

**Pélissier Maud**

IMSIC

Université de Toulon, Aix Marseille Univ

83000

[Maud.pelissier@univ-tln.fr](mailto:Maud.pelissier@univ-tln.fr)

**Alexandre Joux**

IMSIC

Aix Marseille Univ, Université de Toulon

13005

[alexandre.joux@univ-amu.fr](mailto:alexandre.joux@univ-amu.fr)

*Éducation aux médias et sensibilisation aux enjeux de la désinformation.*

*Quelles solutions innovantes ?*

**Résumé.**

Dans le contexte de l'éducation aux médias, les auteurs proposent une description d'un projet de pédagogie-recherche destiné à proposer des solutions innovantes sous la forme de dispositifs numériques pour répondre aux enjeux de la sensibilisation aux enjeux de la désinformation auprès d'une population cible de collégiens en partenariat avec le CLEMI (Centre de liaison pour l'éducation aux médias et à l'information) et la DANE (Direction Académique au numérique éducatif).

**Mots clés.** — fake news, éducation, médias, information, numérique, culture participative

**Titre en anglais** How to educate youth to detect fake news? Innovative solution proposals

In the context of media education, this paper focuses on a presentation of a pedagogical project whose goal is to find innovative digital technologies aimed at suggesting solutions to the challenging problem of fake news that collegian population facing at. This pedagogical project has taken place in France, in partnership with the CLEMI (Centre de liaison pour l'éducation aux médias et à l'information) and the DANE (Direction Académique au numérique éducatif).

**Keywords.** — fake news, education, medias, information, digital, contributive culture

Très probablement plus que les autres, les jeunes générations vivent leur quotidien et leurs rapports aux autres et au monde par l'intermédiaire des réseaux sociaux numériques. Mais, pour autant, quelques études récentes ont montré combien ils n'ont pas forcément les compétences nécessaires pour décrypter l'information disponible en ligne (Fluckiger, 2008 ; Dauphin, 2012 ; Newman & *al.*, 2018). De ce point de vue, ce nouvel environnement numérique questionne l'éducation aux médias et à l'information (EMI) dans sa double dimension, à savoir les conditions pédagogiques adaptées à ces nouvelles pratiques et un objectif plus fonctionnaliste qui consiste à développer la pensée critique des jeunes générations dans une perspective démocratique (Landry, Basque, 2015). A cet égard, le *Stanford History Education Group* conclut en des termes alarmants dans son rapport *Evaluating Information* : « la démocratie est menacée par la facilité avec laquelle la désinformation sur les questions civiques se répand et prospère » (Wineburg & *al.*, 2017, p. 5).

Le lien établi entre désinformation et enjeux démocratiques est ancien, les rumeurs et autres canulars ayant de tout temps existé (Kapferer, 2010). En revanche, la facilité avec laquelle les « *fake news* » se propagent sur les réseaux sociaux numériques, mais également les choix éditoriaux de certains médias en ligne qui privilégient parfois une politique du « clic » au détriment de l'information (Alves & *al.*, 2016) renforcent ici l'impératif de l'éducation aux médias tant les frontières entre désinformation, contenus partisans, information et communication semblent devenir poreuses sur Internet. Deux chercheurs du Reuters Institute d'Oxford, Rasmus Kleis Nielsen et Lucas Graves (2017), ont ainsi montré, dans une enquête sur la perception du statut de l'information par les publics, que si les personnes interrogées arrivent à détecter les « *fake news* » des informations vraies, elles estiment en revanche qu'elles font partie d'un ensemble informationnel qui, dans un continuum, s'étire des « *fake news* » à l'information de mauvaise qualité. Cela traduit selon eux une situation de mécontentement

général vis-à-vis du journalisme, de la propagande politique et de toutes les formes de publicité diffusées sur Internet.

Tous ces constats ouvrent de façon légitime la question de l'éducation aux médias et à la citoyenneté qui est envisagée ici comme l'une des pistes les plus pertinentes pour lutter de façon indirecte contre le phénomène des « *fake news* » en misant sur la perspicacité de publics avertis. En France, le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) est particulièrement attentif à cette question. Il place désormais la question des enjeux de la désinformation au cœur de ses interventions au niveau des collèges (CLEMI, 2019, p. 38 et sq.). Nous situons notre recherche dans le prolongement de leur démarche, le CLEMI étant partie prenante du projet pédagogique et de recherche que nous avons initié.

