

**« Didactique et réception des littéracies médiatiques à
l'université Algérienne : le cas de l'Ecole Nationale
Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information
d'Alger -E.N.S.J.S.I »**

تعليمية واستقبال القراءة والكتابة الإعلامية في الجامعة الجزائرية: نموذج المدرسة "
E.N.S.J.S.I"- الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام بالجزائر

Lamia CHAIB – Doctorante en journalisme en 4^{ème} année – E.N.S.J.S.I

Yasmina SI-ZIANI - Doctorante en journalisme en 4^{ème} année – E.N.S.J.S.I

yasminesiziani@gmail.com

تاريخ النشر: جويلية 2020	تاريخ القبول: 2020\03\05	تاريخ الإرسال: 2019\07\13
--------------------------	--------------------------	---------------------------

Summary : Recently, Media and Information Literacy (MIL) is taking a wider place in educational curricula all over the world. UNESCO is among the most important defender of MIL. Many educational specialists tried to establish the importance of introducing this literacy at all levels of education from childhood to adulthood. In an Algerian context, the research aims to evaluate MIL introduction in a university curriculum by conducting interviews with journalism teachers and experience a MIL class on journalism master's students. The research has shown that a MIL class can have a positive outcome in developing media deconstruction skills. Also, it shows that Journalism teachers advocate a more effective introduction of MIL in the curriculum.

Mots-clés : *littéracies médiatiques – media literacy - didactique – réception – université.*

الملخص باللغة العربية: في الآونة الأخيرة، بدأت التربية الإعلامية، أو كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، تأخذ مكانا أوسع في المناهج التعليمية في جميع أنحاء العالم. في هذا المجال حاول العديد من المتخصصين التربويين إثبات أهمية إدخال هذه القراءة في جميع مستويات التعليم .

في السياق الجزائري، يهدف بحثنا هذا إلى تقييم درجة اللجوء إلى التربية الإعلامية في المناهج التعليمية الجامعية ؛ بالخصوص في المدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الإعلام و الاتصال بالجزائر العاصمة. تم التحقيق عبر إجراء مقابلات مع أساتذة المدرسة من جهة، و كذا تجربة تطبيقية تهدف إلى استقصاء كيفية تعامل الطلبة مع وسائل الإعلام. نتائج البحث أثبتت أنّ التربية الإعلامية يمكن أن يكون لها نتيجة إيجابية في تطوير مهارات الطلبة في فهم و تفكيك الرسائل الإعلامية أيّا كانت.

الكلمات المفتاحية: : الثقافة الإعلامية - الثقافة الإعلامية - التربية - الاستقبال - الجامعة.

I. Introduction

Des siècles durant, la littéracie faisait référence à l'aptitude à lire et écrire pour déchiffrer un langage. Au 21^{ème} siècle, dans une ère de cultures médiatiques et numériques multiples, l'alphabétisation seule est insuffisante et avoir l'aptitude à lire divers types de médias est devenu essentiel. Ainsi, pour déchiffrer, déconstruire et interpréter les langages médiatiques sont nées les «littéracies aux médias» ou «l'éducation aux médias» (media and information literacy MIL). Elles sont définies comme « *la possibilité de connaître, évaluer, apprécier les différents types de médias auxquels nous sommes tous confrontés au quotidien et qui font partie intégrante de notre culture contemporaine* » (UNESCO 2006). Littéracies informationnelles (information literacy), littéracies digitales et numériques (digital literacy), éducation aux réseaux sociaux (social network literacy), littéracies filmiques (film literacy), éducation visuelle (visual literacy) se regroupent sous la casquette des littéracies médiatiques ou éducation aux médias (media and information literacy MIL).

Nous utiliserons dans cet article de façon interchangeable les termes suivants : éducation aux médias, éducation aux médias et à l'information, alphabétisation aux médias, littéracies médiatiques, la littéracie aux médias et MIL comme acronyme de Media and Information Literacy car le concept étant anglo-saxon à l'origine, une traduction unique française n'est pas encore établie et certains auteurs francophones ont recours à une terminologie anglo-saxonne.

L'éducation aux médias reste une nouvelle discipline de par le monde et plus encore en Algérie : « *Étant donné que l'éducation à l'information et aux médias en tant que domaine d'études est relativement nouveau, elle continue à être explorée et construite dans le monde entier, et marche encore à pas de bébé dans la région d'Afrique du nord et Moyen Orient* » (Abu-Fadil M. et al, 2016, p14).

La nouveauté fait souvent débat, mais dans le cas des MIL, des chercheurs se rangent du côté des MIL comme module d'apprentissage indispensable au 21^{ème} siècle car il permet de développer des compétences nécessaires au citoyen de demain dans un contexte démocratique (Grizzle, Mallowan, Jenkins). Cependant, différents pays opèrent différemment l'éducation aux médias et il n'y a pas encore un consensus sur son enseignement (voir les exemples de: UNESCO, MENA : Abdu-Fadil et al ; France : Kerneis, Marty et le centre CLEMI ; Canada : Mallowan, Peters et Carr ; USA : Center for Media Literacy, Media Literacy Project ; Russie : Fedorov). Prenons l'exemple du projet d'éducation aux médias du Dr. Carr P. de l'Université du Québec mené auprès de six classes de mastérants en sociologie de l'éducation. A la fin du

programme de cours en éducation aux médias, 85% des étudiants déclarent qu'inclure l'éducation aux médias dans l'éducation améliorerait l'expérience d'apprentissage pour les étudiants.

Par ailleurs, il est unanime de constater que l'éducation aux médias a deux objectifs principaux :

- Permettre à l'apprenant de développer un **esprit critique** pour décrypter l'information et l'image ;
- Permettre à l'apprenant de se forger une **opinion**, de l'exprimer et de la remettre en cause.

Pour ce faire, les MIL s'appuient sur cinq concepts clés desquels découlent cinq questions pour aider l'apprenant à déconstruire les contenus médiatiques. La charte récapitulative suivante est présentée par le « Center for Media Literacy » :

Mot-clé	Deconstruction: question	Concept fondamental
Paternité	Qui a créé ce message?	Tous les messages médiatiques sont construits.
Format	Quelle technique créative est utilisée pour attirer mon attention ?	Les messages médiatiques sont créés avec leurs propres langages.
Public	Comment différentes personnes peuvent comprendre ce message différemment ?	Différentes personnes perçoivent le même message médiatique différemment.
Contenu	Quels valeurs/points de vue sont représentés ou omis dans ce message?	Les medias contiennent des valeurs et points de vue.
Objectif	Pourquoi est-ce que le message est diffusé?	La majorité des medias sont organisés pour gagner du profit et/ou du pouvoir.

A partir de là, nous avons établi comme objectif de recherche l'évaluation de l'intégration des littéracies médiatiques dans l'enseignement universitaire. Cette recherche interroge la présence, l'importance et l'efficience de l'éducation aux médias à l'université Algérienne. Notre problématique sera double :

- 1- Est-ce que l'enseignement universitaire intègre la littéracie aux médias dans ses cours ?
- 2- Est-ce que les étudiants apprennent à déchiffrer le langage médiatique ?

