



Les compétences  
en **éducation** aux  
**médias**

un enjeu éducatif **majeur**  
**CADRE GÉNÉRAL**

**Une initiative du Conseil Supérieur de l'Education aux Médias.**

Éditeur responsable : Tanguy Roosen

**CSEM**

Boulevard Léopold II, 44  
1080 Bruxelles

Tél. : 0032 2 413 35 08

Fax : 0032 2 413 38 16

Web : <http://www.csem.cfwb.be>

E-mail : [csem@cfwb.be](mailto:csem@cfwb.be)

Septembre 2013

# Sommaire

Mot d'introduction . . . . .	4
Les membres du groupe de travail . . . . .	5

## Partie I

### **Introduction au cadre général de compétences 6**

Les compétences en littératie médiatique : quelques éclaircissements . . . . .	7
L'éducation aux médias, une nécessité ? . . . . .	7
La littératie médiatique ? . . . . .	8
Qu'est ce qu'un média ? . . . . .	8
Quelles sont les dimensions des objets médiatiques ? . . . . .	9
Tout média est un objet informationnel . . . . .	9
Tout média est un objet social . . . . .	11
Quatre catégories d'activités médiatiques . . . . .	12
Quelles sont les compétences à exercer en lecture médiatique ? . . . . .	13
Quelles sont les compétences à exercer en écriture médiatique ? . . . . .	13
Quelles sont les compétences à exercer en navigation médiatique ? . . . . .	13
Quelles sont les compétences à exercer en organisation médiatique ? . . . . .	14

## Partie II

### **Panorama des compétences en éducation aux médias 16**

1. Les compétences en lecture médiatique . . . . .	17
1.1. Les compétences informationnelles en lecture . . . . .	17
1.1.1. Le média comme forme-objet . . . . .	17
1.1.2. Le média comme contenu transmissible . . . . .	17
1.1.3. Le média comme système de signes . . . . .	18
1.2. Les compétences techniques en lecture . . . . .	18
1.2.1. Les dispositifs techniques . . . . .	18
1.2.2. Les usages techniques du média . . . . .	19
1.2.3. Les enjeux techniques du média . . . . .	19
1.3. Les compétences sociales en lecture . . . . .	20
1.3.1. Les contextes et les usages du média . . . . .	20
1.3.2. Les destinataires et destinataires du média . . . . .	20
1.3.3. Les attentes et les effets du média . . . . .	21
2. Les compétences en écriture médiatique . . . . .	21
2.1. Les compétences informationnelles en écriture . . . . .	21
2.1.1. Le média comme forme-objet . . . . .	22
2.1.2. Le média comme contenu transmissible . . . . .	22
2.1.3. Le média comme système de signes . . . . .	23

2.2. Les compétences techniques en écriture . . . . .	23
2.2.1. Les dispositifs techniques du média . . . . .	23
2.2.2. Les usages techniques du média . . . . .	24
2.2.3. Les enjeux techniques du média . . . . .	24
2.3. Les compétences sociales en écriture . . . . .	25
2.3.1. Les contextes et les usages du média . . . . .	25
2.3.2. Les destinataires et destinataires du média . . . . .	25
2.3.3. Les attentes et les effets du média . . . . .	26
3. Les compétences en navigation médiatique . . . . .	27
3.1. Les compétences informationnelles en navigation . . . . .	27
3.1.1. Le média comme forme-objet . . . . .	27
3.1.2. Le média comme contenu transmissible . . . . .	27
3.1.3. Le média comme système de signes . . . . .	28
3.2. Les compétences techniques en navigation . . . . .	28
3.2.1. Les dispositifs techniques du média . . . . .	28
3.2.2. Les usages techniques du média . . . . .	29
3.2.3. Les enjeux techniques du média . . . . .	29
3.3. Les compétences sociales en navigation . . . . .	30
3.3.1. Les contextes et les usages du média . . . . .	30
3.3.2. Les destinataires et destinataires du média . . . . .	30
3.3.3. Les attentes et les effets du média . . . . .	31
4. Les compétences en organisation médiatique . . . . .	31
4.1. Les compétences informationnelles en organisation . . . . .	31
4.1.1. Le média comme forme-objet . . . . .	31
4.1.2. Le média comme contenu transmissible . . . . .	32
4.1.3. Le média comme système de signes . . . . .	32
4.2. Les compétences techniques en organisation . . . . .	33
4.2.1. Les dispositifs techniques du média . . . . .	33
4.2.2. Les usages techniques du média . . . . .	34
4.2.3. Les enjeux techniques du média . . . . .	34
4.3. Les compétences sociales en organisation . . . . .	35
4.3.1. Les contextes et les usages du média . . . . .	35
4.3.2. Les destinataires et destinataires du média . . . . .	36
4.3.3. Les attentes et les effets du média . . . . .	36

## Annexe

37

Récapitulatif des catégories de compétences en littératie médiatique . . . . .	37
--	----

## Mot d'introduction

Le Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias (CSEM) a notamment pour mission de favoriser l'intégration de l'éducation aux médias ainsi que l'exploitation pédagogique des médias et des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les programmes d'éducation et de formation.

À cette fin, le Conseil doit fournir des avis et formuler des propositions visant particulièrement à ce que cette intégration soit effective dans les programmes d'études, dans les programmes de formation non scolaires à destination des jeunes et des adultes, dans les programmes de formation initiale à destination des futurs enseignants et dans les programmes de formation continuée à destination des enseignants.

Le Conseil a confié l'exécution de cette mission à un groupe de travail constitué en son sein et occasionnellement renforcé par des experts extérieurs.

Avant de préparer des recommandations pratiques déclinées selon la diversité des acteurs de l'éducation aux médias et des publics visés, il était évidemment nécessaire pour ce groupe de constituer un cadre de référence commun autour duquel ces diverses propositions pourraient s'articuler de manière cohérente, voire intégrative.

Ce référentiel de base devait donc viser à embrasser toute l'étendue de l'éducation aux médias de manière à en dégager la spécificité et à prévenir les malentendus encore courants qui ramènent cette éducation à l'usage des médias comme outils de formation, à l'apprentissage de l'utilisation des TIC, à la critique de type historique, etc.

Il fallait dès lors proposer un modèle qui puisse clarifier, dans toute leur complexité, la notion d'éducation aux médias et celle même de média en insistant sur le fait que le foyer thématique de cette éducation se situe dans l'usage que tout un chacun fait des médias dans la vie courante, des bénéfices qu'il en tire, des contraintes qu'il en subit, des risques qu'ils peuvent lui faire courir.

Il n'était pas moins nécessaire de déterminer l'éventail des compétences relevant spécifiquement de l'éducation aux médias et de fixer le cadre dans lequel des compétences plus universelles y trouvent également une importance particulière.

Le fruit de ce travail est un modèle théorique qui tend à l'exhaustivité, en étendue comme en profondeur, parce qu'il a été pensé comme une carte qui aiderait les concepteurs de programmes à y intégrer l'éducation aux médias et qui permettrait aux praticiens de se situer dans un territoire éducatif dont la géographie est particulièrement riche et complexe.

Il s'adresse donc avant tout à un public déjà averti, auquel il appartiendra de le décliner et de l'assortir de pratiques pédagogiques concrètes en fonction de la variété des publics de l'éducation aux médias. Il y a évidemment un monde entre ce que l'on peut en retirer pour l'école maternelle et la manière dont il peut inspirer l'éducation permanente. Ce modèle n'est pas fermé. Sa tendance à l'exhaustivité ne prétend surtout pas dessiner des contours finis. Il a été conçu pour être le plus évolutif possible, pour rester ouvert à la multiplicité des théories et des recherches relatives aux médias ainsi qu'aux riches débats que celles-ci peuvent susciter.

**Michel BOUMAL**  
Coordinateur du Groupe de travail

## Les membres du groupe de travail

Ce document a été conçu par les membres du Groupe de travail « Formation » du Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias :

### Mesdames

Françoise CAPACCHI - Inspection  
Isabelle COLIN - CAV-Liège  
Chantal CULOT - Inspection  
Nicole VAN DAEL - Hautes écoles

### Messieurs

Michel BERHIN - Média animation  
Michel BOUMAL - CPEONS  
Michel CLAREMBEAUX - CAV-Liège  
Michel CONDÉ - Les Grignoux  
Philippe DELMOTTE - Secrétariat du CSEM  
Fabian DEMILY - Hautes écoles  
Thierry DE SMEDT - Université catholique de Louvain - Grems  
Paul DE THEUX - Média animation  
Olivier GOBERT - Secrétariat du CSEM  
Gérard HARVENG - Secrétariat du CSEM  
Jean-Luc SORÉE - CAF-Tihange  
Denis VELLANDE - SeGEC  
Patrick VERNIERS - Vice-président du CSEM

### Experts extérieurs

Jehanne BRUYR - Secteur jeunesse  
Claudine DAMOISEAU - Passeport TIC  
Pierre FASTREZ - Université catholique de Louvain - Grems  
Aurore VAN DE WINKEL - Université catholique de Louvain - ILC

# Partie I

introduction  
au cadre général  
de **compétences**

## Les compétences en littératie médiatique : quelques éclaircissements

Dans notre quotidien, les médias sont ces objets hybrides qui incorporent de l'humain pour permettre aux gens de communiquer sous une forme moins contraignante que le contact social direct. Celui-ci est, par opposition, immédiat et nécessite que les partenaires de la communication soient présents au même moment, au même endroit et qu'ils partagent un langage commun. Les médias, eux, nous tiennent à distance lorsque nous sommes proches et nous rapprochent lorsque nous sommes éloignés. En cela, ce sont des composants essentiels de la civilisation.

Le développement de nouveaux médias et la transformation des médias traditionnels nous contraignent à modifier notre conception de la communication médiatique et à remettre en question les finalités de l'éducation aux médias. Il fallait donc se demander si cette éducation, telle qu'elle est pratiquée actuellement, recouvre encore bien l'ensemble des compétences requises par notre univers médiatique en pleine évolution.

Pour répondre à cette question, il manquait un outil permettant de clarifier les compétences dont devraient être dotés tous les usagers de l'environnement médiatique contemporain et, plus particulièrement, celles que l'éducation aux médias devrait désormais développer dans le monde éducatif. C'est pour combler ce manque que nous avons développé ce cadre de compétences, offert ici comme base de réflexion à tous les acteurs de l'éducation aux médias.

## L'éducation aux médias, une nécessité ?

Depuis l'apparition de l'écriture, des inventions techniques - comme l'imprimerie, le télégraphe, la radio, le téléphone, la télévision ou encore l'internet - ont accru la mise en réseau des hommes, où qu'ils soient dans le monde.

Si nous avons souvent l'impression que notre société contemporaine a vu leur avènement, les médias existent pourtant depuis l'aube de l'humanité. En effet, les premiers ont été retrouvés dans les tombes de nos lointains ancêtres : os taillés, figurines, décorations, vêtements... En les créant, nos aïeux ont probablement fait leur entrée dans la communauté des humains.

S'étant depuis lors considérablement développés, les médias sont aujourd'hui omniprésents dans notre vie quotidienne. Ils nous sont devenus nécessaires et influencent plus que jamais nos représentations et nos comportements. Leur évolution actuelle multiplie des questions sociétales cruciales comme le droit à l'information, le droit à la liberté d'expression, les droits d'auteur, la responsabilité des propos, la frontière entre la vie privée et la vie publique, les sphères d'influence, le développement de l'esprit critique, etc. Leur usage nécessite donc, plus que jamais, un apprentissage, une éducation visant à rendre chacun capable, en toute autonomie, de les comprendre, de les utiliser, de s'en défendre et d'en profiter.

## La littératie médiatique ?

L'éducation aux médias a pour but de développer de nombreuses compétences chez l'apprenant. Celles-ci doivent lui permettre d'effectuer un certain nombre d'activités liées à divers objets médiatiques (caméra, site internet, livre, tableau, panneaux de signalisation, etc.). Ces activités lui seront nécessaires pour évoluer dans l'environnement médiatique contemporain de façon critique, responsable et créative ainsi que de manière autonome et socialisée<sup>1</sup>. L'ensemble des compétences liées aux usages médiatiques peut être désigné sous l'expression nouvelle de « littératie médiatique »<sup>2</sup>.