Dans le cadre d'un partenariat avec le CLEMI et la DANE (Direction académique au numérique éducatif) du Rectorat (Académie de Nice), nous avons proposé la mise en place d'un projet pédagogique visant à apporter de premières réponses au questionnement suivant : « Comment éduquer les jeunes pour faire en sorte qu'ils fassent un usage « éclairé » de l'information qu'ils trouvent sur Internet ? ». L'originalité de ce projet est double. Nous avons confié sa réalisation non pas directement à des experts éducatifs mais à des étudiants (Master 2 en sciences de l'information et de la communication de l'Université de Toulon) en leur demandant d'apporter une solution innovante avec une dimension ludique et participative qui intègre un dispositif numérique. Ce projet imaginé par une équipe d'enseignants chercheurs a pris la forme d'une dynamique participative collective allant d'une phase d'idéation à une phase de prototypage. Tout au long de ce projet, il y a eu des interactions régulières avec l'équipe d'enseignants chercheurs coordonnant le projet, les partenaires CLEMI et DANE, ainsi que des élèves et enseignants d'un collège cible. Deux propositions ont émergé de ce projet : la création d'un *serious game* sous la forme d'un réseau social numérique fictif et la création d'une vidéo

interactive. La seconde phase de ce projet va consister à tester ces deux prototypes auprès d'élèves du collège partenaire. Elle sera supervisée par l'équipe de recherche.

L'objectif de cette recherche-action est à visée exploratoire. Elle propose de livrer des pistes de solutions pertinentes à la question des enjeux de la désinformation auprès des collégiens.

## **Cadre conceptuel**

Les réseaux sociaux numériques ont incontestablement une responsabilité dans la diffusion et l'amplification des « *fake news* » en les affranchissant de toute contrainte spatio-temporelle. Malgré le rôle nouveau joué par ces dispositifs numériques, ce sont aussi les mécanismes de la vie sociale les plus ordinaires qui sont à l'œuvre (Huguet, Régner, 2017). Huguet (2018) a démontré que le système cognitif est particulièrement perméable aux théories infondées, aux fausses informations, aux rumeurs, aux stéréotypes et fictions de toutes sortes. Au sein des réseaux sociaux numériques, les individus sont sous l'emprise de dynamiques d'influence qui contribuent à façonner les opinions et les visions du monde. La tendance à l'uniformité l'emporte souvent sur la production et la prise en compte de points de vue réellement contradictoires dans les cercles d'amis ou les groupes de pairs.

Dans un contexte d'incertitude, chacun a un rapport à l'information qui est complexe. Aussi, il n'est pas certain que les stratégies qui visent à déconstruire *a posteriori* de façon rationnelle une information fautive produite de façon délibérée soient toujours efficaces. C'est ce qui a été montré notamment par rapport aux engagements partisans : si la sensibilisation aux « *fake news* » à travers le *fact checking* peut favoriser une meilleure connaissance des faits, elle n'influe pas de manière évidente sur les convictions, notamment quand la désinformation concerne des sujets politiquement anxieux (Barrera & al., 2018).

Dès lors, l'éducation aux médias est l'une des pistes à privilégier pour la sensibilisation des jeunes au phénomène des « *fake news* ». Alors que le fact-checking publicise les inexactitudes ou mensonges proférés dans l'espace public et notamment dans les médias, avec les limites qui ont pu être identifiées, l'éducation aux médias vise, à l'inverse, moins à dénoncer les fausses informations qu'à développer des compétences qui permettent à l'utilisateur des médias ou à l'internaute de développer un regard critique, et ce de manière systématique, à l'égard de tous les contenus qu'il peut consulter. Ici, l'éducation aux médias a une dimension d'abord réflexive parce qu'elle favorise le questionnement sur la fiabilité des sources et développe à la fois les capacités cognitives qui permettront progressivement de sélectionner des sources considérées comme fiables (Piette, 1996).