Nous établirons les hypothèses suivantes :

H1- L'enseignement universitaire n'intègre pas de manière efficiente l'éducation aux médias ;

H2- La classe d'étudiants qui reçoivent les instructions de l'éducation aux médias décryptent mieux les médias que la classe ordinaire d'étudiants.

II- Méthodologie

Cette recherche a adopté deux méthodes principalement : expérimentale et hypothético-déductive.

Dans notre étude de cas, nous avons eu recours à deux outils de recherche : une expérience et un guide d'entretien. L'enseignement universitaire est délivré par le corps enseignant, qui constitue l'amont et délivré à des étudiants pour acquérir de nouveaux savoirs, qui constitue l'aval. Nous avons souhaité comparer l'aval et l'amont dans le cas étudié en ce qui concerne l'enseignement universitaire des littéracies médiatiques. Pour l'amont, nous avons établi un guide d'entretien et pour l'aval nous avons mené une expérience.

a- L'étude de cas

L'Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information est une école de poste-graduation (récemment pôle d'excellence 2017-2018). Elle forme dans les SIC (Sciences de l'Information et de la Communication) des étudiants en Master et en Doctorat. Nous avons choisi cet établissement universitaire comme terrain d'enquête pour deux principales raisons :

- 1- Notre étude porte sur les littéracies universitaires et donc nous devons étudier un établissement universitaire ;
- 2- Notre étude porte sur l'éducation aux médias, un concept encore peu connu en Algérie alors une école de journalisme était un bon point de départ pour évaluer son intégration.

b- Le guide d'entretien

- Echantillon : de convenance. Les enseignants de l'ENSJSI constituent notre population globale. De cette population nous avons adressé un guide d'entretien à 39 enseignants et récolté 17 réponses exploitables. Un enseignant a refusé de répondre pour des raisons de confidentialité et 3 enseignants n'ont pas répondu à temps pour inclure les résultats dans l'analyse.
- Quand et où ? septembre 2017, à l'ENSJSI.
- Contenu : le guide d'entretien contient 16 questions et 3 sous-questions dont 5 ouvertes, 11 QCM et 3 échelles (voir annexe 3). Les questions ont été inspirées du questionnaire

réalisé par « UNESCO Expert Survey on Media and Information Literacy » mais ont été adaptées selon la problématique de recherche et le cas étudié.

c- Le protocole d'expérimentation

• Echantillon

Nous avons procédé à un échantillonnage de convenance. Les étudiants en master 2 en journalisme, issus de différentes spécialités à l'école, ayant accepté de participer volontairement à l'expérience, ont constitué notre échantillon.

Nous avons divisé les étudiants en deux groupes. Les premiers seront appelés : les alphabétisés (α) et les seconds : les non-alphabétisés ($\emptyset$).

Les non-alphabétisés ($\emptyset$) sont un groupe témoin. Ils reçoivent un questionnaire à remplir au fur et à mesure de la projection des vidéos (voir annexe 1). Aucune instruction orale n'est donnée. Les étudiants sont libres de répondre au questionnaire selon leur volonté interprétative des messages médiatiques.

Les alphabétisés (α) reçoivent un cours préalable à la projection sur l'éducation aux médias. Le cours contient une définition de l'éducation aux médias, son importance et ses cinq concepts et questions clés. Chaque concept et question est illustré par une vidéo sur laquelle l'étudiant essaye d'appliquer le concept en question. Par la suite, ils reçoivent un questionnaire qui reprend une question clé pour chaque vidéo projetée (voir annexe 2). Les étudiants sont appelés à le remplir suivant ce qu'ils ont appris dans le cours précédent.

Les étudiants (α) regardent exactement les mêmes vidéos que les étudiants ($\emptyset$).

Séances « Non alphabétisés »

Date	Nombre de participants
03 juillet 2017	1
04 juillet 2017	7

Séances « alphabétisés »

Date	Nombre de participants
03 juillet 2017	5
20 juillet 2017	4

• **Cadre temporel et spatial**

L'expérience s'est étalée sur 4 séances (2 pour l'alphabétisation et 2 pour la non-alphabétisation). Elle s'est déroulée en fin d'année universitaire (juillet 2017). Le lieu fut choisi par convenance : les salles de cours à l'ENSJSI.

- Durée : 1h30 pour le groupe alphabétisé et 45 minutes pour les non-alphabétisés ;
- Matériel : un ordinateur portable – un vidéo projecteur – huit tables disposées en U et chaises ;
- Vidéos :

- Hillary Clinton est-elle malade ? Extrait JT France Info, 1' : https://www.youtube.com/watch?v=lQ5_UzK3fK4
- Publicité algérienne : Hammoud Boualem, 27'' : <https://www.youtube.com/watch?v=4zt3jjQdhn0>
- Publicité algérienne : Bellat 36'' : <https://www.youtube.com/watch?v=c8uSIW03XrI>
- Extrait de l'émission Al Mahkama sur Echourouk TV Avec Rachid Boujedra, 1' 33'' : https://www.youtube.com/watch?v=3affTP_VQOY&t=630s
- Extrait du feuilleton algérien El Khawa, diffusé sur la chaîne Al Djazairia durant le mois de Ramadan 2017, 3' 09'' : <https://www.youtube.com/watch?v=8KBBj7AeLP8>
- Extrait, première déclaration de Oussama Ben Laden après les attentats du 11 septembre 2001 sur Al Jazeera (en exclusivité), 2' 17'' : <https://www.youtube.com/watch?v=bHX3N7kxO4>
- Extrait de l'épisode « Paranoïa » du feuilleton algérien Achour 10 (saison 1) diffusé sur Echourouk TV durant le mois de ramadan 2016 : <https://www.youtube.com/watch?v=2OtVQf2rDoE>

III- Lecture des résultats de l'enquête

a. Dépouillement du questionnaire / Groupe d'étudiants non-alphabétisés

Après dépouillement des questionnaires nous sommes arrivés à récolter les données suivantes, sachant que pour ce groupe de participants nous nous sommes intéressés à la façon dont chaque étudiant décortique les messages auxquels il a été soumis, et sa capacité à déchiffrer tout contenu médiatique selon les concepts des MIL.

• Message 1

Aucun étudiant ne s'est exprimé sur la question « Qui est derrière ce message ? ». Plus de 37% d'entre eux se sont focalisés sur la forme du message en mettant en évidence le recours à la mise en parallèle des deux candidats, tandis que 12,5 % se sont posés la question du « pourquoi ? ».

Un pourcentage de 37,5% reste incapable à déchiffrer le message en se référant aux MIL. On remarquera globalement que 2 questions sur les 5 des MIL ont été évoquées ici.

Tab 1 : Message 1	Nb	% obs.
-------------------	----	--------

Paternité du message	0	0,0%
Forme du message	3	37,5%
Le but du message	1	12,5%
Perception des autres	0	0,0%
Les valeurs transmises ou omises	0	0,0%
Hors MIL	3	37,5%

- Message 2

Sur les 8 étudiants témoins, et sur les deux messages publicitaires, 40% n'ont pas décrypté les formes de persuasion utilisées « le langage créatif » dans la publicité. L'intérêt s'est porté beaucoup plus sur le but du message et son émetteur.

