

Moi et les médias

Contenu

Les élèves se penchent sur leur propre comportement face aux médias ainsi que sur le paysage médiatique suisse et son financement.

Objectifs

- Les élèves sont capables de réfléchir de manière critique à leur propre comportement face aux médias.
- Les élèves sont en mesure de distinguer les différents types de médias.
- Les élèves connaissent les différentes possibilités de financement des médias et peuvent les remettre en question.

Condition requise

- aucune

Temps

Moi et les médias : 45 minutes

Financement des médias : 20 minutes (facultatif)

Matériel

- PPT « **Moi et les médias** »
- Fiche 1 « Mon portrait média »
- Fiche 2 « Comment je m'informe »
- Fiche 3 « Financement des médias » (facultatif)
- **Fiche complémentaire** sur le financement (facultatif)
- Accès à Internet pour la recherche en ligne (facultatif)



Ne manquer aucun matériel pédagogique :

Suivez la [newsletter d'easyvote-school](#) et ne ratez aucun matériel pédagogique. Vous trouverez tous les matériels pédagogiques sur [easyvote.ch/school](https://www.easyvote.ch/school).

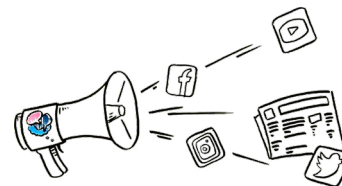


Plan de déroulement

Temps	Contenu	Forme sociale	Matériel
10 min	<p>Introduction</p> <p>L'enseignant-e demande à la classe ce que sont les médias. Les élèves connaissent-ils des exemples de médias ? Qu'ont-ils en commun ? L'enseignant-e effectue la présentation. La dernière diapositive reste projetée au mur pendant toute la durée de la leçon comme support.</p> <p>Définition : les médias permettent de diffuser des nouvelles, des informations, mais aussi des images et des vidéos. Les gens utilisent les médias pour s'informer, pour échanger ou simplement pour se divertir (un téléphone, une carte postale ou un e-mail sont par exemple aussi des médias). Un média de masse s'adresse à un grand nombre de personnes et doit donc pouvoir être vu ou entendu par un large public (comme un journal, la radio, la télévision ou Internet).</p>	Séance plénière	– PPT « Que Sont les médias »
5 min	<p>Mon portrait média</p> <p>Les élèves réfléchissent aux trois médias de masse qu'ils utilisent le plus et remplissent eux-mêmes la fiche « Mon portrait média ». Pour chaque question, ils peuvent cocher plusieurs réponses. Pour les canaux qui passent par une plateforme de réseaux sociaux, différents types de financement peuvent s'appliquer (la TSR est financée par la redevance, alors que les influenceurs et influenceuses sont financés par la publicité, mais les deux peuvent être suivis sur Instagram).</p> <p>(Facultatif : l'enseignant-e remplit sa propre fiche et l'utilise ensuite pour la comparaison et la discussion avec les élèves)</p>	Travail individuel	– Fiche 1 « Mon portrait média »
10 min	<p>Les résultats sont discutés en plénière. Pour ce faire, l'enseignant-e fait un bref sondage dans la classe. Les élèves peuvent s'exprimer à main levée.</p> <p>Exemple de questions :</p> <ul style="list-style-type: none">• Quels médias les élèves ont-ils notés ?• Combien d'élèves ont noté un réseau social ?• Parmi eux, qui les utilise pour s'informer ?• Les élèves lisent-ils un journal imprimé ?	Séance plénière	
10 min	<p>Comment je m'informe</p> <p>Les élèves remplissent à deux la fiche 2 « Comment je m'informe ».</p>	Travail à deux	– Fiche 2 « Comment je m'informe »
10 min	<p>Les résultats sont discutés en plénière et une discussion est lancée sur la manière dont notre comportement face aux médias pourrait changer au cours des 20 prochaines années.</p> <p>Solution :</p> <p>En Suisse, les sites d'actualité occupent la première place des médias préférés, la télévision la deuxième et les réseaux sociaux la troisième. Plus une personne est âgée, plus elle a tendance à s'informer par le biais de la télévision ou de la presse. Plus une personne est jeune, plus elle aura tendance à s'informer via les réseaux sociaux.</p>	Séance plénière	

