contribuant à l'encyclopédie libre Wikipédia

Compétences mises en jeu

- Connaître les enjeux et fonctionnement de l'encyclopédie libre Wikipédia
- Savoir rédiger et produire du contenu en ligne
- S'approprier les genres et les langages médiatiques
- Savoir produire et diffuser une information en fonction du public visé, du support et des intentions de communication

## fiche thématique 1

## Six règles à observer pour s'informer dans une société numérique

« Le monde a produit ses cinquante dernières années plus d'informations qu'en 2000 ans d'histoire. »

Caroline Sauvajol-Riolland sur France culture en 2016

La Culture numérique se caractérise par l'infobésité, c'est-à-dire par une saturation cognitive résultant de l'accès immédiat à un nombre extrêmement important de canaux transmettant en temps réel un flux continu d'informations, déclinées sous toutes les formes (vidéos, sons, textes). Cette saturation provient notamment de la mobilité des accès aux ressources et services numériques, permise par la mise en place de technologies nouvelles (avènement du smartphone et de la tablette, entre autres).

Les problèmes que pose cette infobésité sont multiples et invitent à mettre en place des principes pour contrôler la masse de données et permettre de nouveaux savoir-faire pour développer l'esprit critique.

Nous vous proposons de mettre en place six règles. Ces six règles sont proposées par Benoît Sillard dans son ouvrage *Maîtres ou esclaves du numérique*, Paris : Eyrolles, 2011.

### 1. Organiser le flux

L'information arrive par le biais des outils technologiques. Il nous revient, par conséquent, de les choisir et les paramétrer. Ainsi, il faut toujours avoir conscience que non seulement toute requête mais encore toute réponse sont fonction de l'algorithme du moteur de recherche. Si la culture numérique est partout présente, elle ne doit pas oblitérer la possibilité d'apprendre autrement.

« En scrutant le dispositif de communication et cette machination dont le moteur est à la fois l'objet et le sujet, l'effet et la cause, on s'aperçoit que Google est une machine à faire (le moteur produit), une machine à faire voir (il montre), une machine à faire dire (il propose) et une machine à faire faire : non seulement il ouvre des chemins de navigation hypertexte, mais, de plus, il suscite certaines actions et réactions de la part de ses utilisateurs et de la part, aussi, des éditeurs de contenus. Comment ne pas imaginer qu'un moteur de recherche concentrant plus de 90 % des parts de marché, et par conséquent susceptible d'apporter un trafic considérable aux éditeurs, influence la manière dont ces derniers prennent la parole sur le Web et donc la parole elle-même ?

Il semble évident que certains éditeurs, si ce n'est tous les éditeurs, agissent en fonction de ce qu'ils ont intérêt à faire pour figurer en haut des classements. Dès lors, il convient de se demander ce que les éditeurs savent à propos de ce qu'il leur faudrait faire et comment cela, exactement, peut influencer – et même normaliser – leurs actions. »

Guillaume Sire, « [Le pouvoir normatif de Google. Analyse de l'influence du moteur sur les pratiques des éditeurs](#) », in *Communication & langages*, 2016/2 (n° 188), p. 85-99.

### 2. Hiérarchiser l'urgence

Il est indispensable d'avoir prise sur le temps et de hiérarchiser les urgences. L'information, dans notre monde, est essentielle. À nous de voir quand précisément la consulter, en fonction du type d'activité que nous avons.

### 3. Vérifier l'information

C'est une étape cruciale. S'applique la grille de lecture *Qui ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? Où ?*

Toute information a un émetteur premier, qu'il faut s'efforcer de connaître. Il faut, en outre, veiller à sa date de création. Le procédé le plus connu consiste à se fier à des sources reconnues (presse de qualité, sources académiques, ONG et associations spécialisées). Les chiffres avancés doivent faire l'objet d'un examen critique : quelle est l'unité de mesure utilisée ? S'il s'agit d'une valeur monétaire, quelle serait la valeur convertie en euros et quelle est l'importance de la somme rapportée au coût de la vie ? Il faut, également, penser à l'angle d'attaque de l'auteur de l'article : si l'angle est économique, il faut penser à l'angle social, écologique... Qui plus est, le ton utilisé doit faire l'objet d'une analyse : le ton est-il mesuré, polémique, violent ?

Mettons de côté la question de la popularité. Ce n'est pas parce qu'un contenu est « aimé » de nombreuses fois qu'il est pertinent. Nous reviendrons dans un atelier particulier sur la question des réseaux sociaux.

### 4. Concentrer l'attention

La question de la concentration est cruciale. Elle doit prendre en considération les points suivants :

- le numérique permet de proposer conjointement des contenus de nature diverse dans une animation permanente, par nature, il disperse l'attention (on peut penser aux rebonds proposés)
- l'individu est désormais « augmenté » (par des applications, notamment celles intégrées à son mobile), ce qui occasionne de fréquentes interruptions
- la question de l'environnement revêt une importance toute particulière. Plus il est serein, plus il invite l'esprit à se fixer sur une tâche précise
- il résulte de ces constats la nécessité de préciser l'objet et l'objectif de l'activité en cours avant toute chose.

### 5. Produire la synthèse

Il faut éviter le risque de tomber dans une « pensée fractalisée », c'est-à-dire de reproduire dans son propre espace numérique une version réduite de l'océan de la Toile. Pour ce faire, il faut hiérarchiser les contenus prélevés et construire des relations logiques entre eux. C'est à un véritable travail de synthèse intellectuelle, par conséquent, qu'il convient de se livrer, travail qui ordonne et trie.

### 6. Ajouter une valeur personnelle

Le savoir s'est toujours prêté à la remise en perspective. Le décloisonnement, en l'espèce, est fondamental, y compris avec le monde réel et matériel. Il convient, avant toute chose de ne pas perdre de vue la finalité (créer l'émotion à partir du savoir, préparer la décision, creuser et développer une idée). La valeur personnelle dépend également de la faculté à classer ses dossiers numériques, tant l'espace virtuel est devenu crucial. Il est évident que le travail collaboratif, si facile avec le numérique, peut se révéler des plus précieux.



## fiche atelier 1

## Comprendre le fonctionnement d'Internet et ses enjeux informationnels

## Objectif

Comprendre et questionner les principaux ressorts du numérique (techniques, économiques et politiques) et leur impact sur la manière de produire l'information et de s'informer. Cette séance vise à donner des repères pour comprendre le fonctionnement d'Internet et savoir situer les enjeux de l'EMI par rapport au numérique. Elle se déroule en quatre séquences : une première consacrée à la présentation de l'infrastructure d'Internet, une deuxième sur les grands repères de la culture numérique, une troisième sur les enjeux liés à l'information sur Internet qui permet, à partir d'un jeu, d'approfondir certaines thématiques ou de faire le lien avec les médias et le journalisme, et une quatrième de conclusion.

## Public cible

Collège/lycée, voire premier cycle universitaire (attention dans ce dernier cas à adapter la dernière séquence à la tranche d'âge).

## Compétences mises en œuvre

- Comprendre le fonctionnement de l'Internet, du web, des réseaux sociaux et d'autres plateformes numériques.
- Savoir rechercher, sélectionner, évaluer, organiser l'information et qualifier ses sources : leur fiabilité et leur pertinence.
- Savoir distinguer les médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent.
- Savoir exploiter les informations d'utilisation des interfaces médiatiques (modes d'emploi, CGU ou CGV, etc.).
- Savoir reconnaître les enjeux culturels, économiques et sociaux qui caractérisent les institutions médiatiques et qui influencent l'évolution des systèmes médiatiques.

## Matériel

Ordinateur, vidéoprojecteur et tableau pour l'animateur, jeux Tube Box de Fréquence écoles ou Médiasphères de Canopé. Optionnel : téléphone portable ou ordinateur avec connexion pour les participants si utilisation d'une application pour le quiz.

## Moyens humains

Un animateur – deux dans l'idéal – pour douze participants.

## Durée

1h30 - 2h

## Déroulé

## Séquence 1 [5-15 min]

- ▶ Commencer par se présenter et présenter l'atelier.
- ▶ Interroger les groupes sur leurs connaissances par rapport au fonctionnement d'Internet.
- ▶ Lancer une vidéo explicative. Il existe plusieurs capsules disponibles avec des angles différents et des durées variant d'une à dix minutes dont voici une sélection :
  - « Comment ça marche Internet ? » du média *1jour1actu*, [courte vidéo](#) à base de dessins pour les plus jeunes qui aborde directement la question de la véracité de l'information en ligne ;
  - « La face cachée d'Internet » de Fréquence écoles, [vidéo synthétique](#) sur l'infrastructure d'Internet (du câble au World Wide Web) plutôt destinée aux adolescents ;
  - « Ça marche comment Internet ? » de la web-série *Quartier Génial* – chaîne de vulgarisation soutenue par la Fonction Orange – dont [la vidéo](#) est axée sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux ;
  - « Internet ! Comment ça marche ? » de la chaîne Rémi Explique, [vidéo](#) plus technique sur le fonctionnement des routeurs, adresses IP, URL et la navigation Web de manière générale ;
  - « KEZAKO : comment fonctionne Internet ? » d'Unisciel, instance universitaire de vulgarisation scientifique dont [la vidéo](#) s'attarde sur le fonctionnement de la fibre optique ;
  - « Comment fonctionne Internet » de la chaîne canadienne Apprends l'engineering, [vidéo](#) la plus longue (environ dix minutes) mais aussi la plus complète et qui place les datacenters au centre de son propos sans oublier d'aborder les questions de gouvernance.
- ▶ Demander aux participants de décrire ce qu'ils ont vu et retenu.
- ▶ Récapituler les origines et le fonctionnement d'Internet.
- ▶ Interroger les participants sur leurs représentations de ce qu'est Internet aujourd'hui : « Internet c'est quoi aujourd'hui ? Qu'est-ce que cela vous évoque ? » L'animateur note les mots au tableau. Ce tour de table permet de récolter des mots clés, faire la transition sur le concept de culture numérique et annoncer la deuxième séquence.

## Séquence 2 [30-45 min]

- ▶ Annoncer le quiz sur les sujets incontournables de culture numérique qui permettra de déblayer le terrain et de mettre à niveau les groupes. L'utilisation d'applications de quiz telles que *Kahoot !* permettra de ludifier davantage le procédé mais impliquera une connexion minimum par groupe, soit par smartphone soit par ordinateur, et une appropriation de l'outil en amont par l'animateur.
- ▶ Répartir les participants en groupes de trois ou quatre.
- ▶ Projeter sur l'écran et lire à voix haute les questions à choix multiples (entre dix et vingt) et leurs réponses, par exemple :
  - *Qu'est-ce qu'un cookie ?*
  - A - un délicieux biscuit qui vend du rêve beurré et de l'évasion sucrée ;
  - B - un nom très répandu chez les chihuahuas ;
  - C - un fichier texte généré par le serveur du site web que je visite et stocké sur mon ordinateur qui conserve mes données comportementales (nombre de visites, temps de navigation, rubriques consultées, etc.). Ces données rendent plus facile ma prochaine consultation du site mais permettent aussi de me proposer des publicités ciblées.
- ▶ Laisser un temps de réflexion par groupe et faire un vote à main levée ou via l'application (l'avantage de l'application étant l'anonymat qui libère le choix des réponses).

## Ressources bibliographiques

Gérald Bronner, *Déchéance de rationalité*, Paris : Grasset, 2019.

Dominique Cardon, *Culture numérique*, Paris : Les presses de Sciences Po, 2019.

Maurizio Ferraris, *Postvérité et autres énigmes*, Paris : PUF, 2019.

Normand Landry et Anne-Sophie Letellier, *L'éducation aux médias à l'ère numérique : entre fondations et renouvellement*, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 2016.