Cette fonction critique de l'éducation aux médias est au cœur de la démarche du CLEMI qui s'inspire ici des orientations définies en 2007 par l'Inspection générale (Becchetti-Bizot, Brunet, 2007). Ces orientations insistent sur l'esprit critique, historiquement à l'origine de l'éducation aux médias, tout en intégrant le contexte numérique nouveau où l'information qui circule en ligne est désormais « augmentée » et « requiert de la part de tous les citoyens des usages raisonnés, maîtrisés et autonomes des technologies de l'information et la communication » (CLEMI, 2019, p. 4). Ce passage de l'éducation aux médias à l'EMI, qui prend en compte la pluralité des formats et vecteurs de diffusion de l'information sur Internet, impose ainsi une « littéracie intermédiatique » (Jenkins, 2006) d'un genre nouveau où le « citoyen » devra aussi savoir rechercher, organiser et créer l'information – « savoir produire, mixer et publier » (CLEMI, 2019, p. 4). A l'évidence, la dimension participative, ancrée dans la pratique pédagogique, devient ici centrale en ce qu'elle est au cœur également des usages en ligne à travers la consultation à la demande, les pratiques collaboratives ou les échanges sur les réseaux sociaux numériques (Grefte, Sonnac, 2008).

Dans ce cadre, « l'Éducation aux médias et à l'information est devenue une priorité dans la mobilisation de l'École pour les valeurs de la République » (CLEMI, 2019, p. 6), la loi de 2013 pour la refondation de l'École pour les valeurs de la République intégrant de plain-pied l'EMI dans les programmes du cycle 4 (5<sup>ème</sup>, 4<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup>). L'EMI est abordée de manière transversale et ne constitue pas un enseignement distinct dans la mesure où elle mobilise des compétences qui sont développées dans différentes disciplines. Les professeurs documentalistes sont toutefois identifiés comme des référents naturels du fait de leurs compétences spécifiques et de leur mission pédagogique au sein des établissements. Dans ce contexte, le CLEMI a pour vocation de promouvoir l'EMI dans l'enseignement et d'accompagner les professeurs dans leur pratique pédagogique. En ce qui concerne le rapport aux « *fake news* », le CLEMI propose des ateliers dans les classes, baptisés Déclic', dont certains dédiés aux risques de confusion entre information et désinformation, par exemple l'atelier « Comment vérifier l'authenticité d'une vidéo publiée sur les réseaux sociaux ». Ces ateliers sont filmés et sont ensuite montés pour être proposés en ligne (YouTube) aux enseignants afin qu'ils s'en inspirent dans leur pratique pédagogique, un kit pédagogique téléchargeable accompagnant chaque vidéo. Parmi l'offre d'ateliers Déclic, décomposée en quatre axes, l'un des axes porte spécifiquement sur « les réflexes pour détecter une fausse info ». Des fiches pédagogiques sont par ailleurs disponibles dans le guide 2019 du CLEMI qui, pour le second cycle, ciblent pour une bonne partie la problématique de la désinformation : « Le fact-checking, ou journalisme de vérification », « Des « *fake news* » aux multiples facettes », « Vérifier l'information », « Réagir face au complotisme en classe », « L'affaire du faux selfie de Thomas Pesquet ». Il est intéressant de noter que les deux premières fiches sont rédigées par des journalistes fact-checkers de *Libération* et du *Monde*, ce qui atteste du positionnement de ces équipes au sein des rédactions qui investissent, en tant que professionnels, le champ de l'EMI dans son rapport à la désinformation.

Cette approche, centrée sur la pratique pédagogique en classe, recoupe en partie le projet initié, le *serious game* comme la vidéo interactive ayant été conçus en prenant en compte les besoins des enseignants et les élèves. En revanche, notre approche s'en distingue parce que ces dispositifs numériques permettent une utilisation en dehors de la classe, ce qui doit permettre d'élargir potentiellement le public visé en misant notamment sur les pratiques de participation en ligne. Enfin, plutôt que de faire appel à des professionnels, journalistes, documentalistes, personnels du CLEMI, nous avons confié à des étudiants la responsabilité de conceptualiser ces dispositifs numériques en misant sur une plus grande proximité de leurs pratiques numériques avec celles des collégiens. Dans les deux cas, il s'agit de générations qui, dans leur utilisation d'Internet, ont depuis toujours connu l'Internet mobile, là-même où les nouveaux réseaux sociaux numériques ont été imaginés, ainsi de Snapchat ou d'Instagram.

