

# Studio STOPMO

Atelier d'animation image par image

LEÇON  
1

## LITTÉRATIE MÉDIATIQUE



### Introduction

Le présent guide pédagogique porte sur la prolifération des médias de masse dans notre société et notre culture. Ils sont présents dans toutes les facettes de notre vie quotidienne et nous influencent de nombreuses façons, dont certaines nous échappent.

Dans cette leçon, vous verrez des exemples de publicités et analyserez les types de messages transmis. Vous définirez le terme « littératie médiatique » et l'étudierez du point de vue pédagogique pour illustrer le besoin grandissant d'une meilleure information sur les médias de masse. Vous examinerez les huit principes de base de la littératie médiatique décrits dans le site Web du Réseau Éducation-Médias puis, vous les utiliserez pour faire l'analyse critique d'un film d'animation.

### Principes de base de la littératie médiatique et films de l'ONF

Vous découvrirez que les huit principes de base de la littératie médiatique conçus par le Réseau Éducation-Médias visent à favoriser l'analyse critique des médias de masse et, à bien

des égards, des médias commerciaux. En examinant les films proposés dans le présent module d'apprentissage et les films sur [ONF.ca](http://ONF.ca), vous constaterez que ceux réalisés par l'Office national du film du Canada ou en collaboration avec lui sont souvent de nature non commerciale. Maintenant, vous vous demanderez peut-être en quoi les principes de base de la littératie médiatique s'appliquent aux œuvres non commerciales.

Il importe de souligner que la littératie médiatique ne consiste pas seulement à déconstruire des textes médiatiques. Elle permet aussi d'en tirer plus d'agrément et de savoir mieux les apprécier grâce à la compréhension de la langue, des codes et des conventions adoptés dans les divers médias. Il faut aussi préciser que la déconstruction d'un texte médiatique n'a pas toujours à prendre en compte la nature commerciale ou non commerciale de l'œuvre. Les films non commerciaux comme les films d'animation d'auteur dans [ONF.ca](http://ONF.ca) offrent d'excellentes occasions d'analyse, tout particulièrement en ce qui a trait à divers aspects tels l'intention de l'auteur, le public visé, la technique utilisée, le point de vue, la trame sonore et l'efficacité globale de tous ces éléments dans la communication de l'histoire.

Modifier les principes de base de la littératie médiatique pour examiner des œuvres non commerciales s'avérera une expérience enrichissante pour vos élèves et vous-



## LITTÉRATIE MÉDIATIQUE

même. En comprenant et appréciant les médias plutôt qu'en se concentrant sur leurs aspects négatifs, les élèves chercheront aussi à se divertir autrement qu'en faisant appel aux médias de masse.

### Résultats pédagogiques

Après avoir effectué les exercices du présent guide, les élèves seront en mesure d'accomplir ce qui suit :

- examiner le rôle et l'influence des images visuelles dans le quotidien en rapport avec les médias de masse et la culture populaire;
- examiner les types de messages trouvés dans la publicité;
- définir la littératie médiatique;
- discerner et analyser les fondements de la pensée critique liés à l'éducation aux médias, selon des principes de base de la littératie médiatique;
- faire l'analyse critique d'un film d'animation à l'aide de ces principes de base;
- faire une recherche et analyser comment le message s'intègre à l'œuvre d'art.

### Médias de masse

Notre société technologique nous expose à plus de formes de médias de masse que toutes les générations précédentes. L'influence des médias est omniprésente. Par les messages transmis et l'interprétation qu'on en fait, cette exposition joue un rôle déterminant dans notre perception de divers enjeux importants. Les médias de masse façonnent notre société en sélectionnant et en montrant un ensemble de croyances, de valeurs et de traditions qui nous aident à forger la réalité dans laquelle nous vivons. Tantôt évidents, tantôt subtils ou cachés, les messages médiatiques agissent sur nous de façon inconsciente. Un texte médiatique peut communiquer plus d'un message.