Concrètement, l'éducation aux médias a pour objectif de faire acquérir à l'apprenant des compétences liées à la création et à l'utilisation des médias, afin de lui permettre de combiner des savoir-faire et des savoir-être pour s'adapter, de manière originale et non-stéréotypée, à des situations inédites liées aux médias<sup>3</sup>. Elle devra aussi développer des processus d'évaluation spécifiques de cet apprentissage.

## Qu'est ce qu'un média ?

Pour qu'un objet soit considéré comme un média, il doit présenter deux éléments étroitement imbriqués. D'une part, il doit disposer d'une couche symbolique, lui permettant d'évoquer un concept, une idée, une valeur ou un sentiment, par l'intermédiaire de codes, de savoirs et d'inférences, partagés au moins partiellement avec autrui. D'autre part, il doit être constitué d'une couche technique, d'un matériau plus ou moins complexe, configuré de telle sorte qu'il porte la couche symbolique et la maintienne ou l'achemine là où le média doit parvenir.

Dans ce sens, la parure d'un chasseur, le journal, le film, la bague de fiançailles de la grand-mère, le téléphone et la console vidéo sont tous des médias. Ils sont constitués d'une matière : une peau d'animal, du papier, une pellicule, de l'or, du plastique ou des métaux. Ils sont, de plus, le symbole de l'identité du chasseur, de l'information, du divertissement, de l'engagement, de la communication ou du jeu.

Le média est aussi bien un document qu'un dispositif médiatique : une photo, l'appareil photographique, la galerie ou le musée qui expose la photo ; un film ou la caméra, le téléviseur ou la salle de cinéma ; un texte manuscrit, le stylo, la lettre timbrée ou le courrier postal ; le contenu d'une page web, un navigateur de l'internet ou l'ordinateur...

Pour dire les choses autrement, un document et un dispositif médiatique sont indissociables parce qu'un document ne devient un média que dans les dispositifs qui permettent de le créer et de le transmettre. Ces dispositifs combinent toujours un canal technique, celui des outils de production et de diffusion du message, et un canal institutionnel, celui de l'organisation sociale de l'usage de ces outils.

Toutefois, notre approche restera plutôt centrée sur l'objet produit et diffusé par ces dispositifs parce que cet objet est le foyer de la communication médiatique.

<sup>1</sup> Cette définition recouvre la version moderne des finalités de l'éducation aux médias, définies dans le Dossier de Synthèse rédigé sous la direction de Robert Wangermée et déposé par le CEM, en 1996 au Gouvernement de la Communauté Française.

<sup>2</sup> La Directive Services de médias audiovisuels de 2010 mentionnait déjà clairement, dans son article 33, que l'évaluation des niveaux de littératie médiatique des citoyens européens devenait une nécessité. En effet, la Commission européenne est obligée, depuis 2011, de produire des rapports sur ces niveaux pour tous les États membres.

<sup>3</sup> B. Rey, et al., *Les compétences à l'école : Apprentissage et évaluation*, Bruxelles, De Boeck, 2006.



## Quelles sont les dimensions des objets médiatiques ?

Chaque média (une représentation théâtrale, une carte postale, un courriel, un profil sur un réseau social, un manuel scolaire, un film...) peut être considéré, tour à tour, comme un objet :

- informationnel,
- technique,
- social

L'éducation aux médias aborde ces trois dimensions ; les compétences qu'elle recouvre en sont indissociables et l'enjeu de la littératie médiatique est de les associer de manière équilibrée.

## Tout média est un objet informationnel

Un média est un objet informationnel parce qu'il est conçu pour représenter, à travers l'usage d'un ou de plusieurs langages, un objet réel ou imaginaire autre que lui-même<sup>1</sup>. Par exemple, un documentaire télévisé relate un évènement historique ; un jeu vidéo met en scène un univers féerique ; un poème exprime une expérience émotionnelle ; une carte postale montre un site touristique ; une sonate de Vivaldi évoque l'hiver, etc.

La compétence informationnelle de l'utilisateur d'un média est sa capacité à mettre en relation les signaux sensoriels qu'il en tire, comme sa forme<sup>2</sup>, son contenu et les signes qui le composent, avec les idées, les objets de la réalité, les émotions, les sentiments qu'il désigne, évoque ou suggère<sup>3</sup>.

Il faut distinguer trois domaines de compétences informationnelles :

**1. La compréhension du média comme forme-objet**, qui consiste à identifier ses caractéristiques formelles. Un film est, par exemple, plus long qu'une série télévisée ; une photographie sépia peut être considérée comme ancienne ou composée à l'ancienne avec des techniques modernes, etc.

**2. La compréhension du média comme contenu transmissible**, qui consiste à déterminer et à comprendre les représentations, les sensibilités et les degrés variables de vérité que le contenu du média véhicule. Un film de propagande est ainsi marqué par une idéologie.

**3. La compréhension du média comme système de signes**, qui consiste à identifier les significations de ces signes. Les panneaux routiers n'utilisent pas les mêmes codes qu'une partition de musique ou qu'un texte écrit, par exemple.

L'utilisateur peut porter son attention, en même temps ou tour à tour, sur les propriétés liées à la forme du média, sur les objets référentiels auxquels il renvoie ou sur ses modes de signification propres. Ces derniers résultent de la combinaison et de l'agencement des signifiés<sup>4</sup> dans des configurations conventionnelles comme le documentaire, le témoignage, le docufiction, le discours de l'expert...

Cette compétence informationnelle est la plus admise et la plus travaillée dans l'univers scolaire. Elle est cependant traditionnellement limitée aux textes écrits et vise généralement la transmission médiatique des savoirs, plutôt que la réflexion sur les modalités de cette transmission.

<sup>1</sup> Cet objet réel ou imaginaire autre auquel fait référence le média est appelé le référent.

<sup>2</sup> Ce qui constitue l'objet est appelé le signifiant. Il s'agit de la durée d'un film, des couleurs d'un dessin, de la dimension de l'espace scénique d'un théâtre, de la composition d'une photographie ou encore de la structure d'une fenêtre de logiciel...

<sup>3</sup> La représentation mentale qu'un média suscite chez l'individu est appelée le signifié. Une photographie renverra ainsi à la personne qu'elle représente, un documentaire à la réalité à laquelle il renvoie, etc.

<sup>4</sup> Les référent, signifiant et signifié doivent être entendus selon la théorie sémiotique classique. La sémiotique est la science générale des signes qui s'intéresse à toutes les formes de discours.

## Tout média est un objet technique

Tout média est un support d'informations dont la production, la transmission et la réception reposent sur une technologie. Les objets médiatiques sont donc issus de processus technologiques. Produire un journal, un film, un site web nécessite l'utilisation de différents dispositifs techniques comme une rotative, une caméra, un logiciel, etc. Ces objets médiatiques peuvent aussi servir eux-mêmes à produire ou à diffuser d'autres médias. Par exemple, un journal diffuse une publicité ; un téléphone cellulaire envoie des sms ; une tablette propose des applications ; un site web peut fournir un moteur de recherche ; un stylo produit un texte écrit ; un lecteur mp3 transforme un fichier audio en un signal sonore, etc.

Le fonctionnement technique des objets médiatiques, la sémiotique de leurs interfaces (les boutons de la télécommande, le clavier du téléphone, le système de gestion d'une liseuse électronique, le navigateur web...) et leur interaction au sein de configurations plus ou moins complexes constituent le champ des compétences techniques.

Il faut distinguer trois domaines de compétences techniques :

### 1. La compréhension des dispositifs techniques, qui consiste à :

- identifier les principes scientifiques se trouvant derrière les outils choisis pour produire, diffuser et recevoir le média : s'agit-il d'électromagnétique ? de tension électrique ? d'optique ? d'algorithmes ? ;
- comprendre comment les techniques médiatiques se combinent pour produire et partager des médias : l'e-presse utilise ainsi la photographie, le graphisme, la vidéo... ;
- comprendre quelles infrastructures permettent et déterminent la mise en œuvre de ces techniques : comment un studio de cinéma ou de télévision s'organise-t-il ?

### 2. La compréhension des usages des dispositifs techniques, qui consiste à :

- avoir une bonne représentation des compétences nécessaires pour déployer les techniques de manière opportune, efficace et efficiente ;
- reconnaître les profanes et les experts dans l'usage de chaque technique et pouvoir se situer par rapport à eux ;
- identifier la technique qui répondra le mieux à un usage donné d'un objet médiatique.

En effet, comprendre la technologie des outils que nous utilisons pour communiquer ne signifie pas encore savoir les utiliser. Chaque technique appelle ou impose un usage, que les utilisateurs adopteront avec plus ou moins de pertinence, de liberté et de compétences.

### 3. La compréhension des enjeux techniques, qui consiste à connaître l'influence de la production et de l'utilisation de chaque technique sur le monde qui nous entoure.

Cette compréhension est nécessaire lorsque nous souhaitons développer une consommation responsable des objets médiatiques. Cet enjeu non négligeable peut être aussi bien d'ordre culturel, économique, écologique qu'éthique ou de santé publique. C'est le cas, par exemple, des ondes électromagnétiques et de leurs impacts sur la santé, des usages problématiques de l'internet, de l'obsolescence programmée des appareils, des coûts de la consommation médiatique, etc.

Si le monde éducatif d'aujourd'hui paraît accorder un certain intérêt aux technologies en s'ouvrant aux technologies numériques, elle a tendance à privilégier la maîtrise des dispositifs techniques sans les raccrocher systématiquement à leurs enjeux sociétaux.

## Tout média est un objet social

Toute forme de communication, médiatisée ou non, prend place dans un contexte relationnel qu'elle contribue à construire. La communication peut permettre aux personnes d'interagir, de se lier, et parfois même de se relier à elles-mêmes dans le cas, par exemple, du journal intime. Par conséquent, tout objet médiatique renvoie :

- à des acteurs (institutions et personnes) qui le produisent, le diffusent et le reçoivent ;
- aux intentions de ces acteurs (à leurs intérêts, leurs projets, leurs stratégies) ;
- aux effets sociaux qu'il produit sur ses publics ;
- aux modèles culturels qu'il alimente, crée ou combat ;
- aux usages sociaux qui sont attachés à sa réception ;
- aux principes et aux valeurs liés à son usage responsable et éthique, lors de sa conception, sa diffusion, sa réception et sa collection.

Les médias, qu'ils soient documents ou dispositifs médiatiques, constituent des objets sociaux, parce qu'ils tissent des relations sociales entre les membres de la société. Par exemple, le clip de la performance d'un sportif, diffusé sur un site de partage de vidéos, rassemble les admirateurs de cet athlète, promeut ses qualités auprès des connaisseurs, l'érige en exemple et fait monter sa cote de popularité.

Il faut considérer que ces compétences sociales couvrent également trois domaines :

### 1. La compréhension du média dans ses contextes et ses usages, qui consiste à :

- identifier ses contextes de production, de diffusion et de réception : un film de guerre, est-il produit par une association militante, des étudiants ou un producteur payé par le gouvernement ? Est-il diffusé auprès de communautés spécifiques ? Est-il visionné dans un pays en paix ou en guerre ? Dans une école ou un centre culturel ? Rompt-il avec les codes génériques de son époque ? ;
- appréhender les usages culturels et sociaux spécifiques que le récepteur du média adopte et sa manière de se les approprier : pourquoi a-t-il choisi ce média ? À quoi lui sert-il ? Est-il d'usage d'envoyer un courriel pour présenter des condoléances ? L'utilisation du média est-elle conforme ou non à son usage prédéfini ou aux normes socioculturelles en vigueur ? Le sms avait ainsi été conçu pour que les opérateurs téléphoniques puissent envoyer des messages de service à leurs clients. Ces derniers en ont fait, par la suite, un moyen très courant de communication avec leurs proches ;
- comprendre le média dans sa dimension éthique, en appréhendant les enjeux de sa parution et de sa circulation dans la société et auprès de ses membres.