## **Description du projet pédagogique et de recherche**

Notre travail s'inscrit dans une perspective qui allie pédagogie et recherche. Il s'inscrit dans une recherche action participative qui est une démarche très souvent mobilisée dans une situation éducative. Elle repose sur la participation croisée et l'application active du chercheur, de l'équipe enseignante et des apprenants. Elle favorise la collaboration entre les différents partenaires et repose sur la négociation en commun du plan d'action (Catroux, 2002). La singularité de cette approche est que les solutions proposées pour répondre au défi éducatif posé introduit une nouvelle catégorie d'acteurs : les étudiants. En effet, les étudiants se trouvent dans une situation où, tout en étant toujours dans une posture d'apprenant (ils doivent concevoir des dispositifs dans leur propre cadre pédagogique), ils se retrouvent au cœur de la démarche de recherche action en étant force de proposition. Cette mise en abîme est en soi innovante parce qu'elle espère, dans la responsabilisation (relative) des étudiants, une réponse qui soit la mieux adaptée possible au public de collégiens grâce à la proximité générationnelle.



Le projet s'est déroulé sur une durée de 5 mois (octobre-janvier) au cours de laquelle les étudiants doivent dans le cadre de leur projet collectif de fin d'année proposer un concept innovant et une maquette prototype (non nécessairement finalisée dans toutes ses fonctionnalités) au défi posé. Le projet se déroule en deux phases principales : une première phase de conceptualisation au cours de laquelle ils doivent réaliser des entretiens avec les publics concernés (en l'occurrence ici un groupe d'enseignants et d'élèves du collège témoin) pour être en mesure de bien cerner le contexte pédagogique et leurs attentes. S'ils le peuvent, ils sont incités à travailler en mode de co-création (Romero et alii, 2017). Ils doivent aussi effectuer une veille sur les dispositifs sociotechniques existants comme source d'inspiration dans cette phase de conceptualisation. Ensuite, une fois leur solution innovante validée par l'équipe enseignante et les partenaires, les étudiants sont immergés dans une phase de production et de réalisation de leur prototype. Voici un descriptif des deux projets proposés.

La première solution, *Faktice*, est un *serious game*. Il s'agit d'un site internet sécurisé qui combine l'aspect sérieux de l'apprentissage à la sensibilisation aux « *fake news* » avec des ressorts ludiques tels que sa représentation en réseau social numérique et la compétition entre les élèves. Le but est de placer les élèves dans un contexte qu'ils connaissent bien afin de leur donner envie de jouer. La particularité de ce réseau social fictif est qu'il se base principalement sur des visuels (photographies et vidéos) et qu'il reprend les fonctionnalités préférées des adolescents (messagerie et mini-jeux), ces préférences ayant été établies par les étudiants lors de leur enquête auprès des collégiens de l'établissement-cible. Les élèves ont la possibilité de partager avec leurs amis des posts qui se trouvent sur leur fil d'actualité. L'objectif est qu'ils s'interrogent avant de le faire sur la nature de l'information et son éventuelle fausseté. Après une première prise en main du jeu, ils vont aussi être incités à construire eux-mêmes des informations qui peuvent s'avérer être des « *fake news* ». Ce jeu se joue la première fois dans la classe avec un professeur qui va jouer le rôle d'administrateur du réseau. Par la suite,

l'objectif est que les collégiens soient incités à continuer à y jouer en dehors de la classe. La mise en place d'un système de récompense accompagne le déroulement du jeu.

La seconde solution, *Glitch*, est un dispositif qui repose sur un storytelling adapté aux intérêts des adolescents. C'est l'histoire d'un enseignant farfelu qui décide de réunir ses quatre meilleurs élèves pour intégrer son organisation secrète : Glitch. Cette organisation travaille dans l'ombre et a pour but de lutter contre les épidémies de « *fake news* » qui ravagent le monde. À l'aide de leurs gadgets à la pointe de la technologie et de leur drôle de professeur ces « glitcheurs » traqueront les « *fake news* » dans l'enceinte de leur école, pour un monde sans désinformation. Chaque épisode est focalisé sur un personnage et abordera un thème particulier relatif aux « *fake news* ». Quatre thèmes sont abordés : le trucage vidéo, la théorie du complot, la rumeur, le photo montage. Associé à chaque épisode, il y a un quizz d'une minute trente où l'enseignant peut tester le niveau de connaissance des étudiants.

