LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET MOI

Des posters infographiques pour aborder les cultures numériques et développer l'esprit critique des élèves et des jeunes.

GUIDE DE MÉDIATION

VILLE DE LYON

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE ET DE LA JEUNESSE

RÉSEAU-CANOPÉ.FR
CANOPÉ
LE RÉSEAU DE CRÉATION ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES

Sommaire

Préambule 3
Pourquoi ce projet ? 5
Qui sommes-nous ?
Enseignants, éducateurs :
comment utiliser cette ressource ? 5

Poster 1
INTERNET ET LA PLANÈTE

Notions abordées et ressources 6
Sources des chiffres 20

Poster 2
MA PRÉCIEUSE ATTENTION

Notions abordées et ressources 22
Sources des chiffres 39

Poster 3
SELFIESTIME

Notions abordées et ressources 40
Sources des chiffres 46

Préambule

POURQUOI CE PROJET ?

Dans le cadre du Projet éducatif de territoire (PEdT), la Ville de Lyon développe des projets d'éducation au numérique en milieu scolaire et périscolaire. C'est dans ce cadre qu'elle s'est associée à Réseau Canopé pour produire une série de posters infographiques afin d'explorer différents thèmes de l'éducation aux médias.

Qu'il s'agisse de la gestion des écrans, des impacts écologiques du numérique ou de l'estime de soi à l'ère d'Instagram, ces posters et le livret qui les accompagne sont des outils de médiation qui ont pour but de conscientiser et de développer les compétences numériques des enfants tout en aiguisant leur esprit critique.

QUI SOMMES-NOUS ?

Ce projet est porté par la Ville de Lyon, en partenariat avec l'Éducation nationale et Réseau Canopé.

Il a été réalisé par Réseau Canopé, avec le concours du Clémi, de l'Inspé de Lyon et du rectorat de Lyon.

Les illustrations sont signées par Camille de Cussac.

Ce guide ainsi que les posters sont partageables selon la licence Creative Commons CC BY-NC-ND (Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification).

ENSEIGNANTS, ÉDUCATEURS : COMMENT UTILISER CETTE RESSOURCE ?

Cette ressource se compose de trois posters et de ce livret d'accompagnement.

Chaque poster explore un thème différent.

Poster 1
INTERNET ET LA PLANÈTE
Comment fonctionne Internet ? Quelle est la différence entre un navigateur et un moteur de recherche ? Internet est-il aussi immatériel qu'on le dit ? Quels sont les impacts de mes usages numériques sur la planète ?

Poster 2
MA PRÉCIEUSE ATTENTION
Le temps que je passe devant un écran dit-il quelque chose de mes usages ? Pourquoi certains sites ou applications proposent-ils des contenus gratuits ? Quels problèmes cela pose-t-il quand les sites veulent capter mon attention à tout prix ?

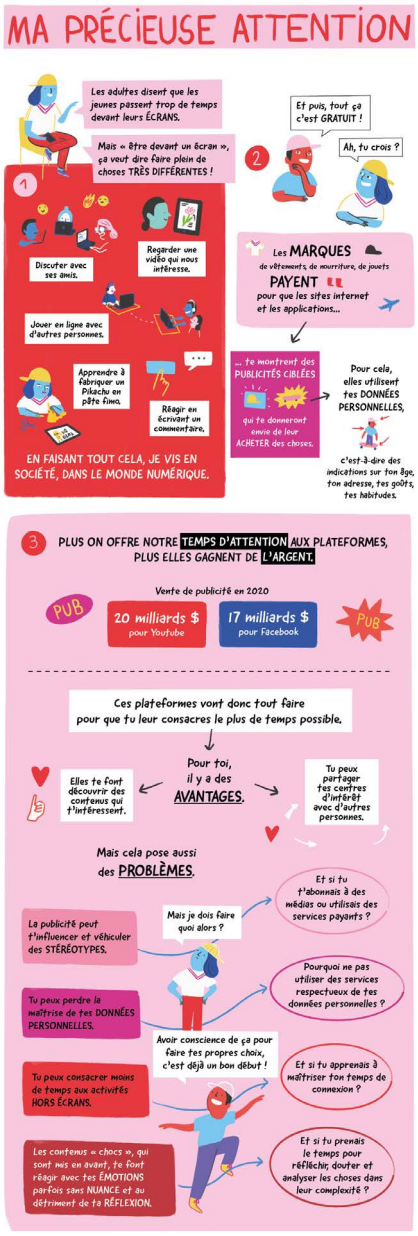
Poster 3
SELFIESTIME
Les images que nous consommons à travers les réseaux sociaux, mais aussi le cinéma ou le jeu vidéo, sont-elles neutres ? Quelles apparences ou quels comportements sont-ils plus valorisés que d'autres ? Quelle est la conséquence sur le rapport à soi et aux autres ?

- **Téléchargez les posters**
A ce lien :
https://www.reseau-canope.fr/notice/les-medias-numeriques-et-moi.html

- **En classe : affichez ou projetez d'abord les posters** pour les commenter avec vos publics et lancer des débats.

- **Démarrez ensuite des activités en classe ou en périscolaire** en vous inspirant des notions et ressources répertoriées dans ce guide.

INTERNET ET LA PLANÈTE
INTERNET, c'est un vaste réseau qui relie des milliards d'ordinateurs et de téléphones dans le monde.
Grâce à Internet, on peut...
Satellites
Data centers
Serveurs
Antennes relais
Câbles sous-marins
Téléphones
Câbles terrestres
Ordinateurs
Envoyer des mails.
Faire des recherches.
Partager des photos.
Regarder des vidéos.
Jouer à des jeux.
Écouter de la musique.
POUR ALLER SUR INTERNET, ON UTILISE UN NAVIGATEUR.
Un navigateur, c'est un logiciel qui t'emmène sur Internet et te permet de voir des textes, des images et des vidéos provenant du monde entier.
Il existe plusieurs navigateurs, comme par exemple :
Chrome
Firefox
Edge
Safari
Sans lui, tes pages internet afficheraient juste des 0 et des 1.
Pour chercher des contenus sur Internet, on utilise un MOTEUR DE RECHERCHE.
Certains moteurs de recherche récoltent des informations sur toi pour les vendre.
Google
Bing
D'autres respectent ta vie privée.
Et certains récoltent de l'argent pour le donner à des projets utiles à tous.
ON PENSE SOUVENT QU'INTERNET EST INVISIBLE.
le cloud
Mais en réalité, il implique tout un tas d'OBJETS RÉELS qui consomment beaucoup d'électricité, d'espace et de matériaux.
Internet a donc UN IMPACT SUR LA PLANÈTE.
1,2 million de km de câbles internet sous-marins dans le monde au début de l'année 2020.
Plus de 4500 data centers dans le monde. Certains utilisent jusqu'à 1 600 000 litres d'eau par jour pour leur refroidissement.
3,5 milliards de smartphones fabriqués avec plus de 45 métaux différents, extraits dans des conditions parfois problématiques pour les humains et pour la planète.
300 mégatonnes de CO², c'est ce que les VIDÉOS EN LIGNE ont généré en 2018. Soit autant que l'impact de l'Espagne en gaz à effet de serre.
44,7 millions de tonnes de DÉCHETS électroniques en 2016, soit 4500 tours Eiffel en une année.
Avec le développement de nos usages (la 5G, le streaming, etc.), on nous demande souvent d'imaginer : « QUEL MONDE EST-IL POSSIBLE GRÂCE AU NUMÉRIQUE ? ».
Or, face aux limites de la planète, il faudrait plutôt se demander : « QUEL NUMÉRIQUE EST-IL POSSIBLE DANS CE MONDE ? »