La publicité est peut-être la forme la plus insidieuse des médias de masse. Pensez un peu aux endroits où on en trouve aujourd'hui. (C'est peut-être plus facile et moins long de chercher où il n'y en a pas!)

### Activités d'apprentissage en groupe : visionnage d'exemples d'annonces publicitaires

- Invitez vos élèves à trouver une annonce publicitaire imprimée qu'ils trouvent particulièrement attrayante ou persuasive.
- Invitez vos élèves à trouver une annonce publicitaire à la télévision ou dans le Web qu'ils trouvent particulièrement attrayante ou persuasive.

Demandez-leur ensuite d'en faire l'analyse en appliquant les principes de base de la littératie médiatique.

Vous pourriez aussi commencer par explorer les exemples d'annonces en ligne fournis ci-dessous. Ils illustrent les types de messages auxquels nous sommes exposés quotidiennement et qui tentent de nous influencer sur de nombreux plans. Déterminez si les types de messages transmis dans ces médias sont explicites ou subtils. Pouvez-vous discerner les messages cachés?

#### Jour de la Terre Québec - Clip 2011

[youtube.com/watch?v=0aoEXUVgpkU](https://www.youtube.com/watch?v=0aoEXUVgpkU)

#### Vidéo SAAQ - Textos au volant

[youtube.com/watch?NR=1&v=OjEcGE5GvSI](https://www.youtube.com/watch?NR=1&v=OjEcGE5GvSI)

#### iPad Publicité Officielle en français

[youtube.com/watch?NR=1&v=E8tXrZnPs\\_E](https://www.youtube.com/watch?NR=1&v=E8tXrZnPs_E)

#### Stratégie nationale antidrogue - Miroir

[strategienationaleantidrogue.gc.ca/prevention/jeunes-youth/tv/02.html](http://strategienationaleantidrogue.gc.ca/prevention/jeunes-youth/tv/02.html)

### Discussion de groupe : la publicité et son influence

Donnez des exemples de vos annonces publicitaires préférées parues dans des magazines ou d'autres types de médias. Expliquez pourquoi elles vous attirent et discutez-en. Posez-leur les questions suivantes : À votre avis, en quoi les médias de masse influencent-ils votre mode de vie à titre d'élève? Votre groupe d'âge est-il très ou peu sensible à ces messages? La promotion faite par des célébrités a-t-elle une incidence sur les messages que vous recevez? Pensez-vous que vous pouvez influencer les médias de quelque façon que ce soit?

### Littératie médiatique et éducation aux médias

La littératie médiatique s'intéresse à la manière de comprendre et d'utiliser les médias de masse. Le développement d'une littératie médiatique encourage chacun et chacune à faire l'analyse critique de divers types de médias de manière à former son propre jugement, plutôt que d'accepter le point de vue ou l'opinion de quelqu'un d'autre sans se poser de questions, puis à créer et à partager ses propres œuvres médiatiques. Ce type de littératie est le résultat escompté tant de l'éducation aux médias que des études médiatiques. Plus on en apprend sur les médias, ou par la création médiatique, plus on acquiert de littératie médiatique. La littératie médiatique est la capacité d'expérimenter, d'interpréter, d'analyser et de créer des produits médiatiques.

L'éducation aux médias est un moyen pour développer la littératie médiatique, qui est en fait l'attente pédagogique. L'éducation aux médias vise à amener les élèves à mieux comprendre les œuvres médiatiques et à en tirer plus d'agrément.

### Voici la définition de l'éducation aux médias proposée par le Réseau éducation-médias<sup>1</sup> :

L'éducation aux médias est le développement d'habiletés et de compétences visant à identifier, décrire, comprendre et évaluer les messages quotidiens

de notre univers médiatique qui cherchent à nous informer, nous distraire, nous émouvoir ou nous vendre quelque chose. En faisant de l'éducation aux médias, nous offrons des occasions stimulantes d'exercer notre esprit critique pour mieux discerner l'influence des médias sur notre société, mais surtout sur soi, sur sa propre consommation de biens et de médias.