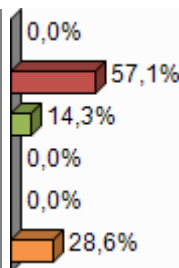
20% des répondants pour la première pub et 37% pour la seconde pub ont répondu hors MIL. On remarquera globalement que 4 questions sur les 5 des MIL ont été évoquées pour chaque pub.

	Paternité	Forme du message	But du message	Perception des autres	Les valeurs transmises ou omises	Hors MIL
Qu'avez-vous retenu?	2	1	2	0	2	2
Qu'avez-vous retenu?	1	2	1	1	0	3

- Message 3

28,6% des interrogés ont répondu hors MIL, tandis que le reste a abordé la question du but du message et la forme de sa diffusion sans pour autant se poser la question concernant la perception des autres, qui dans ce cas est la plus importante.

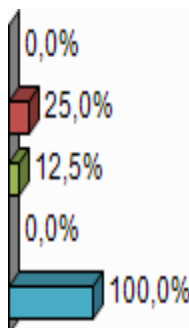
Tab2 : Message 3	Nb	% obs.
Paternité	0	0,0%
But	4	57,1%
Forme	1	14,3%
perception des autres	0	0,0%
Valeurs	0	0,0%
Hors MIL	2	28,6%
Total	7	100,0%



- Message 4

En plus de s'intéresser à la question de la forme du message et de son objectif, avec des pourcentages consécutifs de 25 % et 12, 5%, tous les étudiants ont réussi à évoquer la présence et l'absence des valeurs. On remarquera globalement que 2 questions sur les 5 des MIL ont été évoquées ici.

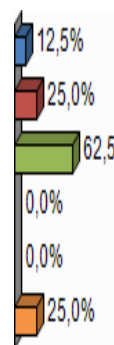
Tab 3 : Message 4	Nb	% obs.
Paternité	0	0,0%
Forme du message	2	25,0%
But du message	1	12,5%
Perception des autres	0	0,0%
Les valeurs transmises ou omises	8	100,0%



- Message 5

Concernant « le but du message », 5 sur 8 ont été réceptifs à cette question, 2 ne se sont posés aucune des questions principales des MIL. On remarquera globalement que 3 questions des MIL ont été évoquées ici.

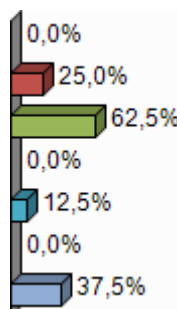
Tab 4 : Message 5	Nb	% obs.
Paternité	1	12,5%
Forme du message	2	25,0%
But du message	5	62,5%
Perception des autres	0	0,0%
Les valeurs transmises ou omises	0	0,0%
Hors MIL	2	25,0%



• Message 6

Plus de la moitié des étudiants, 62,5%, ont été attiré par l'objectif du message. Un quart, 25%, par la forme et les techniques auxquelles avait recours le constructeur du message. Seulement 12, 5% se sont intéressés aux valeurs présentes ou absentes dans ce message. On remarquera globalement que trois questions sur les cinq des MIL ont été évoquées ici.

Paternité	0	0,0%
Forme du message	2	25,0%
pourquoi ce message	5	62,5%
Perception des autres	0	0,0%
Les valeurs transmises ou omises	1	12,5%
Hors MIL	3	37,5%



A travers ce dépouillement nous remarquons que la totalité des étudiants n'a pas forcément réagi selon l'objectif émis au départ.

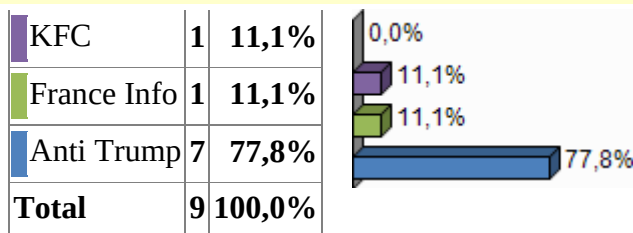
Sur les six messages à déchiffrer, moins de la moitié des étudiants était hors MIL (37%, 20%, 37%, 0%, 25% et 37% respectivement). Les étudiants témoins ont donc réussi dans l'ensemble à se poser les questions clés des MIL mais de façons variables. Nous remarquerons que la question la moins abordée est celle relative à la paternité du message (évoquée seulement 4 fois) et la plus évoquée reste « pourquoi ce message ? » (15 fois).

Même si les étudiants ont réussi globalement à donner des réponses reliées aux concepts clés des MIL, ces dernières ont néanmoins été adoptées de manière subtile et superficielle sans que celles-ci correspondent au message médiatique déconstruit. Les étudiants abordaient les bonnes thématiques mais avec un esprit critique superficiel ou faible.

b. Dépouillement du questionnaire / Groupe étudiants alphabétisés

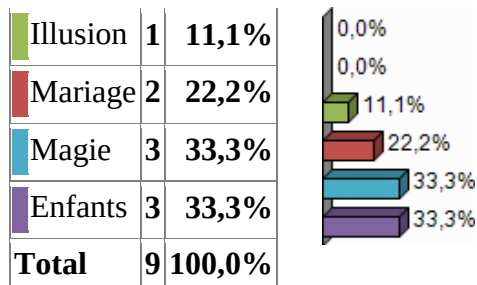
• Message 1 : Qui est derrière ce message?

77,8% des répondants estiment que des partisans de la candidate Hillary Clinton sont derrière ce message médiatique. Une personne pense que c'est KFC (un placement produit) alors qu'une autre le renvoie à France Info (éditeur de la vidéo). 100% des répondants ont suivi l'instruction de décrypter le message selon la question « Qui est derrière ? ».



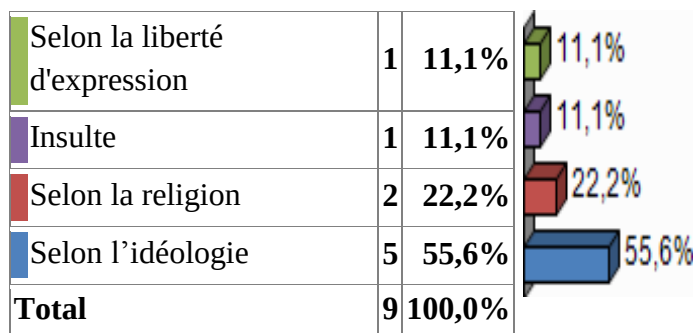
• Message 2 : Quelles sont les techniques créatives?

100% des répondants ont suivi l'instruction de décrypter le message selon la question « Quelles techniques créatives ont été utilisées pour m'attirer ? ». Dans les deux messages publicitaires, les avis se sont partagés entre la magie et le recours aux enfants pour le deuxième spot, alors que deux participants ont soulevé le recours au mariage et son importance dans la société algérienne pour le premier spot.



• Message 3 : Comment les autres peuvent-ils percevoir ce message ?