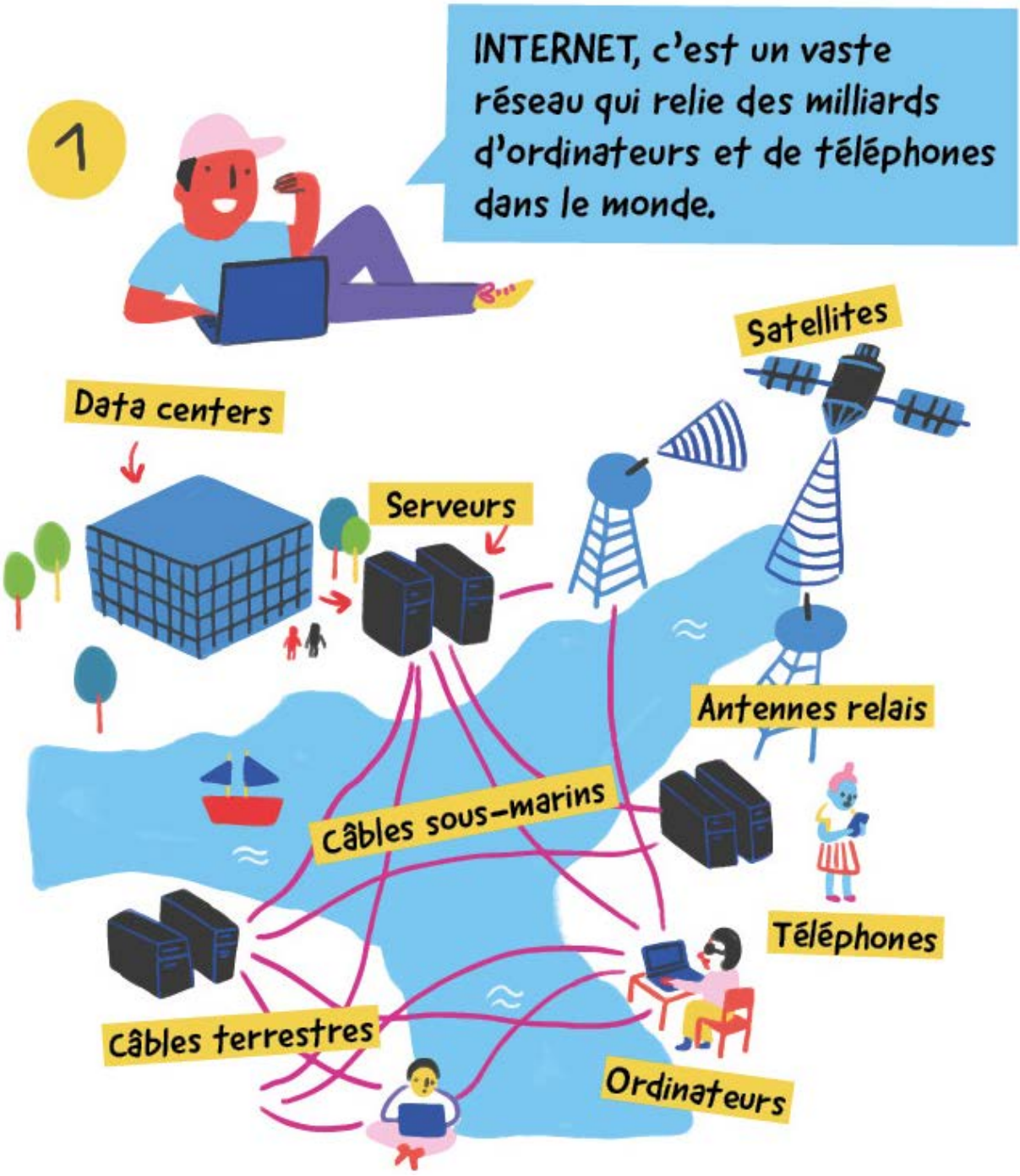

MA PRÉCIEUSE ATTENTION
Les adultes disent que les jeunes passent trop de temps devant leurs ÉCRANS.
Mais « être devant un écran », ça veut dire faire plein de choses TRÈS DIFFÉRENTES !
Discuter avec ses amis.
Regarder une vidéo qui nous intéresse.
Jouer en ligne avec d'autres personnes.
Apprendre à fabriquer un Pikachu en pâte fimo.
Réagir en écrivant un commentaire.
EN FAISANT TOUT CELA, JE VIS EN SOCIÉTÉ, DANS LE MONDE NUMÉRIQUE.
Et puis, tout ça c'est GRATUIT !
Ah, tu crois ?
Les MARQUES de vêtements, de nourriture, de jouets PAYENT pour que les sites internet et les applications...
... te montrent des PUBLICITÉS CIBLÉES qui te donneront envie de leur ACHETER des choses.
Pour cela, elles utilisent tes DONNÉES PERSONNELLES,
c'est-à-dire des indications sur ton âge, ton adresse, tes goûts, tes habitudes.
PLUS ON OFFRE NOTRE TEMPS D'ATTENTION AUX PLATEFORMES, PLUS ELLES GAGNENT DE L'ARGENT.
Vente de publicité en 2020
PUB
20 milliards $ pour Youtube
17 milliards $ pour Facebook
PUB
Ces plateformes vont donc tout faire pour que tu leur consacres le plus de temps possible.
Pour toi, il y a des AVANTAGES.
Elles te font découvrir des contenus qui t'intéressent.
Tu peux partager tes centres d'intérêt avec d'autres personnes.
Mais cela pose aussi des PROBLÈMES.
La publicité peut t'influencer et véhiculer des STÉRÉOTYPES.
Mais je dois faire quoi alors ?
Et si tu t'abonnais à des médias ou utilisais des services payants ?
Tu peux perdre la maîtrise de tes DONNÉES PERSONNELLES.
Pourquoi ne pas utiliser des services respectueux de tes données personnelles ?
Tu peux consacrer moins de temps aux activités HORS ÉCRANS.
Avoir conscience de ça pour faire tes propres choix, c'est déjà un bon début !
Et si tu apprenais à maîtriser ton temps de connexion ?
Les contenus « chocs », qui sont mis en avant, te font réagir avec tes ÉMOTIONS parfois sans NUANCE et au détriment de ta RÉFLEXION.
Et si tu prenais le temps pour réfléchir, douter et analyser les choses dans leur complexité ?

SELFIESTIME
Sur Internet et les réseaux sociaux, les gens regardent beaucoup de photos et vidéos d'autres personnes.
Et ils postent aussi des photos et vidéos d'eux-mêmes.
Mon amie Anna
Un acteur (20 M de followers)
Mon copain Kevin
Une influenceuse « mode » (12 M de followers)
Moi à la plage
Moi en train de faire une grimace
Mes amis et moi
10 MILLIARDS de vidéos vues sur Snapchat chaque jour dans le monde.
5 MILLIARDS de vidéos consultées chaque mois sur TikTok en France.
PLUS DE 100 MILLIONS de photos et de vidéos publiées chaque jour sur Instagram.
1 vue pour la première photo de ma mamie sur Instagram.
Ces images nous habituent à penser que certaines APPARENCES ou COMPORTEMENTS sont MIEUX ou plus "NORMAUX" que d'autres.
On voit surtout des personnes bon HABILLÉES.
On voit surtout des hommes FORTS.
Les hommes pourraient être valorisés pour leur SENSIBILITÉ.
On voit surtout des femmes MINCES.
ALORS QUE
44% des femmes s'habillent au-delà du 44.
On voit surtout des personnes VALIDES.
On voit surtout des personnes HÉTÉROSEXUELLES.
Plus de 17 MILLIONS de personnes se définissent comme LGBT dans 19 pays.
CELA PEUT AVOIR DES CONSÉQUENCES
sur L'ESTIME DE SOI
sur le RAPPORT AUX AUTRES
Je ne m'accorde de la valeur que si je corresponds aux modèles montrés sur les réseaux sociaux.
Je ne vais accorder de la valeur aux autres que s'ils correspondent aux modèles valorisés sur les réseaux sociaux.
Je vais peut-être me comparer à eux ou pire, me moquer d'eux.
Seulement 22% des Françaises se trouvent jolies.
700 000 élèves sont victimes de harcèlement scolaire en France.
Sur Internet, comme dans la vie en général, nous gagnons à développer notre CONSCIENCE DE SOI et notre EMPATHIE POUR LES AUTRES.
CONSCIENCE DE SOI
Connaître ses forces et ses faiblesses pour établir des relations constructives avec les autres.
EMPATHIE POUR LES AUTRES
Imaginer la vie des autres, accepter nos différences pour améliorer nos relations sociales.

Poster 1

INTERNET ET LA PLANÈTE

Partie 1



NOTIONS ABORDÉES

- **L'architecture physique d'Internet**

Cette partie a pour but d'appréhender le fonctionnement d'Internet et la circulation des contenus (mails, vidéos, etc.) des data centers jusqu'à nos maisons ou nos téléphones, en passant par les câbles (sous-marins ou terrestres) ou les satellites.

Il est nécessaire d'évoquer tous les mots écrits en jaune.