Groupe d'âge	18 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55+	
Canal médiatique	Sites d'actualités	Sites d'actualités	Sites d'actualités	TV	TV	
10 min	Facultatif : financement des médias L'enseignant-e attribue aux groupes de deux l'une des trois possibilités de financement. Cette tâche peut être organisée de différentes manières en fonction des connaissances préalables et des points forts des élèves : <ul style="list-style-type: none"> • Les élèves réfléchissent aux avantages et aux inconvénients par groupes de deux. • Les élèves recherchent les avantages et les inconvénients sur Internet. • Les élèves découpent les avantages et les inconvénients de la « Fiche complémentaire sur le financement » et les classent. 				Travail à deux	– Fiche 3 « Financement des médias » – Fiche complémentaire sur le financement – Eventuellement accès à Internet
10 min	Les résultats sont mis en commun et discutés en classe. L'enseignant-e peut demander aux élèves quel financement leur paraît le plus important ou si les trois sont nécessaires. À l'aide des exemples des fiches ou du PPT, il est possible de discuter de la manière dont les différents médias sont financés et quels en sont les avantages et les inconvénients. Proposition de solution :				Séance plénière	

Financement	Avantages	Inconvénients
Redevances / service public Tous les citoyen-ne-s paient une redevance étatique fixe qui permet de soutenir les médias.	<ul style="list-style-type: none"> • La diversité des médias est importante pour la libre formation de l'opinion et la démocratie. Si les médias dépendent uniquement de la concurrence économique, seuls les médias et les opinions populaires ont une chance. • Grâce au soutien financier, l'État peut promouvoir une information neutre et équilibrée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les personnes sont obligées de payer pour un service, même si elles ne l'utilisent pas elles-mêmes. • Par le biais du financement, l'État pourrait tenter d'exercer une influence sur les médias. La neutralité des médias serait ainsi menacée.
Vente / abonnement Chaque personne ne paie que pour les médias qu'elle utilise elle-même	<ul style="list-style-type: none"> • Chaque personne peut décider elle-même de la manière dont elle souhaite dépenser son argent. • Cela favorise une concurrence loyale entre les médias. Seuls les médias qui produisent des contenus suscitant l'intérêt des utilisateurs et utilisatrices reçoivent de l'argent. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'accès à l'information est un droit fondamental. Si les médias sont payants, tout le monde ne peut pas se le permettre. • Même les opinions ou les informations impopulaires sont importantes pour la formation d'une opinion fondée.
Publicité (gratuit) Les médias sont gratuits pour les utilisateurs et utilisatrices grâce à la diffusion de publicités.	<ul style="list-style-type: none"> • Lorsque les médias sont gratuits, tout le monde peut y accéder de la même manière. • Il est plus facile pour une personne de se faire une opinion fondée lorsqu'elle a accès à de nombreux médias différents. 	<ul style="list-style-type: none"> • Moins une région compte d'habitant-e-s, plus il est difficile pour un diffuseur de se financer seulement avec la publicité. Les régions périphériques en souffrent. • Les intérêts commerciaux pourraient prendre trop d'influence et mettre en péril une couverture médiatique neutre et diversifiée.



1 Mon portrait média

Exercice 1

Quels médias de masse utilises-tu le plus souvent ? Choisis-en trois et remplis la fiche pour chaque média.

1^{er} média (p. ex. 20 Minutes, téléjournal de la TSR, Instagram)

Canal médiatique		
	TV Radio Presse (imprimée)	Sites d'actualités (en ligne) Réseaux sociaux _____
Financement		
	Vente directe / Vente d'abonnement Publicité	Redevances / Service public _____
J'utilise ce média...		
	plusieurs fois par jour plusieurs fois par semaine	une fois par semaine une fois par mois
	pendant moins d'une heure pendant deux à cinq heures	pendant plus de cinq heures _____
	pour me divertir (pour le plaisir)	pour m'informer (actualités)