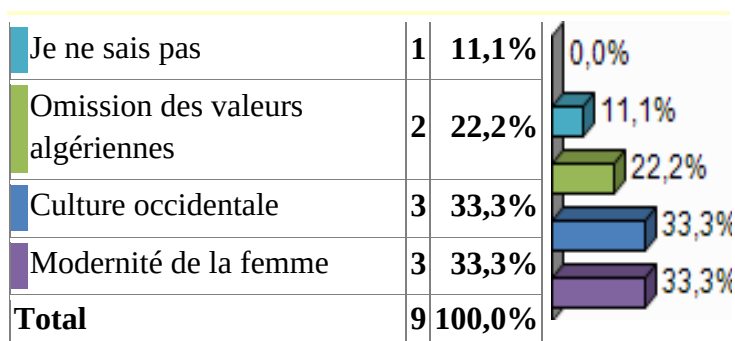
Les étudiants ont majoritairement fondé leur réflexion quant au message reçu sur une base d'appartenance idéologique estimant que chaque personne allait l'interpréter en acceptant les déclarations de l'invité, en les réfutant complètement ou même prendre ses propos pour une insulte. Nous pouvons constater au travers des résultats que 100% des étudiants ont déconstruit les messages médiatiques et ont suivi les instructions en donnant des réponses en concordance avec la question.



• **Message 4 : Quelles sont les valeurs présentes ou absentes ?**

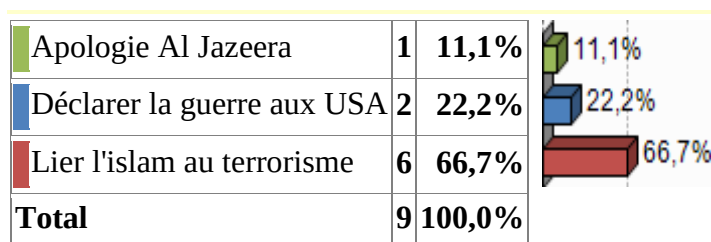
Sur ce message, les réactions sont partagées entre la culture occidentale mise en avant et la modernité de la femme avec un pourcentage de 33,3% chacune.

89% des répondants ont réussi à décrypter le message selon l'instruction sur les valeurs. Majoritairement, ils se sont concentrés sur les valeurs présentes (67%) et l'omission de valeurs algériennes est évoquée par 22% seulement.



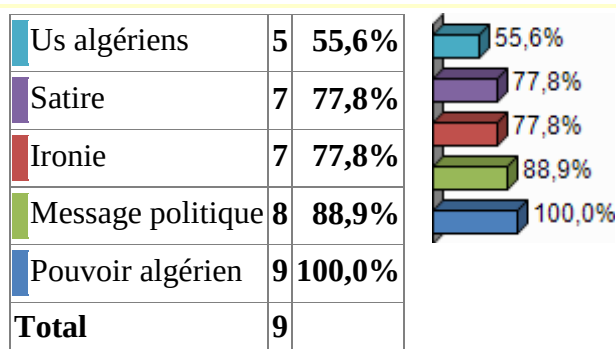
• **Message 5 : Quel est le but de ce message ?**

La majorité des réponses (66,7 %) confortent l'idée que ce message a été émis pour lier l'islam au terrorisme. Cette convergence d'opinion est notable sachant que les réponses ont été données individuellement. 22,2% cependant ont abordé la question superficiellement. Globalement, tous les répondants ont su s'interroger sur le but du message médiatique.



• **Message 6 : Décortiquer le message selon les 5 questions des MIL**

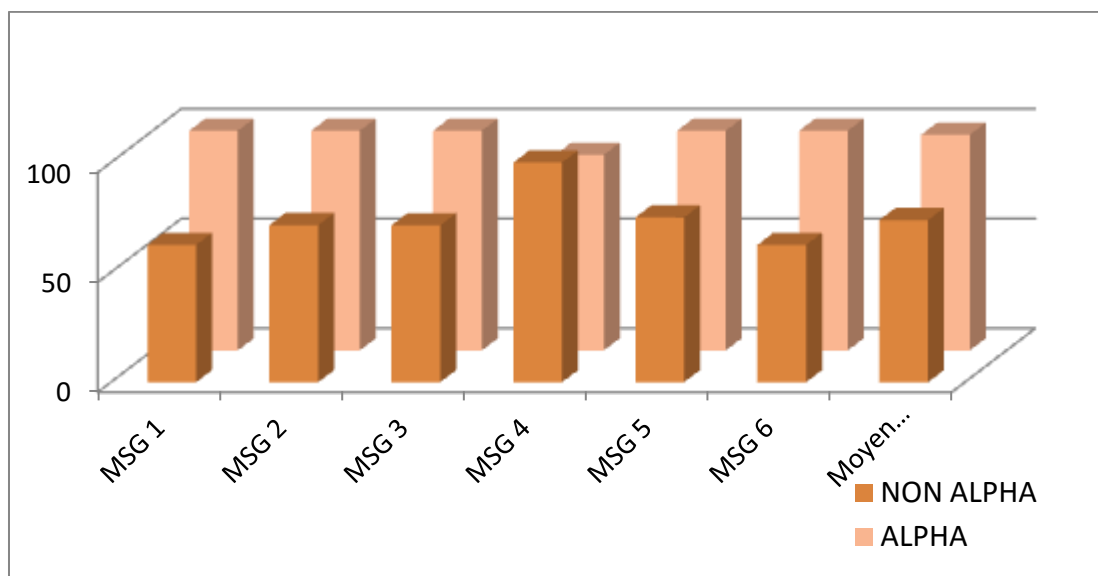
Entre le recours à l'ironie, la satire et aux traditions algériennes, la plupart des répondants se sont basés sur la forme du message et les valeurs qui y sont transmises. 88,9% des réponses confortent l'hypothèse que le message a été diffusé à des fins politiques directement liées au pouvoir algérien. Alors que l'instruction était de répondre aux 5 questions des MIL pour décrypter l'extrait d'épisode de Achour 10, les étudiants ont réussi à répondre à 4 questions sur 5, à savoir : « Quelles valeurs sont présentes ? », « Qui est derrière ? », « Pourquoi ce message ? », « Quel langage est utilisé ? » mais aucun ne s'est interrogé sur « Comment d'autres personnes peuvent interpréter ce message différemment ? ».