Podcast France Culture, « L'infobésité », in *Le secret des sources*, 2016. [En ligne] < <https://www.franceculture.fr/emissions/le-secret-des-sources/l-infobesite> > (consulté le 6 janvier 2021)

Gérald Bronner, *La démocratie des crédules*, Paris : PUF, 2013.

Benoît Sillard, *Maîtres ou esclaves du numérique*, Paris : Eyrolles, 2011.

- ▶ Donner la bonne réponse et la compléter en donnant des exemples d'application et d'enjeux (dans notre exemple, expliquer qu'il est possible de choisir de limiter les cookies selon les navigateurs et par exemple faire une démonstration). La [Commission nationale de l'informatique et des libertés \(CNIL\)](#) présente comment faire pour les navigateurs les plus connus en distinguant bien les différents types de cookies et leurs utilités respectives.
- ▶ Pour chaque notion, préparer une fiche explicative qui complétera la réponse. Exemples de notions abordables : algorithme, Big Data, Open Data, IoT, intelligence artificielle, sobriété numérique, GAFAM, uberisation, infobésité, bulles de filtre, *pure players*, *fake news*, *deep fake*... Pour la terminologie, on pourra s'appuyer sur les [lexiques thématiques](#) de l'Office québécois de la langue française. Commencer par les aspects techniques pour compléter la première séquence et aborder progressivement vers les notions relatives aux médias et à l'information.
- ▶ Pour vous aider à préparer le quiz et les fiches explicatives, vous pouvez piocher dans l'excellent [parcours](#) proposé par Alexandra Maurer et Denis Weiss du CLEMI de la Réunion. Vous y trouverez notamment un quiz aléatoire de vingt questions prêt à l'emploi et paramétrable par publics si vous êtes suffisamment à l'aise.

## [Pause et mise en place des jeux pour la suite – 10 min]

## Séquence 3 [30-40 min]

- ▶ Commencer par faire un tour de table pour sonder les pratiques numériques : qui est sur les réseaux sociaux ? Lesquels ? Comment s'informent-ils ? Qui regarde des vidéos sur YouTube ? Qui suivent-ils ?
- ▶ Annoncer le jeu, énoncer les règles et animer la partie selon le choix opéré :
  - *Tube Box* de Fréquence écoles qui regroupe deux jeux pour mieux comprendre le fonctionnement de YouTube : YouTube Data sur le rôle des algorithmes et YouTube Master sur le phénomène des influenceurs et le modèle économique de la plateforme.
  - *Médiasphères* de Canopé qui permet d'aborder et de faire des mini-débats autour des données personnelles, de l'hyperconnexion et des comportements sur les réseaux sociaux.
  - *Le Fil de l'info* du Ritimo, une activité ludique qui permet de comprendre le positionnement des différents acteurs dans la chaîne de l'information dont la durée de quatre heures est toutefois à adapter.

## Séquence 4 [10 min]

- ▶ Mettre fin à la partie et résumer avec les participants les thèmes évoqués pendant les séquences

## Préparation en amont

## Séquence 1

- ▶ Sélectionner et visionner une capsule vidéo
- ▶ Noter les points développés dans la vidéo

## Séquence 2

- ▶ Définir une liste de dix sujets incontournables
- ▶ Préparer les questions, les trois/quatre réponses par question et les fiches complémentaires explicatives (applications, exemples et enjeux)
- ▶ Si utilisation d'une application de quiz : créer un compte, importer les questions-réponses et tester son fonctionnement en situation

## Séquence 3

- ▶ S'approprier et tester les jeux avec des collègues et/ou des proches
- ▶ Adapter si besoin les contenus (écarter des règles trop rigides ou des éléments dépassés ou inadaptés au public visé)

## Charte d'éthique professionnelle des journalistes

Le rôle des journalistes est fondamental dans une démocratie, il est nécessaire d'en savoir les règles. Les quelques problèmes relevés dans les commentaires pour éclairer le texte ne doivent pas cacher la grande qualité du journalisme professionnel.

Nous nous fondons sur la dernière version de la Charte de déontologie, fondatrice de la profession, adoptée par le Comité national en mars 2011, pour la 93<sup>e</sup> année. [Source SNJ, 1918/38/2011](#)

Dans le texte qui suit les extraits de la charte sont en italiques et les commentaires de l'auteur en romain.

*Le droit du public à une information de qualité, complète, libre, indépendante et pluraliste, rappelé dans la Déclaration des droits de l'homme et la Constitution française, guide le journaliste dans l'exercice de sa mission. Cette responsabilité vis-à-vis du citoyen prime sur toute autre.*

[La Déclaration universelle des droits de l'homme et du citoyen](#) reconnaît dans son article XI, la nécessité d'un espace public pour débattre des questions de la cité. La Constitution de la V<sup>e</sup> République met en avant dans son article 34 le caractère indispensable de la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias. Le journalisme s'est peu à peu imposé dans les démocraties occidentales comme le 4<sup>e</sup> pouvoir, à même de permettre au citoyen de comprendre ce que font les pouvoirs exécutif (le gouvernement), législatif (le parlement) et judiciaire, d'une part ; le pouvoir économique, la sphère sociale et culturelle, de l'autre.

*La responsabilité du journaliste ne peut être confondue avec celle de l'éditeur, ni dispenser ce dernier de ses propres obligations.*

Dans un média coexistent plusieurs métiers. Le média doit avoir un modèle économique et des actionnaires. C'est le rôle de l'éditeur d'assurer la viabilité de l'entreprise. Entre les capitaux et les journalistes, il y a le rôle fondamental de la rédaction en chef qui définit la ligne éditoriale du média.

*Le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité ; il ne peut se confondre avec la communication.*

*La notion d'urgence dans la diffusion d'une information ou d'exclusivité ne doit pas l'emporter sur le sérieux de l'enquête et la vérification des sources.*

À l'heure des réseaux sociaux et du flux continu imposé par le numérique, le journaliste ne doit pas céder à la tentation du suivisme ou de la facilité. L'affaire récente de la fausse arrestation à Glasgow de Xavier Dupont de Ligonnès est éclairante (cf. [Wikipédia](#)).

L'information n'est pas non plus du divertissement.

*La sécurité matérielle et morale est la base de l'indépendance du journaliste. Elle doit être assurée, quel que soit le contrat de travail qui le lie à l'entreprise.*

Comme l'affirme Pierre Henrichon, dans son ouvrage *Big data : faut-il avoir peur de son nombre ?* la numérisation du monde s'accélère, bouleversant les équilibres nés de l'Après-guerre et fondés sur un salariat organisé et valorisé.

Le cas de Science et Vie, maintenant contrôlé par le groupe Reworld Media, illustre cela. Aude Dassonville écrit dans [Le Monde du 1er décembre 2020](#) : « Réduite de moitié, l'équipe rédactionnelle s'était efforcée de pallier le manque d'effectifs (des journalistes spécialisés en santé, particulièrement) en attendant des jours meilleurs. Mais alors qu'en novembre les deux journalistes jusqu'alors mobilisées sur le site ont été rapatriées à la rédaction du mensuel, de nouveaux "chargés de contenus" ont commencé à produire des [posts catastrophiques] [...] On a vu des plagiats, des traductions de communiqués de presse, des erreurs, des articles sans enquête, des articles republiés tels quels plusieurs années après leur parution, détaille-t-elle. Une calamité qui décrédibilise le titre. » Lundi 30 novembre 2020 dans l'après-midi, la rédaction a fait savoir de manière collective que ses membres s'opposeraient à la reprise de leurs anciens articles sur le numérique.

*Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte ou exprimer une opinion contraire à sa conviction ou sa conscience professionnelle, ni aux principes et règles de cette charte.*

Il s'agit de s'assurer de l'autonomie du journaliste vis-à-vis notamment des actionnaires de son entreprise. Le travail journalistique est, en effet, organisé par la rédaction (endroit où se discute la manière dont s'élabore le contenu du média). Cette rédaction regroupant les journalistes peut voter une motion de défiance vis-à-vis de la direction du journal.

*Le journaliste accomplit tous les actes de sa profession (enquête, investigations, prise d'images et de sons, etc.) librement, a accès à toutes les sources d'information concernant les faits qui conditionnent la vie publique et voit la protection du secret de ses sources garantie.*

La liberté de la presse est conditionnée par la liberté laissée au journaliste d'avoir accès à tout document public, par sa liberté de déplacement et par la faculté qui lui sera garantie de pouvoir protéger ses sources. La fiction peut aussi mettre en lumière la réalité tangible de ce besoin. La [série danoise Borgen](#), dans sa première saison, fait, en effet, clairement apparaître l'importance cruciale de ces aspects du métier.

C'est dans ces conditions qu'un journaliste :

- ▶ Prend la responsabilité de toutes ses productions professionnelles, même anonymes ;
- ▶ Respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence ;
- ▶ Tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non-vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles ;

Dans notre société de l'instantanéité, le fait de poster une image sur un média doit nécessairement être accompagné d'une réflexion sur le point de vue adopté, la place du photographe/vidéaste sur le théâtre des opérations, ...

- ▶ Exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent ;
- ▶ Dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte ;

La probité du journaliste s'évalue à l'aune de son niveau d'information au moment de la publication. Il lui appartient de compléter ou de rectifier *a posteriori*, s'il est besoin. Il suffit de penser à la célèbre rubrique « Pan sur le bec ! » que le *Canard enchaîné* réactive à chaque fois que de besoin pour redresser une erreur ou à la propagation plus récente du debunk consistant à démentir une information erronée. (Voir l'interview de Thomas Durand sur notre site [emi.ensib.fr](#).)

- ▶ N'accepte en matière de déontologie et d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs ; répond devant la justice des délits prévus par la loi.

La liberté de la presse en France s'entend au sens de [la loi du 29 juillet 1881](#). Mais un journaliste peut être condamné pour des motifs précis, comme la provocation à la haine raciale.

- ▶ Défend la liberté d'expression, d'opinion, de l'information, du commentaire et de la critique ;
- ▶ Proscrit tout moyen déloyal et véral pour obtenir une information ;
- ▶ Ne touche pas d'argent dans un service public, une institution ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;
- ▶ N'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;
- ▶ Refuse et combat, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication ;

À cette fin, on distinguera dans un média le contenu journalistique de la publi-information. La différence doit être claire. Par exemple, le site du *Monde* propose une rubrique dénommée « Contenus partenaires », qui annonce la chose suivante : « contenus réalisés par les équipes de M Publicité, la régie publicitaire du *Monde*. La rédaction n'a pas participé à leur réalisation. »

- ▶ Cite les confrères dont il utilise le travail, ne commet aucun plagiat ;
- ▶ Ne sollicite pas la place d'un confrère en offrant de travailler à des conditions inférieures ;
- ▶ Garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations ;
- ▶ Ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge.



**Objectif**

Donner les premières clés pour développer l'esprit critique face à une information à partir d'analyses de cas. Il s'agira pour le participant d'apprendre à repérer les erreurs et manipulations et adopter des réflexes face à un texte, une photo ou une vidéo tirée d'un média. L'atelier se déroule en trois séquences d'analyse d'un corpus d'articles mêlant vraies et fausses informations : une première séquence où les participants évaluent leur véracité de manière intuitive ; une deuxième séquence où ils peuvent faire des recherches et ainsi procéder à une réévaluation des articles ; et une troisième séquence consacrée à la correction de l'exercice par l'animateur et des échanges avec les participants.

**Public cible**

Collège à partir de la 4<sup>e</sup>, lycée, premier cycle universitaire en adaptant les articles.

**Compétences mises en œuvre**

- Comprendre le circuit de l'information, de sa production à sa réception, ainsi que l'écosystème dans lequel il s'inscrit : ses acteurs et ses enjeux.
- Savoir rechercher, sélectionner, évaluer, organiser l'information et qualifier ses sources : leur fiabilité et leur pertinence.
- Savoir identifier les composantes de l'information, comprendre ses mécanismes de fabrication et les enjeux de la désinformation.
- Connaître des outils de vérification et de fact-checking, savoir différencier désinformation et intention parodique.