2^e média

Canal médiatique		
	<input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Presse (imprimée)	<input type="checkbox"/> Sites d'actualités (en ligne) <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux <input type="checkbox"/> _____
Financement		
	<input type="checkbox"/> Vente directe / Vente d'abonnement <input type="checkbox"/> Publicité	<input type="checkbox"/> Redevances / Service public <input type="checkbox"/> _____
J'utilise ce média...		
	<input type="checkbox"/> plusieurs fois par jour <input type="checkbox"/> plusieurs fois par semaine	<input type="checkbox"/> une fois par semaine <input type="checkbox"/> une fois par mois
	<input type="checkbox"/> pendant moins d'une heure <input type="checkbox"/> pendant deux à cinq heures	<input type="checkbox"/> pendant plus de cinq heures <input type="checkbox"/> _____
	<input type="checkbox"/> pour me divertir (pour le plaisir)	<input type="checkbox"/> pour m'informer (actualités)

3^e média

Canal médiatique		
	<input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Presse (imprimée)	<input type="checkbox"/> Sites d'actualités (en ligne) <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux <input type="checkbox"/> _____
Financement		
	<input type="checkbox"/> Vente directe / Vente d'abonnement <input type="checkbox"/> Publicité	<input type="checkbox"/> Redevances / Service public <input type="checkbox"/> _____
J'utilise ce média...		
	<input type="checkbox"/> plusieurs fois par jour <input type="checkbox"/> plusieurs fois par semaine	<input type="checkbox"/> une fois par semaine <input type="checkbox"/> une fois par mois
	<input type="checkbox"/> pendant moins d'une heure <input type="checkbox"/> pendant deux à cinq heures	<input type="checkbox"/> pendant plus de cinq heures <input type="checkbox"/> _____
	<input type="checkbox"/> pour me divertir (pour le plaisir)	<input type="checkbox"/> pour m'informer (actualités)



2 Comment je m'informe

Exercice 1

Le graphique ci-dessous montre, pour différents groupes d'âge en Suisse, quels médias sont le plus souvent utilisés pour s'informer sur l'actualité mondiale. Plus les barres sont longues, plus le canal médiatique est apprécié.

- Par groupe de deux, analyser le graphique. Quels sont les trois médias les plus populaires en Suisse ?