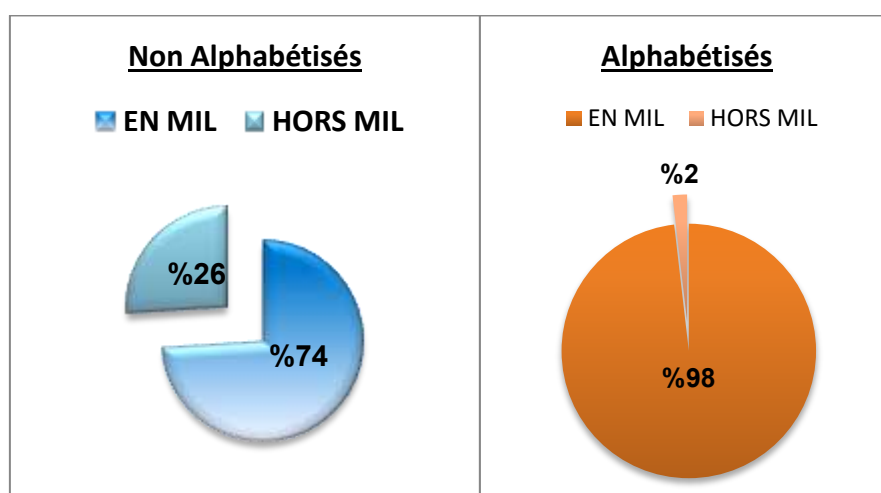
Nous pouvons constater au travers des résultats que 100% des étudiants ont déconstruits les messages médiatiques et ont suivi les instructions en donnant des réponses en concordance avec la question. Nous constatons également des divergences d'opinions et des points de vue sur un même sujet. Aussi des convergences, même si les réponses étaient individuellement données, notamment pour le dernier message.

c. Comparaison des résultats entre les deux groupes : alphabétisé et non alphabétisé

*Concernant les pourcentages des réponses adéquates avec les MIL, nous remarquons que toutes les questions ont été abordées de manière plus significative chez les étudiants alphabétisés, sauf pour le message 4 où la question des valeurs présentes dans la séquence vidéo a interpellé la totalité des répondants non-alphabétisés.



En comparant les réponses totales, nous constatons que les étudiants initiés ont parfaitement absorbé les principes des MIL car 98% d'entre eux ont répondu En-MIL tandis que du côté des non-alphabétisés, 26% des répondants étaient Hors-MIL



d. Dépouillement du guide d'entretien / Enseignants

- Caractéristiques des enseignants interrogés

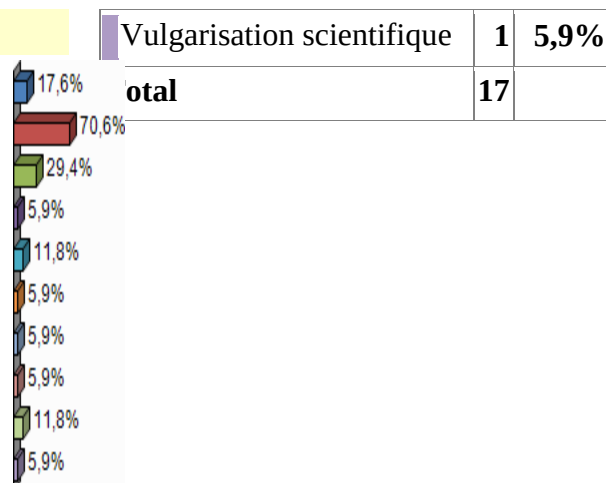
Notre échantillon objet d'enquête se compose en majorité d'enseignants dont la majorité a un doctorat avec une équité apparente entre les moins et plus de 40 ans. Leurs formations de base s'articulent autour des sciences de l'information et de la communication tandis que la majorité d'entre eux cumule plus de 5 ans d'expérience dans l'enseignement universitaire.

Les modules enseignés concernent prioritairement la méthodologie de recherche (70,6%),

suivie des techniques rédactionnelles puis l'analyse des médias. Nous remarquons cependant que cet échantillon recouvre les enseignants de tous les modules ayant une relation avec les MIL. 11 enseignants sur 17 disent connaître les MIL.

Les modules enseignés

Analyse médias	3	17,6%
Méthodologie	12	70,6%
Techniques rédactionnelles	5	29,4%
Usage des TIC	1	5,9%
Médias et So	2	11,8%
Pub/ management	1	5,9%
Intro à la société de l'info	1	5,9%
Non mentionné	1	5,9%
Industrie culturelle	2	11,8%



- Pour les modules à inclure, plus du tiers pense qu'il faudrait inclure de nouveaux modules en relation avec les TIC, l'analyse des médias et l'usage d'internet (Tableau « A ») en recourant aux méthodes interactives telles exprimées dans le tableau « B ».

Tableau « A »

Usage des TIC	3	17,6%
analyse des messages médiatiques	3	17,6%
usage d'Internet	2	11,8%
sans réponse	2	11,8%
recherche documentaire	1	5,9%
jeux	0	0,0%
programmation	0	0,0%
usage du tel	0	0,0%
usage des ordinateurs	0	0,0%
Total	17	

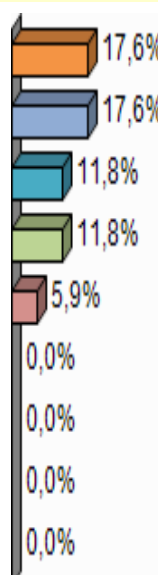
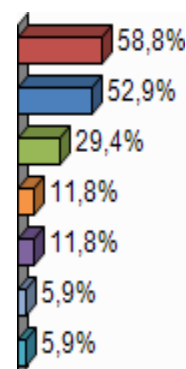


Tableau « B »

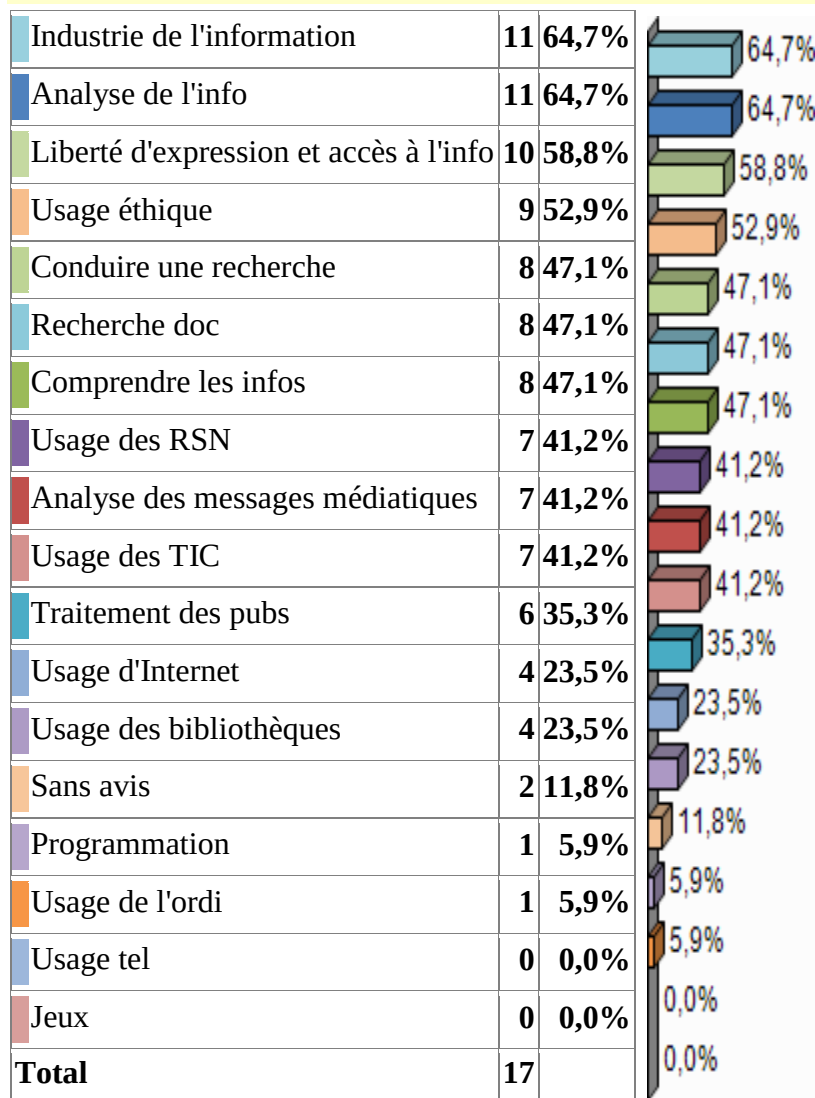
module consacré au MIL	10	58,8%
En classe	9	52,9%
ateliers face to face	5	29,4%
E-learning	2	11,8%
par les RSN	2	11,8%
sans avis	1	5,9%
cours en ligne	1	5,9%
Total	17	