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

- **« Comment ça marche Internet ? » - 1 jour, 1 question**
Par France Télévisions
http://www.lumni.fr/video/comment-ca-marche-internet-1-jour-1-question

- **« Comment ça marche Internet ? » - Curionautes des Sciences**
Éditions Milan
https://youtu.be/SizF1LnHtXc

- **« Vinz et Lou sur Internet, koi kès ? »**
Par Tralalère, créateur de ressources numériques éducatives
https://www.youtube.com/watch?v=IFW-mkZGdr8

- **« Voyage dans le cyber-espace » - C'est pas sorcier**
Par France 3
Jamie et Fred expliquent le fonctionnement d'Internet : comment un fournisseur d'accès fonctionne-t-il ? comment l'information circule-t-elle sur le réseau ? qu'est-ce que c'est, un modem ? comment ça marche, un moteur de recherche ?
https://www.youtube.com/watch?v=YCY6gD0kChM

RESSOURCES ÉDUCATEURS

- **« Comment fonctionne Internet ? »**
Par Lescis
https://youtu.be/9UMvyfT4V_Y

Poster 1 **Partie 2**

NOTIONS ABORDÉES

- **Les usages d'Internet**

Cette partie a pour but de faire prendre conscience des différents usages que les jeunes peuvent faire d'Internet. Il est intéressant d'introduire la notion même d'usage : l'usage est la manière dont je me sers d'un objet ou d'un service, c'est la fonction à laquelle je le destine.
Les ordinateurs, les smartphones et Internet sont des outils qui nous permettent de faire mille et une choses. Il est alors difficile de dire de quelqu'un qu'il est « sur son écran » parce que ça ne dit rien sur ses usages.

Il serait intéressant de demander à vos publics :
« Et vous, quels sont vos usages d'Internet ? »

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• PODCAST : « Culture numérique : la maîtriser pour ne pas la subir ? »
Par France Culture - La Grande Table idées
Dominique Cardon, sociologue et directeur du Médialab de Sciences Po, auteur de *Culture Numérique* (Presses de Sciences Po, mars 2019) aborde les questions d'usage et de responsabilité de l'internaute.
https://www.franceculture.fr/emissions/la-grande-table-2eme-partie/culture-numerique-enjeux-du-xxieme-siecle

3

POUR ALLER SUR INTERNET, ON UTILISE UN NAVIGATEUR.

Un navigateur, c'est un logiciel qui t'emmène sur Internet et te permet de voir des textes, des images et des vidéos provenant du monde entier.

Il existe plusieurs navigateurs, comme par exemple :

Chrome Firefox Edge Safari

Sans lui, tes pages internet afficheraient juste des 0 et des 1.

NOTIONS ABORDÉES

- **Les navigateurs**

Un navigateur est un logiciel qui permet de visualiser sur un écran le rendu d'une page web (page internet). Il existe plusieurs navigateurs internet dont les plus connus sont : **Edge** (anciennement Internet Explorer), **Firefox** (le navigateur de la fondation Mozilla), **Safari** (le navigateur d'Apple), **Google Chrome** et **Opéra** (de la société norvégienne Opera Software).

Il ne faut pas confondre un **navigateur** avec un **système d'exploitation** ou un **moteur de recherche**.

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

• VIDÉO : « Qu'est-ce qu'un navigateur web ? »
Par Google
Une courte vidéo dans laquelle Google explique ce qu'est un moteur de recherche.
https://www.youtube.com/watch?v=YPBSEBQRf0c

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• VIDÉO : « Qu'est-ce qu'un navigateur web ? »
Par la Fondation Mozilla
Une autre explication de ce qu'est un navigateur web, avec la notion de cookies et de données.
https://www.mozilla.org/fr/firefox/browsers/what-is-a-browser/

• VIDÉO : « Qu'est-ce qu'un navigateur web ? »
Par Imedias
Un article synthétique illustré de schémas.
https://www.imedias.pro/cours-en-ligne/web-internet/navigateur-web-navigateur-internet/qu-est-ce-qu-un-navigateur-internet/

Affichage de la page Web par le Navigateur

Visualisation du code source de la page Web au travers du Navigateur

Poster 1 **Partie 4**

4

Pour chercher des contenus sur Internet, on utilise un MOTEUR DE RECHERCHE.

Certains moteurs de recherche récoltent des informations sur toi pour les vendre.

Y! Google bing

D'autres respectent ta vie privée.

Duck duck go

Qwant

Et certains récoltent de l'argent pour le donner à des projets utiles à tous.

ECOSIA LILO

NOTIONS ABORDÉES

- **Qu'est-ce qu'un moteur de recherche ?**

Sur Wikipédia, on trouve la définition suivante :
« Un moteur de recherche est une application web permettant à un utilisateur d'effectuer une recherche en ligne (ou recherche internet), c'est-à-dire de trouver des ressources à partir d'une requête composée de termes. »

Autrement dit, le moteur de recherche est un outil de recherche automatisé pour le web. C'est un logiciel « robot » qui cherche tous les contenus disponibles sur le web à partir des mots-clés indiqués dans la barre de recherche.

- **Il y a différents moteurs de recherche**

Il existe de nombreux moteurs de recherche.

Les plus connus sont **Google**, **Yahoo!** et **Bing**. Ils sont financés par la publicité et récoltent des données sur les utilisateurs.

D'autres, comme **Qwant**, le moteur de recherche français (et sa version Qwant Junior), et **Duck Duck Go** (moteur de recherche américain) visent à préserver la vie privée des utilisateurs.

Enfin, des moteurs de recherche comme **Ecosia** ou **Lilo** utilisent une grande partie de leurs recettes publicitaires pour soutenir des actions écocitoyennes ou des projets sociaux.

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

• VIDÉO : « Les moteurs de recherches » - #DansLaToile
Par France TV, avec le concours du Clémi
https://www.lumni.fr/video/les-moteurs-de-recherche

• VIDÉO : « Le numérique est une chance »
Par le réseau Info Jeunes
Une vidéo qui invite chacun à « tracer sa propre route de l'information » en explorant les différents moteurs de recherche ou encore la place des « géants du numérique » et leur fonctionnement. Elle aborde les notions de monopole, de modèle économique et d'algorithme. Elle présente également des alternatives.
https://www.youtube.com/watch?v=L-G3BwXr4GY

• ACTIVITÉ : « Recherche sur le web : analyser et comparer les moteurs de recherche »
Fiche pédagogique proposée par le Clémi
https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/rechercher-sur-le-web-analyser-et-comparer-les-moteurs-de-recherche.html

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• VIDÉO : « Les moteurs de recherche »
Par MediaProvence
Cette vidéo présente comment fonctionne les moteurs de recherche, leur méthode de traçage des informations, leur financement, les principaux moteurs de recherche - Google, Yahoo!, Bing - et les principales alternatives existantes : Qwant, Ecosia, Lilo, Duck Duck Go et Million Short.
https://youtu.be/Y8l4hKNQOEY

• VIDÉO : « Que valent les moteurs de recherche écolo ? »
Par *Le Monde*
Présentation et enquête critique sur les moteurs de recherche Ecosia et Lilo par Pierre Trouvé, journaliste au *Monde* : objectifs, modèle économique, fonctionnement, réussites et limites.
https://youtu.be/2muSr-QIyIo

• VIDÉO : « How Google Search Works (in 5 minutes) »
Dans cette vidéo, Google explique comment fonctionne son moteur de recherche.
(Il est possible de mettre les sous-titres en français.)
https://youtu.be/0eKVizvYSUQ

• ARTICLE : « Comment fonctionne le moteur de recherche de Google ? »
Un article du blog Tice Éducation, géré par des enseignant.e.s et formateur.rice.s
https://www.tice-education.fr/tous-les-articles-er-ressources/articles-internet/1285-comment-fonctionne-le-moteur-de-recherche-de-google

Poster 1 **Partie 5**

ON PENSE SOUVENT QU'INTERNET EST INVISIBLE.

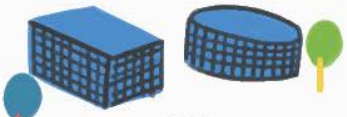
le cloud

5

Mais en réalité, il implique tout un tas d'OBJETS RÉELS qui consomment beaucoup d'électricité, d'espace et de matériaux.

Internet a donc UN IMPACT SUR LA PLANÈTE.

1,2 million de km
de câbles internet sous-marins dans le monde au début de l'année 2020.



Plus de **4500 data centers** dans le monde. Certains utilisent jusqu'à **1 600 000 litres** d'eau par jour pour leur refroidissement.

3,5 milliards de smartphones

fabriqués avec plus de 45 métaux différents, extraits dans des conditions parfois problématiques pour les humains et pour la planète.

300 mégatonnes de CO^2,
c'est ce que les VIDÉOS EN LIGNE ont généré en 2018.
Soit autant que l'impact de l'Espagne en gaz à effet de serre.

44,7 millions de tonnes de **DÉCHETS** électroniques en 2016, soit **4500 tours Eiffel** en une année.

Avec le développement de nos usages (la 5G, le streaming, etc.), on nous demande souvent d'imaginer : « QUEL MONDE EST-IL POSSIBLE GRÂCE AU NUMÉRIQUE ? ».