**Matériel**

Un ordinateur et un vidéoprojecteur pour projeter les textes, photos ou vidéos à analyser et la correction en fin d'atelier, articles et feuilles de réponse, stylos. Recommandé : des ordinateurs ou tablettes permettant la recherche en ligne par groupe ou participant.

**Moyens humains**

Un animateur pour quinze participants.

**Durée**

1h - 1h30

**fiche atelier 2****Décrypter les médias****Déroulé****Introduction [10 min]**

- ▶ Se présenter et présenter l'activité. L'introduction peut être l'occasion d'interroger les participants sur leurs pratiques informationnelles et de revenir sur les points essentiels de l'atelier 1.
- ▶ Répartir les participants en binômes.
- ▶ Distribuer les articles et les feuilles de réponses et lancer l'exercice.

**Séquence 1 [10-20 min]**

- ▶ Faire le tour des groupes. Les participants lisent et évaluent la véracité des articles de manière spontanée, sans faire de recherche sur écran. Il s'agit d'une partie brève de mise en situation courante face à une information : on ne prend pas le temps de vérifier et on juge en fonction de son intuition. Ils notent leurs évaluations sur les feuilles de réponse.

**Séquence 2 [30 min]**

- ▶ Inviter les participants à rechercher et vérifier les informations des articles à l'aide de leurs téléphones ou des outils mis à leur disposition, puis à noter la nouvelle évaluation qu'ils en donnent sur leurs feuilles de réponse. C'est la phase de décryptage.
- ▶ Distribuer des conseils au fur et à mesure en s'appuyant sur les méthodes de l'IFLA ou du collectif de journalistes We Report pour repérer les *fake news*.

Variante : traiter article par article en alternant cinq minutes sans recherche et cinq minutes avec recherche.

**Séquence 3 [30 min]**

- ▶ Faire la correction de l'exercice et en profiter pour initier des échanges.
- ▶ Résumer la méthode à adopter en projetant sur l'écran l'infographie de l'IFLA ou du collectif de journalistes We Report sur la méthode pour repérer les *fake news*.

Après avoir vérifié la capacité de sens critique des participants, l'atelier peut déboucher sur une présentation des principaux sites et outils de *fact-checking* en ligne et leurs spécificités (attention à vérifier dans quelle mesure l'accès est restreint aux abonnés) :

- **Les Décodeurs** : la rubrique du *Monde* initialement consacrée à la vérification des faits qui a élargi sa ligne éditoriale à la contextualisation et l'exploitation des données. Elle continue néanmoins à proposer son outil de vérification **Decodex** où on peut saisir l'URL d'un site pour vérifier la fiabilité de la source d'information.
- **Checknews** : l'outil de *Libération* propose un moteur de recherche et un formulaire pour poser ses questions, se présentant ainsi comme un véritable service de fact-checking.
- **Factuel** : le site de l'AFP a comme avantage de proposer la vérification des dernières tendances sur les réseaux sociaux et constitue une bonne mine d'articles pour l'atelier. Permet d'aborder le rôle des agences dans la chaîne de l'information et souligner le rôle de l'AFP qui fait partie des trois grandes agences aux côtés du britannique Reuters et de l'américain Associated Press.
- **Les Observateurs** : site de vérification en français, anglais, arabe et persan de la chaîne d'information en continu France 24, axé sur la vidéo et l'image.
- **Conspiracy Watch** : site reconnu comme service de presse en ligne et spécialisé dans les théories du complot, plus délicat à manier mais reste un outil de référence sur le phénomène complotiste.

**Ressources bibliographiques**

Pierre Henrichon, *Big Data : faut-il avoir peur de son nombre ? Cybernétique, dataveillance et néolibéralisme : des armes contre la société*, Écosociété, 2020.

IFLA, « Comment repérer les *fake news* ? », in : IFLA, 2019. [En ligne] < <https://www.ifla.org/publications/node/11174> > (consulté le 14 janvier 2021)

Laurent Bigot, *Fact-checking vs fake news : vérifier pour mieux informer*, Paris : INA, 2019.

Jérémie Fabre, « Médias français : qui possède quoi ? », in : *Le Monde diplomatique*, 2018. [En ligne] < <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA> > (consulté le 14 janvier 2021)

Arnaud Mercier, « Fake news et post-vérité : 20 textes pour comprendre et combattre la menace », in : *The Conversation*, 2018. [En ligne] < <https://theconversation.com/fake-news-et-post-verite-20-textes-pour-comprendre-et-combattre-la-menace-97807> > (consulté le 14 janvier 2021)

France TV Éducation, « Les clés des médias », in : *Éducation France TV*. [En ligne] < <http://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/cinquieme/programme/les-cles-des-medias> > (consulté le 14 janvier 2021)

Hugo Prévost, « Comment évaluer la crédibilité d'un média ? », in : *Agence Science-Presse*, 2017. [En ligne] < <http://www.sciencepresse.qc.ca/actualite/detecteur-rumeurs/2017/11/08/comment-evaluer-credibilite-media> > (consulté le 14 janvier 2021)

« Tous FactCheckeurs », in : *YouTube*. [En ligne] < [http://www.youtube.com/playlist?list=PLcHeuji-yRM8C8xITTC2laV\\_5bWz1AS4](http://www.youtube.com/playlist?list=PLcHeuji-yRM8C8xITTC2laV_5bWz1AS4) > (consulté le 30 janvier 2019)

Jean-Marie Charon, Jacqueline Papet, Aurélie Filippetti, *Le journalisme en questions : réponses internationales*, Paris : l'Harmattan [INA éditions], 2014.

Podcast France Culture, « Mécaniques du complotisme », in *Savoirs*. [En ligne] < <https://www.franceculture.fr/emissions/mecaniques-du-complotisme> > (consulté le 6 janvier 2021)

**Variantes**

L'animation peut se faire sans accès à la recherche en ligne. Il conviendra alors d'adapter la sélection des informations et d'axer l'atelier sur l'analyse plutôt que la recherche en insistant par exemple sur la confusion entre corrélation et causalité, l'utilisation d'une image hors de son contexte ou encore l'absence de sources. On prendra soin de préciser que ce travail d'analyse donne des indications sur la fiabilité d'une information et qu'il faut le compléter par des recherches approfondies.

L'atelier peut porter uniquement sur la manipulation et le détournement d'images et de vidéos. Dans ce cas, présenter des outils de vérification de vidéos YouTube ([Youtube DataViewer](#) d'Amnesty International, [InVID](#) soutenu par l'Union européenne) ou de recherche inversée d'images ([Google Image](#), [Tineye](#)). Un [exemple d'exercices](#) sur la vidéo proposé par l'Académie d'Amiens.

**Préparation en amont**

- ▶ Constituer et imprimer un corpus d'articles mêlant vraies et fausses informations. Cet atelier se base sur l'outil pédagogique [Le Vrai du Faux](#) élaboré par l'UNIJ et prévu pour durer deux heures. On peut bien sûr le reprendre tel quel avec ses exemples, ou l'adapter pour un format plus court (recommandé) et en sélectionnant des articles et vidéos plus récents. Sur ce dernier point, les sites de *fact-checking* mentionnés plus haut sont une source inépuisable
- ▶ Créer et imprimer des feuilles de réponses vrai/faux. Pour chaque article, le participant doit remplir une case « avant recherche » (séquence 1) et une case « après recherche » (séquence 2)
- ▶ Préparer un diaporama pour les éléments de conclusion qui contiendrait par exemple l'infographie de l'IFLA, les sites de *fact-checking* ou encore un exemple de « deepfake »

## fiche thématique 3

Le mégaphone ment : manuel citoyen de survie à l'ère du mensonge<sup>1</sup> par Lea Korsgaard

## L'autrice et le contexte

Lea Korsgaard est une journaliste et autrice danoise, née en 1979. Diplômée de la Syddansk Universitet en journalisme et de The New School (New York) en sociologie, elle est passée par les rédactions de deux grands quotidiens danois Berlingske et Politiken.

Aujourd'hui, elle est rédactrice en chef de *Zetland*, dont elle est cofondatrice avec Hakon Mosbech, Silke Bock et Jakob Moll. Il s'agit d'un quotidien numérique qui a pour ambition de remettre en perspective l'information. Elle s'est investie également dans la formation des jeunes journalistes.

En tant qu'autrice, elle a notamment écrit *Orgasmeland*, traitant de l'irruption de la révolution sexuelle au Danemark, avec l'arrivée de Wilhelm Reich, dans les années 1930 (2014).

Son petit ouvrage pour lutter contre la désinformation, *Le mégaphone ment : manuel citoyen de survie à l'ère du mensonge*, provient du choc qu'a constitué pour les démocraties européennes l'arrivée au pouvoir de D. Trump à la tête des États-Unis d'Amérique, quelques mois après le « oui » britannique au Brexit. L'ouvrage a été soutenu par l'Association des bibliothèques danoises et a été distribué dans les bibliothèques du pays.

## Analyse du livre

Lea Korsgaard part de l'ouvrage qui a durablement marqué la profession de journaliste au Danemark, celui de Nils Ufer, *Le journaliste mis à nu*, paru dans les années 1980. Voici comment elle le résume :

« Dans ce livre, Nils Ufer décrivait son idéal du journalisme, qu'il appelait le rapporteur : un journaliste, écrivait-il, ne doit pas se parer des plumes du paon, ni de titres ronflants ; il ne doit pas tromper le lecteur, en tablant sur sa propre analyse, sa propre interprétation, ses propres penchants ou ses propres arguments ; il doit simplement écrire au fil de la plume et rapporter ce qui se passe dans le monde. Avec humilité et sobriété, il doit tenir informé le lecteur des dernières nouvelles et de rien d'autre. »

Le journaliste doit se borner à être le greffier de la réalité, en rapportant des faits. Lea Korsgaard passe rapidement alors en revue l'histoire du journalisme au Danemark, pour expliquer la raison pour laquelle cette thèse s'est imposée et pose comme problématique le fait que l'évolution récente du monde rend ce positionnement caduc : la neutralité ne serait plus de mise, car le combat a pour enjeu la vérité.

Lea Korsgaard propose trois raisons au bouleversement actuel :

- ▶ la révolution technologique avec l'évolution exponentielle des contenus et des conditions de production, qui a eu pour conséquence l'effondrement du modèle économique des médias établis ;
- ▶ la rébellion contre toute verticalité, qui a mis à mal les institutions et la vision traditionnelle des choses, et par là même, les messages véhiculés par ces institutions.
- ▶ le débat public, enfin, a longtemps ignoré une réalité manifeste qui a érodé une grande partie de la confiance que la classe moyenne occidentale plaçait en un avenir meilleur.

Lea Korsgaard conclut sur un constat : les « vérités alternatives » représentent désormais un créneau porteur dans un « marché » de l'information. C'est ce qu'a bien compris Donald Trump. L'autrice, elle, met en garde solennellement les lecteurs : si nos démocraties traversent une crise, elle est ontologiquement fondamentale, parce qu'elle révèle la remise en question de la confiance qui lie chaque individu à une communauté dont il partage le destin.

Lea Korsgaard propose sept pistes à ses lecteurs, pour transformer le regard qu'ils portent sur l'information :

- ▶ Le journalisme n'a plus comme tâche principale d'apporter l'information. Chacun peut constater la compétition effrénée qui existe entre médias pour accrocher l'attention du lecteur-auditeur-spectateur ; compétition imposant une accélération et un nivellement inquiétant de l'information.
- ▶ Il faut se fier à des femmes et à des hommes qui font preuve d'une sagesse dans l'action. Ce type d'interlocuteur ne se contente pas de décrire : il analyse les faits et les éclaire. Il fait reposer son raisonnement sur une base factuelle solide et non sur des arguments à forte charge émotionnelle.
- ▶ Il faut différencier le fait de l'opinion. Ne pas laisser la vérité en suspens et l'opinion s'imposer dans le débat : et si les climatologues se trompaient ? Et si la terre n'était pas ronde ?
- ▶ Il est important de toujours replacer dans son contexte une information.
- ▶ Il ne faut pas confondre journaliste et commentateur dont la présence augmente dans les médias.
- ▶ La réalité n'est pas uniformément noire et, par conséquent, elle ne peut se concentrer consciemment sur les seuls scandales et problèmes, même si c'est le meilleur moyen pour décrocher une distinction dans la profession.
- ▶ Il faut se méfier du mensonge, alimenté par la défiance qui est désormais palpable partout.