### 2. La compréhension des rôles des destinateurs et des destinataires du média, qui consiste à :

- identifier le type d'institution qui produit le média : s'agit-il d'une agence de publicité, d'un réseau d'enseignement, d'une administration publique, d'une entreprise commerciale, d'une chaîne de télévision, d'un éditeur de jeux informatiques... ? ;
- déterminer les intentions du producteur du média et la manière dont il s'y prend pour les poursuivre. Un publicitaire souhaitant vendre un produit postera-t-il un message sur un blog ? Produira-t-il une vidéo ou placardera-t-il des affiches ? ;
- identifier les destinataires du média et se rendre compte des prérequis et des prédispositions qui doivent être les leurs pour être capables de le comprendre et pour trouver de l'intérêt à le lire. Que se passe-t-il lorsque nous n'avons pas les connaissances requises et les inclinations personnelles pour comprendre et apprécier le média ?

### 3. La compréhension des attentes et des effets du média, qui consiste à :

- reconnaître les effets poursuivis par le producteur du média et les effets réels de ce dernier. Tel journaliste souhaite-t-il nous informer, convaincre, combattre, sensibiliser, amuser, vendre, se faire obéir, se faire remarquer, obtenir de l'aide, séduire... ? Son article est-il convaincant ? Nous informe-t-il ou nous émeut-il ? Est-ce qu'il nous sensibilise ou est-ce qu'il nous amuse ? ;

- déterminer les divergences pouvant exister entre les effets réels de ce média sur les destinataires et ceux voulus par son ou ses destinataires ;
- comparer les intentions du producteur du média aux attentes de ses destinataires ;
- déterminer si le média implique et renforce des représentations sociales partagées par les membres de groupes sociaux plus ou moins larges tels que les sportifs, les jeunes, le patronat... Et dans l'affirmative, comment y parvient-il ?

## Quatre catégories d'activités médiatiques

L'utilisateur, qu'il produise ou utilise des médias, développe ses compétences médiatiques en exécutant des activités spécifiques. Ces dernières s'exercent tout à la fois, dans les dimensions informationnelles, techniques et sociales des objets médiatiques, dimensions étroitement interconnectées. Ces activités peuvent être subdivisées en quatre catégories fondamentales :

- la lecture ;
- l'écriture<sup>1</sup> ;
- la navigation ;
- l'organisation.

Nous écrivons (activité de production) et nous lisons (activité de réception) un objet médiatique lorsque, par exemple, nous produisons un film avec notre caméra et que nous le regardons ensuite avec des amis.

Les activités de navigation et d'organisation sont, elles, centrées respectivement sur la recherche de médias et sur la collection d'objets médiatiques interreliés. Nous effectuons ces activités lorsque, par exemple, nous surfons sur l'internet pour y trouver des documents que nous classons ensuite dans un dossier créé sur notre ordinateur.

Chacune de ces catégories d'activités médiatiques, presque toujours complémentaires, s'exerçant dans les trois dimensions des objets médiatiques, nous pouvons distinguer douze catégories de compétences qui concernent l'ensemble des médias et qui peuvent être synthétisées dans le tableau suivant :

		Axe informationnel	Axe technique	Axe social
Média	Lire	Compétences informationnelles en lecture	Compétences techniques en lecture	Compétences sociales en lecture
	Écrire	Compétences informationnelles en écriture	Compétences techniques en écriture	Compétences sociales en écriture
Corpus de médias	Naviguer	Compétences informationnelles en navigation	Compétences techniques en navigation	Compétences sociales en navigation
	Organiser	Compétences informationnelles en organisation	Compétences techniques en organisation	Compétences sociales en organisation

Il est évident que dans la pratique, qu'il s'agisse d'utiliser des médias dans la vie quotidienne ou de pratiquer l'éducation aux médias, plusieurs sinon toutes ces compétences devront être mobilisées et exercées de manière systémique.

<sup>1</sup> Nous comprenons les termes de « lecture » et d'« écriture » au sens le plus large. Ces activités dépassent la lecture et l'écriture des documents textuels et concernent la totalité des médias.

## Quelles sont les compétences à exercer en lecture médiatique ?

La lecture médiatique consiste à déchiffrer le contenu des médias. Un lecteur compétent est capable de décoder, de comprendre, d'évaluer et de problématiser des objets médiatiques très différents : un film de fiction, un éditorial, un blog mais aussi l'interface d'un moteur de recherche ou la notice d'un médicament. L'éducation aux médias lui permet d'acquérir ces compétences, qui peuvent être :

- des compétences informationnelles en lecture, concernant le contenu des médias et les systèmes de représentations qu'ils utilisent et impliquant la capacité du lecteur à en tirer du sens en fonction de ses ressources intellectuelles et culturelles ;
- des compétences techniques en lecture, concernant la capacité à utiliser les techniques nécessaires pour réceptionner les médias et les lire ;
- des compétences sociales en lecture, concernant le contexte de production institutionnel des médias, les intentions de leurs concepteurs, les stéréotypes culturels qu'ils renforcent, etc.

## Quelles sont les compétences à exercer en écriture médiatique ?

L'écriture médiatique consiste à créer et à diffuser des productions médiatiques individuelles ou collectives. L'éducation aux médias permet à l'auteur d'un média d'acquérir des compétences, qui peuvent être :

- des compétences informationnelles en écriture, en matière de langages et de genres que ces productions utilisent. Par exemple, créer une publicité adaptée à un produit ;
- des compétences techniques en écriture, relatives à la maîtrise des opérations techniques que les productions médiatiques impliquent. Par exemple, utiliser un logiciel d'édition de sons pour créer de la musique ;
- des compétences sociales en écriture, en matière d'activation de diverses relations interpersonnelles que ces productions impliquent. Par exemple, connaître les intervenants nécessaires à la production d'un film (producteur, réalisateur, acteurs, diffuseurs, etc.) et leurs rôles respectifs.

## Quelles sont les compétences à exercer en navigation médiatique ?

La navigation médiatique consiste à parcourir un ou plusieurs médias au hasard ou dans un objectif précis. L'utilisateur compétent effectue deux catégories d'activités :

- des activités d'exploration qui lui permettent de repérer et de situer les formes, les figures langagières, les technologies, les acteurs... propres à un environnement médiatique donné. Par exemple, consulter la table des matières d'un livre ;
- des activités de recherche, qui consistent à explorer des médias répondant à des critères de recherche choisis sciemment. Par exemple, utiliser un moteur de recherche pour trouver des documents liés aux mots-clés que nous avons encodés.

L'éducation aux médias permet au navigateur d'acquérir des compétences, qui peuvent être :

- des compétences informationnelles en navigation, relatives à la recherche et à la sélection de documents ou de médias en fonction de leur sujet ou de leur format : un étudiant peut ainsi constituer un corpus d'articles de presse sur l'écologie pour son mémoire ;
- des compétences techniques en navigation, en matière de recherche et de sélection de la technologie qui lui permettra d'atteindre ses objectifs : c'est le cas lorsque nous nous documentons afin de trouver, parmi les alternatives technologiques, celle qui conviendra le mieux à résoudre un problème ;
- des compétences sociales en navigation, relatives à la recherche et à la sélection de documents ou de médias en fonction de critères liés aux contextes sociaux de leur production, de leur circulation ou de leur réception. C'est le cas lorsqu'un enseignant sélectionne un document en vérifiant que sa source est fiable, qu'il correspond aux attentes de ses élèves, ou qu'il respecte la législation qui prescrit ou interdit certains usages médiatiques.

## Quelles sont les compétences à exercer en organisation médiatique ?

L'organisation médiatique consiste à la fois à classer, à distribuer et à répartir des médias en différentes catégories et à gérer sa propre production médiatique en fonction des différents systèmes médiatiques utilisés. Un organisateur compétent pourra :

- répartir un ou des médias en catégories : par exemple, en fonction de leur genre, des publics auxquels ils s'adressent, des langages qu'ils mobilisent, etc. ;
- mettre en œuvre des outils qui géreront les formes d'organisation qu'il aura choisies. Ces outils peuvent être une vidéothèque personnelle, une bibliothèque familiale, un album de photos, une liste de sites internet favoris, une discothèque sur un baladeur mp3, une valisette contenant une caméra vidéo et ses accessoires, etc. ;
- inscrire sa propre production médiatique dans différents systèmes de diffusion, d'édition, de distribution ou de promotion. Nous pouvons ainsi classer nos photographies sur notre ordinateur personnel, en publier certaines sur notre blog, les relayer sur les réseaux sociaux ou les présenter lors d'une exposition.

L'éducation aux médias permet d'acquérir des compétences, qui peuvent être :

- des compétences informationnelles en organisation. Par exemple, conserver, classer, annoter, archiver ou sécuriser des médias (courriels, photos, films, musiques...) trouvés, produits et partagés au fil de nos usages médiatiques ;
- des compétences techniques en organisation, et plus particulièrement celles de connaître ou d'imaginer, dans les technologies médiatiques disponibles, des alternatives en matière d'appareils, de logiciels, de services informatiques, etc., et de les catégoriser selon leurs différents modes d'interopérabilité possibles ;
- des compétences sociales en organisation, en catégorisant nos communications médiatisées, en fonction du type de relation entretenue avec nos divers interlocuteurs afin d'en adapter les modalités. C'est le cas lorsque nous choisissons d'envoyer des messages sur les réseaux sociaux plutôt que de téléphoner, d'envoyer un sms, un courriel ou un courrier postal.

Les différentes activités médiatiques se combinent et s'articulent : nous lisons des documents en naviguant et écrivons en organisant, et inversement. Nous créons, par exemple, une bibliothèque de musique en y classant des morceaux, collectés sur l'internet lors de nos navigations, et dont nous avons transformé le format

audio numérique. Chaque activité médiatique est donc à appréhender dans ses interactions avec les autres et nécessite une combinaison de compétences informationnelles, techniques ou sociales.

On n'éduque pas aux médias en niant la complexité de l'univers médiatique et celles de nos propres comportements au sein de cet univers. C'est la raison pour laquelle, afin d'en faciliter l'approche, nous avons adopté le tableau synthétique de distribution des compétences comme cadre de réflexion pour le développement d'une éducation approfondie aux médias<sup>1</sup>.

Chaque citoyen n'est évidemment pas appelé à maîtriser de façon complète toutes les compétences décrites dans le cadre de compétences que nous proposons dans la suite de ce document : celui-ci a pour objectif de parcourir l'ensemble des champs possibles d'une éducation aux médias et de donner une idée plus détaillée et plus concrète de la grille synthétique et de l'approche théorique qui précède. Cependant, ce cadre ne doit surtout pas faire oublier que la première et la plus générale des compétences est la capacité de s'adapter à la nouveauté et à la diversité des outils médiatiques et de leurs usages tout au long de sa vie.

---

<sup>1</sup> Un récapitulatif des différentes catégories de compétences, issues des activités médiatiques s'exerçant dans les trois dimensions se trouve en Annexe.

# Partie II

panorama  
des compétences en  
**éducation** aux **médias**



Le tableau de distribution de compétences<sup>1</sup>, proposé en partie I, regroupe les douze catégories de compétences en littératie médiatique, issues des quatre activités médiatiques (lire, écrire, naviguer et organiser) s'exerçant dans les trois dimensions (informationnelle, sociale et technique) des médias. Il permet l'analyse des différents aspects de cette littératie dont les compétences peuvent être explicitées comme suit :

## 1. Les compétences en lecture médiatique

Un lecteur compétent est capable de décoder, de comprendre, d'évaluer et de problématiser des objets médiatiques très différents.

		I	T	S
O	L	I		
	E			
C	N			
	O			

### 1.1. Les compétences informationnelles en lecture

Ces compétences concernent le contenu informationnel des médias et des systèmes de représentations qu'ils utilisent.

#### 1.1.1. Le média comme forme-objet

Le lecteur compétent, qui aborde la dimension informationnelle d'un objet médiatique, est capable de :

- relever les caractéristiques médiatiques du média ;
- comprendre la nature hétérogène constitutive du média (sons, images fixes ou animées, textes, hyperliens, code source...);
- distinguer le message de son interface (télécommande, clavier d'ordinateur ou de téléphone, système de visionnement ou de réception...);
- tenir compte des effets possibles de l'interface sur la lecture du média ;
- considérer l'impact informationnel de l'environnement médiatique sur le message ;
- identifier les codes et les signes des langages utilisés dans le message.