Or, face aux limites de la planète, il faudrait plutôt se demander : « QUEL NUMÉRIQUE EST-IL POSSIBLE DANS CE MONDE ? »*

NOTIONS ABORDÉES

- **Internet n'est pas « dématérialisé »**

Il s'agit ici de prendre conscience que les représentations d'Internet et les éléments de langage qui l'entourent suggèrent toujours un espace invisible et impalpable, une sorte de monde parallèle où les contraintes physiques n'existeraient pas.
Il est intéressant d'expliciter des mots tels que « cloud » (nuage en anglais), qui regroupe l'ensemble des solutions de stockage à distance, ou encore la célèbre icône du nuage.
Autant d'éléments qui racontent une prétendue non-matérialité du numérique.

- **Le numérique a un impact important sur la planète**

« Mais en réalité, Internet implique tout un tas d'objets réels qui consomment beaucoup **d'électricité**, **d'espace** et de **matériaux**. » : il est important d'expliciter cette phrase avec votre public et d'insister sur les mots en gras.
Il est intéressant de commenter ensuite chacune des bulles qui évoque les impacts du numérique sur la planète.

Le numérique a permis beaucoup de choses : « Amélioration des échanges, meilleur partage de l'information, communication instantanée. De nouvelles pratiques s'invitent dans toutes les sphères de notre vie, à tel point qu'elles façonnent notre culture et changent notre rapport au monde. (...) **Nous pouvons aussi craindre ses effets indésirables** comme la multiplication des équipements, l'augmentation de la consommation d'énergie et de matières premières, l'accroissement des émissions de gaz à effet de serre, la production de déchets. »

Guide de l'Ademe : « La face cachée du numérique », 2021

- **Prendre conscience des limites de la planète**

La dernière bulle ouvre le débat sur les limites de la planète.
La dernière phrase du poster est tirée de *Situer le numérique* de Gauthier Roussilhe (voir sources page 20).
Il s'agit ici de questionner ensemble le développement de nos usages, l'utilité de consommer toujours plus et de développer la 5G, puis la 6G, de changer de matériel rapidement car déjà passé de mode, etc.
Dans un monde fini, en termes de ressources (eau, énergie, matériaux), quels usages du numérique est-il possible ?

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

À partir de 5 ans – niveaux Grande Section et Cycle 2

• ACTIVITÉ : « L'histoire racontée du smartphone »
Activité ludique mise au point par GreeIT.fr et Colori. Elle invite les enfants à reconstituer les étapes de la vie d'un smartphone sur une carte du monde et à comprendre ainsi son impact écologique. Tutoriel, cartes et plateau à télécharger gratuitement ici :
https://colori.education/green-it

Ressources niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

• VIDÉO : « Les câbles sous-marins de l'Internet »
Par France 2,
Reportage diffusé au journal télévisé du 7 juillet 2016. À la rencontre des différents métiers impliqués dans la fabrication et l'installation de câbles sous-marins.
https://youtu.be/dm4RiFJADGg

• VIDÉO « Internet ne pollue pas » - Data Science *vs* Fake
Par ArteTV, le Blob L'extra-Média et France TV Éducation
Courte vidéo montrant l'impact néfaste de l'utilisation d'Internet sur la planète.
https://youtu.be/6YMRB4bgQ-o

• GUIDE : « La face cachée du numérique »
Par l'Ademe.
Comment utiliser le numérique en étant responsable ? Ce guide liste des conseils pratiques pour réduire les impacts du numérique sur l'environnement au quotidien.
https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf

• Infographie : « L'essentiel des écogestes »
Par l'ADEME.
L'essentiel des écogestes pour télétravailler léger, présenté en un poster. Les conseils recouvrent finalement des usages plus larges que le télétravail et s'adressent à tout le monde, y compris aux plus jeunes.
https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/infographie-comment-teletravailler-leger.pdf

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• VIDÉO : « Gloire à la sobriété numérique »
Tribune de Frédéric Bordage, fondateur de GreenIT. Il présente deux solutions pour réduire notre empreinte numérique collective : le réemploi et la conception responsable de services numériques.
https://www.youtube.com/watch?v=DwRAVINpsB4

Poster 1

Sources des chiffres

Situer le numérique
De Gauthier Roussilhe

Un manuel pédagogique qui permet d'introduire et de comprendre les enjeux environnementaux du numérique. Cette étude très accessible et complète a été rédigée par Gauthier Roussilhe, concepteur de services numériques, conseiller et doctorant en cotutelle avec le RMIT (Europe) et le Centre de recherche en design (ENS Saclay, ENSCI).
https://designcommun.fr/cahiers/situer-le-numerique

- « 1,2 million de km de câbles internet sous-marins dans le monde au début de l'année 2020 », p. 61
- « 4500 data centers », p. 57
- « On estime qu'un smartphone intègre entre 45 et 50 métaux différents », p. 76
- « On estime à 44,7 millions de tonnes métriques les déchets d'équipements électriques et électroniques », p. 80

Rapport « Climat : l'insoutenable usage de la vidéo en ligne »
De The Shift Project

The Shift Project, think tank qui œuvre en faveur d'une économie libérée de la contrainte carbone, a publié en 2019 un rapport sur l'usage de la vidéo en ligne.

« Le visionnage de vidéos en ligne a généré en 2018 plusde 300 MtCO2, soit autant de gaz à effet de serre que l'Espagne, ou près de 1 % des émissions mondiales. »
À lire dans le dossier de presse.
https://theshiftproject.org/article/climat-insoutenable-usage-video/

Poster 2

MA PRÉCIEUSE ATTENTION

Partie 1

NOTIONS ABORDÉES

• Le temps d'écran ne raconte rien sur les usages des plus jeunes. Et les adultes peuvent avoir tendance à déconsidérer ces usages.

Que fait-on devant les écrans ? Quelles compétences développe-t-on en faisant des recherches en ligne, en jouant en équipe à un jeu vidéo qui implique de la communication et de la coopération, en expérimentant des sociabilités diverses sur les réseaux sociaux, ou encore en négociant avec ses diverses identités en ligne ?
La déconsidération que peuvent avoir les adultes n'aide pas les jeunes à prendre conscience des compétences qu'ils développent ou de celles qui leur manquent et qu'ils ont besoin d'acquérir. Les jeunes sont « en devenir », on ne peut figer leurs compétences, notamment sur la gestion du temps d'écran et du rapport aux autres sur les réseaux sociaux. Adultes et enfants doivent prendre conscience que ces compétence se développent « dans le temps ».

• Les écrans représentent une culture illégitime et font encore l'objet d'une panique morale

Pour reprendre le concept du sociologue Pierre Bourdieu, la « culture légitime » est la culture valorisée par la classe dominante. Le roman est par exemple une forme culturelle légitime et valorisée, là où le jeu vidéo – et les cultures numériques d'une manière générale – sont encore des formes culturelles souvent dévalorisées (« sous-cultures »).

La notion de « panique morale » est également un angle intéressant pour comprendre le rapport des adultes aux pratiques médiatiques des jeunes.

« Une panique morale se met en place quand un objet culturel, une pratique ou une population particulière menacerait l'ordre social. Les sociétés du XVIII^{e} siècle estimaient ainsi que les romans étaient addictifs et, ce faisant, dangereux car limitant la capacité des jeunes filles à trouver un mari. À leurs débuts, dans les années trente, les *comics* n'étaient pas envisagés sous l'angle éducatif mais comme incitant les jeunes à se laisser absorber dans des univers de violence. Au milieu des années cinquante, le mouvement suggestif des hanche et des genoux d'Elvis Presley a soulevé la question de son interdiction à la télévision pour éviter de corrompre les adolescents. Ce ne sont là que quelques-uns des exemples de panique morale sans fondement liés au relation des jeunes avec les médias populaires. »

***C'est compliqué. Les vies numériques des adolescents,* danah boyd, C&F éditions, 2016**

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• ***Grandir connectés, Les adolescents et la recherche d'information*, Anne Cordier, C&F éditions, 2015.**
« Loin des mutants annoncés par certains auteurs médiatiques, Anne Cordier a croisé des jeunes qui ont besoin de comprendre ce qui se joue derrière les écrans. »

• ***C'est compliqué. Les vies numériques des adolescents*, danah boyd, C&F éditions, 2016**
« Pour répondre aux angoisses des adultes devant les médias sociaux, danah boyd est partie à la rencontre des adolescents. Loin du sensationnel médiatique, les paroles recueillies expriment le désir farouche des jeunes d'accéder à une vie sociale dans des espaces publics. »

Une recension de l'ouvrage est également disponible sur le site de Réseau Canopé :
https://www.reseau-canope.fr/nouveaux-programmes/magazine/numerique/les-adolescents-peuvent-ils-avoir-une-vie-publique-en-ligne.html

Poster 2 **Partie 2**

NOTIONS ABORDÉES

Les médias fonctionnent en grande partie grâce à la publicité

Pour payer toutes les personnes qui écrivent des articles, présentent des émissions ou programment des jeux vidéos, les médias que nous consommons ont besoin d'argent. Ils le récoltent en vendant directement leurs contenus (c'est ce qui se passe quand nous achetons un magazine, quand nous nous abonnons en ligne ou quand nous payons pour une application de jeu vidéo).
Certains médias sont indépendants de la publicité. C'est le cas de *Médiapart*, le *Canard enchaîné* ou *Reporterre*. Mais bien souvent, c'est en vendant de la publicité que les médias gagnent de l'argent. Les marques (de vêtements, de nourritures, etc.) payent les médias pour afficher leur publicité. Face à la baisse vertigineuse des ventes directes, la publicité est devenue une source de revenus incontournable pour beaucoup de médias (voir p.33). Mais dans le même temps, cela pose problème car l'exposition aux publicités nous pousse à consommer, et les marques influencent les contenus que nous consultons.

