

PROJETS D'ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE



Arthur Beuve

Intervenant éducation aux images, aux médias et à l'information

arthur.beuve@protonmail.com

06.35.37.79.17

Engagé dans l'action culturelle depuis plusieurs années, mes valeurs portent sur l'éducation populaire, à travers la facilitation de l'expression et de l'écoute de chacun-e. Après un parcours salarié en médiation culturelle et d'ingénierie de projets d'éducation à l'image, notamment pour Normandie Images, je travaille aujourd'hui comme intervenant extérieur (auto-entreprise), dans le domaine de l'éducation à l'image, et de l'éducation aux médias et à l'information.

Note d'intention

Ma démarche est de questionner les publics sur leurs propres rapports aux médias et aux images. D'une approche sensible à une analyse réflexive, mon intention est de créer un espace d'échanges ouvert et bienveillant sur leurs usages médiatiques.

L'objectif demeure le développement du regard et de la pensée critique face aux médias et réseaux sociaux.

Pour cela, je propose aux participant-es de réfléchir collectivement à la construction du récit de l'information (structure, style d'écriture, construction des interviews etc), et le contexte d'utilisation des images dans les médias.

Un fil conducteur : parler d'éditorialisation

En point de départ, il me semble intéressant d'évoquer l'éditorialisation médiatique, qui correspond aux orientations et aux intentions des médias, à travers leurs discours, leurs récits et leurs images.

Comprendre leurs rouages et leurs fonctionnements permet de prendre du recul sur des discours médiatiques et ce, via plusieurs canaux de diffusion, dont ceux des réseaux sociaux. De ce point de départ, il sera donc possible d'évoquer les usages des réseaux sociaux et d'ouvrir les échanges à d'autres enjeux.

Déroulé des ateliers

Je prévois des ateliers de deux heures minimum, en groupes.

Je dresse ici une liste non exhaustive d'outils et jeux d'éducation à l'image, aux médias et à l'information.

Ces outils ont des durées d'animation différentes les uns des autres. Ils sont adaptables et déclinables en fonction des publics et des attentes ou envies formulées par les professionnels encadrants, accompagnants ou éducatifs.

Je conçois ces ateliers comme des laboratoires d'expérimentation, qui cherchent à créer du savoir collectif et à repérer des leviers d'expressions.

« Petite histoire/Grande histoire »

Ce jeu permet d'échanger sur nos repères individuels et collectifs. Nous posons des post-it avec des dates correspondant à des événements médiatiques majeurs des 20 dernières années, de manière chronologique. Les participant-es sont invité-es à écrire un souvenir médiatique sur un autre post-it, qu'ils et elles placeront sur la ligne chronologique. Plusieurs variantes possibles à cet outil en fonction des consignes données (raconter un moment où les informations vont ont fait peur / rendus heureux / fait réfléchir ou agir, ou encore un moment où vous avez douté des médias etc).

Groupe d'interview mutuelle

Cet atelier en groupes est utilisé pour que chacun-e puisse partager plus précisément un souvenir médiatique avec 2 autres participant-es maximum. L'interviewé-e raconte un souvenir (en fonction de la question posée), sans interruption des intervieweur-es. Ensuite, les intervieweur-es posent des questions. Puis on change de rôles. Les durées sont adaptables en fonction des réponses des participant-es. En fin d'animation, nous réfléchissons collectivement aux points communs entre les souvenirs individuels, pour tenter de dégager des réponses à la question posée .

Exemples de questions à poser : avez-vous déjà été trompés par une fake news ? Avez-vous déjà été en colère/triste/eu peur après lu/vu/reçu une information ?

Explorer les lignes éditoriales de différents médias et ses modèles économiques.

Un temps d'échange ouvert et en commun sur les différents médias qu'ils et elles consultent, pour commencer. Après avoir écrit au tableau les médias évoqués, nous en choisissons trois ou quatre, et par groupes, ils et elles vont retrouver la « fiche identité » du média en question.

Cette « fiche identité » comprend les principales prérogatives pour faire un média, à savoir : le modèle économique (abonnement, publicités, fondations, mécénat, financement public, privé, participatif etc), le public visé (en fonction de l'âge, de la classe sociale, de l'origine, etc), le ton employé (reportage, documentaire, investigation, journalisme de récit, artistique, humoristique, satirique etc), le mode de diffusion (papier, magazine, web, TV, radio, plateforme, réseaux sociaux, newsletter) et un point de vue subjectif sur les + et les - du média en question.

Séance de lecture en arpentage

A partir de la lecture de différents articles de presse/web autour d'un sujet médiatique, l'enjeu est de repérer les différences de tons de différents médias, mais aussi de révéler les différences de points de vue entre les participant-es. L'important est de guider les participant-es à exprimer leurs ressentis face à la lecture de l'article.

Atelier décryptage

A partir du visionnage d'une séquence de télé-réalité, nous décortiquerons ensemble les artifices utilisés pour jouer du sensationnalisme et de l'accroche du spectateur. Il s'agira ici de dépasser le jugement, pour comprendre la mécanique et le rythme du montage. Qu'est-ce que les producteurs ont choisi de nous montrer ? Qu'est-ce qu'on pourrait modifier pour avoir un autre point de vue ?

Pause Photo Prose

Ce jeu de cartes se fait en équipes, en trois manches, et permet d'évoquer la pluralité d'interprétations des images photographiques. C'est une approche ludique et dynamique pour parler de la polysémie des images. Il s'agit de faire deviner des images à son équipe, comme un Time's Up (par le mime, le dessin etc), pour ensuite repérer les intentions de l'auteur photographe (en argumentant), puis enfin retrouver le contexte dans lequel est utilisée la photo (dans quel média, sur quel support graphique etc).

Les Mots du Clic

A partir d'une seule image, avec l'ensemble des participant-es, nous allons jouer autour de cartes consignes, et tenter de poser des mots sur la caractéristique de l'image, sa structure, son rythme etc, pour formuler une seule phrase, sur laquelle nous aurons travaillé en concertation. L'objectif ici est de travailler sur l'écoute des autres, sur l'équilibre de la parole dans un groupe, et sur la concertation en équipe.

Principales ressources

- La carte du Monde diplomatique et Acrimed sur la concentration des grands médias,
- La carte subjective des médias : apprendre à se repérer dans l'écosystème médiatique,
- Le rapport Reuters sur les consommations médiatiques de l'année 2025
- La Revue des médias (INA) larevuedesmedias.ina.fr
- Le Fil des images www.lefildesimages.fr/