• Avis des enseignants sur l'enseignement des MIL à l'ENSJSI

Les interrogés estiment que 15 modules ayant une relation avec les MIL sont enseignés à l'ENSJSI comme l'explique le tableau suivant :

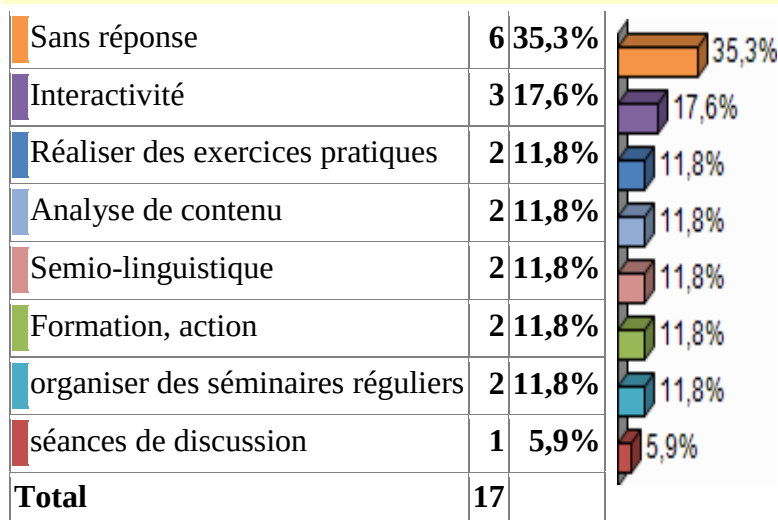
Modules inclus ENSJSI



La moitié des répondants pense que les étudiants ont acquis suffisamment de compétences MIL durant leur cursus.

Les répondants ont recours à des méthodes conventionnelles pour la transmission des compétences en MIL à leurs étudiants dont les exercices pratiques et les analyses de contenu médiatique.

Méthodes de transmission des compétences



IV- Discussion des résultats

Après le dépouillement des questionnaires et des guides d'entretien et l'analyse des données recueillies, nous constatons qu'en amont, les enseignants de l'ENSJSI estiment que l'école intègre l'éducation aux médias dans ses programmes de façon indirecte. La plupart des modules enseignés se rattachent aux MIL sans pour autant être très efficace dans la manière de transmettre les compétences.

Les chiffres retenus auprès du groupe d'étudiants non alphabétisés vont à contrario de ce qu'affirment majoritairement les enseignants interrogés. Ces derniers estiment que les étudiants de l'ENSJSI ont suffisamment acquis les compétences relatives à l'éducation aux médias, chose que nous n'avons pas remarqué lors de notre expérience.

Les étudiants que nous avons soumis à un cours introductif aux MIL et que nous avons considérés étant alphabétisés ont complètement absorbé les directives que nous leur avons transmises et ont fini par déconstruire les messages médiatiques en respectant les concepts dictés par l'éducation aux médias. Ils ont à cet effet, après un premier cours, acquis les compétences à même de leur permettre de ne pas rester passifs face aux messages médiatiques et de développer leur esprit critique contrairement aux étudiants non-alphabétisés qui n'ont pas, de manière claire, décrypté les messages.

Le programme d'enseignement à l'ENSJSI, selon les interrogés, va de pair avec ce que préconise l'éducation aux médias en matière de compétences. Nous avons pu diagnostiquer chez les enseignants déclarant ne pas connaître le concept des MIL une tendance à s'y intéresser et ce à travers les différentes propositions qu'ils nous ont soumises, que ce soit pour l'intégration de cours, des séminaires ou de nouvelles méthodes d'apprentissage via les TIC.

V- Conclusion et recommandations

L'objectif de cette recherche était d'évaluer tout d'abord l'introduction des littéracies médiatiques dans le cursus universitaire. Le cas étudié nous apporte un élément de réponse positif car même si elle n'est pas toujours nommée « littéracie médiatique », ses concepts sont répartis sur différents modules enseignés à l'école ENSJSI.

Le second objectif de recherche était de rendre compte de l'importance donnée par l'université à l'apprentissage de l'éducation aux médias. Au vu des résultats, nous pouvons conclure que la maîtrise du décryptage du langage médiatique occupe une place importante pour les enseignants mais cependant la transmission de ces compétences reste effectuée de manière traditionnelle non incluant les technologies de l'information et de la communication. Enfin, notre objectif était également de démontrer l'efficacité de l'éducation aux médias au sein de l'ENSJSI à travers une expérience menée auprès des étudiants en master de l'école. Nous avons pu déduire que même le groupe témoin n'ayant reçu aucune instruction sur les MIL a pu décrypter les messages médiatiques en utilisant des thématiques relatives au MIL. Cependant le traitement de ces thématiques aussi appelées « concepts fondamentaux » est resté superficiel. Grâce à leur alphabétisation, les étudiants ayant reçus un cours sur l'éducation aux médias ont significativement amélioré les résultats du décryptage des messages médiatiques. Leurs réponses démontrent la présence d'un esprit critique et l'expression d'opinions personnelles qui diffèrent les uns des autres.

Nous pouvons désormais répondre aux hypothèses émises :

H1- « L'enseignement universitaire n'intègre pas de manière efficiente l'éducation aux médias ».

H1 est partiellement validée. L'éducation aux médias est intégrée dans les programmes universitaires du cas étudié et les étudiants ont pu donner un résultat probant. Cependant, les nouveaux usages des technologies modernes ne sont pas inclus dans l'enseignement.

H2- « La classe d'étudiants qui reçoivent les instructions de l'éducation aux médias décryptent mieux les médias que la classe ordinaire d'étudiants ».

Cette hypothèse est validée car les étudiants alphabétisés au MIL développent une analyse plus critique des médias et s'expriment avec plus de profondeur.

Pour finir, nous pouvons recommander à l'ENSJSI, d'inclure une alphabétisation aux nouveaux usages des technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement universitaire ainsi que d'organiser des sessions de littéracie médiatique de façon périodique.