Les sites et les applications récoltent nos données

Plus les sites et les applications récoltent des données sur les utilisateurs, mieux ils peuvent vendre des publicités ciblées. Par exemple, si une marque de tacos souhaite s'adresser à des garçons de 13 à 20 ans vivant à Paris, des sites comme Youtube ou Facebook peuvent faire apparaître cette publicité chez les personnes ciblées car ils détiennent des données sur l'âge, le sexe et la localisation de leurs utilisateurs.

Avantages et limites de la récolte des données

Plus un site ou une application dispose de données sur nous, mieux il peut nous suggérer des contenus qui nous intéressent. Mais la captation de nos données peut devenir une intrusion dans notre vie privée, surtout si nous ne savons pas qui les utilise et dans quel but.
De plus, en nous proposant des contenus ciblés, personnalisés, les algorithmes des médias décident à notre place de ce que nous voyons ou ne voyons pas. Ce phénomène appelé « bulles de filtres » crée un environnement où nous sommes essentiellement au contact de contenus avec lesquels nous sommes déjà en accord. Cela tend à nous priver d'idées différentes ou d'opinions contradictoires aux nôtres.

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

Sur la publicité dans les médias et sur Internet

• « La publicité dans les médias » - Les Clés des médias
Par le Clémi
https://www.clemi.fr/fr/cles-medias/la-publicite-dans-les-medias.html

• « Comment repérer une publicité discrète sur Youtube ? »
Un atelier « Déclic Critique » proposé par le Clémi
https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/ateliers-declic-critique/comment-reperer-une-publicite-discrete-sur-youtube.html

Sur les stratégies publicitaires utilisées
Trois contenus vidéo proposés par France TV avec le concours du Clémi :

• « La cible publicitaire » - Comprendre le web
On peut se retrouver submergé par de la publicité ciblée après avoir fait des recherches sur Internet. Voici quelques conseils pour éviter cela !
https://www.lumni.fr/video/medium

• « Le placement de produits, c'est quoi ? » – Comprendre le web
La publicité sur Internet est de plus en plus difficile à débusquer.
https://www.lumni.fr/video/influencable#containerType=folder&containerSlug=comprendre-le-web

• « Les pièges à clic » – Comprendre le web
Certains sites ont uniquement pour but de faire cliquer le plus de personnes possibles, au détriment de la qualité du contenu, voire de sa véracité.
https://www.lumni.fr/video/les-pieges-a-clic#containerType=folder&containerSlug=comprendre-le-web

Sur les données personnelles

• VIDÉO : « Les données personnelles » – Comprendre le web
Une ressource de France TV avec le concours du Clémi.
https://www.lumni.fr/video/les-donnees-personnelles-1#containerType=folder&containerSlug=comprendre-le-web

• VIDÉO : « Les données personnelles » - Les Clés des médias
Une ressource réalisée par le Clémi.
https://www.clemi.fr/fr/cles-medias/les-donnees-personnelles.html

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• SITE : Do not track
Ressource réalisée par Upian, l'Office national du film du Canada, Bayerischer Rundfunk et Arte GEIE
Une série documentaire interactive innovante consacrée à la collecte des informations réalisée à l'insu des internautes et qui propose d'étudier la façon dont vous êtes traqués à partir de vos données de navigation.
https://donottrack-doc.com/fr/intro/

• GUIDE : Mes données, le tracking, Internet et moi
Par Internet sans crainte
Guide réalisé en 2016 pour sensibiliser et conseiller les internautes sur l'utilisation qui est faite de leurs données.
https://studylibfr.com/doc/3638105/mes-donn%C3%A9es--le-tracking--internet-et-moi--

• VIDÉO : « Eli Pariser nous met en garde contre « les bulles de filtres » en ligne »
Par TED
Alors que les géants du numérique s'efforcent d'ajuster leurs services à nos goûts personnels (y compris l'actualité et les résultats de recherche), une dangereuse conséquence, involontaire, émerge : nous nous retrouvons piégés dans une « bulle de filtres » et ne nous trouvons pas exposés à l'information qui pourrait remettre en question ou élargir notre perception du monde. Eli Pariser argumente avec force qu'au final cela s'avérera mauvais pour nous et pour la démocratie.
https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=fr

Poster 2 **Partie 3**

NOTIONS ABORDÉES

Les notions d'audience et d'attention

Une audience est le nombre de personnes qui suivent un média (une émission sur Youtube, un compte Instagram, un site d'information) et lui consacrent du temps d'attention. Plus nous passons du temps sur ces médias, plus ils peuvent vendre des publicités et des données aux marques qui souhaitent capter notre attention. C'est ce qu'on appelle « l'économie de l'attention ». Cette économie - dans laquelle l'attention est devenue une ressource rare et recherchée - est au cœur du fonctionnement des sites et services numériques.

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

• VIDÉO : « Qu'est-ce que l'audience ? » - Les Clés des médias
Par le Clémi.
https://www.clemi.fr/fr/cles-medias/quest-ce-que-laudience.html

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• DOSSIER PEDAGOGIQUE : « Dopamine : la course à l'attention »
Dopamine est une websérie qui dévoile de manière décalée et avec humour comment nos applications préférées captent notre attention. Le dossier pédagogique qui l'accompagne propose des articles pour approfondir le sujet et des activités à mener en classe.
https://www.reseau-canope.fr/la-course-a-lattention.html

• ARTICLE : « L'attention, un bien précieux »
Interview de Yves Citton, auteur de « Pour une écologie de l'attention », directeur de l'ouvrage collectif *L'Économie de l'attention* (La Découverte, 2014).
https://lejournal.cnrs.fr/articles/lattention-un-bien-precieux

• VIDÉO : « La captation de l'attention : du concept à la pédagogie »
Conférence de Sylvain Joseph, formateur au Clémi, qui explique comment l'attention est captée de manière à collecter les données pour ensuite les monétiser à des fins de publicités ciblées.
https://youtu.be/1J3xUgfLYn0

Poster 2 **Partie 4**

NOTIONS ABORDÉES

Les stéréotypes dans la publicité

Les stéréotypes sexistes ou racistes sont omniprésents dans la société et les médias. Ces images ne sont pas neutres : elles façonnent notre imaginaire et jouent sur nos représentations. Elles peuvent nourrir des préjugés et influencer les enfants dans leurs représentations, la construction de leur personnalité et leur relation aux autres.
Voir le poster « Selfiestime » pour plus d'informations et de ressources.

Soutenir des médias et comprendre leur modèle économique

Les médias disposent de plusieurs ressources économiques pour produire leurs contenus. Face à la baisse vertigineuse des ventes, la publicité est devenue une source de revenus incontournable pour beaucoup de médias. Elle s'ajoute ainsi aux investisseurs privés (la quasi-totalité des titres de la presse française appartient aux grands industriels) ou à l'État (certains médias sont subventionnés par de l'argent public, donc par nos impôts, par exemple Arte et France Culture) et est, elle aussi, susceptible de faire pression sur les médias qui l'utilisent. C'est pourquoi, soutenir les médias indépendants (sans revenus publicitaires, ni subventions publiques, ni soutiens des grandes firmes) en achetant ou en s'abonnant à leurs contenus constitue un acte citoyen important.

