

## Quelques ressources



<http://www.csem.be/vivreensembledansunmondemediatise>

### 1. Volet 'éducation aux médias'

M1 - La liberté d'expression

<http://csem.be/sites/default/files/files/libertedexpression.pdf>

M4 - Comprendre la complexité des identités journalistiques

<http://csem.be/sites/default/files/files/comprendrelacomplexitedesidentitesnumeriques.pdf>

M5 - L'information médiatique et ses critères de sélection

<http://csem.be/sites/default/files/files/linformationmediatiqueetsescriteresdeselection.pdf>

M6 - L'émotion dans l'information médiatique

<http://csem.be/sites/default/files/files/analyserlemotiondanslesmedias.pdf>

M7 - Comment répondre à la communication par la terreur

<http://csem.be/sites/default/files/files/analyserlaterreurdanslesmedias.pdf>

M8 - Rumeurs et complots

<http://csem.be/sites/default/files/files/rumeursetcomplots.pdf>

M9 - Évaluer la fiabilité d'une information

<http://csem.be/sites/default/files/files/evaluerlafiabilityduneinformation.pdf>

M10 - Les réseaux sociaux

<http://csem.be/sites/default/files/files/lesreseauxsociaux.pdf>

### 2. Volet 'Philosophie'

P1 - Croire et savoir - <http://csem.be/sites/default/files/files/croireetsavoir.pdf>

P4 - La neutralité - <http://csem.be/sites/default/files/files/lanneutralite.pdf>

P8 - L'idéologie - <http://csem.be/sites/default/files/files/lideologie.pdf>

P9 - Comprendre et connaître les images -

<http://csem.be/sites/default/files/files/comprendreetconnaitrelesimages.pdf>

## LES JOURNALISTES EN CLASSE FACE A LA DESINFORMATION



Le mensonge court plus vite que la vérité. Sur Twitter, les **fausses informations se répandent six fois plus rapidement** que les vraies. Comment les rattraper ?

La brochure poursuit deux objectifs : éclairer en fournissant des balises, des pistes de réflexion et proposer des outils directement utilisables. Le contenu est exploitable par les enseignant.e.s, les éducateurs ou les parents qui souhaitent aborder la question de la désinformation (« fake news »). Précédé par une « **petite histoire de la désinformation** », l’outil est structuré en deux volets : une série de **fiches explicatives** (synthèses) et une série de **fiches pédagogiques** : Info ou opinion ? Où se cachent les faits et opinions? Vrai ou faux ? Les intentions derrière la désinformation, les effets de la désinformation, questionner une information.

<http://www.csem.be/journalistesenclassfacealadesinformation>



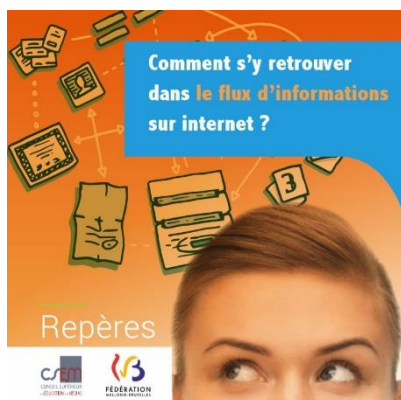
L'**identité numérique** d'une personne est composée de toutes les informations présentes à son sujet sur Internet : ce que je montre (photo,...), ce que je dis ou on dit de moi (commentaire, publication,...), ce que je fais sur internet (achat, recherche d'information,...) et ce que je laisse comme traces sur internet (adresse IP, géolocalisation,...).

Le CSEM propose des pistes concrètes pour aider les enfants et les jeunes dans la construction de leur identité numérique. <http://csem.be/reperesidentitenumérique>



La liberté d'expression est le droit de toute personne d'exprimer ce qu'elle pense, ce qu'elle ressent, quel que soit le moyen utilisé (en écrivant, en dessinant, en parlant, en chantant, en dansant, en communiquant via les réseaux sociaux,...), mais c'est aussi le droit à être informé et à pouvoir diffuser des informations.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour aider les enfants et les jeunes à appréhender et utiliser leur liberté d'expression à bon escient. <http://csem.be/repereslibertedexpression>



Le flux d'informations, consiste en la diffusion et les partages de publications par les internautes professionnels ou non sur les sites internet, les sites d'actualités, les médias sociaux, les blogs, etc.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour aider les enfants et les jeunes dans la gestion des quantités de publications publiées sur internet. Ce mini-dossier s'adresse aussi bien aux parents qu'aux professionnels de l'éducation et de l'animation. <http://www.csem.be/reperesfluxdinformation>



La tempête Irma a provoqué un raz-de-marée de requins aux Caraïbes, l'ancien directeur de campagne d'Hillary Clinton est impliqué dans un réseau pédophile qui utilise une pizzeria comme couverture, le réchauffement climatique est une fable inventée par la Corée du Nord pour nuire à l'économie américaine, l'Arabie saoudite a financé Macron pendant la campagne présidentielle française ... En surfant sur Internet, nous avons tous croisé ce genre d'informations surprenantes. Peut-être même les avons-nous partagées avec nos « amis » sur les réseaux sociaux. Il s'agit pourtant de fausses nouvelles fabriquées de toute pièce dans le but, par exemple, d'influencer nos choix politiques ou de nous attirer vers un site commercial.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour accompagner les jeunes dans leur usage des réseaux sociaux et développer leur esprit critique face à la problématique complexe de la désinformation. Télécharger la brochure et consulter les ressources. <http://csem.be/reperesfakenews>



Le big data désigne des bases de données gigantesques. Pour traiter ces informations, les entreprises du web recourent à des formules mathématiques appelées algorithmes. Le terme big data est moins utilisé pour désigner l'accumulation de données que l'impact discret, mais considérable, des algorithmes sur notre usage d'Internet.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour comprendre et tenter de maîtriser l'influence du big data et des algorithmes sur notre vie en ligne. <http://csem.be/reperesbigdata>



Nous sommes devenus des acteurs du Web car nous avons la possibilité de créer du contenu, de rejoindre une communauté, interagir, participer et faire entendre sa voix sur la toile. Notre home sweet home peut, le temps d'une vidéo ou d'une photographie, être le centre du monde, faire le buzz et générer des milliers voire des millions de vues. De nouvelles figures médiatiques sont apparues : les influenceurs. Anonymes, célébrités, enfants, créatures virtuelles et même animaux s'exposent sur les plateformes numériques. L'émergence des influenceurs a bouleversé les interactions économiques et sociales et participe à la modification de notre rapport aux médias traditionnels.

Le CSEM propose des pistes concrètes pour comprendre : dans quelle mesure et de quelle façon influent-ils sur nos comportements de consommateurs et de citoyens ? Comment profiter de toutes les richesses et de la dynamique du Web sans tomber dans les pièges de la communication commerciale ? Au même titre qu'on éduque les plus jeunes à la publicité traditionnelle, faut-il également le faire sur ce nouveau format ? Comment explorer la créativité des influenceurs, développer ses propres talents tout en exerçant son esprit critique et anticiper les effets du message sur le destinataire que nous sommes ? <http://csem.be/www.csem.be/collectionreperes#mini-dossier-8>