### Principes de base de la littératie médiatique

Passez en revue les sections *Qu'est-ce que l'éducation aux médias?* sur le site du Réseau Éducation-Médias et *Principes de base de littératie médiatique*, annexe I du présent guide.

### Discussion de groupe : principes de base de la littératie médiatique

Qu'est-ce que le Réseau Éducation-Médias? Analysez les fondements de la pensée critique liés à l'éducation aux médias par rapport aux principes de base de la littératie médiatique. Pensez-vous que *tous* les médias peuvent faire l'objet d'une analyse critique selon ce modèle?

### Analyse critique d'une œuvre médiatique

L'heure est venue de faire l'analyse critique d'un film d'animation.

### Activité individuelle : analyse d'un film d'animation

Sélectionnez et explorez l'un des films d'animation récents et populaires de l'ONF proposés ci-dessous. Faites-en l'analyse critique du point de vue de la littératie médiatique en utilisant la *Feuille de questions relatives à la littératie médiatique* (voir en annexe II), qui découle des principes de base de la littératie médiatique.



## LITTÉRATIE MÉDIATIQUE

### Films d'animation récents et populaires

#### 1. *Ryan*, de Chris Landreth (2004, 13 min 57 s)

 [onf.ca/film/Ryan-fr](http://onf.ca/film/Ryan-fr)

**Synopsis :** Inspiré de la vie de Ryan Larkin, un animateur canadien qui a réalisé certaines des œuvres d'animation les plus marquantes de son temps, ce film décrit la chute vertigineuse de la carrière de Larkin et sa vie dans l'enfer de la toxicomanie. (Niveaux visés : secondaire IV et V [11<sup>e</sup> et 12<sup>e</sup> année])

#### 2. *Madame Tutli-Putli*, de Chris Lavis et Maciek Szczerbowski, (2007, 17 min 15 s)

 [onf.ca/film/madame\\_tutli\\_putli](http://onf.ca/film/madame_tutli_putli)

**Synopsis :** Ce film entraîne le spectateur dans l'univers électrisant, totalement imaginaire et tactile de Madame Tutli-Putli. Cette dernière monte à bord d'un train de nuit, traînant avec elle tous ses biens et les fantômes de son passé. (Niveaux visés : secondaire IV et V [11<sup>e</sup> et 12<sup>e</sup> année])

Nota : Bien que le film montre effectivement la nature complexe de l'armature des marionnettes, certaines scènes présentent du contenu réservé aux adultes. Nous recommandons aux éducateurs de visionner le film au préalable et de sélectionner les scènes qu'ils souhaitent présenter à leurs élèves.

#### 3. *Âme noire / Black Soul*, de Martine Chartrand (2000, 9 min 47 s)

 [onf.ca/film/Ame\\_noire](http://onf.ca/film/Ame_noire)

**Synopsis :** Une animation qui plonge le spectateur au cœur de la culture noire dans un voyage exaltant à travers l'histoire. Le récit que transmet une vieille dame à son petit-fils fait défiler sous nos yeux une succession de tableaux, accompagnant l'enfant sur les traces de ses ancêtres. (Niveaux visés : secondaire II à V [de la 9<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année])

#### 4. *Train en folie*, de Cordell Barker (2009, 9 min 10 s)

 [onf.ca/film/Train\\_en\\_folie](http://onf.ca/film/Train_en_folie)

**Synopsis :** Introduction possible aux discussions sur la consommation d'énergie, *Train en folie* vous invite à un voyage allégorique aussi drôle que fatal. (Niveaux visés : 6<sup>e</sup> année et secondaire I à III [de la 6<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année])

#### 5. *Pimp ma botte*, d'Alexandre Bilodeau et de Marc Daigle (2005, 5 min 12 s)

 [onf.ca/film/pimp\\_ma\\_botte](http://onf.ca/film/pimp_ma_botte)