Les réseaux sociaux n'ont-ils pas été accusés de n'être que des chambres d'écho, reposant sur des algorithmes ? Aussi est-il indispensable de saisir le point de vue de l'autre et de lire-écouter-voir la presse largement. Malgré l'évident confort que procure internet, Lea Korsgaard invite ses concitoyens à se retirer en eux-mêmes, pour réfléchir et construire leurs propres valeurs.

« N'accusons pas la technologie d'être la cause du débat public, tant que nous n'avons pas au moins essayé de restaurer l'art même du débat – peut-être en commençant par nous isoler de temps en temps du brouhaha. Et puis, asseyons-nous un peu, loin des vociférations. Ouvrons la fenêtre. Lisons un livre. En paix. »

1 - Den der råber lyver - mediebrugerens manual til løgnens tidsalder, København : Zetland ApS, 2017, 91 p.

# scénario 3

## Objectif

Faire découvrir et analyser de manière critique des médias en ligne. L'atelier se déroule en trois séquences. Au cours de la première séquence, l'animateur fait une présentation générale des médias numériques en distinguant le journalisme numérique, qu'il s'agisse de médias dans leurs formats Web ou de véritables *pure players*, des réseaux sociaux en tant que plateformes de circulation de contenus. Cette séquence permet de faire le lien avec le précédent scénario consacré au décryptage de l'information où sont abordées des notions sur le journalisme. Dans un deuxième temps, les participants sont invités à consulter et analyser des médias tirés au sort selon une grille préétablie. Une troisième séquence est consacrée à une mise en commun.

## Public cible

Lycée, premier cycle universitaire.

## Compétences mises en œuvre

- Connaître et analyser les médias, notamment presse et médias sociaux, et leurs enjeux sociaux, culturels, politiques et économiques.
- Connaître les nouveaux formats médiatiques et les nouvelles formes de journalisme.
- Connaître et comparer des médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent et se positionner par rapport à celles-ci.
- Savoir appréhender les enjeux de citoyenneté liés à l'information et au numérique.

## Matériel

Ordinateur et vidéoprojecteur pour l'animateur, ordinateurs ou tablettes, feuilles de grille d'analyse, petits papiers de tirage au sort, stylos pour les participants.

## Moyens humains

Un ou deux animateur(s) pour quinze participants.

## Durée

1h - 1h30

## fiche atelier 3

# Découvrir, explorer et questionner les médias numériques

## Déroulé

### Séquence 1 [15 min]

- ▶ Se présenter et présenter l'activité. L'introduction peut être l'occasion d'interroger les participants sur leurs pratiques informationnelles (que cherchez-vous ? quand ? comment ? quand êtes-vous satisfait de votre recherche ?) et de revenir sur les points essentiels de l'atelier 1.
- ▶ Faire une présentation générale des médias numériques : historique, foisonnement et variété des formes entre les *pure players* et l'offre adaptée des médias traditionnels, enjeux autour des modèles économiques (comparer par exemple la gratuité d'un *Guardian* au Paywall du *Monde*) et articulation avec les réseaux sociaux.
- ▶ Annoncer la séquence 2, répartir les participants par groupes de deux ou trois et faire tirer au sort par chaque groupe le nom d'un média à analyser.

### Séquence 2 [20 min]

- ▶ Faire le tour des groupes pendant qu'ils consultent les médias en ligne et expliciter les éléments de la grille d'analyse. Cette dernière peut par exemple porter sur les éléments suivants : ligne éditoriale, historique, fondateur, public, couleur politique, modèle économique, thématiques phares, ton, particularité, un exemple d'article/d'émission emblématique, avis personnel d'appréciation, etc.

Pour vous guider dans la construction de cette grille : le modèle de grille d'analyse d'un journal télévisé de l'Académie de Nantes ; le modèle d'analyse vidéo du CLEMI ; les questions à se poser listées sur Éduscol ; une grille d'analyse plus générale de documents médiatiques orientée vers le repérage de théories complotistes de l'Université de Paix en Belgique.

### Séquence 3 [40 min]

- ▶ Chaque groupe présente le média qu'il avait à traiter en s'aidant de la grille.
- ▶ À la fin de chaque présentation, en profiter pour interroger les autres groupes (Est-ce que vous connaissez ce média ? Êtes-vous d'accord avec cette description ? Que pensez-vous du traitement de l'information sur ce site ?), faire des liens (Quelle différence dans le traitement d'une même information par rapport à un média analysé précédemment ?) et compléter les présentations (Appartenance à un groupe, affiliation politique, etc.).
- ▶ S'il reste du temps, présenter les médias qui n'auraient pas été tirés au sort ou ses propres coups de cœur.
- ▶ Conclure en insistant sur les réflexes à adopter face à un média : les questions à se poser telles que présentées dans la grille d'analyse.

## Variantes

L'atelier peut porter exclusivement sur certaines formes de médias en ligne – telles que des podcasts ou des chaînes YouTube – ou des thématiques précises, par exemple les médias féministes en ligne.

L'atelier peut prendre un format plus court et moins participatif avec une présentation de médias par deux animateurs dans un exercice du type « Dix médias web en trente minutes » avec minuteur, mise en scène et pourquoi pas un fil conducteur.

L'atelier peut déboucher sur un temps de médiation numérique pratique, par exemple en faisant découvrir les méthodes de téléchargement de podcasts et vidéos, ou en faisant élaborer un livret des coups de cœur de l'atelier dans un logiciel de traitement de texte.

## Préparation en amont

- ▶ Constituer sa banque de médias en ligne à travers une sélection et une connaissance de leurs spécificités. En voici quelques exemples : *Mediapart*, *Slate* (pure players généralistes), *Les Jours* (format original des reportages en séries), *Le Gorafi* (parodie), *AOC*, *The Conversation* (paroles d'universitaires et d'experts), *Brut*, *AJ+*, *Loopsider*, *Konbini*, *Melty*, *Vice*, *Le Monde* sur Snapchat (réseaux sociaux), *Data Gueule* (infographies sur YouTube), *Brief.me* (écrit travaillé pour et adapté aux enjeux de la lecture sur écran).
  - Pour les podcasts, il existe deux sites utiles proposant des classements thématiques : *Podmust* (qui se veut un site de référence sur l'univers du podcast et qui contient donc une présentation concise de ses origines et son fonctionnement) et *Podcastfrance* (qui fonctionne davantage comme un annuaire). On peut aussi s'approvisionner directement dans les deux grandes plateformes du moment : *Binge Audio* et *Nouvelles écoutés*.
  - Quant aux chaînes YouTube, le ministère de la Culture a dressé en 2018 un inventaire commenté de 350 chaînes culturelles et scientifiques francophones sur lequel il est possible de s'appuyer.
  - Pour connaître la fréquentation des médias et leur classement, consulter le site de l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias.
- ▶ Noter les noms des médias sur des feuilles de papier pour le tirage au sort.
- ▶ Préparer une présentation générale de 4/5 diapos maximum pour l'introduction.
- ▶ Préparer la grille d'analyse des médias à distribuer soit en version papier, soit en version électronique si un travail de traitement de texte sur ordinateur est prévu pendant l'atelier.

## Ressources bibliographiques

Bernard E. Harcourt, *La Société d'exposition. Désir et désobéissance à l'ère numérique*, Paris : Seuil, 2020.

Thomas C. Durand, *Quand est-ce qu'on biaise ?*, Paris : Humensciences Éditions, 2019.

Lea Korsgaard, *Den der råber lyver - mediebrugerens manual til løgnens tidsalder*, København : Zetland ApS, 2017.

Guillaume Sire, *Les moteurs de recherche*, Paris : La Découverte, 2016.

Monique Dagnaud, *Génération Y : les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris : Les presses de Sciences Po, 2013.

Arte, série « Dopamine » sur les réseaux sociaux. [En ligne] < <https://www.arte.tv/fr/videos/RC-017841/dopamine/> > (consulté le 6 janvier 2021)



On ne peut que constater la place désormais centrale dans nos vies des réseaux sociaux, objets de répulsion comme de fascination. Comme la langue d'Ésope, ils permettent de garder le contact, de découvrir de nouveaux horizons et de nouvelles personnes, de se confronter aux autres, partager, produire, communiquer... mais aussi de rester dans l'entre-soi en favorisant les cercles et les opinions déjà partagés. Il n'est jusqu'au symbole emblématique du pouce levé ou tourné vers le bas qui, dans l'inconscient collectif, les assimile à une vaste arène antique abritant des spectacles très divers, allant de l'exposition de soi au combat féroce. Les hommes et femmes du XXI<sup>e</sup> siècle se résument-ils à leur contribution à la société du spectacle ?

### L'économie de l'attention

Comme l'affirme le sociologue Gérald Bronner ([entretien sur France Inter](#)), « nous avons huit fois plus de disponibilité mentale qu'au début du XIX<sup>e</sup> siècle » et ce temps dégagé, nous le passons essentiellement sur des écrans. Par leurs contenus et leur ergonomie, les réseaux sociaux font tout pour retenir notre attention, afin que nous restions le plus longtemps connectés, prêts à consommer de la publicité ([Voir Yves Citton](#)) et... fournir nos données personnelles : nous scruterions désormais nos téléphones mobiles près de quatre heures par jour. Or, les médias traditionnels qui concentraient l'attention et fournissaient naguère les sujets de débat ont été déstabilisés par l'irruption de l'internet grand public, qui va de pair avec un usage individuel. Cette irruption a rapidement remodelé le panorama des idées, en mettant en place un « marché de l'attention » dérégulé et mondialisé, qui s'est emballé avec la naissance du web 2.0 et des réseaux sociaux. Par emballement, il faut entendre le fait que les réseaux sociaux se sont imposés comme les pivots de l'information : refuser d'en être, c'est risquer d'être invisible ; y participer, c'est risquer de concourir à la montée en puissance de l'insignifiance.

Si Internet met à la disposition de l'humanité une masse d'informations inouïe à même de faire de chacun et de chacune de nous des citoyens du monde éclairés, il faut bien avouer que l'étude des usages dément ce rêve humaniste. Les réseaux sociaux, de fait, favorisent les pièges informationnels (exploitation de contenus suscitant la peur ou le conflit, exposant la sexualité, flattant nos *ego*). Et des médias traditionnels peuvent tomber dans ce travers, par suivisme, comme le commente Martin Geoffroy, dans [Le Devoir](#) : « Si les médias d'information se retrouvent en compétition avec les réseaux sociaux, c'est aussi parce qu'ils ont adopté leur mode opérationnel en multipliant les commentaires dans la lutte pour l'attention. On se retrouve avec moins de reporters et plus de chroniqueurs. Le traitement de la nouvelle y est personnalisé comme sur les réseaux sociaux. »

Pour autant, il ne faut pas non plus idéaliser le passé : on assiste, en partie, à un simple report d'usage. Mais, de l'accélération algorithmique résulte un impact autrement plus important ; et cet effet technologique est renforcé par le caractère *a posteriori* du contrôle : les plateformes ont encore un statut d'hébergeur et non de diffuseur.

