

01



PROBLÉMATIQUE

*Définir le problème ou la question centrale que l'activité
va résoudre, en lien avec les enjeux de l'EMI.*

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

PROBLÉMATIQUE

La problématique est le cœur de l'activité EMI, car elle justifie la nécessité de l'intervention. En identifiant clairement la problématique, l'activité peut se concentrer sur une solution précise et pertinente, en lien avec les réalités actuelles du public cible. La problématique doit être formulée de manière claire et ouverte, pour permettre des discussions et des analyses approfondies tout au long de l'activité.

Exemples de problématiques :

"Comment les jeunes peuvent-ils distinguer les informations fiables des fausses informations sur les réseaux sociaux ?", cette problématique découle de la montée en puissance de la désinformation et de la nécessité de développer des compétences critiques chez les jeunes.

Scannez le QR Code pour consulter des exemples de problématiques pouvant être résolus à travers l'EMI.



02



THÉMATIQUE EMI

Choisir la thématique centrale à traiter, adaptée au problème identifié.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

THÉMATIQUE EMI

Les thématiques EMI peuvent être vastes et variées, allant de l'analyse critique des médias à la compréhension des algorithmes des réseaux sociaux. Chaque thématique doit être choisie en fonction des besoins du public cible et des objectifs de l'activité, et doit être abordée de manière à développer des compétences pratiques et des connaissances approfondies.

Exemples de thématiques :

- **"Lutte contre la désinformation"**, où les participants apprennent à repérer et à vérifier les informations douteuses en ligne.
- **"Citoyenneté numérique"**, où les élèves explorent les droits et responsabilités liés à l'utilisation des technologies numériques.

Scannez le QR Code pour en savoir plus sur les principales thématiques abordées en EMI.



03



OBJECTIFS

*Définir les objectifs pédagogiques et éducatifs clairs à
atteindre grâce à l'activité EMI.*

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

OBJECTIFS

Les objectifs de l'activité doivent être Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporels (SMART). En définissant ces objectifs, l'activité doit se concentrer sur des compétences concrètes et pertinentes pour les participants.

Exemples d'objectifs :

- ***"Développer la capacité des élèves de second cycle à identifier trois techniques de manipulation dans les médias d'ici la fin de l'année scolaire"***
- ***"Encourager l'utilisation responsable des réseaux sociaux par les jeunes de 15 à 18 ans à la fin des vacances"***, ce type d'objectif est clair et permet de mesurer les progrès des participants.

Scannez le QR Code pour consulter des exemples d'activités avec des objectifs bien définis.





RÉSULTATS ATTENDUS

Dresser la liste des résultats attendus sous forme de compétences pratiques ou de savoirs.

RÉSULTATS ATTENDUS

Les résultats attendus doivent être directement liés aux compétences EMI que l'activité cherche à développer. Les résultats doivent être mesurables et démontrer une amélioration concrète des compétences ou des connaissances des participants.

Exemples de résultats :

- Si l'objectif est de renforcer la capacité des élèves à identifier des informations biaisées, un résultat attendu pourrait être que ***"80% des participants réussissent à identifier les biais dans les articles de presse après la formation"***
- Un autre résultat pourrait être que ***"les élèves produisent un journal scolaire numérique respectant les principes éthiques du journalisme"***.

Scannez le QR Code pour consulter des exemples d'activités EMI et leurs résultats.



05



PUBLIC CIBLE

Définir le groupe d'apprenants ou la communauté visée par l'activité, en tenant compte de leur âge, niveau et contexte.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

PUBLIC CIBLE

Le public cible peut varier selon l'activité, mais doit être clairement défini pour adapter les tâches et les ressources pédagogiques. Il est essentiel de connaître le niveau de compréhension et les intérêts des participants pour créer un contenu engageant et approprié. Le public peut également inclure des enseignants ou des parents, ce qui nécessite une adaptation des messages et des outils utilisés.

Exemples de public cible :

- Une activité EMI pour des élèves du primaire se concentrera sur des activités ludiques et visuelles, tandis qu'une activité destinée à des étudiants universitaires abordera des sujets plus complexes comme la désinformation ou l'éthique journalistique.

Scannez le QR Code pour consulter des exemples de public avec une description du choix de la cible pour vous en inspirer.



06



COMPÉTENCES EMI

Énoncer/lister les compétences EMI que l'activité vise à développer.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

COMPÉTENCES EMI

Les compétences EMI à développer peuvent inclure la capacité à analyser la construction des contenus médiatiques, à comprendre le rôle des médias dans la société, et à créer du contenu médiatique de manière éthique.