*Le spectateur d'un film exerce ses compétences informationnelles quand il analyse la forme d'un film de fiction. Il peut y identifier une série de caractéristiques formelles comme l'utilisation différenciée du noir et blanc ou de la couleur, le recours à des procédés sonores comme la voix-off ou la musique d'accompagnement, la différence entre les prises de vues réelles, le cinéma d'animation et le dessin animé... Il relève des caractéristiques plus pointues du film, comme les cadrages et les positions de caméras, la gestuelle et la diction des acteurs, l'utilisation des lieux, des lumières, des décors ou le travail du montage avec notamment ses ellipses, ses répétitions éventuelles, ses bouleversements chronologiques... Enfin, il sait repérer des indices suggérant que le film est une fiction.*

#### 1.1.2. Le média comme contenu transmissible

Le lecteur compétent, qui observe le contenu transmis par un média, est capable de :

- prendre conscience de la relativité de sa lecture du contenu ;
- confronter les représentations et les sensibilités véhiculées par ce contenu à sa propre perception du monde ;
- apprécier le degré de véracité du contenu transmis ;

<sup>1</sup> Le tableau de distribution des compétences développé ici est inspiré des travaux du Professeur Thierry De Smedt et du Docteur Pierre Fastrez (UCL).

- tenir compte de la diversité des approches possibles d'un même message médiatique et de leurs effets sur sa perception de son contenu ;
- se questionner spontanément, au fil de la lecture, sur ses attentes personnelles susceptibles d'orienter le sens qu'il construit ;
- être attentif à l'image que l'auteur donne de lui-même à travers son message.

*Un spectateur exerce ses compétences informationnelles quand il est capable de comparer la représentation du monde donnée par le film à la sienne ou à d'autres comme celles diffusées par le biais de documentaires. Il sait comparer les animaux d'un dessin animé à des animaux réels ou les événements montrés dans un film à ceux racontés, par exemple, dans un manuel d'histoire. Il peut aussi imaginer la « géographie » d'un lieu, dévoilé dans un film de façon fragmentaire, ou construire la chronologie des événements filmés de façon à prendre conscience de l'écart entre le temps perçu et le temps représenté.*

### 1.1.3. Le média comme système de signes

Le lecteur compétent, qui se confronte au système de signes, est capable de :

- lire, regarder, écouter un média en construisant du sens ;
- appréhender le média en fonction des typologies médiatiques courantes ;
- tenir compte de la variété des signes et des langages construisant le sens du message médiatique ;
- identifier les éventuelles possibilités d'interactivité dans le message ;
- décoder les signes utilisés dans le message et en améliorer sa connaissance ;
- reconnaître les méta-informations véhiculées par le message ;
- distinguer les axes d'interprétation possibles d'un même élément médiatique en fonction du contexte médiatique, du/des émetteur(s), de l'effet sur le(s) récepteur(s), du contexte socioculturel, etc. ;
- chercher à objectiver son interprétation ;
- distinguer les éléments objectivables de ses hypothèses ;
- apprécier les choix graphiques, esthétiques et stylistiques du média.

*Le spectateur d'un film exerce ses compétences informationnelles s'il est capable, de résumer un film de fiction, de définir son propos général et de reconstruire le point de vue de son auteur, qu'il soit cinéaste ou scénariste. Il sait interpréter le comportement d'un personnage aussi bien en fonction de ses motivations implicites que de l'intention de l'auteur ou de l'impression qu'il lui fait. Il peut le comparer à celui de personnes réelles (identifiées, par exemple, d'après des enquêtes sociologiques ou psychologiques) ou imaginaires (d'après des personnages de roman, par exemple). Il est aussi capable de s'interroger sur le sens d'un film sur base de différentes critiques lues dans la presse ou sur l'internet.*

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N			
O	O			

## 1.2. Les compétences techniques en lecture

Les compétences techniques en lecture concernent la technique qui sous-tend la production des médias.

### 1.2.1. Les dispositifs techniques

Le lecteur compétent, qui examine les dispositifs techniques qui sous-tendent le média, est capable de :

- identifier les techniques utilisées pour produire le média ;
- comprendre les infrastructures techniques utilisées pour diffuser le média et le donner à lire ;
- repérer le degré d'interactivité propre au dispositif technique ;
- identifier les techniques d'archivage possibles du média.

*Un lecteur fait appel à des compétences techniques s'il est capable, d'utiliser et de maîtriser un matériel technique plus ou moins sophistiqué pour lire un média. Il sait comparer différents genres d'images (des photographies d'art, de publicité, de famille, de presse...) et en déduire la complexité des technologies utilisées pour les créer et les diffuser. Il observe leurs modes de diffusion, de conservation et de classement sachant, par exemple, que la classification et la diffusion de photographies de famille n'obéissent pas à la même logique que celles des photographies de presse.*

### 1.2.2. Les usages techniques du média

Le lecteur compétent, qui réfléchit aux usages techniques du média, est capable de :

- maîtriser l'interface de l'appareil utilisé pour lire le média ;
- comprendre les possibilités, les limites et les contraintes de l'appareil utilisé pour lire le média ;
- utiliser le média de la manière la plus appropriée à ses moyens et à ses besoins ;
- repérer les possibilités d'interaction offertes par le média et pouvoir les mettre en œuvre ;
- s'orienter dans le média à l'aide de ses codes techniques spécifiques ;
- évaluer les risques techniques liés à la lecture du média (virus informatique...).

*Celui qui regarde des photographies utilise ses compétences en usage technique s'il sait reconnaître les différences entre plusieurs images, liées à l'évolution technique des appareils photo ou aux caractéristiques techniques d'un même appareil. Le mode automatique ne rend, en effet, pas de la même manière les nuances de couleur et de profondeur de champs que le mode « manuel ». Les caractéristiques générales d'une photographie ou d'une vidéo permettent souvent au spectateur de déterminer si celles-ci ont été réalisées avec un smartphone ou avec une caméra ou un appareil photo professionnels. Un internaute peut déterminer si une pièce jointe reçue par courriel est sûre à télécharger en utilisant les outils mis à sa disposition pour détecter les virus ou les pourriels éventuels.*

### 1.2.3. Les enjeux techniques du média

Le lecteur compétent, qui envisage les enjeux techniques liés à la nature du média, est capable d' :

- identifier les implications économiques et environnementales des caractéristiques techniques du média ;
- identifier les implications sociétales (sociales, culturelles, voire politiques) des caractéristiques techniques du média.

*Le lecteur exerce ses compétences en enjeux techniques s'il est conscient que la diffusion d'un journal papier est limitée par des impératifs d'ordre géographique, culturel et économique interdépendants tandis que l'e-presse offre une diffusion plus large sans répercussion des coûts de transport. Il comprend aussi que l'échange et la diffusion d'informations sont favorisées sur l'internet par l'interactivité propre aux médias en ligne.*

		I	T	S
O	L			I
	E			
C	N			
O	O			

### 1.3. Les compétences sociales en lecture

Les compétences sociales en lecture concernent les contextes institutionnels des médias, les intentions de leurs concepteurs, les stéréotypes culturels qu'ils renforcent, etc.

#### 1.3.1. Les contextes et les usages du média

Le lecteur compétent, qui s'interroge sur les contextes de production, de diffusion ou de réception du média et sur ses usages, est capable de :

- comprendre le contexte dans lequel le message est adressé ainsi que les usages et les enjeux qui y sont liés ;
- déterminer l'identité de l'énonciateur en fonction du contexte de diffusion du média ;
- identifier le type de message en fonction du contexte de sa production et de sa diffusion ;
- repérer les enjeux éthiques et déontologiques liés au contexte de réception du média ;
- repérer les risques et les opportunités liées au contexte du média ;
- comprendre le contexte dans lequel il lit le message, les usages auxquels il se conforme ou les enjeux qu'il poursuit en le lisant ;
- tenir compte de sa position de destinataire en fonction du contexte de lecture du média ;
- adapter sa lecture à l'évolution de l'interaction médiatique ;
- compléter sa lecture par d'autres sources d'information sur les contenus du message ;
- apprécier la pertinence des choix graphiques, esthétiques et stylistiques en fonction des usages médiatiques ordinaires ;
- analyser les intentions de l'auteur du média en observant les démarches que celui-ci met en œuvre ;
- mettre ces démarches en relation avec le contexte de réception du média ;
- reconnaître les contenus illicites et tenir compte des outils légaux qui s'y appliquent.

*Un lecteur de panneaux routiers et d'affiches publicitaires exerce ses compétences concernant leur contexte médiatique et leurs usages s'il tient compte de la rue dans laquelle ils sont placés, de leur auteur, du public qu'ils visent (les automobilistes, les résidents, les piétons...) ou de la période à laquelle ils ont été installés et de laquelle ils peuvent tirer des opportunités (fêtes, vacances, événement ponctuel...). Il comprend aussi la pertinence du choix du lieu de leur installation, tablant sur le temps d'attente des automobilistes au carrefour ou des usagers à l'arrêt de bus, pour mieux les solliciter. Il s'interroge enfin sur l'utilisation du textuel ou du visuel selon leur message ou le type de produit promu (produit de luxe ou produit financier, par exemple).*

#### 1.3.2. Les destinoteurs et destinataires du média

Le lecteur compétent, qui se soucie de connaître les identités et les rôles des destinoteurs et destinataires du média, est capable de :

- identifier le ou les destinoteurs du média ;
- reconnaître leurs intentions explicites ;

- reconnaître la diversité des acteurs qui peuvent intervenir dans le dispositif médiatique, et la variété de leurs intentions ;
- détecter/repérer/déceler des intentions implicites, détournées ou masquées en fonction de l'identité du destinataire et du contexte de la communication ;
- identifier les destinataires du message et se situer par rapport à ceux-ci.

*Si le public d'une publicité est souvent clairement identifiable, les publicitaires peuvent utiliser des procédés qui donnent l'impression de se détourner de leur cible : par exemple, en mettant en scène un enfant qui poussera son père à acheter tel modèle de voiture. Le lecteur compétent détecte ces stratégies et en tient compte. Il est capable de distinguer les différents intervenants qui se cachent derrière la construction du message (l'annonceur, l'agence média, la régie publicitaire, etc.) et sait s'il fait partie des personnes visées par cette publicité ou ce qui l'en distingue.*

### 1.3.3. Les attentes et les effets du média

Le lecteur compétent, qui s'interroge sur les attentes auxquelles répond le contenu du média, et sur les effets potentiels de celui-ci, est capable de :

- expliciter ses attentes préalables à la lecture du message diffusé par ce média ;
- prendre la mesure d'autres attentes possibles concernant la lecture du message ;
- reconnaître les éventuels risques liés à ses attentes et à celles d'autrui ;
- mesurer l'écart entre ses attentes avant la lecture du média et les effets qu'elle produit sur lui ;
- examiner la variété des effets possibles de la lecture du média sur d'autres destinataires ;
- échanger avec d'autres destinataires sur les effets du message, être attentif aux interprétations que certains d'entre eux partagent, savoir y reconnaître des jugements de valeur et être capable de défendre les siens de manière argumentée.

*La télévision répond à des attentes diverses et parfois combinées des téléspectateurs : le divertissement, l'information, la documentation, l'éducation... Les spectateurs exercent leurs compétences concernant ces attentes lorsqu'ils choisissent le programme qui leur conviendra le mieux ou qui tendra à avoir les effets escomptés. Un enseignant compétent comprend que les attentes de ses élèves ne seront pas identiques aux siennes et qu'un même programme pourra avoir des effets contradictoires sur certains d'entre eux. Il en tient compte lors du visionnage d'une émission.*

## 2. Les compétences en écriture médiatique

L'écriture médiatique consiste à créer et à diffuser des productions médiatiques individuelles ou collectives.

		I	T	S
O	L			
	E	I		
C	N			
O	O			

### 2.1. Les compétences informationnelles en écriture

Les compétences informationnelles en écriture concernent les langages et les genres que les productions médiatiques utilisent.