### Quelques chiffres pour bien mesurer l'importance du phénomène

Nom du réseau social	Date de création	Nombre d'utilisateurs
Facebook	2004	2,27 milliards (2018)
YouTube (Google)	2005	1,9 milliard (2018)
WhatsApp (Facebook)	2009	1,5 milliard (2017)
Messenger (Facebook)	2011	1,3 milliard (2017)
Instagram (Facebook)	2010	1 milliard (2018)
TikTok (ByteDance)	2016	1 milliard (2020)
LinkedIn (Microsoft)	2002	546 millions (2018)
Twitter	2006	313 millions (2017)
Snapchat (Snap)	2011	255 millions (2018)

Sources : Jérôme Colombain, 2019, hors TikTok Wikipedia, 2021

### Les cinq dangers des réseaux sociaux

La massification des échanges a induit une horizontalité qui met à portée de post toute personne connectée.

Jérôme Colombain, journaliste spécialisé, dénombre cinq dangers à éviter sur les réseaux sociaux : la haine, les infox ou *fake news*, la cyber surveillance, la cybercriminalité et l'addiction.

- ▶ Dans ce contexte, la haine a rapidement crû, pour des motifs très divers (immaturité, raisons politiques, racisme...).
  - Tout internaute doit veiller au respect de la loi et à la perception claire du contexte.
- ▶ La rumeur a toujours existé : pourquoi les réseaux sociaux échapperaient-ils à la diffusion des fausses nouvelles (ou infox) ? Ils multiplient les émetteurs d'informations et permettent à des mouvements ou des chefs politiques populistes de construire sciemment une stratégie de communication promouvant les infox.
  - La vérification (de la source, de l'image...), et le fait de douter surtout quand on a envie d'y croire semblent la meilleure parade.
- ▶ À la question de savoir si l'on s'expose en fréquentant un réseau social, la réponse est oui. La donnée est le marché – lucratif – qui sous-tend le modèle économique des réseaux sociaux de masse. Le marché est extrêmement concentré : Facebook, Google, Twitter, Microsoft, sans surprise, occupent une position qui tient du monopole. Par données, il faut entendre les données d'identification et les données d'usages. (Voir l'intervention de Nikos Smyrniaos sur le site [emi.enssib.fr](#)).
  - Se prémunir de mésaventures désagréables passe par le réglage des paramètres de confidentialité, la non-divulgaration d'informations trop personnelles et le contrôle régulier sur Internet de ce qui peut être écrit à son sujet mais aussi par la maîtrise de ce que l'on poste : rester modéré, ne pas incriminer, etc.
- ▶ La cybercriminalité, pour sa part, connaît un essor sans précédent.
  - Il faut d'une part utiliser des mots de passe forts, ne jamais donner ses accès de compte, ne pas enregistrer les mots de passe sur son ordinateur, toujours fermer la session de travail en sortant, d'autre part éviter de répondre à toute invitation douteuse et contrôler sa webcam. Enfin, il faut avoir un antivirus adapté et ne pas laisser son compte social trop longtemps inactif.
- ▶ Pour ce qui est de l'addiction, elle est subreptice mais réelle chez quantité de personnes.

### Le monde virtuel et le monde réel ne sont pas déconnectés

L'affirmation péremptoire qui consiste à opposer le monde réel et le monde virtuel, ne supporte pas l'analyse. On peut estimer l'impact de la perméabilité entre ces deux réalités à différents niveaux : au niveau de l'individu, au niveau socio-économique, au niveau politique.

- Au niveau de l'individu, la majorité numérique coïncide en France avec la majorité sexuelle (15 ans).
- Si l'on porte l'attention au niveau socio-économique, on peut dire que les réseaux sociaux sont devenus le lieu de la polémique, polémique qui a des répercussions sur l'image de l'entreprise ou de l'association mise en cause.
- Enfin, la marche sur le Capitole de Washington de partisans extrémistes de Donald Trump le 6 janvier 2021 valide l'hypothèse selon laquelle les réseaux sociaux ont une répercussion directe sur la vie politique. Les débats qui ont suivi amènent à réfléchir sur la responsabilité et le statut des plateformes (voir plus haut).

### Discussion

Le contexte éminemment dynamique des réseaux sociaux subvertit constamment le rôle des états et on peut penser que les GAFAM sont actuellement trop puissants. Le règlement général sur la protection des données est la première réelle tentative de l'Europe pour protéger les citoyens. Mais, elle paraît assez lourde pour les petites entreprises et assez indolore pour les grands groupes, dont le démantèlement – s'agissant des GAFAM – est régulièrement évoqué. Une autre piste proposée consisterait à lever l'anonymat sur Internet : cette piste risque de se heurter au camouflage technique d'identité possible offert par des serveurs. Certains proposent la construction d'une identité numérique, administrée par une autorité supranationale. Faut-il aller jusqu'à un permis à points ? Car, se passer des réseaux sociaux reviendrait aussi à fermer une fenêtre ouverte sur le monde, qui a joué un rôle non négligeable dans la sociabilité de milliards d'individus lors des confinements décrétés pour pandémie en 2020. En attendant, il y a lieu d'insister tout particulièrement sur la formation aux réseaux sociaux et à l'information.

## fiche atelier 4

## Comprendre et maîtriser les enjeux de l'identité numérique à l'ère des réseaux sociaux

## Objectif

Sensibiliser aux enjeux de nos comportements sur les réseaux sociaux et à la notion d'identité numérique. Cet atelier se déroule en trois séquences : une première séquence de présentation générale des réseaux sociaux et de la notion d'identité numérique, une deuxième séquence de mise en situation sous la forme d'un jeu de rôle et une troisième séquence de conseils pratiques en guise de conclusion. Le jeu de rôle permet de s'affranchir du matériel informatique.

## Public cible

Collège/lycée.

## Compétences mises en œuvre

- Connaître et exercer ses droits (liberté d'expression et d'information), ses devoirs et ses responsabilités.
- Comprendre et gérer ses relations sociales médiatisées ainsi que son identité numérique.
- Connaître les règles juridiques du droit d'auteur et des droits voisins à l'ère du numérique.
- Savoir protéger son identité, ses données personnelles et sa vie privée dans un environnement numérique.

## Matériel

Ordinateur et vidéoprojecteur pour l'animateur [recommandé], grande table pour le jeu.

## Moyens humains

Un animateur pour douze participants.

## Durée

1h - 1h30

## Déroulé

## Séquence 1 [10 min]

- ▶ Se présenter et présenter l'activité.
- ▶ Faire une présentation générale des réseaux sociaux : définition, brève histoire, cartographie.
- ▶ Interroger les participants sur leur usage des réseaux sociaux à partir de la cartographie : lesquels ? Quelles utilisations ? Quelles fréquences ? Opportunités et limites ?
- ▶ Introduire la notion d'identité numérique, cette identité virtuelle qui s'ajoute à l'identité physique et qui se compose des :
  - Données factuelles en ligne : nom et prénom, date de naissance, coordonnées, pseudos, identifiants, mots de passe.
  - Comportements en ligne : habitudes et historiques de navigation, achats, appartenances à des groupes, publications sur des blogs, forums et réseaux sociaux (commentaires, likes, partages, photos, etc.).
  - Mentions par les autres : articles, commentaires, photos, tags. L'animateur peut faire une démonstration en « googlisant », avec leur accord, quelques participants : que trouve-t-on dans Google et sur Google Images ?
- ▶ Faire le lien entre les deux notions : pourquoi est-ce important de s'intéresser à l'identité numérique, en particulier sur les réseaux sociaux ? Faire prendre conscience qu'Internet est un espace public et dresser un parallèle avec notre identité physique : ce que nous faisons sur les réseaux contribue à notre identité numérique. Cela peut donner une image obsolète, fautive, erronée de nous (exemple, j'ai posté un jour une photo sur « Copains d'avant » et du coup cela laisse à penser que j'adore les retrouvailles entre vieux camarades de classe) voire préjudiciable. Insister sur les enjeux stratégiques qui découlent, par exemple de la maîtrise de son image avec un objectif précis comme la recherche d'un emploi d'un côté, et certains comportements à risque ou nuisibles qui sont à éviter de l'autre. Il faut mettre en évidence ce que l'on veut que les autres voient de vous (notion de présence numérique), être proactif plutôt que subir ce que les moteurs de recherche ont retenu de vous.
- ▶ Annoncer la séquence 2 qui permettra de passer en revue un certain nombre de situations et d'analyser ensemble les comportements associés.

## Séquence 2 [40 min]

- ▶ Répartir le groupe par équipes de deux et lancer le jeu. Pour ce dernier, on pourra utiliser ou s'inspirer des activités existantes suivantes :
  - Le jeu de société @h Social édité en 2013 par le Bureau Information Jeunesse de l'Orne et mis à jour en 2020. Ce jeu a l'avantage d'avoir été créé pour un public jeune à partir de 12 ans et d'avoir fait ses preuves. Il n'est pas uniquement axé sur la gestion de l'identité numérique et porte sur de nombreuses thématiques comme le cyberharcèlement, la captologie ou encore l'écologie numérique. Coût de la boîte de jeu : 60 euros, à commander sur [le site](#).
  - Les [fiches supports](#) de l'atelier « Comment accompagner mon public à mieux gérer les bases de son identité numérique ? » du [parcours de formation aux compétences numériques](#) d'Hinaura et disponibles sous licences Creative Commons. La quinzaine de cartes que contiennent ces fiches mettent en scène le comportement de deux personnages sur divers réseaux sociaux (selfie sur Instagram, profil LinkedIn, tweet politique, tableau Pinterest...). L'activité consiste pour chaque groupe à se mettre dans la peau d'un recruteur et à décider si ces comportements sont favorables ou non au personnage. L'intérêt réside dans les échanges que peuvent susciter ces prises de position et l'application de ces questionnements à son propre comportement.
  - Le *serious game* en ligne [DataK](#) réalisé par la Radio Télévision Suisse sur la protection des données personnelles. Datant de 2017 et s'appliquant au contexte suisse, il pourra néanmoins parler à un public francophone à condition de prendre le temps de vérifier la pertinence des infos qui s'y trouvent.

## Ressources bibliographiques

Nicolas Demorand et Léa Salamé, « L'invité du Grand entretien du 7/9 : Gérald Bronner, sociologue et auteur de *Apocalypse cognitive* (Puf) », in France Inter sur YouTube le 7/9. Diffusion le 6 janvier 2021. [En ligne] < <https://www.youtube.com/watch?v=50vCP9rEWbc> > (consulté le 7 janvier 2021).

Sonia Devillers, « Réseaux sociaux américains : l'appel à l'insurrection ? », in : *L'Instant M.*, France Inter sur YouTube. Diffusion le 7 janvier 2021. [En ligne] < <https://www.youtube.com/watch?v=kCDp2HzNp4> > (consulté le 7 janvier 2021).

Olivier Ertzscheid, *Le monde selon Zuckerberg : Portraits et préjugés*, Paris : C&F éditions, 2020.

Stéphane Baillargeon, « Des réseaux à l'abri de la censure », in *Le Devoir*, 18 novembre 2020.

Jérôme Colombain, *Faut-il quitter les réseaux sociaux ?*, Paris, Dunod, 2019.

France TV Éducation, « Les données personnelles », in : *Lumni*, 2018. [En ligne] < <https://www.lumni.fr/video/les-donnees-personnelles#containerType=program&containerSlug=les-cles-des-medias> > (consulté le 14 janvier 2021).

Yves Citton, *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?*, Paris : Éditions La Découverte, 2014.

« Traçabilité et réseaux », in : *Hermès*, 2009. [En ligne] < <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2009-1.htm> > (consulté le 14 janvier 2021).

Olivier Iteanu, *L'identité numérique en question*, Paris : Eyrolles, 2008.

FranceTV, « Invisibles, les travailleurs du clic ». [En ligne] < <https://www.france.tv/slash/invisibles/> >

TV5 Monde, « #DansLaToile », in : *Enseigner le français*. [En ligne] < <https://enseigner.tv5monde.com/fiches-pedagogiques-fle/danslatoile> > (consulté le 14 janvier 2021).

