

Concepts clés dans l'éducation aux médias

Les éducateurs des médias organisent leurs leçons à partir des concepts clés et des principes de l'éducation aux médias. Ces concepts offrent une base solide pour l'analyse des médias de masse et de la culture populaire.

LES HUIT CONCEPTS CLÉS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

1. Tout média est construit

Les médias ne font pas simplement que refléter le monde qui nous entoure. En fait, ils sont des constructions consciemment élaborées à la suite de nombreuses décisions et sont le résultat de plusieurs facteurs déterminants. L'éducation aux médias vise la « dé-construction » de ces constructions pour comprendre comment elles sont fabriquées.

2. Les médias construisent la réalité

Les médias sont responsables de la majorité des observations et des expériences sur lesquelles nous construisons nos perceptions personnelles du monde et de la façon dont le monde fonctionne. Une grande partie de notre conception de la réalité est basée sur les messages médiatiques déjà préfabriqués qui comprennent des attitudes, des interprétations et des conclusions toutes faites. Les médias pour une grande part, nous donnent notre sens de la réalité.

3. Les publics négocient les messages véhiculés par les médias

Les médias nous fournissent beaucoup du matériel avec lequel nous construisons notre image de la réalité, mais nous interprétons ces messages selon des facteurs individuels, tels que nos besoins, nos anxiétés, nos plaisirs, nos petits problèmes du quotidien, nos attitudes sexuelles et raciales, nos origines familiales et culturelles, et ainsi de suite.

4. Les médias comprennent des implications commerciales

L'éducation aux médias vise à sensibiliser à la façon dont les médias sont influencés par des considérations commerciales, et à regarder comment ceci en affecte le contenu, la technique et la distribution. La majorité de la production médiatique est une entreprise commerciale et doit donc générer du profit. Qui est propriétaire et qui détient le contrôle du médium restent des questions critiques : un nombre relativement restreint d'individus contrôle ce que nous regardons, lisons et écoutons dans les médias.

5. Les médias contiennent des messages idéologiques relatifs aux valeurs

D'une manière ou d'une autre, tous les produits médiatiques sont des annonces publicitaires puisqu'ils font la promotion de certains styles de vie et valeurs. Explicitement ou implicitement, les médias grand public communiquent des messages idéologiques sur la nature d'une bonne qualité de vie, le mérite de la consommation, le rôle de la femme, l'acceptation de l'autorité et le patriotisme inconditionnel.

6. Les médias ont une influence sur la vie sociale et politique

Les médias ont des répercussions importantes sur la politique et les changements sociaux. La télévision peut avoir une grande influence sur l'élection d'un chef national à partir de son image personnelle. Les médias nous impliquent dans des enjeux tels que les droits civils, les famines en Afrique et l'épidémie du SIDA. Les médias nous relient intimement aux enjeux nationaux et mondiaux pour que nous devenions des citoyens du « village planétaire » comme le nomme Marshall McLuhan.

7. La forme et le contenu sont étroitement liés dans les médias

Comme Marshall McLuhan l'a souligné, tout médium a sa propre grammaire et encode la réalité d'une façon particulière. Différents médias présenteront un même événement mais produiront des impressions et des messages très différents.

8. Chaque médium a une esthétique unique

Tout comme nous apprécions les rythmes de certains poèmes ou textes, nous devons aussi apprécier les formes et les effets des différents médias.

© Association Réseau Éducation-Médias, Ontario. Tous droits réservés. Reproduit avec permission.

ÉLÉMENTS D'ANALYSE POUR LA PRODUCTION MÉDIATIQUE

Objectif :

Les personnes produisent des messages médiatiques pour informer, amuser et/ou convaincre pour des raisons politiques, commerciales, éducatives, artistiques, morales ou autres.

Valeurs :

Les messages médiatiques communiquent des valeurs implicites ou explicites.

Représentation :

Les messages médiatiques sont construits – ils ne sont que des représentations de mondes réels ou imaginaires.

Codes, conventions et caractéristiques :

Tout medium a son ensemble de codes, de conventions et de caractéristiques qui affectent la façon dont le message est envoyé et compris.

Production :

Les personnes qui comprennent les médias sont plus capables de créer des messages médiatiques intentionnels.

LES MÉDIAS ET LA SOCIÉTÉ

Contrôle :

Les personnes qui contrôlent les institutions sociales dominantes ont une influence disproportionnée sur la construction et la diffusion des messages médiatiques et des valeurs qu'ils comprennent.

Étendue :

Les technologies médiatiques influencent les dimensions politiques, économiques, sociales et intellectuelles des sociétés et sont influencées par elles.

RÉSUMÉ DES CONCEPTS CLÉS ET CINQ QUESTIONS CLÉS POUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Dans une composante de sa trousse *CML MediaLit Kit*, le Center for Media Literacy a développé une série de cinq concepts clés de l'éducation aux médias et cinq questions clés se rapportant à ceux-ci.

Les cinq concepts clés

1. Tous les messages médiatiques sont construits.
2. Les messages médiatiques sont construits à partir d'un langage créatif suivant des règles qui leur sont propres pour construire une réalité recherchée.
3. Différentes personnes interprètent différemment un même message médiatique.
4. Les messages médiatiques sont construits en vue d'acquérir du profit ou du pouvoir.
5. Les médias contiennent des messages idéologiques relatifs aux valeurs.

Les cinq questions clés

1. Qui a créé ce message?
2. Quelles techniques sont utilisées pour attirer mon attention?
3. Comment est-ce que d'autres personnes pourraient comprendre ce message de façon différente que moi?
4. Quels styles de vie, valeurs et points de vue sont représentés dans ce message médiatique ou exclus de celui-ci?
5. Pourquoi a-t-on diffusé ce message?