### 2.1.1. Le média comme forme-objet

L'auteur compétent, qui cherche à produire l'objet médiatique le mieux adapté aux informations qu'il veut diffuser, est capable de :

- utiliser la forme-objet la plus appropriée au contexte de communication et au(x) langage(s) du message ;
- distinguer le message de l'interface en tenant compte des effets possibles de cette dernière et du support de lecture choisi ;
- incorporer le message avec pertinence dans le flux ou dans l'environnement médiatique qui sert à le diffuser ;
- exploiter l'hétérogénéité qui peut être constitutive de l'objet médiatique (ses sons, images fixes ou animées, textes, hyperliens, code source...) selon les typologies d'usage ;
- référencer son message à destination d'un type d'interface particulier.

*L'auteur d'un média exerce ses compétences informationnelles quand il est capable d'utiliser la forme médiatique la plus adéquate pour relater ou réagir à un événement : un webdocumentaire, un reportage sonore ou un article de presse. Il sait aussi choisir de diffuser un article en version papier, en version numérique ou dans un périodique gratuit, en se rendant compte de l'influence du support sur la réception de l'information. Il réfléchit au canal le plus efficace pour diffuser sa vidéo et peut choisir entre différents sites de diffusion en ligne. Il saura s'approprier des ressources médiatiques pour créer un documentaire (basé sur des capsules vidéo et audios...) et soigner le référencement d'un article en fonction de son support.*

### 2.1.2. Le média comme contenu transmissible

L'auteur compétent, qui prépare les contenus qu'il veut transmettre, est capable de :

- écrire un contenu en produisant du sens ;
- se questionner sur les représentations et la sensibilité qu'il souhaite transmettre par ce contenu ;
- choisir des degrés de vérité en fonction de sa démarche et de ses intentions de communication ;
- situer le média dans les typologies médiatiques courantes, en emprunter les usages ou s'écarter des normes en toute connaissance de cause ;
- prendre conscience de la diversité des approches possibles d'un même objet médiatique et de leurs effets sur la perception de ses contenus ;
- se questionner spontanément au fil de son écriture sur ses intentions personnelles et la rectifier ou la revoir en fonction ;
- mesurer le caractère vraisemblable ou acceptable des interprétations proposées dans son média en fonction d'observations attentives, objectivables et argumentées de ses messages ;
- tenir compte des axes d'interprétation possibles d'un même élément médiatique selon le contexte médiatique, l(es) énonciateur(s), les effets sur se(s) récepteur(s) et le contexte socioculturel ;
- être attentif à l'image qu'il donne de lui-même à travers son message.

*L'auteur d'une capsule vidéo exerce ses compétences informationnelles en rédigeant son script, en tournant et montant la capsule, en transmettant un message engagé ou non. Le créateur d'une publicité crée cette dernière en tenant compte du public qu'il vise et en jouant sur les représentations du thème abordé. Il distingue la publicité de l'information, joue sur les codes du marketing, voire s'en éloigne en produisant des parodies. Un*

photographe connaît les possibilités qu'offre un appareil manuel, sait utiliser ses multiples options et apprécier les différentes images qu'il produit grâce à elles. L'étudiant compétent, rédigeant un article polémique pour le journal de son école, tient compte de ce qui a déjà été écrit et de l'impact que l'article générera tant chez ses camarades que chez le personnel éducatif. L'internaute poste un statut dans un réseau social en tenant compte de la réception que pourraient en avoir ses différents contacts.

### 2.1.3. Le média comme système de signes

L'auteur d'un média, qui choisit des systèmes de signes, est capable de :

- connaître les codes et la grammaire des signes et des langages utilisés dans son message, et en améliorer sa connaissance si nécessaire ;
- insérer, dans le média, les signes nécessaires pour permettre une éventuelle interactivité du lecteur ;
- opérer des choix graphiques, esthétiques et stylistiques en fonction des usages médiatiques ordinaires ;
- inscrire des méta-informations selon les usages et les normes du genre choisi et du contexte de communication ;
- utiliser les systèmes de signes pour tenter d'orienter l'interprétation du lecteur.

Le créateur d'une séquence d'information exerce ces compétences en maîtrisant les codes habituellement utilisés pour un journal télévisé. Lors du montage, il est capable de jouer sur le volume sonore et sur la bande son pour orienter l'interprétation ou favoriser la compréhension de ses spectateurs. Celui qui réalise un journal en ligne prévoit un espace « forum » régulé par un modérateur. Le créateur d'une publicité sait travailler une affiche en choisissant sa typographie, son cadre, ses couleurs et son ton en fonction de son public.

		I	T	S
O	L			
	E		I	
C	N			
O	O			

## 2.2. Les compétences techniques en écriture

Les compétences techniques en écriture concernent la maîtrise des opérations techniques que les productions médiatiques impliquent.

### 2.2.1. Les dispositifs techniques du média

L'auteur compétent, qui choisit les dispositifs techniques du média qu'il produit, est capable de :

- identifier les appareils et les infrastructures techniques possibles pour écrire en fonction de la nature du média à produire ;
- connaître les infrastructures techniques possibles pour la diffusion du média qu'il produit, leurs potentiels et leurs limites ;
- connaître les techniques de sauvegarde et de suppression du type de média produit ;
- connaître les possibilités d'interaction des diverses infrastructures techniques disponibles pour diffuser le média.

L'auteur d'un article exerce ces compétences quand il choisit de le (re)transcrire, de le photocopier, de le scanner, de l'imprimer par ses propres moyens ; de recourir aux services d'un imprimeur, d'une maison d'édition, d'un service d'impression d'un journal ou d'un magazine ; de le diffuser en ligne sur un site, un blog, un réseau social ; ou de l'insérer dans une campagne de communication grand public. L'internaute fait la différence entre éditer une newsletter, un flux d'actualité, un court message, un tag, un hashtag, un post, un commentaire, un bandeau ou une publicité en ligne. Il peut enregistrer un favori dans son navigateur, télécharger un document ou l'enregistrer en local ou encore copier-coller un texte. Il sait réaliser une capture d'écran. Il peut compresser un fichier audio ou vidéo afin de l'optimiser pour le web.



### 2.2.2. Les usages techniques du média

L'auteur compétent, qui utilise des techniques de production médiatique, est capable de :

- utiliser la technique d'écriture et l'infrastructure technique de diffusion appropriées à ses moyens et à ses besoins ;
- maîtriser l'« appareil médiatique » choisi pour écrire ainsi que ses commandes, et paramétrer son interface ;
- installer et configurer correctement un ensemble d'« appareils médiatiques » pour qu'ils produisent le média voulu ;
- résoudre un problème mineur lié à un dispositif médiatique défectueux ;
- reconnaître les limites de ses compétences techniques et identifier les moyens et les ressources pour les dépasser ;
- choisir une technique de sauvegarde ou de suppression du média produit, appropriée à ses moyens et à ses besoins ;
- savoir de quel(s) métier(s) relève la mise en œuvre optimale d'un dispositif technique ;
- prendre une place appropriée lors d'une division technique d'un travail médiatique et savoir travailler en collaboration ;
- savoir de quel(s) métier(s) relève la réparation d'un appareil ou d'un dispositif en panne ;
- ménager, le cas échéant, une possibilité d'interaction ou de communication ultérieure avec le(s) récepteur(s) ;
- évaluer les risques techniques liés à la production du média.

*L'internaute exerce ses compétences en usages techniques lorsqu'il réalise un mur de courts messages et procède à sa synthèse dans un flux de conclusion. Il sait modérer un forum et donner suite à des courriels réclamant une réponse. L'informaticien sait installer une configuration informatique composée de divers périphériques tels la tour, l'écran, le clavier, la souris, l'imprimante, etc. Il est capable de remplacer l'un des composants principaux de son ordinateur comme le disque dur, la barrette mémoire ou le lecteur disque. Le producteur d'une émission de radio développe une conduite d'émission comprenant un générique, des annonces, des sujets de reportage, des interviews, des publicités, des jingles, etc., tout en recourant à du direct et à la diffusion de sujets préenregistrés.*

### 2.2.3. Les enjeux techniques du média

L'auteur compétent, qui s'interroge sur les enjeux techniques de sa production médiatique, est capable de :

- choisir un dispositif technique en tenant compte des problèmes de confidentialité, de sécurité, de propriété intellectuelle, de pérennité... qui lui sont liés ;
- identifier les implications socio-économiques du dispositif technique d'écriture choisi ;
- comprendre les implications environnementales des infrastructures techniques choisies pour diffuser et pour archiver le média ;
- comprendre les enjeux sociétaux qui peuvent être liés aux choix des techniques d'interaction choisies.

*L'internaute exerce ces compétences quand il est capable d'autoriser ou non les commentaires sur son blog, qu'il gère ses listes d'amis dans un réseau social, qu'il accepte ou bloque les candidats à la lecture de ses courts messages. Il sait identifier les avantages et les inconvénients d'une numérisation généralisée des contenus pour la confidentialité de ses propos et le respect de sa vie privée. Il connaît les licences de copyright et de copy-left et choisit de les utiliser à bon escient. Il sensibilise ses destinataires aux impacts environnementaux d'une impression systématique des courriels envoyés.*



		I	T	S
O	L			
	E			I
C	N			
O	O			

## 2.3. Les compétences sociales en écriture

Les compétences sociales en écriture concernent l'activation des diverses relations interpersonnelles que les productions médiatiques impliquent.

### 2.3.1. Les contextes et les usages du média

L'auteur compétent, qui considère les contextes de sa communication et les usages de sa production médiatique, est capable de :

- comprendre le contexte dans lequel il a écrit le message ;
- s'informer sur ce contexte si nécessaire ;
- interroger, dans ce contexte, son identité de producteur de média ;
- catégoriser son message en fonction du contexte et tenir compte des usages et des typologies usuelles qui y sont liés ;
- repérer les enjeux éthiques et déontologiques liés au contexte ;
- repérer les risques qu'il prend dans le contexte ;
- se soucier de lui-même en adressant le message ;
- comprendre le contexte dans lequel le message doit être reçu ;
- interroger l'identité du ou des destinataires de son média selon le contexte ;
- repérer les risques qu'il fait courir au(x) destinataire(s) dans le contexte envisagé ou dans d'autres contextes éventuels ;
- adapter constamment, dans ses médias d'interlocution, son écriture à ce qu'il vient de lire ou d'entendre ;
- se soucier d'autrui en adressant le message ;
- adapter son écriture à l'évolution de l'interaction médiatique ;
- expliciter pour lui-même sa démarche dans le but d'être le plus conscient possible du sens global de sa communication ;
- être attentif à l'adéquation de sa démarche avec le contexte.

*L'internaute compétent qui poste une photographie sur un réseau social, s'interroge sur les conséquences que cette publication peut avoir sur lui-même ou sur les autres quelle que soit son intention (partager, faire connaître, sensibiliser, dénoncer, etc.). Il rédige un post dans un forum choisi en fonction de sa thématique et de ses destinataires. Conscient des risques liés à la naissance et au partage d'une rumeur, il évalue la fiabilité d'une information, avant de la transmettre, en la recoupant notamment sur des sites d'analyse de hoax. Celui qui écrit un article de presse se soumet aux règles déontologiques de l'activité journalistique. Il peut rester anonyme pour préserver son intégrité intellectuelle ou tenir compte, si son article est polémique, du contexte dans lequel il sera reçu. Il prend en considération le niveau de lecture de ses lecteurs et y adapte son style, son vocabulaire, son approche...*

### 2.3.2. Les destinateurs et destinataires du média

L'auteur compétent, qui veille à comprendre le rôle des destinateurs et celui des destinataires du média qu'il produit, est capable de :

- savoir à quel titre il adresse le message, en tenir compte et se questionner sur son statut social, économique, culturel en tant que destinataire ;
- protéger son identité et ses données personnelles quand c'est nécessaire ;
- tenir compte de l'identité du destinataire du message, se questionner sur son statut social, économique, culturel en tant que récepteur du message ;
- protéger l'identité et les données personnelles du destinataire ainsi que la confidentialité du message quand c'est recommandé ou nécessaire ;
- mesurer le degré de personnalisation du message et tenir compte de l'éventuelle diversité de ses destinataires.