## Séquence 3 [10 min]

- ▶ Résumer les situations et réponses les plus emblématiques : qui a mieux géré son compte et pourquoi ?
- ▶ Conclure sur les procédures de suppression de contenus (le « droit à l'oubli ») prévues par la législation dont le champ d'application dépasse les réseaux sociaux : le droit à l'effacement auprès d'un site et le droit au déréférencement auprès d'un moteur de recherche. Il sera utile ici de mentionner le rôle du RGPD, de la CNIL et les outils que cette dernière met à disposition :
  - La procédure du droit à l'effacement pour les [données en ligne en général](#) et pour les [publications sur les réseaux sociaux en particulier](#).
  - La [procédure du droit au déréférencement auprès des moteurs de recherche](#) avec les liens vers les formulaires des principaux moteurs.

## Variantes

L'atelier peut aussi se conclure sur les possibilités techniques pour reprendre le contrôle sur ses données et les protéger :

- Paramétrer ses comptes et télécharger une copie de ses données sur [Facebook](#) ou [Instagram](#) pour se faire une idée de l'étendue des données récoltées.
- Limiter ses traces de navigation : gestion des cookies, navigation privée, navigateurs et moteurs de recherche alternatifs.
- Développer la sécurisation des mots de passe en reprenant les recommandations de la CNIL et montrer l'[outil de l'ANSSI](#) qui permet d'évaluer la force d'un mot de passe.
- Faire découvrir des outils pour Smartphone qui permettent d'évaluer le degré d'intrusion des applications dans nos données personnelles à travers les nombreuses autorisations que leur installation implique : Clueful, Permission Friendly Apps ou encore TrustGo.

## Préparation en amont

## Séquence 1

- ▶ Préparer le diaporama de présentation. Pour la cartographie des réseaux sociaux, s'inspirer des modèles sous forme de nuage de mots de Frédéric Cavazza ou encore d'infographie de Bridge Communication (ce dernier fournissant également des repères chiffrés tels que le nombre d'utilisateurs dans le monde, la fréquence d'utilisation moyenne, etc.). La mini-série *Jurassic Web : une préhistoire des réseaux sociaux* d'Arte met quant à elle l'accent sur une certaine vision communautaire et contestataire ancrée dans l'histoire d'Internet et ses premiers réseaux.

## Séquence 2

- ▶ S'approprier les jeux et leurs règles ou s'en inspirer pour mettre en scène d'autres situations et jeux de rôle.

## Séquence 3

- ▶ S'approprier les procédures du droit à l'oubli.
- ▶ Préparer le diaporama de conclusion. On pourra s'appuyer par exemple sur les six conseils donnés par le Youtuber Le Rire Jaune dans sa vidéo de six minutes [sur la protection des données personnelles réalisée en partenariat avec la CNIL](#).

## fiche thématique 5

# Wikipedia

« La [mondothèque](#) est une station de travail à utiliser à domicile. Ce meuble était supposé contenir des travaux de référence, des catalogues, les prolongements multimédias de livres traditionnels tels les microfilms, la TV, la radio, et finalement une nouvelle forme d'encyclopédie : l'*Encyclopædia Universalis Mundaneum*. » Wikipedia, [article](#) « Paul Otlet ».

Le bibliographe belge Paul Otlet avait eu le pressentiment des évolutions documentaires qui ont marqué le début du XXI<sup>e</sup> siècle, tellement profondes qu'elles ont changé structurellement notre rapport au savoir. Il y a 20 ans, les versions papier de l'*Encyclopædia universalis*, de l'*Encyclopædia Britannica* ou le *Quid* occupaient sur les étagères des bibliothèques et des particuliers une place non négligeable. Il suffit maintenant d'un téléphone mobile pour obtenir toute l'information souhaitée.

### 1. Ce qu'est Wikipédia

Wikipédia a 20 ans. Jimmy Wales et Larry Sanger ont jeté les bases en 2001 d'un projet plurilingue et encyclopédique. Si l'anglais a été la première langue de développement, en toute logique, puisque ledit projet est né aux États-Unis d'Amérique, l'encyclopédie comprend aujourd'hui 300 projets linguistiques distincts. La pierre de touche du dispositif n'est autre que l'élaboration collaborative d'articles au contenu neutre et reposant sur des faits, thèses, propos attestés. Selon certaines conditions, les données sont librement exploitables.

Il faut bien avoir à l'esprit que la neutralité et la validation du contenu sont le résultat d'une relecture attentive, de débats parfois vifs et d'une exigence en matière de référencements. Ce mode opératoire singulier a fait l'objet d'attaques pendant une décennie, attaques qui pointaient les lacunes dans la couverture ou la faiblesse de certains articles. On peut dire que Wikipédia a atteint une masse critique qui lui a permis d'opérer une mue convaincante : masse critique du point de vue du nombre d'articles (plus de 55 millions), masse critique du point de vue des administrateurs (4 000), masse critique du point de vue de la couverture des projets linguistiques (19 projets linguistiques différents proposent plus d'un million d'articles).

Il y a lieu de s'interroger sur le profil des contributeurs, parce que cet élément pourrait avoir une incidence sur le contenu lui-même. Une [étude de Nicolas Jullien](#) montrait en 2011 qu'il s'agissait d'abord de jeunes hommes ; on peut aussi se demander si le point de vue des contributeurs n'est pas marqué par la réalité qu'ils vivent (niveau d'étude, niveau de vie, pays d'origine...) ou les opinions qui sont les leurs. Ces dernières années, sont nées des initiatives au sein de Wikipédia pour renouveler les contributeurs et, notamment, valoriser la place des femmes (et pas seulement en augmentant le nombre d'articles biographiques qui leur sont consacrés).

Il convient d'avoir à l'esprit que Wikipédia n'est qu'une des activités du Mouvement Wikimedia, dont l'objectif est d'apporter gratuitement à tous des contenus et des outils éducatifs : on peut citer les projets Wikisources, qui ont pour finalité de mettre à disposition un nombre important d'ouvrages en libre accès, ou Wikidata, qui est la colonne vertébrale en matière de données de l'ensemble de la galaxie Wikimedia.

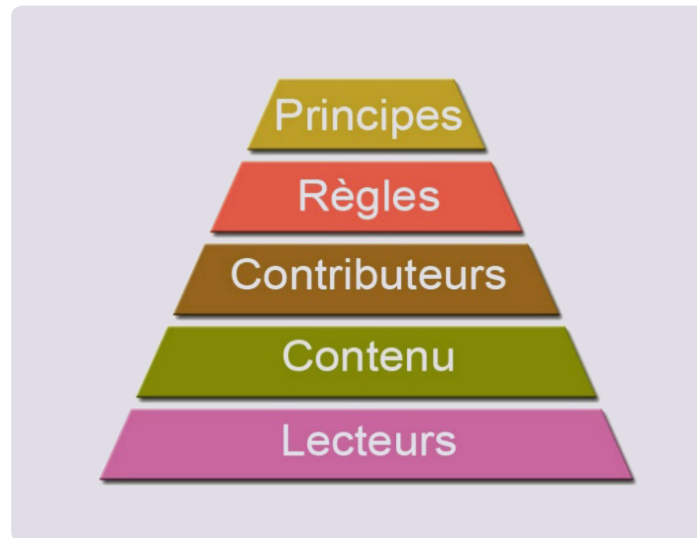
### 2. Ce que signifie Wikipédia

Wikipédia est désormais installé dans le paysage mondial. Ce serait le 5<sup>e</sup> site le plus consulté au monde, soit une audience comparable à celle des GAFAs ou de Baidu. Pour Olivier Ertzscheid, auteur du [Blog Affordance](#) et enseignant-chercheur à l'Université de Nantes, le changement est profond. Alors que l'encyclopédisme classique fixait les connaissances à un moment donné, en hiérarchisant le savoir à partir d'un angle d'analyse et en confiant la rédaction des articles à des experts, l'encyclopédisme wikipédien contribuerait à un encyclopédisme d'usage, parce qu'il s'agit d'un palimpseste inlassablement réécrit, reposant sur des contributeurs qui ne sont pas forcément spécialistes du sujet et qui ont des centres d'intérêt très variés :

« On parlera d'un encyclopédisme d'usage à partir du moment où ces parcours de recherche, d'accès et de consultation sont récupérés et réinjectés dans l'organisation de la bibliothèque virtuelle (Internet en est évidemment le premier exemple) pour organiser, à l'aune de ces parcours, les nouvelles données devant être classifiées. »

### 3. Est-ce que Wikipédia est un prototype fécond ?

« Le succès de Wikipédia donne des idées pour d'autres types de projets. Il est notamment beaucoup question, ces temps derniers, de l'évolution de la ville, à l'heure de la révolution numérique. » Jean Haëntjens – dans *Comment les géants du numérique veulent gouverner nos villes : la cité face aux algorithmes*, publié en 2018 – évoque ainsi un possible scénario de la ville intelligente, qui serait celui de la wikicité. Ce scénario donnerait en quelque sorte la main à des citoyens aptes à utiliser avec compétence les technologies de l'information et prêts à contribuer à la construction d'un intérêt général, à l'instar des collaborateurs de Wikipédia. Mobilisant les acteurs et ses concitoyens via les réseaux sociaux, ce citoyen sait se placer à la jonction entre les remontées de terrain, la modélisation de l'action (financement participatif, création d'un collectif, investissement dans une association...) et la municipalité qui dessine un horizon porteur de sens. Il est évident que ce type de scénario requiert du temps de la part du citoyen connecté et réclame, là encore, qu'un seuil de contributeurs actifs soit atteint.



Hiérarchie des principes de Wikipédia.

Source : article Wikipédia dans Wikipédia



**Objectif**

L'objectif de cet atelier est triple : connaître le fonctionnement de Wikipédia – régulièrement classé parmi les sites les plus fréquentés après Google, Facebook et YouTube, et encyclopédie la plus utilisée au monde - en tant que source d'information plébiscitée dont il faut savoir apprécier les qualités et les limites ; découvrir sa méthode collaborative de production de l'information et mieux en appréhender la fiabilité ; être sensibilisé à la recherche documentaire et à l'importance des sources en contribuant à des articles. Les ateliers Wikipédia trouvent un sens particulier en bibliothèque puisqu'ils partagent une même ambition encyclopédique et les premiers peuvent s'appuyer sur les collections des secondes, notamment leurs fonds patrimoniaux.

**Public cible**

Lycée/premier cycle universitaire.

**Compétences mises en œuvre**

- Connaître les enjeux et fonctionnement de l'encyclopédie libre Wikipédia.
- Savoir rédiger et produire du contenu en ligne.
- S'approprier les genres et les langages médiatiques.
- Savoir produire et diffuser une information en fonction du public visé, du support et des intentions de communication.

**Matériel**

Ordinateur et vidéoprojecteur pour l'animateur, ordinateurs pour les participants qui peuvent aussi venir avec leur propre matériel (prévoir dans ce cas les prises et rallonges nécessaires et la configuration de la salle). Une bonne connexion Internet est de rigueur.

**Moyens humains**

Deux animateurs pour douze participants. Dans l'idéal, la communauté des wikipédiens est associée.

**Durée**

2h

**fiche atelier 5****Produire de l'information sourcée en contribuant à l'encyclopédie libre Wikipédia****Déroulé****Séquence 1 [20 min]**

- ▶ Se présenter et présenter l'activité (y compris les wikipédiens éventuellement présents).
- ▶ Sonder les participants à propos de l'encyclopédie Wikipédia : l'utilisent-ils ? La jugent-ils fiable ? Connaissent-ils son fonctionnement ?
- ▶ Présenter le projet Wikimedia dans sa globalité avant d'évoquer les principes et règles de fonctionnement de Wikipédia en particulier.
- ▶ Présenter le thème choisi et les ressources identifiées en amont (documents, images), et donner les règles de publication.
- ▶ Faire une démonstration de contribution puis :
  - Répartir les articles à créer ou enrichir par participant ou équipes de deux ;
  - Proposer d'identifier les différentes modifications opérées dans un article.