Bibliographie

1. Abu-Fadil M., Torrent J., Grizzle A.; Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa, Suède, Nordicom University of Gothenburg, 2016.
 2. Blandin B., « Apprendre avec les technologies numériques: quels effets identifiés chez les adultes ? », Savoirs 2012/3 (n° 30), p. 9-58, 2012.
 3. Drot-Delange B., Bruillard E.; « Éducation aux TIC, cultures informatique et du numérique: quelques repères historiques », Université Lille-3, Etude de communication [en ligne], N°38, 2012.
 4. Fedorov A., Media Literacy Education, Moscow: ICO "Information for all", 2015.
 5. García-Ruiz R., Matos A., Borges G. ; Media Literacy as a responsibility of families and teachers, JOURNAL OF MEDIA LITERACY, Vol : 63, N° 1 & 2, pp-82-91, 2016.
 6. Ito M., Bevort E. Éducation aux médias et à l'information : Programme de formation pour les enseignants; Paris, UNESCO, 2012.
 7. Jehel, S., Chap 5 : Stratégies parentales d'éducation aux médias. Dans « Parents ou médias, qui éduque les préadolescents: Enquête sur leurs pratiques TV, jeux vidéo, radio, Internet » pp. 109-145, Toulouse, France: ERES, 2011.
 8. Jenkins H. et al., Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century, Chicago, MacArthur Foundation, 2006.
 9. Kerneis J., « Désorientation des élèves et indécision du professeur: deux formes d'incertitude repérées en éducation aux médias», Carrefours de l'éducation, 2010/1 (n° 29), p. 59-76, 2010.
- *Analyse didactique et communicationnelle de l'éducation aux médias : éléments d'une grammaire de l'incertitude.* Education. Université Rennes 2; Université européenne de Bretagne, 2009.

10. Landry N., Basque J.; « *L'éducation aux médias : contributions, pratiques et perspectives de recherche en sciences de la communication* », Communiquer, 15 | 2015, mis en ligne le 17 octobre 2015.
11. Laramée A., *L'éducation critique aux médias*, Télé-université, Sainte-Foy, 1998.
12. Le Deuff O., « *Littératies informationnelles, médiatiques et numériques : de la concurrence à la convergence ?* », Université Lille-3, Etude de communication [en ligne], N°38, 2012.
13. Livingstone s., « *What is media literacy?* », Intermedia, 32 (3). pp. 18-20, 2004.
14. Lukinbeal C., « *Geographic Media Literacy* », Journal of Geography, 113:2, pp. 41-46, 2014.
15. Mallowan M., « *De la classification des stratégies d'information à la transculture de l'information* », Hermès, La Revue 2013/2 (n° 66), p. 78-81, 2013.
16. Marty F., « *Lesite.tv : un avatar de la convergence ?* », Université Lille-3, Etude de communication [en ligne], N°38, 2012.
17. Thoman E, Jolls T.; *Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education*, Center for Media Literacy, 2005.
18. Yildiz Melda N., *Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age*, IGI Global, 2 déc. 2015.
19. *Un kit à l'intention des enseignants, des élèves, des parents et des professionnels*, UNESCO, 2006.
20. Conférence: *Critical Media Literacy 2016*, Coastal Georgia Center, Savannah, GA, January 01, 2016.
21. Conférence: *Critical Media Literacy 2017*, Coastal Georgia Center, Savannah, GA, February 25, 2017.

ANNEXE 1 : Questionnaire non-alphabétisé

Questionnaire « A » adressé aux « non-alphabétisés »

Ce questionnaire est réalisé à des fins purement scientifiques. Il a pour objectif de diagnostiquer la réception des étudiants face aux messages médiatiques.

Les résultats de cette étude seront communiqués lors d'un colloque international qui aura lieu à l'université de Blida en novembre 2017 et dont l'un des axes s'articule autour de l'éducation aux médias.

يتم عرض هذا الاستبيان لأغراض علمية بحثية. وهو يهدف إلى جمع ردود فعل الطلاب إزاء الرسائل الإعلامية. سيتم إبلاغ نتائج هذه الدراسة في مؤتمر دولي سينعقد في جامعة البلدية شهر نوفمبر 2017 حيث سيتطرق في أحد محاوره إلى "التربية الإعلامية".

Genre : ☐ Homme ☐ Femme Spécialité d'étude : Année d'étude : Fonction (hors études) : Expérience professionnelle : ans Age :	الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى تخصص الدراسة : السنة الدراسية: الوظيفة (خارج الدراسة) : الخبرة المهنية: سنة السن :
---	--

Quelles sont les questions qui vous interpellent le plus après le visionnage de ces messages ?

ما هي الأسئلة التي تراودك أساساً بعد مشاهدة هذه المقاطع؟

Message 1 :
Message 2 : ➤ Publicité Hammoud Boualem ➤ Publicité Bellat
Message 3 : Extrait Rachid Boudjedra

Message 4 : Extrait du feuilleton « El Khawa »

.....
.....
.....

Message 5 : Déclaration de Ben Laden sur Al Jazeera

.....
.....
.....
.....

Message 6 : Extrait de la série « Achour El Acher »

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ANNEXE 2 : questionnaire « alphabétisés »

Questionnaire « B » adressé aux « alphabétisés »

Ce questionnaire est réalisé à des fins purement scientifiques. Il a pour objectif de diagnostiquer la réception des étudiants face aux messages médiatiques.

Les résultats de cette étude seront communiqués lors d'un colloque international qui aura lieu à Blida en novembre 2017 dont l'un des axes s'articule autour de l'éducation aux médias.

يتم عرض هذا الاستبيان لأغراض علمية بحثية. وهو يهدف إلى جمع ردود فعل الطلاب/إزاء الرسائل الإعلامية. سيتم إبلاغ نتائج هذه الدراسة في مؤتمر دولي سينعقد في جامعة البلدية شهر نوفمبر 2017 حيث سيتطرق في أحدها إلى "التربية الإعلامية".

Genre : ☐ Homme ☐ Femme Spécialité d'étude : Année d'étude : Fonction (hors études) : Expérience professionnelle : ans Age :	الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى تخصص الدراسة : السنة الدراسية: الوظيفة (خارج الدراسة) : الخبرة المهنية: سنة السن :
--	--

En vous référant à ce que nous vous avons présenté sur l'éducation aux médias, déconstruisez les messages médiatiques en vous focalisant sur les cinq questions clés

استنادا إلى ما قدمناه، قم بتفكيك الرسائل الإعلامية مع الأخذ بعين الاعتبار مبدأ الأسئلة الخمس

Message 1 : Q : Qui a créé ce message?

Message 2 :

Q : Quelles techniques créatives sont utilisées pour attirer mon attention?

➤ **Publicité Hammoud Boualem**

.....

.....

➤ **Publicité Bellat**

.....

.....

.....

Message 3 : Extrait Rachid Boudjedra

Q : Comment les différentes personnes peuvent-elles comprendre ce message différemment de moi ?

.....

.....

.....

.....

Message 4 : Extrait du feuilleton « El Khawa »

Q : quelles sont les valeurs omises/représentées ?

.....

.....

.....

.....

Message 5 : Déclaration de Ben Laden sur Al Jazeera

Q : Pourquoi ce message est-il envoyé ?

.....

.....

.....

Message 6 : Extrait de la série « Achour El Aacher »

Les cinq questions

.....

.....

.....

.....

.....

ANNEXE 3 : Guide d'entretien pour les enseignants

Ecole nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information

Questionnaire sur l'éducation aux médias / Medias Information Literacy (MIL)

Ce questionnaire a été préparé par deux doctorantes à L'ENSJSI pour une participation à un colloque international sur les littéracies universitaires.