Exemples de compétences :

- **"Analyser les intentions des producteurs de contenu médiatique"**, ce qui implique de comprendre les objectifs commerciaux ou idéologiques derrière les messages.
- **"Créer une vidéo éducative"**, où les participants apprennent à utiliser des outils numériques pour produire un contenu qui informe et engage le public de manière responsable.

Scannez le QR Code pour consulter les référentiels de compétences proposés par l'UNESCO et Le CLEMI.



07



VALEURS ET ATTITUDES EMI

Identifier les valeurs et attitudes que l'activité vise à promouvoir chez les participants.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

VALEURS ET ATTITUDES EMI

L'activité EMI doit également viser à inculquer des valeurs positives et des attitudes constructives. L'activité doit viser à renforcer l'intégrité, l'éthique et la responsabilité dans l'utilisation des médias et la consommation des informations.

Exemples de valeurs et attitudes :

- Voici une liste de valeurs et attitudes en EMI proposées par l'Unesco : solidarité et paix, droits de l'homme et dignité, conscience de soi et remise en question de ses propres croyances, tolérance et respect des autres, liberté d'expression et liberté d'information, dialogue interculturel et interreligieux.

Scannez le QR Code pour en savoir plus sur les valeurs et attitudes promues par l'EMI.



08



FORMAT D'ACTIVITÉ

Choisir un format d'activité adapté au public et aux compétences visées.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

FORMAT D'ACTIVITÉ

Les activités EMI peuvent varier en fonction des objectifs de l'activité et du public cible. Le choix des activités doit être diversifié pour maintenir l'intérêt des participants tout en répondant aux objectifs pédagogiques.

Exemples de formats d'activités EMI :

- **Un débat sur la liberté de la presse** peut encourager la pensée critique et la prise de parole en public.
- **Un atelier de création vidéo** permet d'explorer les compétences techniques et créatives.

Scannez le QR Code pour consulter une liste non exhaustive de formats d'activités EMI.



09



ÉTAPES DE RÉALISATION

Planifier les différentes étapes et tâches à réaliser pour organiser l'activité.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

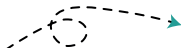
ÉTAPES DE RÉALISATION

Chaque activité EMI comporte des étapes clés pour s'assurer de sa bonne réalisation. Une fois l'activité en cours, il est important de suivre l'évolution de chaque étape, comme l'organisation des ateliers ou des débats. Enfin, une évaluation régulière de l'avancement et une coordination fluide entre les différents intervenants sont essentielles pour maintenir l'activité sur les rails et atteindre les objectifs fixés.

Exemples d'étapes :

- La première tâche pourrait être la création d'une équipe de travail et la définition des rôles.
- Des étapes comme la conception du contenu pédagogique, la réservation du matériel et des espaces, ou encore la gestion des inscriptions des participants doivent être anticipées.

Scannez le QR Code en savoir plus sur les étapes de réalisation d'une activité EMI.



10



DURÉE

Déterminer la durée globale de l'activité et le temps alloué pour chaque tâche ou module.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

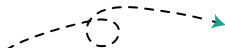
DURÉE

La durée de l'activité doit être adaptée aux objectifs et aux activités prévues. Il est crucial de planifier suffisamment de temps pour chaque étape, y compris la préparation, la mise en œuvre, l'évaluation et la valorisation des résultats. Le calendrier doit également être flexible pour s'adapter aux imprévus tout en respectant les échéances.

Exemples de durées pour une activité :

- Une activité EMI de courte durée pourrait s'étendre sur quelques heures.
- Une activité plus ambitieuse, telle qu'une série d'ateliers pratiques, pourrait s'étendre sur plusieurs jours.

Scannez le QR Code pour voir des exemples de calendrier de planification des tâches d'une activité.





ANALYSE DES BESOINS

Analyser les besoins matériels et ressources pédagogiques nécessaires.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

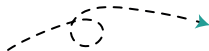
ANALYSE DES BESOINS

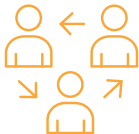
Cette étape implique de comprendre les besoins spécifiques du public cible, ce qui pourrait inclure une évaluation des compétences actuelles des participants en EMI, leur familiarité avec les outils numériques, et leurs attentes vis-à-vis de l'activité. L'analyse doit également prendre en compte les contraintes logistiques et matérielles, comme la disponibilité des salles de classe équipées, ou encore une formation nécessaire pour les enseignants impliqués.