*Le blogueur exerce ces compétences quand il se questionne sur l'aspect sociologique de son lectorat ainsi que sur la place qu'il occupe par rapport à lui. Sur un réseau social, l'internaute est attentif à son identité numérique et protège son profil grâce aux paramètres prévus. Il modifie les paramètres d'affichage de certains messages pour limiter leur publication à un nombre restreint de personnes et envoie, à certains, un message privé pour éviter de rendre public des informations qui méritent d'être transmises en aparté. Celui qui anime une émission radio prend en compte ses auditeurs en s'interrogeant sur leur appartenance sociale et adapte le niveau de son contenu en fonction.*

### 2.3.3. Les attentes et les effets du média

L'auteur compétent d'un média, qui considère les attentes de ses destinataires et les effets potentiels de son message, est capable de :

- expliciter ses intentions avant d'écrire le message et s'interroger sur celles-ci ;
- gérer l'expression de ses intentions dans le message en fonction de l'identité du ou des destinataire(s) et du contexte de la communication ;
- prendre la mesure de la variété des effets possibles du message sur les destinataires visés ou sur des destinataires non prévus ;
- se questionner sur les attentes potentielles du ou des destinataire(s) et orienter sa communication en fonction de sa réflexion ;
- prendre la mesure des autres attentes possibles des destinataires visés ou non, anticiper la variété des effets possibles du message sur un ou plusieurs destinataire(s) et échanger avec autrui sur ce sujet ;
- faire la part des choses entre ce qui est recevable par le(s) destinataire(s) sur le plan privé, le plan public et le plan professionnel ;
- mesurer l'écart entre les attentes qu'il avait avant d'écrire et les effets produits par ce qui a été écrit ;
- écrire en étant attentif à la variété des interprétations et des jugements de valeur auxquels le message pourrait être soumis.

*Le rédacteur d'un article exerce ces compétences quand il explicite ses intentions en tenant compte du lectorat du journal dans lequel il le publiera : est-ce un journal confessionnel pour paroissiens, un journal interne d'entreprise pour employés, un périodique destiné aux membres d'une association ? Un photographe compétent prend un cliché dans une intention précise, le poste sur un réseau social sachant le parcours qu'il pourrait avoir (partage, commentaire, détournement...). L'auteur d'une capsule vidéo, parodiant une série télévisée à la mode, se prépare à une éventuelle adhésion de ses amis, voire à la naissance d'un buzz. Celui qui envoie un courriel vérifie les différentes adresses (professionnelle, privée, liée à un groupe) de ses destinataires. Il adapte son contenu en fonction de celles qu'il a choisies. En publiant des posts sur un forum du web, l'internaute est conscient de l'hétérogénéité possible du public auquel il s'adresse et il est attentif à ce que son message soit compréhensible par tous.*

### 3. Les compétences en navigation médiatique

La navigation médiatique consiste à parcourir un ou plusieurs médias au hasard ou dans un objectif précis.

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N	I		
O	O			

#### 3.1. Les compétences informationnelles en navigation

Les compétences informationnelles en navigation concernent la recherche et la sélection de documents ou de médias en fonction de leur sujet ou de leur genre.

##### 3.1.1. Le média comme forme-objet

Le navigateur compétent, qui considère les formes variées des objets médiatiques qu'il rencontre, est capable de :

- rechercher des formes-objets en fonction des systèmes de signes qu'elles supportent ;
- identifier des formes-objets en fonction des systèmes de signes qui les caractérisent ;
- se montrer attentif à la variété formelle de différents objets médiatiques, d'un contenu médiatique particulier qu'il explore ainsi qu'à leurs interactions (bruits, musique, images dans un document audiovisuel...) ;
- comprendre la logique de la stratification des formes-objets, qui peuvent contenir ou accompagner un message (emballage, étiquette, support matériel porteur de signes...) et distinguer les messages de leurs interfaces.

*L'internaute exerce ces compétences lorsqu'il sait reconnaître les différents types d'hyperliens d'une page web ou d'un moteur de recherche. Le lecteur d'un livre est capable de repérer les différentes typographies qui y sont utilisées et les raisons de leur utilisation (majuscules, italiques, gras...). Le consommateur averti comparant des emballages à la recherche du produit qui lui conviendrait le mieux, distingue, à partir de la forme des messages qui les couvrent, ceux qui se donnent pour informationnels de ceux qui apparaissent comme promotionnels. Il relie les messages de l'emballage à ceux du présentoir et à ceux du contenant final du produit. Le cinéphile reconnaît les caractéristiques stylistiques des grands genres filmiques ou des grandes époques cinématographiques (classique hollywoodien, néo-réalisme italien, Nouvelle Vague...).*

##### 3.1.2. Le média comme contenu transmissible

Le navigateur compétent, qui analyse les contenus transmissibles, est capable de :

- choisir en connaissance de cause les messages les plus pertinents ou les mieux adaptés à ses besoins ou à ses centres d'intérêt ;
- passer d'un média à l'autre sur un même sujet ;
- tracer le cheminement des informations (actualités, sources littéraires de films, sources cinématographiques de séries, etc.) ;
- distinguer les médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent ;
- exploiter les informations d'utilisation des interfaces médiatiques (modes d'emploi, instructions, aide, etc.).

*Celui qui recherche de l'information exerce ces compétences lorsqu'il est capable de sélectionner les outils (encyclopédies, journaux en ligne, sites personnels...) aptes à la lui fournir. Sur l'internet, il utilise des informations textuelles, sonores, visuelles et audiovisuelles sur un même sujet pour mieux comprendre ce dernier. Il*

trouve une solution à un problème dans le menu d'aide d'un logiciel. Face à une séquence du journal télévisé, le téléspectateur repère et distingue les images d'archives ou de fiction et sait rechercher leur origine. Le lecteur passionné de romans historiques cherche chez les historiens les informations susceptibles de l'aider à mesurer le degré de véracité ou de vraisemblance des récits qui lui sont offerts.

### 3.1.3. Le média comme système de signes

Le navigateur compétent, qui maîtrise les systèmes de signes, est capable de :

- s'orienter selon les indices qui signalent les différents types d'informations, classes, genres de médias dont peuvent relever les messages, voire un même message ;
- reconnaître les éventuels écarts d'un message par rapport aux normes des typologies ordinaires des médias ;
- reconnaître, dans les messages, les systèmes de signes (interfaces) qui permettent de naviguer au sein de ceux-ci ;
- s'orienter efficacement dans les messages à partir d'une interface (sommaire, menu, table des matières, onglets...) ;
- choisir une interface de navigation adéquate (catalogues, programmes, moteurs de recherche...) ;
- distinguer les caractères spécifiques d'un message par rapport à d'autres (adaptation, parodie...).

L'internaute compétent choisit un navigateur web en fonction de l'usage qu'il souhaite en avoir. Il sait repérer les indices qui permettent de distinguer un site commercial, d'un institutionnel ou d'un personnel. Il sait repérer les spécificités de certains messages s'adressant aux personnes souffrant d'un handicap visuel ou auditif. Il peut identifier, sur une page web, la structure logique des hyperliens qui y sont proposés, et associer leur forme et leur disposition sur la page, à des contenus hiérarchisés. Le lecteur d'un livre sait utiliser son index et sa table des matières. Il reconnaît son genre littéraire grâce aux informations de sa couverture sans toutefois se laisser abuser par les apparences. Le lecteur d'un journal s'y oriente facilement en fonction des signes propres à chaque type de contenu. Il reconnaît les indices des manipulations publi-rédactionnelles. Le fond sonore d'un film ou son générique de début insolite suffisent pour avertir d'emblée le spectateur attentif qu'il regarde une parodie.

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N		I	
O	O			

## 3.2. Les compétences techniques en navigation

Les compétences techniques en navigation concernent la recherche et la sélection de la technologie qui permettra à l'utilisateur d'atteindre ses objectifs.

### 3.2.1. Les dispositifs techniques du média

Le navigateur compétent, qui choisit les dispositifs techniques adaptés à sa navigation, est capable de :

- connaître les principaux dispositifs techniques et leurs principes de fonctionnement ;
- maîtriser la variété des dispositifs techniques et leurs alternatives éventuelles ;
- choisir un document selon un critère de fonctionnement technique ;
- choisir un appareil selon un critère de fonctionnement technique ;
- identifier la nature et éventuellement la cause d'une panne ou d'un dysfonctionnement d'un média de navigation.

*L'utilisateur d'un ordinateur compétent est capable de reconnaître les différents types de fichiers informatiques (images, textes, vidéos...) et de les associer avec les logiciels adéquats. Il sait utiliser les différents outils et modes de navigation à l'intérieur d'un même logiciel (visionneuse de photos ou de vignettes, mode prévisualisation, mode plan, etc.). L'utilisateur d'un lecteur vidéo (DVD, Blu-Ray...) maîtrise les différentes fonctions de la télécommande qui lui permettent de naviguer dans les menus. Le vidéaste maîtrise les principes généraux de paramétrage d'une caméra et trouve aisément son chemin dans les menus de son appareil. Lorsqu'il envisage l'achat d'une nouvelle caméra, il explore le marché, recherche les documentations techniques et se donne les moyens de les comprendre ou de les évaluer.*

### 3.2.2. Les usages techniques du média

Le navigateur compétent, qui opère des choix techniques dans l'éventail des possibilités qui s'offrent à lui, est capable de :

- choisir une technique efficace pour atteindre un objectif informationnel ou social ;
- explorer les usages possibles des médias et en choisir un ou plusieurs en fonction de leurs potentiels techniques ;
- optimiser les usages possibles des médias de navigation compte tenu de leur potentiel technique ;
- s'approprier les modes d'emploi des appareils médiatiques en vue de leur bonne utilisation ;
- évaluer les risques techniques liés à sa navigation (virus informatique, pop-up intrusif...).

*L'internaute maîtrise des outils de navigation comme les signets ou l'historique. Il sait vider le cache et effacer l'historique s'il utilise un ordinateur partagé. Il sait comment retenir mais aussi effacer les identifiants et les mots de passe. Il reconnaît un site sécurisé et maîtrise les différents outils de recherche avancée (selon la taille d'images, la langue, le type de domaine exploré...). L'amateur de télévision ou de radio est capable de modifier la présélection des chaînes ou des stations en fonction de ses préférences. Le cinéphile choisira de voir un film en salle ou bien sur un écran de télévision en tenant compte du gain ou de la perte de qualité que ce choix implique. Le vidéaste averti sait paramétrer efficacement sa caméra en fonction des conditions de prises de vue et de l'effet ou de l'atmosphère qu'il recherche.*

### 3.2.3. Les enjeux techniques du média

Le navigateur compétent, qui envisage les enjeux de sa navigation, est capable de :

- explorer les implications environnementales de l'usage d'un média lors de sa navigation ;
- choisir un média en fonction des implications environnementales de son usage ;
- explorer les implications socio-économiques de l'usage d'un média, liées (antécédents ou conséquents) à ses caractéristiques techniques ;
- choisir un média de navigation en fonction des implications techniques de son usage sur les domaines socio-économiques.

*L'utilisateur d'un GSM exerce ces compétences quand il est capable d'analyser les impacts environnementaux de la fabrication de ce type d'appareil. Il peut opter pour une technologie qui utilise moins d'ondes électromagnétiques que d'autres. Il choisit son abonnement en comparant soigneusement les offres commerciales, en tenant compte de ses besoins personnels réels et de ses moyens financiers. Celui qui lit un document informatique – s'informe sur les modes d'impression de documents en fonction de leur coût socio-économique. Le consommateur averti cherche à connaître les filières de recyclage existantes lorsqu'il se sépare de ses anciens appareils.*

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N			I
O	O			

### 3.3. Les compétences sociales en navigation

Les compétences sociales en navigation concernent la recherche et la sélection de documents ou de médias en fonction de critères liés aux contextes sociaux de leur production, de leur circulation ou de leur réception.