Réalisé à des fins purement scientifiques, il a pour objectif de faire un constat sur l'enseignement des MIL à l'Université, le cas étudié : l'*ENSJSI*. Ce questionnaire est adressé aux enseignants.

QUESTIONNAIRE

1- Vous êtes

- ☐ Professeur ☐ Maître de conf (A. B) ☐ Vacataire
☐ Docteur ☐ Maître-assistant ☐ Autre :

2- Age

- ☐ + 40 ☐ - 40

3- Quelle est votre formation de base ?

- ☐ Communication ☐ Scs sociales ☐ Scs dures
☐ Journalisme ☐ Scs humaines ☐ Enseignement
☐ Scs politiques ☐ Informatique / TIC ☐ Education aux médias

4- Depuis combien de temps enseignez-vous à l'université ?

- ☐ Moins de 5 ans ☐ Entre 5 et 10 ans ☐ Plus de 10 ans

5- Quels sont les modules que vous enseignez au sein de l'ENSJSI ?

- ☐ Analyse des médias ☐ Techniques rédactionnelles/communication
☐ Méthodologie ☐ Usage des TIC
☐ Autre :

6- Connaissez-vous l'éducation aux médias ?

- ☐ Oui ☐ Non

7- Avez-vous enseigné un module (ou plus) en relation avec l'éducation aux médias ?

- ☐ Oui ☐ Non

• **Si oui**

- **Quel(s) module(s)?**

.....

- **Où?**

.....

.....

8- Avez-vous fait un travail de recherche ou participé à des manifestations autour des MIL?

- ☐ Oui ☐ Non

• **Si oui, lesquels?**

.....

.....

.....

- ☐ Reconnaître et articuler un besoin par rapport à l'importance de l'information et les médias aux niveaux : personnel, économique et vie sociale.
- ☐ Comprendre le/les rôle/fonctions des médias et canaux d'information dans la vie économique et sociale ;
- ☐ Comprendre les conditions sous lesquelles ces fonctions peuvent être accomplies.
- ☐ Localiser et accéder à des informations pertinentes relatives à des besoins personnels, éducationnels, politiques, religieux, culturels et autres sociétaux.
- ☐ Evaluer avec un esprit critique l'information et le contenu des médias et autres canaux d'information (l'autorité, la crédibilité, les objectifs, les opportunités et risques potentiels).
- ☐ Être capable de se protéger des risques relatifs aux contacts et aux interactions en ligne.
- ☐ Extraire et organiser l'information.
- ☐ Synthétiser/déchiffrer les idées condensées dans les informations et les contenus médiatiques.
- ☐ De manière éthique et responsable, utiliser l'information et communiquer la **compréhension** d'autrui ou savoir nouvellement créé à une audience/lectorat dans un format/canal approprié.
- ☐ Avoir la capacité d'appliquer les techniques d'information et de communication afin de traiter l'information.
- ☐ S'engager avec les médias traditionnels ou nouveaux et autres canaux d'information pour la liberté d'expression, le dialogue interculturel et interreligieux et la lutte contre les inégalités.

10- Trouvez-vous que l'enseignement à l'ENSJSI intègre suffisamment les MIL dans ses programmes ?

- ☐ Oui ☐ Non ☐ Pas d'avis

11- A quel degré d'importance évaluez-vous l'intégration des MIL dans l'enseignement universitaire ?

- ☐ Primordial ☐ Relativement important ☐ Sans importance

12- Vous estimez que l'usage des TIC dans l'enseignement universitaire est :

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ Primordial | ☐ facultatif |
| ☐ Important | ☐ inutile |

13- Lesquels de ces domaines relatifs aux MIL sont déjà inclus dans les cours à l'ENSJSI?

- | | |
|--|---|
| ☐ Analyse critique de l'information. | ☐ Analyse critique des médias et industrie de l'information. |
| ☐ Analyse critique des msg médiatiques. | ☐ Usage des réseaux sociaux. |
| ☐ Comprendre les informations. | ☐ Usage d'Internet. |
| ☐ Traitement des publicités. | ☐ Usage des TIC. |
| ☐ Usage des ordinateurs. | ☐ Recherche documentaire sur bases de données. |
| ☐ Conduire une recherche. | ☐ Usage éthique de l'information. |
| ☐ Usage des bibliothèques. | ☐ Liberté d'expression et accès à l'information. |
| ☐ Usage du téléphone. | ☐ Programmation. |
| ☐ Jeux. | |

Parmi ces domaines, lesquels devraient être introduits dans les programmes de l'ENSJSI ?

.....

14- QCM : Pour mieux intégrer les MIL, quelles méthodes l'enseignement à l'ENSJSI devrait-il introduire?

- ☐ En classe, en intégrant les MIL dans les modules et les programmes.
- ☐ Introduire un module **consacré** à l'apprentissage des MIL.
- ☐ Les ateliers en réel (face to face).

- ☐ Introduire l'apprentissage dans les réseaux sociaux. Un apprentissage sur une base quotidienne dans une expérience en ligne.
- ☐ Cours en ligne ouverts à tous « MOOCs » sur support multimédias.
- ☐ E-learning (apprentissage en ligne) sur plateforme textuelle.
- ☐ Autre :

15- Pensez-vous que les diplômés de l'ENSJSI ont acquis les compétences nécessaires pour déchiffrer les langages médiatiques ?

.....

.....

.....

16- Quels méthodes/outils pédagogiques utilisez-vous pour transmettre les compétences des MIL aux étudiants ?

.....

.....

.....

Références électroniques

1. Andersen Neil, « *Making a Case for Media Literacy in the Classroom* », En ligne : <http://www.medialit.org/reading-room/making-case-media-literacy-classroom#bio> , (visité le : 27/04/2017).
2. Questionnaire: *UNESCO Expert Survey on Media and Information Literacy* : <http://en.unesco.org/news/unesco-and-you-participate-now-expert-survey-media-and-information-literacy> (visité le : 27/04/2017).
3. www.massmedialiteracy.org Mass Media Literacy (visité le : 27/04/2017).
4. www.medialit.org Center for Media Literacy (visité le : 27/04/2017).
5. www.medialiteracynow.org Media Literacy Now (visité le : 27/04/2017).
6. www.medialiteracyproject.org The Media Literacy Project (visité le : 27/04/2017).
7. http://www.medialit.org/sites/default/files/QTIPS%20CHART_0.pdf CML's FIVE KEY QUESTIONS AND CORE CONCEPTS, (visité le : 27/04/2017).
8. www.milunesco.unaoc.org/mil-resources/ United Nations Alliance of Civilizations (visité le : 27/04/2017).
9. www.namele.net , The National Association for Media Literacy Education (visité le : 27/04/2017).
10. https://www.academia.edu/8509773/Media_Literacy_Project : Media Literacy Project Par Dr. Carr P. (visité le : 20/09/2017).
11. https://www.academia.edu/30421575/Media_Literacy , Stephen Peters, McGill University (2009).
12. <http://www.clemi.fr/fr/ressources/publications.html> Le centre pour l'éducation aux médias et à l'information (visité le : 20/09/2017).