Exemples de besoins :

- Si l'activité cible des lycéens, il pourrait être nécessaire d'avoir accès à des ordinateurs ou tablettes pour des sessions interactives, ainsi que des ressources en ligne.

Scannez le QR Code pour consulter une liste non exhaustive de besoins recensés dans le cadre de activités en EMI.





PARTENARIAT & FINANCEMENT

Identifier des partenaires ou des financements pour soutenir l'activité.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

PARTENARIAT & FINANCEMENT

Les partenariats sont essentiels pour renforcer la portée et l'impact de l'activité EMI. Par exemple, collaborer avec des médias locaux peut fournir aux participants un aperçu pratique de la production médiatique, tandis que des partenariats avec des associations spécialisées peuvent apporter des ressources et des compétences supplémentaires. Il est également bénéfique de s'associer avec d'autres écoles pour échanger des pratiques et des ressources. Les partenariats doivent être basés sur des intérêts communs et une vision partagée des objectifs de l'activité, et peuvent inclure des accords de soutien financier, de partage de ressources, ou de mentorat.

Le financement est une étape cruciale pour garantir la viabilité de l'activité EMI. Les sources de financement peuvent inclure des subventions gouvernementales, des fonds de l'école, ou des contributions de partenaires privés. Par exemple, solliciter une subvention dédiée à l'éducation numérique pourrait permettre d'acquérir le matériel nécessaire ou de rémunérer des intervenants spécialisés. Il est important de détailler les coûts prévus, incluant les ressources humaines, matérielles, et logistiques, et de prévoir un budget pour d'éventuelles dépenses imprévues. Le financement doit être géré de manière transparente et alignée avec les objectifs de l'activité.

13



NOM DE L'ACTIVITÉ

Choisir un nom accrocheur et clair pour l'activité.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

NOM DE L'ACTIVITÉ

Le titre de l'activité doit immédiatement donner une idée claire du sujet abordé et des objectifs visés. Il est important que le titre soit court mais évocateur, permettant aux participants et aux partenaires de comprendre instantanément l'essence de l'activité.

Exemples de noms pour une activité :

- Une activité visant à développer la pensée critique face aux médias pourrait être intitulé "Décrypter l'information".
- "Forum sur l'éducation aux médias et à l'information", un nom qui décrit parfaitement l'activité qui aura lieu et la thématique à la une.

Scannez le QR Code pour accéder à la liste de quelques exemples d'activités et projets EMI pour vous en inspirer.





ÉVALUATION

Permet de mesurer l'impact de l'activité et d'ajuster les futures interventions.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

ÉVALUATION

L'évaluation doit inclure des méthodes variées pour mesurer l'acquisition des compétences EMI par les participants. Il est également utile d'organiser des sessions de retour d'expérience où les participants peuvent exprimer ce qu'ils ont appris et comment ils comptent appliquer ces compétences à l'avenir. Les résultats de l'évaluation doivent être utilisés pour améliorer et adapter les futures activités et mesurer l'impact l'activité.

Exemples d'évaluations :

- Des questionnaires avant et après l'activité peuvent aider à évaluer les connaissances acquises.
- L'observation des activités et l'analyse des productions des participants (comme des articles, vidéos ou blogs) sont aussi des moyens efficaces d'évaluation.

Scanner le QR Code pour en savoir plus sur les différents types d'évaluations possibles.



15



VALORISATION

Permet de mesurer l'impact de l'activité et d'ajuster les futures interventions.

Une production de l'association EDUK-MEDIA, réalisée par **André MPOUDI**

VALORISATION

La valorisation de l'activité EMI consiste à partager les résultats et les apprentissages avec une audience plus large, ce qui peut inclure d'autres écoles, des associations, des bailleurs de fonds, de potentiels partenaires ou des médias locaux. La valorisation doit montrer l'impact de l'activité et encourager la répliquabilité (une deuxième phase) de l'activité dans une autre localité par exemple.

Exemples de valorisation :

- Organiser une exposition des travaux réalisés par les participants, ou publier les contenus créés sur une plateforme en ligne, sont des moyens de valoriser l'activité.
- Créer un rapport final ou un blog détaillant les différentes étapes et résultats de l'activité, qui peut être partagé avec des partenaires ou utilisé comme référence pour d'autres initiatives.

Scannez le QR Code pour accéder à des exemples de valorisation d'activités efficaces pouvant être réalisées.