Garder le contrôle sur ses données personnelles

« Nos données sont la monnaie avec laquelle nous payons tous ces services "gratuits" comme Youtube, des jeux vidéos gratuits en ligne, etc. Il est nécessaire de rappeler aux élèves qu'ils représentent une cible marketing et que la précision des données les concernant permet d'affiner des messages publicitaires, de les rendre plus efficaces, pour les convaincre d'acheter des produits et services ou d'adhérer à une cause ou une idéologie.
Développer une culture de la donnée et comprendre comment ces données filtrent l'information à laquelle nous accédons et mobilisent notre attention est désormais essentiel pour garantir notre capacité à faire des choix éclairés. »

Extrait de l'article « Algorithmes et attention. Comment sensibiliser les jeunes aux rôles des données ? » de Dorie Bruyas dans le dossier « Dopamine : la course à l'attention »

Gérer son temps d'écran

Les adultes comme les enfants doivent apprendre à gérer leur temps d'écran, pour des questions de santé physique comme de santé mentale (conséquences sur le sommeil, la vision, l'attention, la concentration, le rapport à soi et aux autres).
Plutôt que de surveiller et punir, il est nécessaire de se donner ensemble un cadre d'utilisation des écrans qui ait du sens pour tout le monde. Par exemple, un jeune a besoin de socialiser avec ses amis sur les réseaux sociaux, mais il a également besoin de sortir de chez lui le week-end ou de dormir la nuit. Dans ce contexte, quel cadre d'usage – admis par les parents comme par les enfants – peut-il convenir à ce type de besoins ?
Gérer son temps d'écran – et son temps d'une manière plus globale – est une compétence difficile à acquérir, pour les jeunes comme pour les adultes. Mais il faut l'envisager comme telle : une compétence à développer, un équilibre à renouveler sans cesse.

Appréhender la complexité du monde

Pour des questions d'audience citées plus haut, les médias vont favoriser les sujets « choc » qui divisent, qui nous font réagir avec nos émotions, parfois sans nuance et au détriment de notre réflexion. On est encouragé à avoir un avis tranché et immédiat. Pourtant, la plupart des sujets sont complexes, reliés à d'autres sujets, n'appelant pas une réponse toute faite.
Dès notre plus jeune âge, nous devons apprendre à suspendre notre jugement, à prendre conscience de notre position et de celle dont émane telle ou telle opinion, à prendre le temps de comprendre le système qui mène à une situation donnée.

« Est complexe ce qui ne peut se résumer en un maître mot, ce qui ne peut se ramener à une loi, ce qui ne peut se réduire à une idée simple. »
Introduction à la pensée complexe, Edgar Morin, Points, 2014

« Les enjeux majeurs du monde contemporain ne peuvent pas être compris de manière isolée. La dégradation de l'environnement, les inégalités sociales, le changement climatique, la violence ou encore la guerre sont tous des problèmes complexes, c'est-à-dire interconnectés et interdépendants, qui demandent donc des solutions systémiques. »
E-Graine, mouvement d'éducation à la citoyenneté mondiale

La pensée complexe, c'est le processus d'accueillir la vie dans toute sa complexité et d'être en dialogue avec elle. Ceci veut dire :

- comprendre que chaque problème émerge d'un « ensemble d'interconnexions » ;
- discerner les interdépendances entre les différents facteurs ;
- en cas de difficultés, ne pas tenir les tierces personnes pour responsables mais plutôt chercher à comprendre les processus interactifs et les liens de causalités circulaires qui sont à l'origine du problème ;
- savoir qu'une accumulation de petites actions mène à des impacts importants et différés dans le temps ;
- être conscient que sa propre perspective sur une situation n'en est qu'une parmi beaucoup d'autres ;
- accroître la conscience de soi, avoir de l'empathie pour toute forme de vie, chercher des relations de qualité ;
- développer un esprit flexible, créatif et divergent afin d'appréhender les incertitudes, l'évolution constante des phénomènes, les conséquences inattendues, les contradictions et les paradoxes.

Tiré du site Atelier du complexe

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

Les stéréotypes dans les médias

• VIDÉO ET ACTIVITÉ : « Les stéréotypes dans les médias » - Les Clés des médias
https://www.clemi.fr/fr/cles-medias/les-stereotypes-dans-les-medias.html

• ACTIVITÉ : « Stéréotypes et préjugés : l'impact de la publicité »
https://www.lelivrescolaire.fr/page/7201351

• ACTIVITÉ : Déconstruire les stéréotypes dans la publicité
Des outils pour décrypter ces stéréotypes et pour s'épanouir dans une culture de l'égalité entre les genres.
https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/deconstruire-les-stereotypes-dans-la-publicite.html

Éduquer aux données – Littératie des données

• ACTIVITÉS : Datalireladata
Par Fréquence écoles
La plateforme d'éducation au numérique pour apprendre aux jeunes à être acteurs et actrices du monde des données.
https://datalireladata.com

• VIDÉO : « Les données personnelles » - Les Clés des médias
Par Lumni
https://youtu.be/dVLjS8sTdPw

• OUTILS : « Ressources pédagogiques vie privée »
Par Educnum
https://www.educnum.fr/fr/ressources-pedagogiques-vie-privee

• OUTILS : « Une cartographie des outils et pratiques de protection de la vie privée »
Par le Laboratoire d'innovation numérique (LINC) de la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés)
https://linc.cnil.fr/fr/une-cartographie-des-outils-et-pratiques-de-protection-de-la-vie-privee

• AFFICHE : « 10 conseils de la CNIL pour rester net sur le web »
Par la CNIL
https://asso-generationnumerique.fr/wp-content/uploads/2020/09/10-Conseils_A2.pdf

• VIDÉO : « Protéger sa vie privée ! »
Par le youtuber Le Rire Jaune, en partenariat avec la CNIL et la MGEN
https://youtu.be/U7xOBOnQ0G4

Temps d'écran

• VIDÉO : « Tous au panier » - La famille Tout-écran
Par Lumni et le Clémi
https://www.lumni.fr/video/tous-au-panier

RESSOURCES ÉDUCATEURS

Le modèle économique des médias

• VIDÉO : « Les médias sont-ils indépendants ? » - Décod'actu
Par FRANCETV ÉDUCATION
https://youtu.be/2HPS68-n8HY

• VIDÉO : « Sauver les médias… et leur indépendance »
Interview de Julia Cagé, autrice et professeure d'économie à Sciences Po, qui travaille en particulier sur l'économie des médias et le financement de la démocratie.
https://youtu.be/cE9ZJP8mB6E

Éduquer aux données – Littératie des données

• ARTICLE : « La littératie des données comme enjeu d'éducation, d'action et de construction d'une citoyenneté numérique »
Par Franck Bodin, de Réseau Canopé
Lire l'article sur Medium

• SITE : Mes datas et moi
Un catalogue de ressources et d'activités pour comprendre les enjeux liés au numérique et notamment aux données.
https://www.mesdatasetmoi.fr
https://www.mesdatasetmoi-observatoire.fr

• VIDÉO « Big data : données, données, donnez-moi ! »
Par Datagueule
https://youtu.be/5otaBKsz7k4

Temps d'écran

• ARTICLE : « Quatre conseils pour gérer le temps d'écran de vos enfants »
Par HabiloMédias, centre canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique
https://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/quatre-conseils-pour-g%C3%A9rer-le-temps-d%E2%80%99%C3%A9cran-de-vos-enfants

• ARTICLE : « 8 astuces pour apprendre à se passer de son smartphone »
Par Jean-Louis Pétrod
https://www.phonandroid.com/comment-apprendre-a-se-passer-de-son-smartphone-en-cinq-astuces.html

• ARTICLE : « Gérer le temps d'écran des enfants »
Par Fanny Morange, Réseau Canopé
https://www.clemi.fr/fr/guide-famille-v2/maitriser-le-temps-dedie-aux-ecrans-en-famille/gerer-le-temps-decran-des-enfants.html

Éduquer à la complexité

• PLATEFORME : Seriously
Une plateforme pour désamorcer les discours de haine en ligne. Lancée par le think tank Renaissance Numérique, qui œuvre pour le développement d'un numérique citoyen et pour aider les internautes à engager le dialogue avec les trolls, à désamorcer les conversations haineuses et à répondre de manière argumentée à la désinformation.
https://www.seriously.ong/

• ATELIER : Incertitude(s)
Permettre aux collégien·nes d'exercer leur esprit critique face aux contenus qui leur sont adressés via les médias et réseaux sociaux.
https://www.frequence-ecoles.org/projet-incertitudes

• SITE : « Pourquoi éduquer à la pensée complexe ? »
Par E-Graine, mouvement d'éducation à la citoyenneté mondiale
https://www.e-graine.org/eduquer-pensee-complexe/

• LIVRE : *Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*
Livre d'Edgar Morin (Seuil, 1999, ouvrage reprenant le texte de la conférence donnée par l'auteur le 8 décembre 2016 sur invitation de l'Unesco au Congrès mondial pour la pensée complexe).
https://fr.unesco.org/news/edgar-morin-enseigner-complexite

• ÉTUDE sur les contenus haineux sur Internet
Étude menée en 2018 par le think tank Renaissance Numérique, l'association Génération Numérique, le CIPD (Comité Interministériel de prévention de la délinquance) et la DILCRAH (Délégation interministérielle à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti LGBT). Elle alerte sur l'exposition des jeunes aux contenus choquants sur Internet.
https://asso-generationnumerique.fr/enquetes#tab_lescontenushaineux

Poster 2

Sources des chiffres

L'évolution des revenus publicitaires de Facebook
https://fr.statista.com/infographie/21564/evolution-chiffre-affaires-publicitaire-de-facebook-par-trimestre/

YouTube a généré près de 20 milliards de dollars en 2020
https://fr.statista.com/infographie/20703/chiffre-affaires-publicitaire-de-youtube/

Poster 3

SELFIESTIME

Parties 1 et 2

1

Sur Internet et les réseaux sociaux, les gens regardent beaucoup de photos et vidéos d'autres personnes.