## **Perspectives**

Pour chacune de ces solutions proposées, les étudiants ont réalisé une maquette avec des fonctionnalités potentiellement activables. La dernière phase de ce projet consiste à effectuer une phase de test auprès des enseignants et des collégiens d'un établissement ciblé. Il s'agit d'évaluer le degré d'adhésion de chacun de ces dispositifs sociotechniques et leur capacité à répondre en termes de contenus aux attentes des enseignants en vue d'effectuer une version finale de ces prototypes avant un potentiel déploiement réel par nos partenaires. Sera notamment évalué le taux de reprise en main du dispositif, l'un des principaux enjeux étant de le faire sortir de la classe pour qu'il essaime dans l'établissement et hors les murs. Afin d'optimiser la narration (*Glitch*) ou le *game play* (*Faktice*), les phases d'abandon devront être

également identifiées, autant d'indicateurs qui permettront aux étudiants de déployer une approche réflexive sur leur production après une première expérimentation.

A ce jour, les maquettes finales ont fait l'objet d'une évaluation pédagogique dans le cadre du master info-com. La prochaine étape qui va se dérouler durant les deux prochains mois va consister à tester ces deux projets auprès des publics cibles. Cette démarche va prendre la forme d'une mise en situation réelle de ces deux solutions encadrées par des enseignants volontaires et deux classes différentes de collégiens. A la fin de cette mise en situation, une démarche d'entretiens sous la forme de focus groupe sera entreprise pour recueillir leur avis. Le dispositif proposé, dont la mise en œuvre a été reportée du fait de la crise sanitaire, pourrait à terme s'intégrer dans le développement des offres d'EMI à distance comme alternative au tout-présentiel.

## **Références**

Alves L., Antunes N., Agrici O., Sousa C., Ramos C. (2016) Click Bait : You Won't Believe What Happens Next, *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, 5/2, pp. 196-213

Barrera O., Guriev S., Henry E., Zhuravskaya E. (2018) Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics, working paper, *Journal of Public Economics*, à paraître

Becchetti-Bizot C., Brunet A. (2007) *L'Education aux médias, Enjeux, état des lieux, perspectives*, Rapport IGEN/IGAENR, 2007-83

Catroux M., (2002). La recherche action : un autre regard sur nos pratiques pédagogiques, vol XX1, n. 3, *Recherche et pratiques pédagogiques, Cahiers de l'APLIUT*, pp. 8-20.

Corroy-Labardens L, Barbey F., Kiyindou A. (dir.) (2015), *Éducation aux médias à l'heure des réseaux*, Paris : L'Harmattan.

CLEMI (2019) *Education aux médias et à l'information. Ecole, collège, lycée*. Paris : Canopé éditions.

Dauphin F. (2012) Culture et pratiques numériques juvéniles. Quels usages pour quelles compétences ? *Questions vives*, [En ligne], Vol.7 n°17 | 2012. URL : <http://journals.openedition.org/questionsvives/988>

Fluckiger C. (2009). Internet et ses pratiques juvéniles. *Medialog*, 69, pp. 42-45

Grefte X., Sonnac N. (2008) *Culture web. Création, contenus, économie numérique*, Paris : Dalloz.

Huguet, P., Régner, I. (2007). Stereotype threat among school girls in quasi-ordinary classroom circumstances. *Journal of Educational Psychology*, 99, pp. 545-560.

Huguet P. (2018) Eléments de psychologie des fake news, in. Joux & Pelissier (dir.), *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Paris : L'Harmattan, pp.201-222.

Jenkins H. (2006) *Convergence culture. Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press.

Kapferer J.-N. (2010) *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*. Paris : Points.

Landry, N. et Basque, J. (2015). « L'éducation aux médias : contributions, pratiques et perspectives de recherche en sciences de la communication », *Communiquer*, 15 (1), pp. 47-63.

Newman N. & al. (2017) *Reuters Institute Digital News Report 2018*, Reuters Institute, University of Oxford.

Nielsen R. K., Graves L. (2017) « *News you don't believe* »: *Audience perspectives on fake news*, Reuters Institute for the Study of Journalism.

Piette J. (1996) *Education aux médias et fonction critique*, Paris : L'Harmattan.

Romero, M., Lille B., Patino A. (Ed). (2017). *Usages créatifs du numérique pour l'apprentissage au 21<sup>ème</sup> siècle*, vol 1. Québec : Presses Universitaires du Québec.

Wineburg S., McGrew S., Breakstone J., Ortega T. (2016). *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*, Stanford Digital Repository: <http://purl.stanford.edu/fv751yt5934>