**Synopsis :** Parodie hilarante de la très populaire émission de télévision *Pimp My Ride*. L'hôte Bubs et sa gang rénovent et modifient le bateau d'Albény le vieux pêcheur. Un vrai choc des cultures. La rencontre entre la tradition acadienne et la culture pop planétaire. (Niveaux visés : secondaire I à V [de la 7<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année])

#### 6. *Le nœud cravate / The Necktie*, de Jean-François Lévesque (2008, 12 min 17 s)

 [onf.ca/film/le\\_noeud\\_cravate](http://onf.ca/film/le_noeud_cravate)

**Synopsis :** Ce film allie à merveille animation de marionnettes et dessin animé. Le film raconte la vie de Valentin et sa quête d'un sens à la vie. Coincé dans un poste sans avenir, l'homme a oublié tout ce qui lui apportait la joie quand, à son 40<sup>e</sup> anniversaire, il redécouvre son accordéon au fin fond d'un placard et, du coup, sa joie de vivre. (Niveaux visés : secondaire I à V [de la 7<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année])

#### 7. *Jeu*, de Georges Schwizgebel (2006, 3 min 54 s)

 [onf.ca/film/Jeu](http://onf.ca/film/Jeu)

**Synopsis :** Un paysage qui se transforme sans cesse. Un univers désordonné qui évoque le chaos de la vie moderne. (Niveaux visés : secondaire I à V [de la 7<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année])

## PRINCIPES DE BASE DE LITTÉRATIE MÉDIATIQUE

Les présents principes de base de la littératie médiatique ont été élaborés par le Réseau Éducation-Médias, organisme canadien voué à promouvoir la pensée critique à l'égard des médias chez les jeunes Canadiens et Canadiennes, et offrant l'une des plus grandes collections de ressources sur la littératie médiatique et la littératie numérique au monde. La description de ces principes de base et de leur application a été tirée du site Web du Réseau Éducation-Médias. Le personnel enseignant trouvera d'autres ressources à [media-awareness.ca/francais/enseignants/index.cfm](http://media-awareness.ca/francais/enseignants/index.cfm).

*Pour définir les fondements de la pensée critique liés à l'éducation aux médias, les principes de base ci-dessous ont été élaborés. La littératie médiatique est maintenant inscrite aux programmes des arts du langage de toutes les provinces canadiennes, de la maternelle au secondaire V. Ces principes de base constituent le fondement théorique de tous les programmes de littératie médiatique. Ils constituent, pour le personnel enseignant un langage et un cadre de discussion communs.*

### Principes de base de littératie médiatique

Les éducateurs aux médias appuient leur enseignement sur des principes clés de littératie médiatique. Ces concepts fournissent un cadre efficace pour l'évaluation des médias de masse et de la culture populaire.

## Huit principes de base de littératie médiatique

### 1. Tous les médias sont des assemblages

Les médias ne font pas que représenter les reflets d'une réalité externe. Ils représentent plutôt des assemblages soigneusement conçus qui reflètent plusieurs décisions et résultats provenant de plusieurs facteurs déterminants. La littératie médiatique vise à défaire ces assemblages et en séparer les éléments pour démontrer de quoi ils sont faits.

### 2. Les médias forgent la réalité

Les médias sont responsables de la majorité des observations et des expériences à partir desquelles nous construisons notre compréhension personnelle du monde et de son fonctionnement. Une grande partie de notre vision de la réalité s'appuie sur les messages des médias qui ont été préconstruits et qui contiennent des attitudes, des interprétations et des conclusions. Les médias nous donnent une grande partie de notre conscience de la réalité.



## PRINCIPES DE BASE DE LITTÉRATIE MÉDIATIQUE

### 3. Le public « négocie » la signification des médias

Les médias nous fournissent une grande partie du matériel sur lequel nous construisons notre image de la réalité, et nous « négocions » tous la signification de l'information en fonction de facteurs individuels : les besoins et craintes de chacun, les plaisirs et difficultés de la journée, les attitudes raciales et sexuelles, le bagage familial et culturel, et ainsi de suite.