**Séquence 2 [1h+]**

- ▶ Accompagner les groupes dans la mise en pratique. L'animateur veillera en particulier à ce que la liste des ressources dans la fiche « articles à créer ou enrichir » soit exploitée et les contributions sourcées. Favoriser l'ambiance studieuse et décontractée associée à ces ateliers en mettant à disposition des boissons et sucreries pour stimuler l'effort !

**Séquence 3 [20 min]**

- ▶ Faire un bilan des contributions réalisées et des difficultés rencontrées.
- ▶ Faire une synthèse des principaux points à retenir sur Wikipédia
- ▶ Évoquer en guise de conclusion la culture libre.

**Ressources bibliographiques**

Rémi Mathis, *Wikipédia, Dans les coulisses de la plus grande encyclopédie du monde, 2001-2021. Wikipédia fête ses 20 ans !*, Paris : First Éditions, 2021.

Arte, *Il était une fois Wikipédia*, in : YouTube, 4 janvier 2021. [En ligne] < [https://www.youtube.com/watch?v=NJRihPXdk7A&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=NJRihPXdk7A&feature=emb_logo) > (consulté le 5 janvier 2021).

Jean Haëntjens, *Comment les géants du numérique veulent gouverner nos villes : la cité face aux algorithmes*, Paris, Rue de l'échiquier, 2018.

Lionel Barbe et Louise Merzeau, *Wikipédia, objet scientifique non identifié*, Paris : Presses universitaires de Paris Nanterre, 2015.

Karine Aillerie, « *Wikipédia peut-elle être un outil pédagogique ?* », in : Canopé, 2013. [En ligne] < <https://www.reseau-canope.fr/agence-des-usages/wikipedia-peut-elle-etre-un-outil-pedagogique.html> >

Nathalie Savary, « *La galaxie Wikimedia. Une dynamique du partage de la connaissance* », in : *Le Débat*, 2012/3 (n° 170), p. 138-148.

Olivier Erzscheid, *Affordance*. [En ligne] < <https://affordance.typepad.com/> >

**Variantes**

Les projets d'édithon, aussi appelés journées contributives, durent généralement une journée. Aussi, un format plus léger de deux heures sera davantage une séance de sensibilisation et de découverte plus propice à un enrichissement plutôt qu'à la création d'articles. Pour un véritable travail de fond, il vaut mieux prévoir plusieurs séances. La fondation Wikimedia France organise depuis 2012 en collaboration avec le CLEMI un [Wikiconcours lycéen](#) qui peut ainsi servir de cadre pour un projet de plus longue haleine.

L'atelier peut porter sur les autres projets Wikimedia tels que *Wikiquote* ou *Wiktionnaire* pour les plus faciles à prendre en main, ou sur d'autres projets collaboratifs tels que le projet de cartographie en ligne *OpenStreetMap*.

Ne pas hésiter à inscrire l'atelier dans un thème et un contexte précis, par exemple un atelier « Femmes et Sciences » en écho à la journée internationale des droits des femmes.

**Préparation en amont**

Les ateliers de contribution à Wikipédia nécessitent une préparation assez importante :

- ▶ Se familiariser au fonctionnement de l'encyclopédie et de son interface. Pour ce faire, rien de tel que le tutoriel maison « [Débuter sur Wikipédia](#) » ou sa version vidéo « [Formation accélérée à Wikipédia](#) ».
- ▶ Préparer une présentation du projet Wikimedia et des principes et règles de Wikipédia ainsi qu'une conclusion sur la culture libre.
- ▶ Identifier une thématique et constituer un corpus d'articles à créer/enrichir et de ressources sur lesquelles vont s'appuyer les contributeurs, en particulier les documents et images disponibles en ligne ou tirés des collections de la bibliothèque.
- ▶ Organiser ce corpus dans une fiche « articles à créer ou enrichir » qui sera mise à disposition des participants sur chaque ordinateur. Cette fiche servira de support tout au long de l'atelier et guidera leurs contributions. Par exemple, pour un atelier sur des femmes locales célèbres, on y indiquera pour telle femme célèbre le lien vers la page Wikipédia à créer ou enrichir, les liens vers les références en ligne et/ou documents physiques qui seront mis à disposition, ainsi que les actions concrètes qui peuvent être réalisées par les participants : ajouter une information, une source, une image, une sous-partie, une catégorie à l'article, enrichir les informations factuelles de l'infobox, ajouter la personnalité à la page Wikipédia recensant la liste des personnalités célèbres locales etc. L'important est ici d'avoir identifié des ressources et un nombre suffisant d'articles de femmes célèbres à enrichir et répartir entre les équipes.
- ▶ Consulter la [Fiche pratique à destination des partenaires](#) et le [Guide Wikimedia des partenaires culturels](#) édités par la fondation Wikimedia France. Le premier donne les repères pratiques pour organiser un édithon et le second présente l'écosystème Wikimedia et donne des exemples d'actions.
- ▶ Consulter les exemples d'édithons en bibliothèques, par exemple [ceux réalisés par la Bibliothèque municipale de Lyon en 2019-2020](#) ou [ceux recensés par l'Enssib en mai 2020](#).

« Le contenant numérique irradie le contenu numérisé, un phénomène dont nous sous-estimons les conséquences selon le neurologue [Jean-Luc Velay] » Kyrill Nikitine, dans la revue *Le Débat*, 2020/2

L'informatique, branche des mathématiques à l'origine, s'est non seulement émancipée en devenant une science à part entière, mais cette discipline s'est dilatée jusqu'à devenir une industrie et à enfanter une culture, basée sur le partage.

### 1. Faire prendre conscience que la culture numérique est basée sur le partage et le lien

Ce partage ne s'explique qu'en analysant la culture qui le permet. C'est, en effet, l'alliance du calcul et de la pensée, orientée par la mise en relation. Mise en relation entre nos « moi », à travers nos différentes identités qui se construisent désormais à travers le numérique (identité personnelle, professionnelle, militante, voire ludique) ; mise en relation avec les autres ; mise en relation dans l'espace et avec l'espace ; mise en relation temporelle. Il est, du reste, évident que la globalisation et la généralisation de l'anglais comme langue véhiculaire (*koinè*) ont facilité l'avènement de cette culture.

### 2. Comme tout objet culturel, il ne se limite pas à la normativité

La culture numérique est basée sur le code et, par conséquent, sur une normativité bien présente : la technique informatique est comme une colonne vertébrale qui conditionne la culture numérique. Pour autant, c'est bien l'individu qui pense, crée et échange. Au-delà de lui, c'est tout le corps social qui s'empare de la technique pour l'utiliser dans la sphère commerciale, politique, sociale ou culturelle. Cette utilisation laisse donc la porte ouverte à des améliorations comme à des subversions d'un système qui se caractérise par le flux et le changement permanent. Il n'est pas étonnant que la question du partage des contenus, pierre de touche d'une société démocratique, ait été l'un des premiers débats importants : la propriété intellectuelle, telle qu'elle était définie, se trouve, en effet, remise en cause par la culture numérique.

### 3. La culture numérique transforme radicalement les usages

D'abord perçue comme un moyen d'étendre un peu plus l'offre disponible d'un monde physique qui se voulait la référence ultime, la culture numérique a rapidement changé la donne, grâce à l'avènement des données de masse et à une architecture dite « des nuages ». Ainsi, au monde physique, s'est substitué un monde augmenté, par le biais des interfaces construites et actionnées désormais par un internet « mobile » (mobile grâce à l'accès 4G et wifi ; mobile grâce aux terminaux puisqu'on est passé de la station assise et de l'ordinateur imposant au nomadisme et au terminal mobile et portatif). L'ère de la donnée de masse, enfin, valorise toutes les traces laissées par les utilisateurs et permet de passer de la recommandation à la prescription.

### 4. La culture numérique d'aujourd'hui n'est pas neutre, car les outils ne sont pas neutres

Les interfaces, imaginées pour être faciles à manier et pour être plaisantes, captent l'attention des utilisateurs, au point que des démarches spécifiques sont mises en place pour accaparer les esprits dans un but commercial (on parle de l'économie de l'attention, voir fiche 4).

Qui plus est, un algorithme n'est jamais neutre. C'est bien ainsi que les GAFAM, en position hégémonique, deviennent les maîtres du jeu et qu'ils influent directement sur le commerce, la culture, la politique même, en se jouant des frontières. Olivier Erzscheid montre comment, par des évolutions incessantes, les GAFAM conduisent les utilisateurs à des opérations strictement prédéterminées, que ce soit sur le plan réglementaire (conditions générales d'utilisation CGU, modifiées unilatéralement) ou technique (« *It's not a Bug, it's a Feature* » – Ce n'est pas un bug, c'est une fonctionnalité.)

« Dit autrement, le signalement (*positif – likes – ou négatif – flag*) est la seule expressivité discursive autorisée et non soumise à l'entière discrétion des CGU (elles-mêmes soumises à l'entière discrétion du propriétaire de la plateforme). On ne peut pas tout dire. On ne peut pas tout montrer. On ne peut pas tout publier. Mais on peut tout liker. On peut tout partager. On peut tout signaler. Le seul authentique espace de "liberté d'expression" dans les plateformes se résume à l'indexicalité de ces signes diacritiques phatiques que sont les likes, partage et autres RT.

Il n'y a pas et il n'y aura jamais de "liberté d'expression" au sein des grandes plateformes, seulement une liberté d'expressivité phatique qui n'est elle-même que le travestissement d'une liberté de faire pression. »

Olivier Erzscheid, « [Les caricatures du vagin du prophète : la liberté de faire pression](#) », billet du blog *Affordance*, 13 septembre 2020,

Il faut avoir à l'esprit que la culture numérique de masse que nous connaissons provient de la civilisation occidentale et qu'elle a été pensée pour lui correspondre, selon des conceptions américaines (voir le CLOUD Act voté en 2018) ; l'Europe est, pour l'essentiel, dans la sphère d'influence états-unienne. À l'inverse, si de grands états comme la Chine ou la Russie ont bel et bien érigé des barrières numériques pour construire des écosystèmes distincts et limiter l'influence des GAFAM, il n'en demeure pas moins que ces états ne peuvent ignorer le phénomène des réseaux sociaux et pratiquent leur modèle économique sous une forme politiquement contrôlée. Dans l'esprit des pionniers d'internet, des militants continuent à créer des outils « libres » et à soutenir un mouvement promouvant les « communs » (tout y est partageable, jusqu'aux codes). Leur place est reconnue (on pense à Wikipédia, 6<sup>e</sup> site le plus consulté au monde), mais leur influence reste limitée.

### 5. En conclusion, l'avènement d'un humanisme numérique

Pour reprendre Milad Doueïhi - dans son ouvrage *Qu'est-ce que le numérique ?* publié en 2013 - et condenser ce qui vient d'être dit, le numérique, c'est « un écosystème dynamique animé par une normativité algorithmique et habité par des identités polyphoniques capables de produire des comportements contestataires. »

Ce qui en fait un humanisme à part entière n'est autre que son caractère de sociabilité, associé à son rôle dans la transmission et dans l'information. Cet humanisme nouveau (M. Doueïhi le date de 2006, création de la première version des réseaux sociaux), redistribue non seulement les concepts, les catégories et les objets, mais encore les pratiques, dans un environnement nouveau.

## fiche atelier 6

## Connaître les alternatives aux modèles dominants du numérique

## Objectif

L'objectif de cette séance est double : comprendre le fonctionnement technique et économique des services numériques proposés par les GAFAM et leurs enjeux éthiques et connaître des alternatives et l'esprit qui les anime. Cet atelier est donc l'occasion de faire découvrir la culture libre avec les outils tels que les logiciels libres de Framasoft ou les licences Creative Commons. Cet atelier comprend trois séquences : une première séquence introductive sur le modèle des GAFAM qui permettra de présenter l'alternative des cultures libres, une deuxième séquence pratique de prise en main et d'activités autour des outils disponibles, et une troisième séquence récapitulative.