Un acteur
(20 M de followers)

Mon amie
Anna

Mon copain
Kevan

Une influenceuse
« mode »
(12 M de followers)

Et ils postent aussi des photos et vidéos d'eux-mêmes.

Moi en train de faire une grimace

Moi à la plage

Mes amis et moi

10 MILLIARDS
de vidéos vues sur Snapchat chaque jour dans le monde.

5 MILLIARDS
de vidéos consultées chaque mois sur TikTok en France.

PLUS DE 100 MILLIONS
de photos et de vidéos publiées chaque jour sur Instagram.

1 vue pour la première photo de ma mamie sur Instagram.

2

Ces images nous habituent à penser que certaines **APPARENCES** ou **COMPORTEMENTS** sont **MIEUX** ou plus **"NORMAUX"** que d'autres.

On voit surtout des personnes bien **HABILLÉES.**

On voit surtout des hommes **FORTS.**

On voit surtout des femmes **MINCES.**

On voit surtout des personnes **VALIDES.**

On voit surtout des personnes **HÉTÉROSEXUELLES.**

ALORS QUE

Les hommes pourraient être valorisés pour leur **SENSIBILITÉ.**

44% des femmes s'habillent au-delà du 44.

Plus de **17 MILLIONS** de personnes se définissent comme LGBT dans 14 pays.

CELA PEUT AVOIR DES CONSÉQUENCES

sur L'ESTIME DE SOI

Je ne m'accorde de la valeur que si je corresponds aux modèles montrés sur les réseaux sociaux.

Seulement **22%** des Françaises se trouvent jolies.

sur le RAPPORT AUX AUTRES

Je ne vais accorder de la valeur aux autres que s'ils correspondent aux modèles valorisés sur les réseaux sociaux.

Je vais peut-être me comparer à eux ou pire, me moquer d'eux.

700 000 élèves sont victimes de harcèlement scolaire en France.

NOTIONS ABORDÉES

Nous consommons et produisons une grande quantité d'images personnelles

Jamais dans l'histoire nous n'avons eu accès à autant d'images des autres. Internet et les réseaux sociaux nous donnent accès à une multitude de visages, de corps et de scènes de vie. En retour, nous pouvons potentiellement donner accès à nos propres photos et vidéos à un grand nombre de personnes.
(Voir sources des chiffres à la fin de la partie 3)

Les images produisent des normes sociales

Les normes sociales définissent ce qu'il est socialement acceptable de faire et d'être. Nous intégrons ces normes à travers notre éducation et notre culture, parfois consciemment, la plupart du temps inconsciemment. Ces normes distinguent les comportements et les attitudes qui sont conformes aux attentes, voire valorisés par le groupe (par exemple : être mince pour une femme), des comportements et attitudes qui sont jugés de moindre valeur, voire déviants (par exemple : être un homme sensible et coquet).

Il est intéressant de questionner ici **« Qu'est-ce que la normalité ? »** ou **« Quels sont les apparences et les comportements valorisés ? »**

• **« On voit surtout des personnes bien habillées. »**
Les signes de richesse et de distinction (comme le port de vêtements de marque, d'accessoires prestigieux) sont des marqueurs sociaux. Dès le plus jeune âge, on comprend que le fait de s'habiller avec certaines marques ou adopter un certain style de vie nous donne plus de valeur au yeux des autres.

• **« On voit surtout des femmes minces. »**
Les femmes subissent une pression supérieure aux hommes quant à leur apparence et leur poids. Les filles intègrent vite cette norme. Malgré les mouvements dits *body positive** la grossophobie** demeure.

* ***Body positive*** : mouvement social en faveur de l'acceptation et l'appréciation de tous les types de corps humains. Il encourage la diversité et l'estime de soi en soutenant que la beauté est une construction sociale qui dépend des cultures et défie les stéréotypes et définitions normatives partagés par les médias.

** **Grossophobie** : la grossophobie est un néologisme désignant l'ensemble des attitudes et des comportements hostiles qui stigmatisent et discriminent les personnes grosses, en surpoids ou obèses.

• « On voit surtout des hommes forts. »
Les images de la masculinité, véhiculées par les films, les jeux vidéos ou la publicité prescrivent une norme à laquelle les hommes sont censés correspondre ou pas. Par exemple, les hommes ne sont pas censés ressembler aux femmes en ayant des qualités jugées féminines, comme la sensibilité ou la douceur. Ces qualités sont souvent « rejetées » comme un stéréotype sur des hommes homosexuels, des hommes « fragiles ». Elles sont dévalorisées au profit de normes masculines virilistes et hétérosexuelles que sont la force, le courage et parfois la violence. Ce problème de représentation s'incarne de manière concrète dans la sur-représentation des hommes dans des comportements à risque et violents* ou dans la sous-représentation des hommes dans les métiers et les tâches liés au soin (le *care*)**.

* **« La virilité a un coût et cette historienne l'a calculé. »**
Par Valentin Étancelin
https://www.huffingtonpost.fr/entry/la-virilite-a-un-cout-et-cette-historienne-la-calcule_fr_603e4552c5b601179ec09966

** **« Pourquoi certaines professions restent-elles si largement féminisées ? »**
Par *The Conversation*
https://theconversation.com/pourquoi-certaines-professions-restent-elles-si-largement-feminisees-141948

• « On voit surtout des personnes hétérosexuelles. »
Bien que l'homophobie et la transphobie soient condamnées, les personnes homosexuelles ou transexuelles restent peu visibles, voire invisibles, dans l'espace médiatique et politique. Il est alors difficile d'éduquer les plus jeunes à trouver normale et saine la pluralité des orientations de sexualité et de genre.

• « On voit surtout des personnes valides. »
Les personnes en situation de handicap sont sous-représentées dans les médias (Internet, télévision, cinéma, etc.). Et lorsqu'elles sont représentées, c'est souvent à travers des images stéréotypées qui stigmatisent. « Par exemple, lorsque des personnes handicapées font des sports à très haut niveau, elles se définissent comme des sportifs et veulent être reconnues avant tout en tant que sportifs. Mais quand on analyse les discours, ces personnes sont avant tout

représentées comme des personnes handicapées. »* Autre exemple de discrimination, le « super-héros » : des personnes en situation de handicap sont représentées comme des « super-héros » ou « super-héroïnes », pour des choses qui, si elles étaient faites par des personnes non handicapées, ne seraient pas présentées de la même manière alors que les personnes en situation de handicap réclament une banalisation, une normalisation**.

*** « On est encore dans des représentations stéréotypées du handicap. »**
Interview de Éric de Léséleuc, professeur de sociologie à l'INS HEA.
https://www.respectmag.com/la-television-reflete-t-elle-la-societe-francaise/on-est-encore-dans-des-representations-stereotypees-du-handicap/

**** « 10 influenceuses à suivre pour lever les tabous sur le handicap »**
Par Lou Mamalet
https://www.influenth.com/10-influenceuses-a-suivre-lever-tabous-handicap/

Les normes sociales médiatisées peuvent avoir des conséquences sur l'estime de soi

Pour toutes les raisons évoquées plus haut, lorsqu'on navigue sur les réseaux sociaux, et notamment sur Instagram, on peut avoir l'impression de ne pas être assez beau ou belle, de ne pas être assez conforme à ce que la société attend de nous, de ne pas avoir assez réussi dans notre vie sociale et matérielle. On va être tenté de se comparer. Chez des enfants en construction, ces injonctions normatives ont des conséquences sur l'estime de soi, c'est-à-dire sur la valeur qu'ils s'accordent en tant que personne.

Les normes sociales médiatisées peuvent avoir des conséquences sur le rapport aux autres

Selon l'étude menée en 2018 par le think tank Renaissance Numérique, l'association Génération Numérique, le CIPD (Comité interministériel de prévention de la délinquance) et la DILCRAH (Délégation interministérielle à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti LGBT) :

- les insultes concernant l'apparence physique (34 %) et la pornographie (34 %) sont les contenus les plus fréquemment rencontrés par les jeunes ;
- les propos racistes arrivent quant à eux en troisième

position (29%) ; si nous les regroupons avec les insultes relatives aux religions, sur lesquels les jeunes expriment une forme de confusion, ils arriveraient même en tête avec 52% de jeunes qui sont exposés à des propos haineux en ligne.