#### 3.3.1. Les contextes et les usages du média

Le navigateur compétent, qui considère les contextes sociaux de leurs diffusions et les usages qui y sont liés, est capable de :

- être attentif aux enjeux culturels, économiques et sociaux qui caractérisent les institutions médiatiques et qui influencent l'évolution des systèmes médiatiques ;
- choisir le média et le type de message les plus appropriés pour communiquer avec autrui, en tenant compte du contexte de la relation sociale dans laquelle il se trouve ;
- choisir le média et les types de message les plus appropriés pour communiquer avec autrui afin d'entretenir une relation sociale de qualité, sous l'angle des enjeux éthiques ;
- choisir des médias en étant attentif aux législations et aux déontologies en vigueur qui visent à réguler les usages médiatiques en production ;
- naviguer en prêtant attention aux enjeux éthiques relatifs aux destinataires ;
- choisir parmi les médias, celui ou ceux qui visent des destinataires dont il fait ou non partie ;
- se distancier des effets de mode, de nouveauté et des promotions de tous genres ;
- trouver des médias en étant attentif aux usages sociaux de leurs destinataires ;
- choisir un média dans le respect de la législation visant à réguler les usages médiatiques, en matière de détention, lecture, diffusion, reproduction... ;
- choisir des médias en tenant compte de la démarche mise en œuvre par son auteur pour poursuivre ses intentions (captation, témoignages, reconstitution...).

*Le téléspectateur exerce ces compétences quand il compare l'information d'un journal télévisé à celle diffusée par d'autres sources. Il est conscient des enjeux, de la place en prime-time et du statut de cette émission pour une chaîne de télévision, ainsi que de sa complémentarité avec les autres médias d'information, tels que la presse écrite, la presse en ligne, le journal télévisé de chaînes concurrentes ou l'information sur les réseaux sociaux. Il s'interroge sur sa perception de l'information du jour et sait réunir un ensemble contrasté de messages médiatiques s'y référant, en diversifiant les supports d'information, les producteurs (entreprises privées et publiques, médias de proximité ou nationaux), les contextes de production et les publics visés. Il est attentif au cadre légal, aux questions éthiques en matière de violence, de respect de la vie privée ainsi qu'à la distinction entre les faits, commentaires, témoignages et interprétations.*

#### 3.3.2. Les destinataires et destinataires du média

Le navigateur compétent, qui cherche à identifier et à comprendre les rôles des destinataires et des destinataires des médias qu'il rencontre, est capable de :

- sélectionner les médias en tenant compte de leurs sources ;
- identifier l'éventail des pourvoyeurs médiatiques institués (bibliothèques, médiathèques, moteurs de recherches, etc.) ;

- choisir des médias en tenant compte de leurs destinataires ;
- identifier l'éventail des destinataires médiatiques les plus courants.

*Le professeur exerce ces compétences quand il oriente ses élèves vers d'autres sources d'information que celles qui leur sont familières afin qu'ils explorent d'autres médias et qu'ils réfléchissent – individuellement et collectivement – à leur recherche d'information. Il veille aussi à ce qu'ils incluent, dans cette recherche, des documents leur permettant de mettre en perspective l'information recueillie : par exemple, en contextualisant l'information ponctuelle d'un journal télévisé et en y distinguant les séquences documentaires de celles de fiction, provenant de la médiathèque ou d'une plateforme documentaire. Le cinéphile pressent les pressions possibles d'un producteur sur la réalisation finale de films, en fonction du profil commercial avéré de la maison de production.*

### 3.3.3. Les attentes et les effets du média

Le navigateur compétent, qui parcourt les médias en s'interrogeant sur les attentes auxquelles ils peuvent répondre et sur les effets qu'ils peuvent produire, est capable de :

- s'orienter parmi les médias en tenant compte des intentions propres aux destinataires ;
- sélectionner les médias en fonction de ses propres intentions ou attentes ;
- privilégier des médias en tenant compte des attentes propres aux destinataires ;
- s'orienter parmi les médias en escomptant leurs effets potentiels.

*L'étudiant en recherche d'informations multiplie ses sources de façon à recueillir des points de vue représentatifs mais contrastés sur le même sujet. Après avoir « navigué » parmi les messages diffusés par des médias reconnus, il sait réunir des avis et des témoignages contradictoires, qui pourront nourrir son analyse comparative : une manière de rencontrer d'autres visions, d'autres manières de penser le monde... L'internaute en quête d'informations sur un problème de santé distingue les sites autorisés sur le sujet, ceux qui offrent des opinions, les pages à caractère commercial, voire publi-rédactionnelles. Le lecteur d'un journal reconnaît les sources et les types d'information des articles (communiqué d'une agence de presse, tribune d'opinion, enquête originale, éditorial...) et les différentes intentions qui les orientent (information « brute », recherche d'information originale, prise de position, analyse...).*

## 4. Les compétences en organisation médiatique

L'organisation médiatique consiste à la fois à classer, distribuer et répartir des médias en différentes catégories et à gérer sa propre production médiatique en fonction des différents systèmes médiatiques utilisés.

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N			
O	O	I		

### 4.1. Les compétences informationnelles en organisation

Les compétences informationnelles en organisation concernent la conservation, le classement, l'annotation, l'archivage ainsi que la sécurisation des médias trouvés, produits et partagés au fil d'usages médiatiques.

#### 4.1.1. Le média comme forme-objet

L'organisateur compétent, qui classe les objets médiatiques en fonction de leurs caractéristiques informationnelles générales, est capable de :



- archiver des médias en fonction de leur forme ;
- alimenter sa connaissance des formes-objets médiatiques dans les pratiques de communication ;
- constituer un catalogue structuré de médias en fonction de leur forme-objet ;
- organiser la diffusion de plusieurs objets médiatiques dans un même ensemble formel (journal, site internet, magazine, sélection de courts métrages...)

*Pour organiser de manière informationnelle ses DVD, disques Blu-Ray, bandes VHS et fichiers vidéos téléchargés, l'amateur de films ou de séries compétent les range en fonction de leur format, de manière à pouvoir retrouver le plus facilement possible n'importe quel film ou série. Il s'assure donc de la meilleure lisibilité des informations de leurs emballages. Il mesure la complexité des niveaux informationnels de leurs supports : messages de la pochette ou du boîtier, ceux des étiquettes des cassettes et des disques, contenus musicaux... Il observe l'évolution des usages en la matière et leur transposition dans l'univers de la vidéo en ligne et de la gestion des fichiers téléchargés. Il est attentif à la relation entre ce que la forme de l'objet annonce et ce que ce dernier véhicule effectivement.*

#### 4.1.2. Le média comme contenu transmissible

L'organisateur compétent, qui considère les médias à partir de leurs contenus transmissibles, est capable de :

- comparer des médias selon les représentations du monde qu'ils transmettent et se positionner par rapport à celles-ci ;
- critérer ses messages en fonction de leurs contenus en vue de l'archivage ;
- trier ce qu'il consulte et ce qu'il produit de manière à archiver de manière structurée ce qu'il est utile ou opportun de conserver ;
- identifier des genres, des modes et des époques en fonction des contenus des messages ;
- classer différents médias traitant d'un même sujet selon qu'ils se rapprochent ou s'écartent de ses représentations personnelles ;
- organiser l'architecture d'un ensemble médiatique (journal, site internet, magazine...) en fonction du contenu des différents objets y prenant place.

*Le mélomane exerce ses compétences informationnelles quand il soigne la logique de son archivage en classant les œuvres (musiciens de prédilection, musiques préférées, musiques d'ambiance, musiques dansantes...) selon ses besoins, qui peuvent être multiples. Après avoir acquis des morceaux de musique en ligne, il crée des listes de lecture qui évitent que ses œuvres préférées ne se trouvent dispersées dans sa collection. Il augmente - dans la mesure de ses goûts, de son temps et de ses moyens - sa connaissance encyclopédique de la musique. Le musicien enregistre la musique qu'il a produite avec les méta-données nécessaires pour tenir à jour son historique et la classe pour pouvoir à tout moment y revenir. Dans le cadre de l'édition d'un journal, le rédacteur en chef est capable de définir une ligne éditoriale, d'organiser la répartition des articles qui lui sont soumis, d'articuler différents articles sur un même sujet, d'écrire des titres et des chapeaux pertinents et de combiner le texte avec les images en fonction de cette ligne éditoriale.*

#### 4.1.3. Le média comme système de signes

L'organisateur compétent, qui organise ses médias en tenant compte de leurs systèmes de signes, est capable de :

- entretenir, voire élargir sa cartographie des typologies médiatiques et des systèmes de signes qui les font reconnaître ;
- améliorer ou mettre à jour son niveau d'appropriation des langages des objets médiatiques qu'il rencontre et qu'il produit ainsi que des interfaces médiatiques qu'il utilise ;
- s'approprier les systèmes d'organisation des contenus des supports médiatiques ;



- choisir les langages et les systèmes de signes les plus adaptés aux divers contextes dans lesquels il communique ;
- identifier des styles dans la manière d'écrire, de filmer, de faire de la musique... ;
- profiter de toutes ses expériences quotidiennes pour adapter sa perception des typologies médiatiques, et suivre leur évolution ;
- trier ce qu'il consulte et ce qu'il produit, le classer pour archiver de manière structurée ce qu'il est utile ou opportun de conserver ;
- organiser les contenus et les modalités de diffusion de ses propres productions ;
- organiser la réalisation de ses propres productions ;
- structurer ses usages médiatiques de manière à choisir le meilleur média et/ou le meilleur type de message pour communiquer de manière appropriée et efficace en fonction du type d'information à transmettre ;
- profiter de ses expériences d'organisation pour mieux organiser ou pour réorganiser sa navigation dans les médias ;
- réfléchir à ses pratiques d'organisation afin d'en nourrir ses compétences en lecture et en écriture.

*Le mélomane exerce ces compétences lorsqu'il est capable de reconnaître les genres musicaux, le style des compositeurs, la patte des interprètes, les voix des chanteurs, etc. et utilise ses connaissances pour classer ses morceaux de musique. Il maîtrise les codes des commandes des interfaces qu'il utilise pour écouter, compiler ou créer de la musique. Ses bibliothèques musicales structurées facilitent ses recherches de médias sur l'internet, chez les disquaires, dans les brocantes, les médiathèques... Il sait quels types de musique choisir pour célébrer un mariage, des funérailles, un événement officiel, une soirée en famille, etc. S'il est lui-même musicien, il prend les dispositions nécessaires pour assurer la notoriété de sa production ou, au contraire, sa confidentialité. Il peut choisir de partager gratuitement ses compositions avec un cercle de connaissances en les mettant en « cloud », en le publiant sur un site commercial, en créant son propre site ou en gravant quelques CD. Le responsable d'un site web connaît les différents langages de l'internet (textes, images, vidéo, outils d'interactivité...) et organise leur implémentation sur son site pour permettre une diffusion optimale des différents contenus. Il prévoit l'architecture qui relie les différentes pages de son site par des systèmes d'onglets, de menus et d'icônes.*

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N			
O	O		I	

## 4.2. Les compétences techniques en organisation

Les compétences techniques en organisation concernent la connaissance des technologies médiatiques disponibles, de leurs potentiels, de leurs contraintes et de leur interopérabilité. Il s'agit d'être capable de comprendre les caractéristiques techniques d'appareils, de logiciels, de services réseaux..., en vue de les comparer et de choisir les plus appropriés, voire les plus complémentaires, pour soutenir l'organisation la plus adéquate possible de ses usages médiatiques et faciliter ses pratiques de communication.

### 4.2.1. Les dispositifs techniques du média

L'organisateur compétent, qui veille à s'assurer une maîtrise des dispositifs techniques, est capable de :

- distinguer et évaluer les dimensions pertinentes des caractéristiques techniques des « appareils médiatiques » (robustesse, fiabilité, durabilité, sophistication, performance, rareté, évolutivité) ;
- identifier les infrastructures techniques des dispositifs courants de communication ;
- regrouper des « appareils médiatiques » selon leur compatibilité à fonctionner au sein de la même installation ;
- mettre en œuvre les techniques d'archivage et d'édition de médias.