## Public cible

Lycée, premier cycle universitaire.

## Compétences mises en œuvre

- Connaître les enjeux économiques, sociopolitiques, juridiques et éthiques du numérique.
- Savoir choisir et utiliser un outil numérique en tenant compte des problèmes de confidentialité, de sécurité, de propriété intellectuelle, de pérennité qui lui sont liés.
- Comprendre les enjeux sociétaux et les implications environnementales des outils numériques pour produire du contenu en ligne.
- Comprendre les enjeux éthiques et juridiques liés à l'utilisation et la production de l'information.

## Matériel

Ordinateur, vidéoprojecteur et tableau pour l'animateur, ordinateurs pour les participants.

## Moyens humains

Un animateur pour douze participants.

## Durée

1h30 - 2h

## Déroulé

## Séquence 1 [1h+]

- ▶ Faire découvrir les outils alternatifs. L'éventail est ici large et on pourra dresser un panorama ou se focaliser sur certains outils au choix :
  - Faire un comparatif des systèmes d'exploitation (Ubuntu), navigateurs (Mozilla, Chromium, voire Tor pour les plus avancés) ou moteurs de recherche (Qwant, Duck Duck Go, Start Page, Ecosia, Lilo). Pour un exemple d'activité de comparaison et d'analyse de ces derniers permettant de faire ressortir leurs spécificités, voir la [fiche pédagogique du CLEMI « Rechercher sur le Web »](#).
  - Explorer les services portés par Framasoft dans ses campagnes « [Dégooglisons Internet](#) » (une trentaine de services alternatifs) et/ou « [Chatons](#) » (hébergement décentralisés).
  - Explorer [F-Droid](#), le catalogue d'applications libres et en *open source* pour tablettes et smartphones sous Android.

## Séquence 2 [30 min]

- ▶ Présenter les GAFAM et le modèle économique qu'ils incarnent : expliquer la constitution de leur situation oligopolistique, leur mainmise sur Internet, leur emprise sur l'accès à l'information et la récolte et la marchandisation des données personnelles en grande partie à l'origine de leur succès (la fausse gratuité des services : si c'est gratuit, c'est moi le produit).
- ▶ Présenter les critiques : ce modèle représente une logique propriétaire contraire à l'esprit de liberté, de partage et de coopération à l'origine d'Internet (les origines hippies de la culture numérique / Richard Stallman, l'open source et le logiciel libre / Lawrence Lessig et les licences Creative Commons). Cet esprit utopique prend même la forme d'un idéal de libre circulation de l'information (Julian Assange et WikiLeaks) et des savoirs (Wikipédia, lien possible avec l'atelier 5). Surtout, il y a depuis plus récemment une prise de conscience de la nécessité de protéger nos données personnelles contre leur marchandisation et instrumentalisation (Affaire Cambridge Analytica), en particulier à des fins de surveillance de masse (Edward Snowden et la NSA).
- ▶ Conclure sur l'alternative que propose la culture libre, ou plutôt les cultures libres, puisque la notion comporte une géométrie variable (attention notamment au libre ≠ gratuit) et des outils multiples (LibreOffice, Wikimedia, Gimp ou encore VLC parmi les plus connus), et faire la transition avec la séquence 2 qui permettra d'en détailler un volet.

## Séquence 3 [10 min]

Récapituler les points abordés en introduction et faire un bilan des ressources explorées pendant la séquence 2.

## Ressources bibliographiques

Antonio A. Casili, *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*, Paris : Seuil, 2019.

Olivier Ertzscheid, *L'appétit des géants : pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, Paris : C&F éditions, 2017.

Nikos Smyrniaios, *Les GAFAM contre l'internet : une économie politique du numérique*, Paris : INA, 2017.

Place de la Toile, « *Qu'est-ce que le numérique ?* », in : *France culture*, 2 novembre 2013. [En ligne] < <https://www.franceculture.fr/emissions/place-de-la-toile/quest-ce-que-le-numerique> >

Milad Doueïhi, *Qu'est-ce que le numérique ?*, Presses Universitaires de France, « Hors collection », 2013.

## Variantes

Deux variantes pour la séquence 1 :

- ▶ S'intéresser aux œuvres sous licences Creative Commons (les plus emblématiques, mais il existe d'autres licences libres) et celles relevant du domaine public en ligne. Ces contenus libres de droits s'inscrivent parfaitement dans l'esprit libriste de partage et de circulation des idées. Il faudra dans ce cas faire un point sur le droit d'auteur et les Creative Commons en introduction et on pourra utilement reprendre [la présentation clé en main proposée par Alex Roberts, Rebecca Rojer et Jon Phillips et traduite par le groupe Framalang](#) et traduite par le groupe Framalang ou l'[outil d'Alexandra Maurer et Denis Weiss](#) qui permet de tester ses connaissances sur ce thème. Orienter l'atelier dans cette direction permet ensuite d'exploiter les réservoirs d'œuvres pour inviter les participants à y faire des recherches et, par exemple, chroniquer les artistes d'une plateforme de musique libre ou produire un document auquel ils seront invités à appliquer les licences Creative Commons pour diffusion. Sites où trouver du contenu libre de droits :
  - Image : [Flickr](#), [Pexels](#), [Pixabay](#), [Unsplash](#), [Visualhunt](#)
  - Musique : [Dogmazic](#), [Freemusicarchive](#), [Jamendo](#), [Souterraine](#) (pop française), [Ziklibrenbib](#) (veille par des bibliothécaires)
  - Film : [Black and White movies](#), [Publicdomainmovies](#)
  - Livre : [Bibliothèque numérique de TV5 Monde](#), [Bouquineux](#), [Ebookenbib](#), [Ebooksgratuits](#), [Feedbooks](#), [InLibroVeritas](#), [Openeditionbooks](#), [Project Gutenberg](#), [Wikisource](#)
  - Livre audio : [Librivox](#), [Litteratureaudio](#)
  - Bibliothèques numériques : [Bibliothèque numérique mondiale](#), [Europeana](#), [Gallica](#), [Internet Archive](#) (pour les jeux vidéo notamment), [Numelyo](#), [Library of Congress](#)
  - Domaine public : [l'Avent du domaine public](#) public et [The Public domain review](#) (en anglais).
- ▶ Axer l'atelier sur la protection des données personnelles et l'autodéfense contre la surveillance en ligne dans la continuité de l'atelier 4 sur les enjeux de l'identité numérique à l'ère des réseaux sociaux. Quelques ressources utilisables en atelier :
  - La [série documentaire d'Arte Do not track](#) consacrée à la vie privée et à l'économie du Web fournit un support interactif pour comprendre ces enjeux.
  - Au niveau des outils, [The Guardian Project](#) fournit des applis mobiles sécurisées assez poussées, dont le proxy TOR.
  - Pour vérifier le degré de confidentialité de ces applications mobiles, soit utiliser le site [Exodus Piracy](#), soit déployer sur son appareil les applis Clueful, Permission Friendly Apps ou TrustGo.
  - Le site [Pixeltracking](#) fournit régulièrement des benchmarks techniques sur les innombrables dispositifs de traçage qui existent en ligne.
  - Le site [Surveillance Self-Defense](#) de l'ONG Electronic Frontier Foundation propose des tutos pratiques détaillés pour sécuriser et protéger sa vie privée sur son appareil (suppression de données sous macOS ou encore paramétrage de ses comptes WhatsApp ou Facebook).
  - La plateforme [Cryptoparty](#) (en anglais) est également une mine d'informations, notamment pratiques, sur la protection de la vie privée en ligne grâce à la cryptographie. Elle recense en outre les ateliers (« cryptoparties ») qui ont lieu sur le sujet dans le monde.

## Préparation en amont

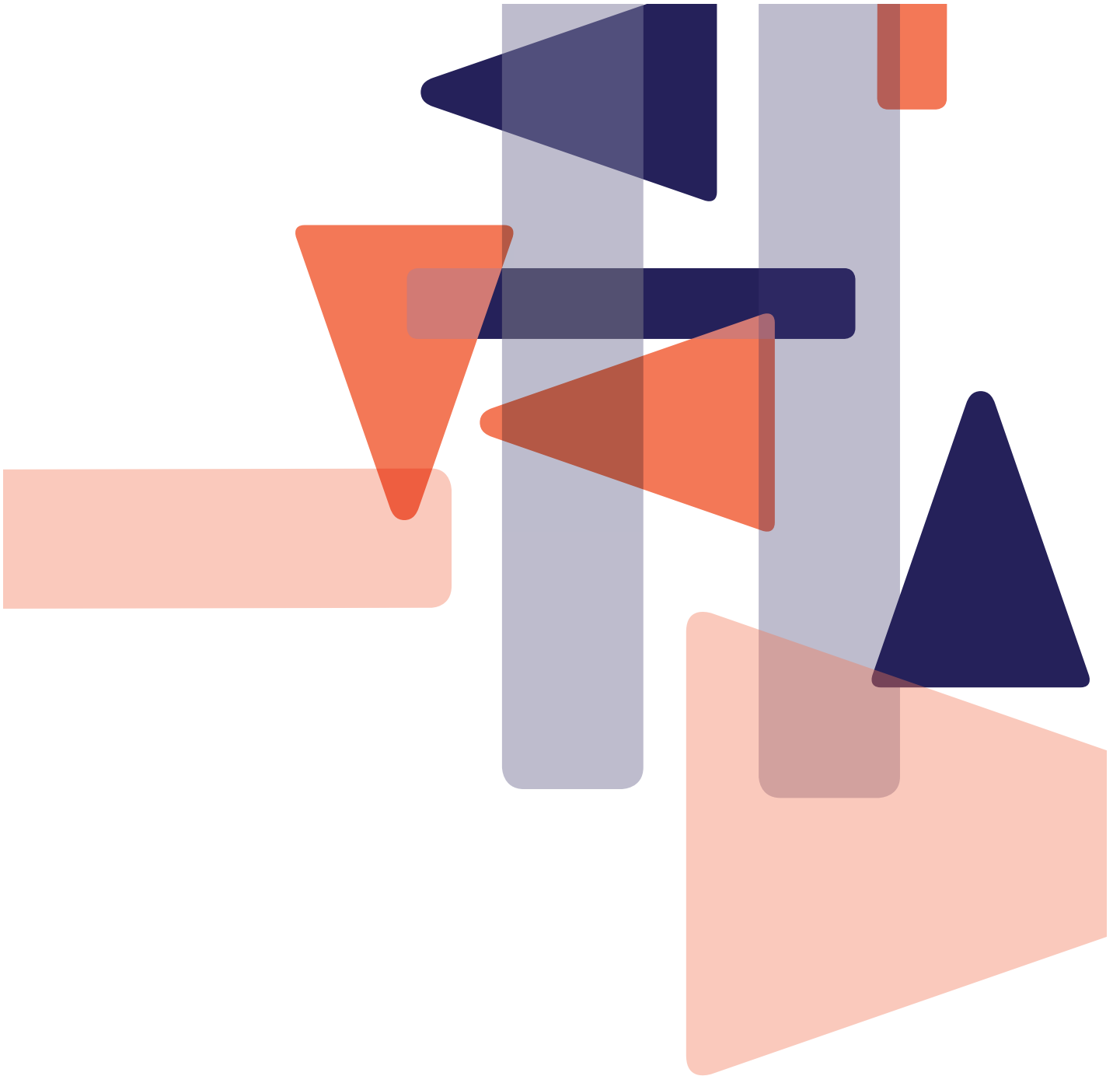
## Séquence 1

- ▶ Sélectionner et s'approprier des outils alternatifs.
- ▶ Préparer des exercices à réaliser sur ces outils.

## Séquence 2

- ▶ Préparer une introduction d'une dizaine de diaporamas maximum.





Soutenu  
par



**MINISTÈRE  
DE LA CULTURE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*