Selon la sociologue dana boyd, « Derrière des formes marquées de rejet de l'autre, comme le harcèlement, il se joue des rapports de domination évoqués ci-dessus. On se concentre beaucoup sur les victimes de harcèlement, un peu moins sur les auteurs et encore moins sur le contexte culturel global qui crée et encourage ces rapports de domination et de violence. Il est intéressant d'ouvrir le débat ici sur le « pourquoi est-on agacé, gêné, voire mal à l'aise avec tel camarade au point de vouloir le mettre à l'écart, l'humilier, le blesser ? » (C'est compliqué. Les vies numériques des adolescents, danah boyd, C&F éditions, 2016)

RESSOURCES ÉLÈVES / ENFANTS

Niveau 8-10 ans ou CE2-CM1-CM2

• ATELIER : « Stagram toi ! »
Par Fréquences écoles
Un atelier pour démystifier les photos « parfaites » des stars d'Instagram
https://www.frequence-ecoles.org/stagram-toi-jeu-educatif-comprendre-mecanismes-instagram

• VIDÉO : « Le Cyberharcèlement »
Par France Télévisions
Qu'est-ce que le cyberharcèlement et comment y faire face ?
https://www.lumni.fr/video/le-cyberharcelement

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• ARTICLE : « Réseaux sociaux et bistouri, ou la chirurgie esthétique sous influence »
Par Louise Vallée
https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/08/03/reseaux-sociaux-et-bistouri-ou-la-chirurgie-esthetique-sous-influence_6090449_3224.html

• PODCAST : « Devenir chèvre » - Épisode 8 du Coeur sur la table
Par Victoire Tuaillon
Comment se défaire de l'objectification du corps, de cette haine de nous-mêmes qui rend tout amour de soi impossible ? En quoi la réappropriation de nos corps peut-elle transformer nos relations ?
https://www.binge.audio/podcast/le-coeur-sur-la-table/devenir-chevre

• SITE : Harcèlement scolaire : dire non !
Sélection par Réseau Canopé de ressources pédagogiques pour sensibiliser, prévenir et agir.
https://www.reseau-canope.fr/actualites/actualite/harcelement-scolaire-dire-non.html

• SITE : Climat scolaire et justice scolaire
Avec des fiches telles que « Travailler sur l'empathie », « Médiation par les pairs : régulation et gestion des conflits »
https://www.reseau-canope.fr/climatscolaire/agir/axeId/justice-scolaire.html

• SITE : Mallette des parents : Agir pour combattre le harcèlement
En tant que parent, comment faire face à la situation de harcèlement de son enfant ?
https://mallettedesparents.education.gouv.fr/parents/ID222/agir-pour-combattre-le-harcelement

Poster 3

Sources des chiffres

Seulement 22 % des Françaises se trouvent jolies
Sondage IFOP pour Naturavox
https://www.neonmag.fr/estime-de-soi-les-francaises-seraient-les-plus-autocritiques-deurope-532681.html

700 000 élèves victimes du harcèlement scolaire
Par Franceinfo
https://www.francetvinfo.fr/societe/education/harcelement-a-l-ecole/harcelement-scolaire-les-chiffres-qui-font-froid-dans-le-dos_3024543.html

Chiffres LGBT
Dans les 14 pays de l'OCDE pour lesquels des estimations sont disponibles, les personnes LGBT représentent en moyenne 2,7 % de la population adulte. En d'autres termes, dans ces 14 pays, au moins 17 millions d'adultes se définissent comme LGBT.
Rapport OCDE : Panorama de la société 2019 ; les indicateurs sociaux de l'OCDE (à retrouver sur cette page) :
https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2021/nouvelle-campagne-contre-les-discriminations-et-violences-subies-par-les-personnes-lgbt-face-a-l-intolerance-a-nous-de-faire-la-difference

Poster 3 **Partie 3**

NOTIONS ABORDÉES

Les compétences psychosociales

Les compétences psychosociales sont la capacité à mobiliser un ensemble de ressources (savoirs, savoir-faire, savoir-être) dans une situation pertinente.*

Ces situations sont en rapport avec :
- la personne elle-même dans ses aspects physiques, psychiques ou intellectuels ;
- son environnement social, naturel et professionnel.

Les objectifs d'acquisition de ces compétences sont :
- le bien-être physique et psychique de cette personne ;
- l'insertion sociale ou socioprofessionnelle ;
- l'épanouissement personnel.

* https://www.lecrips-idf.net/competences-psychosociales

UNE LISTE DE DIX COMPÉTENCES

En 1993, les compétences psychosociales sont déclinées par l'OMS et l'Unesco en dix aptitudes, qui sont présentées par couple.

1/ Problème / Décision
Apprendre à résoudre les problèmes nous aide à faire face à ceux que nous rencontrerons inévitablement tout au long de notre vie. Des problèmes personnels importants, laissés sans solution, peuvent à la longue maintenir un stress mental et entraîner une fatigue physique.
Apprendre à prendre des décisions nous aide à le faire de façon constructive. Cela peut avoir des conséquences favorables sur la santé, si les décisions sont prises de façon active, en évaluant les différentes options et les effets de chacune d'entre elles.

2/ Créativité / Esprit critique
La pensée créative contribue à la fois à la prise de décision et à la résolution de problèmes en nous permettant d'explorer les alternatives possibles et les diverses conséquences de nos actions ou de notre refus d'action. Cela nous aide à regarder au delà de nos propres expériences. […] La pensée créative peut nous aider à répondre de façon adaptative et avec souplesse aux situations de la vie quotidienne.
La pensée (ou l'esprit) critique est la capacité à analyser les informations et les expériences de façon objective. Elle peut contribuer à la santé en nous aidant à reconnaître et à évaluer les facteurs qui influencent nos attitudes et nos comportements, comme les médias et les pressions de nos pairs.

3/ Communication / Relations
La communication efficace signifie que nous soyons capables de nous exprimer verbalement, de façon appropriée à notre culture et aux situations. Cela peut signifier être capable d'exprimer nos désirs à propos d'une action dans laquelle on nous demande de nous impliquer. Cela peut également signifier être capable de demander des conseils quand cela s'avère nécessaire.
Les aptitudes relationnelles nous aident à établir des rapports de façon positive avec les gens que nous côtoyons. Cela signifie être capable de lier et de conserver des relations amicales, ce qui peut être d'une grande importance pour notre bien-être social et mental. Cela signifie également garder de bonnes relations avec les membres de notre famille, source importante de soutien social. Il s'agit aussi de savoir interrompre des relations d'une manière constructive.

4/ Conscience de soi et des autres
Avoir conscience de soi-même, c'est connaître son propre caractère, ses forces et ses faiblesses, ses désirs et ses aversions. Cela nous aide à reconnaître les situations dans lesquelles nous sommes stressés ou sous pression. C'est indispensable aussi pour établir une communication efficace, des relations interpersonnelles constructives et pour développer notre sens du partage d'opinions avec les autres.

Avoir de l'empathie pour les autres signifie qu'il s'agit d'imaginer ce que la vie peut être pour une autre personne, même dans une situation familière. Cela peut nous aider à accepter les autres qui sont différents de nous et à améliorer nos relations sociales, par exemple dans les cas de diversité ethnique.

5/ Stress et émotions

Faire face à son stress suppose d'en reconnaître les sources et les effets et de savoir en contrôler le niveau. Nous pouvons alors agir de façon à en réduire les sources, par exemple en modifiant notre environnement physique ou notre style de vie. Nous pouvons également apprendre à nous relaxer pour que les tensions créées par un stress inévitable ne donnent pas naissance à des problèmes de santé.

Pour faire face aux émotions, il faut savoir reconnaître les siennes et celles des autres. Il faut être conscient de leur influence sur les comportements et savoir quelles réactions adopter. Les émotions intenses comme la colère ou la tristesse peuvent avoir des effets négatifs sur notre santé si nous ne réagissons pas de façon appropriée.

RESSOURCES ÉDUCATEURS

• ARTICLE : « Développer les compétences psychosociales des enfants et des parents : pourquoi et comment ? »
Par Béatrice Lamboy et Juliette Guillemont
https://www.cairn.info/revue-devenir-2014-4-page-307.htm

• VIDÉO ET ARTICLE : *Classes coopérantes*
Par le Ministère de l'Éducation nationale et la DGESCO
Développer l'altérité, l'écoute, l'expression langagière et l'argumentation.
https://www.reseau-canope.fr/notice/classes-cooperantes.html

RÉSEAU CANOPÉ
Atelier de Lyon

Conception, rédaction : Kimi Do
Corédaction : Édith De Collasson
Secrétariat de rédaction : Kimi Do, Guy Prugnol
Avec la participation de : Edwige Jamin (Clémi), Valentine Favel-Kapoian (Inspé de Lyon)

Illustration : Camille de Cussac

Juin 2021