*Exerce ces compétences, celui qui est capable de choisir une imprimante selon le type de cartouches qu'elle utilise, leur coût et l'existence de modèles produits blancs compatibles, le format papier qu'elle autorise, le recyclage dont elle peut faire l'objet ou sa capacité à mettre en œuvre d'autres fonctionnalités (scanner, fax, photocopieuse). Celui qui crée un diaporama sait user efficacement, pour organiser son contenu, des diverses technologies disponibles d'acquisition d'images et de vidéos. S'il doit montrer son diaporama sur des systèmes d'exploitation différents, il prévoit d'adapter les formats de son fichier et veille à le tester sur chacun de ses systèmes afin que celui-ci reste accessible sur tous. Lors de sa diffusion, il veille à choisir un équipement sonore adéquat selon les conditions de projection. Il prend la précaution de sauvegarder régulièrement ses fichiers et organise ceux-ci en créant une arborescence de dossiers, lui permettant de les retrouver facilement.*

#### 4.2.2. Les usages techniques du média

L'organisateur compétent, qui prend en considération les usages techniques des médias, est capable de :

- classer des « appareils médiatiques » en fonction de la variété des modes de communication qu'ils permettent techniquement ;
- comparer des « appareils médiatiques » en fonction de leur ergonomie ainsi que du potentiel, des limites et des contraintes de leur utilisation ;
- hiérarchiser des « appareils médiatiques » en fonction des niveaux d'expertise des personnes susceptibles de les utiliser ;
- identifier les stratégies possibles pour acquérir ou améliorer sa maîtrise technique d'« appareils médiatiques » en fonction de ses besoins ;
- archiver et collectionner ses médias selon ses moyens et ses besoins ;
- identifier les différents métiers intervenant dans une organisation médiatique et leurs modes de collaboration ;
- évaluer les risques techniques liés à son organisation médiatique.

*L'utilisateur d'un ordinateur fait appel à ces compétences s'il est capable de distinguer les formats qui caractérisent les images pouvant être diffusées à l'écran, en local, optimisées pour l'internet, compressées pour être transférées en pièce jointe d'un courriel, ou préparées pour être imprimées sur du matériel familial ou chez un imprimeur professionnel. Il sait choisir entre un ordinateur de table, un portable, une tablette ou un smartphone, compte tenu de la nature et de la fréquence de ses usages et du ou des contextes matériels dans lesquels il les utilise. Le responsable d'un site web est capable de refondre son site en faisant appel aux personnes spécialisées, par exemple, en gestion de base de données, en design, en interfaces ou en langages du web. L'auteur d'un blog est capable de choisir entre différents modèles mis à sa disposition et d'en adapter un à ses besoins spécifiques.*

#### 4.2.3. Les enjeux techniques du média

L'organisateur compétent, qui s'interroge sur les enjeux techniques des médias qu'il organise, est capable de :

- distinguer les « appareils médiatiques » selon la possibilité qu'ils laissent à leurs usagers, de les reconfigurer ou de les faire évoluer de manière autonome ;
- penser l'acquisition et l'utilisation des médias selon leurs implications socio-économiques et culturelles.

*Celui qui organise ses données téléphoniques maîtrise leurs enjeux techniques quand il est capable de choisir à bon escient entre un carnet d'adresses papier, un carnet numérique enregistré dans son téléphone ou un carnet stocké sur une carte mémoire amovible qu'il aura exporté sous forme de fichier .csv. Celui qui achète un appareil médiatique sait mesurer l'intérêt réel d'acquérir - ou non - un « combiné » (chaîne hifi, télé-magnétoscope, téléphone-fax, ordinateur et disque dur incorporé...) en fonction de ses besoins et en tenant compte des risques liés aux pannes de l'un ou l'autre de ses éléments constitutifs. Il décide de ses achats sur base de critères techniques sans se laisser influencer par la mode ou le marketing.*

		I	T	S
O	L			
	E			
C	N			
O	O			I

### 4.3. Les compétences sociales en organisation

Les compétences sociales en organisation médiatique concernent l'organisation et la mise à jour des relations médiatisées, à la fois en tant que récepteur ou lecteur de médias et en tant qu'interactant dans ces derniers.

#### 4.3.1. Les contextes et les usages du média

L'organisateur compétent, qui se montre attentif aux contextes et aux usages médiatiques, est capable de :

- classer, archiver et éditer des médias en tenant compte des contextes de leur communication qui peuvent influencer sur la perception qu'il en a ;
- suivre l'évolution ou les variations des contextes de communication en fonction de l'évolution de leurs parties prenantes, lui-même compris ;
- identifier les contextes qui modifient la relation qu'il peut avoir avec un même destinataire ;
- constituer et mettre à jour des annuaires et des listes de destinataires (personnes, institutions...), organisés en fonction du contexte dans lequel ces derniers communiquent ;
- constituer et entretenir une cartographie de contextes de communication ;
- enrichir et actualiser sa connaissance des enjeux culturels, économiques et sociaux qui caractérisent les institutions médiatiques et qui influencent l'évolution des systèmes médiatiques ;
- développer sa capacité à identifier et à comprendre des contextes de communication rendus complexes par la pluralité des destinataires ou par la combinaison d'intentions ou de démarches multiples... ;
- être attentif aux questions éthiques ou déontologiques auxquelles peuvent être confrontés les destinataires dans des contextes particuliers ;
- constituer et mettre à jour des annuaires et des listes de destinataires (personnes, institutions...), organisées en fonction du contexte dans lequel il doit ou veut communiquer ;
- suivre l'évolution ou les variations des contextes de communication en fonction de ses destinataires (y compris lui-même) ;
- être conscient des risques liés au fait de ne pas se soucier des destinataires et de lui-même selon des contextes particuliers de communication ;
- identifier les contextes qui modifient la relation qu'il peut avoir avec un même destinataire ;
- développer sa capacité à identifier et à comprendre des contextes de communication rendus complexes par la pluralité des destinataires et/ou la combinaison des effets recherchés.

*Le DJ compétent prépare des listes de lecture en fonction des circonstances et des usages qui y sont liés. Sur sa radio, le mélomane programme l'accès direct à ses chaînes préférées. Il sait que leur programmation musicale est dépendante de leurs publics cibles. Il classe soigneusement ses liens vers les sites de musique en ligne. Il tient un catalogue informatisé de sa discothèque, à plusieurs entrées : compositeurs, interprètes, genres, époques... Il collectionne la discographie des auteurs et des interprètes qu'il découvre. Il s'abstient de distribuer des copies de musiques dont il n'a pas les pleins droits. Il ne s'expose pas et n'expose pas autrui à un seuil excessif de décibels. L'éditeur responsable d'une publication (écrite imprimée ou en ligne) connaît les lois en la matière et les risques liés à certaines publications : il en avertit si nécessaire ses collaborateurs. Il doit également tenir compte des différents droits de reproduction (par exemple, des images utilisées).*

### 4.3.2. Les destinataires et destinataires du média

L'organisateur compétent, qui prend en compte l'identité des destinataires et des destinataires des médias et leurs rôles respectifs, est capable de :

- classer, hiérarchiser, archiver ou éditer des médias en tenant compte de la perception que les destinataires en ont, selon leur(s) identité(s) ;
- catégoriser les destinataires risqués ou peu recommandables et mettre ses catégories à jour au fil de ses pratiques de communication ;
- constituer et entretenir une cartographie de contextes de communication risqués ou peu recommandables en fonction des destinataires du média ;
- relier, de manière avertie et nuancée, l'identité des destinataires à des catégories sociales en évitant de s'enfermer dans des préjugés positifs ou négatifs ;
- organiser l'expression de son identité de manière adaptée à celle du destinataire ou au contexte de communication ;
- aborder la question de l'anonymat du destinataire, en tenant compte de sa dimension éthique et/ou déontologique.

*Le mélomane fait appel à ces compétences lorsqu'il sait gérer des compilations musicales et connaît les logiques qui les structurent en fonction de leurs destinataires. Il gère la discothèque familiale en tenant compte des goûts de sa famille. S'il produit de la musique, il évite les canaux de diffusion qui risquent de surexposer ses essais d'amateur à une spirale de critiques. Il est attentif à l'image qu'il souhaite donner de lui-même dans ses diffusions médiatiques, et adopte un style adapté aux destinataires auxquels il s'adresse : contenus musicaux, informations et illustrations qui les accompagnent, choix du canal de diffusion, etc. Il prend toutes ses responsabilités légales et morales quand il rend de la musique libre au téléchargement sans moyen d'identifier qui la télécharge effectivement. Le rédacteur en chef d'un journal est capable de relire les textes, de les modifier et de choisir les images qui lui sont soumises en tenant compte de son lectorat et de ses attentes.*

### 4.3.3. Les attentes et les effets du média

L'organisateur compétent, qui considère les attentes et effets du média qu'il collectionne, est capable de :

- gérer les intentions (explicites et implicites) des différentes productions médiatiques (les siennes et celles d'autrui) ;
- tenir compte des attentes usuellement liées aux différents types de médias et, le cas échéant, les dépasser ou les contrer en connaissance de cause ;
- ajuster l'organisation de sa production médiatique en fonction des effets de celle-ci sur ses destinataires ;
- organiser les informations en fonction des effets potentiels des dispositifs médiatiques (sur lui-même et sur autrui) ;
- anticiper les besoins et les attentes des destinataires.

*Le mélomane compétent archive sa musique en considérant les intentions des auteurs des morceaux et la portée effective des œuvres au sein de leur public-cible. S'il compose de la musique, il veille, en observant les réactions de son public, à adapter ses œuvres et leurs modalités de diffusion afin de servir au mieux ses propres intentions, de répondre aux attentes ou de surprendre. Il sait résister aux conformismes des effets de mode musicaux. Il offre des extraits de sa musique et soigne ses commentaires de manière à prévenir les malentendus ou les offenses. Le producteur d'un film accompagne sa sortie d'une affiche, d'un dossier de presse, de photos de plateau, d'interviews diverses et d'autres outils de promotion qui seront en accord avec le projet créateur du cinéaste, tout en attirant l'attention du public potentiellement intéressé. Le rédacteur en chef d'un journal organise l'information (titres, disposition des articles, utilisation des illustrations) de manière à susciter l'intérêt, la surprise ou tout autre émotion pertinente (scandale, indignation, révolte...).*

## Annexe

Récapitulatif des catégories de compétences en littératie médiatique

		Dimension informationnelle	Dimension technique	Dimension sociale
		1. Forme-objet 2. Contenu transmissible 3. Système de signes	1. Dispositifs médiatiques 2. Usages médiatiques 3. Enjeux médiatiques	1. Contextes et usages 2. Destinateurs et destinataires 3. Attentes et effets
<b>Les compétences s'exercent sur :</b>				
Média	<b>Lire :</b> déchiffrer le contenu des médias	Le contenu des médias et les systèmes de représentations qu'ils utilisent	Les techniques nécessaires pour réceptionner les médias et accéder à leur lecture.	Le contexte de production institutionnel des médias, les intentions de leurs concepteurs, les stéréotypes culturels qu'ils renforcent, etc.
	<b>Écrire :</b> produire et diffuser des productions médiatiques	Les langages et les genres que ces productions médiatiques utilisent.	Les opérations techniques que les productions médiatiques impliquent.	Les diverses relations interpersonnelles que ces productions médiatiques impliquent.
Corpus de médias	<b>Naviguer :</b> parcourir un ou des médias : activités d'exploration ou de recherche	La recherche et la sélection de documents ou de médias en fonction de leur sujet ou de leur genre.	La recherche et la sélection de la technologie qui permet d'atteindre ses objectifs.	La recherche et la sélection de documents ou de médias en fonction de critères liés aux contextes sociaux de leur production, de leur circulation ou de leur réception.
	<b>Organiser :</b> classer, distribuer, répartir des médias en catégories, gérer sa production médiatique	La conservation, le classement, l'annotation, l'archivage et la sécurisation des médias trouvés, produits et partagés au fil d'usages médiatiques.	La connaissance ou l'imagination d'alternatives en matière d'appareils, de logiciels, de services informatiques, etc. et leur catégorisation selon leurs modes d'interopérabilité possibles.	La catégorisation de ses communications médiatisées en fonction du type de relation entretenue avec la variété de ses interlocuteurs en vue d'en adapter leurs modalités.

Imprimé avec le soutien de la ville de Bruxelles

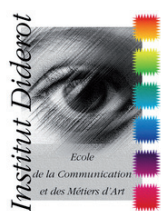


Une production du Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias



Conception graphique et impression réalisées par

le Centre de Technologies Avancées  
en infographie et industries graphiques  
attaché à l'Institut Diderot



L'Europe et la Région investissent dans votre avenir