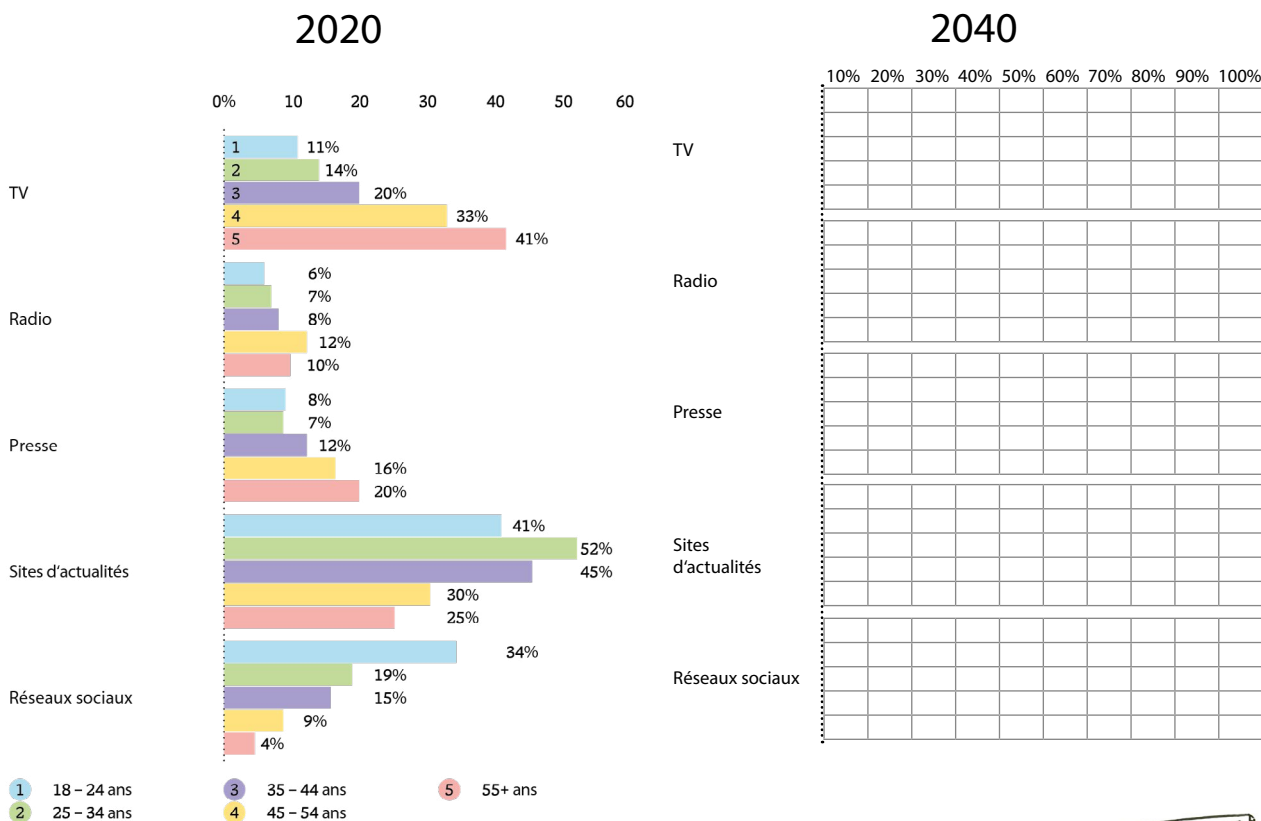


- Quel groupe d'âge préfère quel canal médiatique ?

Groupe d'âge	18 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55+
Canal médiatique					

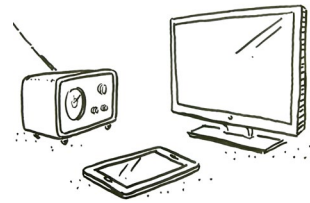
Exercice 2

Comment notre comportement médiatique évoluera-t-il à l'avenir ? Dessine les statistiques qui s'appliqueront selon toi en 2040 (en cas d'utilisation numérique, clique sur les cases correspondantes).



Utilisation selon l'âge
 Le graphique montre, pour chaque groupe d'âge en Suisse, quels médias sont utilisés comme principale source d'information pour les actualités.
 Exemple de lecture : 34% des personnes interrogées âgées de 18 à 24 ans déclarent utiliser les réseaux sociaux comme principale source d'information pour les actualités.
 Source : Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Universität Zürich)

2020 : Jahrbuch Qualität der Medien





3 Financement des médias

Certains médias sont disponibles gratuitement, alors que d'autres sont payants. Or, chaque média doit percevoir de l'argent pour pouvoir couvrir ses propres frais (p. ex. salaires, location du bureau, frais d'impression du journal). Ils peuvent percevoir de l'argent d'une part par la vente. Un journal peut par exemple être vendu dans un kiosque ou en ligne.

D'autre part, les médias peuvent également gagner de l'argent grâce à la publicité. Certains médias sont soutenus par l'État en tant que « service public ».

La SSR (Société suisse de radio et de télévision) est par exemple financée à 78 % par une redevance étatique et à 22 % par la publicité (source : srgssr.ch).

Exercice 1

La question du meilleur financement des médias est controversée. D'une part, les médias doivent refléter la diversité des opinions et informer de manière neutre, d'autre part, ils doivent être accessibles à tous.

- Par groupe de deux, réfléchissez aux arguments en faveur et en défaveur de chaque mode de financement. Notez tous les avantages et inconvénients dans la case correspondante du tableau.

Financement	Avantages	Inconvénients
Redevances / service public Tous les citoyen-ne-s paient une redevance étatique fixe qui permet de soutenir les médias.		
Vente / abonnement Chaque personne ne paie que pour les médias qu'elle utilise elle-même.		
Publicité (gratuit) Les médias sont gratuits pour les utilisateurs et utilisatrices grâce à la diffusion de publicités.		