### 4. Les médias sont impliqués dans le commerce

L'éducation aux médias vise à encourager une prise de conscience de la façon dont les médias sont influencés par des intérêts commerciaux, et comment ceux-ci affectent le contenu, la façon de faire et la diffusion. La plupart des productions médiatiques sont des affaires, et doivent réaliser un profit. Les questions de propriété et de contrôle d'information sont centrales; un nombre relativement restreint d'individus a le contrôle de ce que l'on regarde, lit et entend dans les médias.

### 5. Les médias sont porteurs d'idéologies et de jugements de valeur

Tous les produits médiatiques sont, en quelque sorte, promotionnels, car ils présentent des valeurs et des modes de vie. Que ce soit implicitement ou explicitement, les médias principaux transmettent des messages idéologiques sur des questions telles que ce qui constitue une bonne vie, les vertus de la consommation, le rôle des femmes, l'acceptation de l'autorité et le patriotisme aveugle.

### 6. Les médias ont des répercussions sociales et politiques

Les médias ont une grande influence sur la politique et sur la création de changements sociaux. La télévision peut, par des images, influencer l'issue d'une élection d'un chef d'État. Les médias nous emmènent à des préoccupations telles que les questions de droits civils, des famines en Afrique, de l'épidémie de sida. Ils nous transmettent un sentiment intime de questions nationales et de préoccupations mondiales, afin que nous devenions des citoyens du « Village Global » selon Marshall McLuhan.

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

Comme l'a noté Marshall McLuhan, chaque média a sa propre grammaire et codifie la réalité à sa propre manière. Différents médias feront la revue du même événement, mais créeront des impressions et des messages différents.

### 8. Chaque support médiatique a sa forme esthétique unique

Tout comme on remarque les rythmes agréables de certains textes de poésie ou de prose, nous sommes de la même façon capables d'apprécier des formulations agréables et les effets produits par les différents médias.

## FEUILLE DE QUESTIONS RELATIVES À LA LITTÉRATIE MÉDIATIQUE

Analysez d'un œil critique le film que vous avez sélectionné en vous guidant sur les questions suivantes, conçues à partir des huit principes de base de la littératie médiatique élaborés par le Réseau Éducation-Médias, et sur des dix questions formulées par le Réseau Éducation-Médias\*.

Vous pouvez choisir les questions qui vous semblent les plus pertinentes à la lumière du film sélectionné. La liste des questions a été modifiée par rapport à la version originale en anglais. Nous vous prions d'en tenir compte. Merci.

*\*Avec la permission du Réseau Éducation-Médias, qui possède les droits d'auteur.*

### Songez aux questions que voici.

1. Quel est le message (ou quels sont les messages) transmis par le film? Donnez des détails.

---

---

2. Ce message est-il pertinent à vos yeux? A-t-il un rapport avec vous? Pourquoi?

---

---

3. Comment ce message est-il construit? À votre avis, jusqu'à quel point reflète-t-il la réalité?

---

---

4. Comment l'interprétation du message peut-elle différer d'une personne à l'autre?

---

---

5. Qui a créé ce message? Dans quel but? Si le message passe, qui en profitera? À qui cela pourrait-il nuire?

---

---

6. Quels modes de vie, quelles valeurs et quels points de vue sont représentés ou omis dans ce message?

---

---

7. Quelles techniques ont été utilisées sur le plan esthétique? Pourquoi?

---

---

8. Le film a-t-il des répercussions commerciales? Expliquez.

---

---

**FEUILLE DE QUESTIONS RELATIVES À LA LITTÉRATIE MÉDIATIQUE**

9. Le film a-t-il des répercussions sociales et politiques? Expliquez.

---

---

10. Dans l'ensemble, estimez-vous que le film apporte une précieuse contribution à la société? Si oui, pourquoi? Dans le cas contraire, expliquez.

---

---

11. Recommanderiez-vous ce film? À qui? Pourquoi?

---

---