

Ouvrez les yeux, les p'tits loups!

Quel regard portent de très jeunes enfants sur des contenus médias surprenants et parfois totalement bidonnés? C'est ce que donne à voir la web-série de la Semaine des médias à l'école 2026. Destinés à une utilisation tant en classe qu'en famille, les épisodes sont déjà visibles en ligne.

In'y a pas d'âge pour apprendre à se méfier des images. C'est un peu le message que lance la RTS avec sa web-série annuelle proposée en marge de la Semaine des médias à l'école. Les dix épisodes de trois minutes ciblent clairement un public plus jeune qu'à l'ordinaire: les moins de 10 ans. Au sommaire:

Pour de vrai ou pour de faux? – Un homme qui court sur l'eau? Des ours qui poursuivent des cyclistes en forêt? Peut-on y croire? Internet est rempli de pièges. Les enfants sont invité-es à se montrer vigilant-es.

La formule magique des algorithmes – Comment fait YouTube pour nous proposer des vidéos qui, par magie, nous plaisent (souvent)? La recette est si bien rodée qu'on finit par les consommer comme des chips! Attention quand même à l'obésité: un quart des élèves du secondaire I est en surcharge pondérale, relevait récemment Anne-Emmanuelle Ambresin, pédiatre au CHUV.

Pourquoi protéger ton jardin

secret? – La réponse paraîtra évidente pour les adultes. Les enfants apprennent que la vie privée est comme un coffre dans lequel on range ses secrets. Ils et elles sont invité-es à la prudence au niveau du partage des informations personnelles et des photos.

Attention aux clichés! – La publicité et les médias ont tendance à conforter un certain nombre de stéréotypes. À commencer par la surreprésentation des hommes pour commenter l'actualité. «Je me demande pourquoi...», souffle une fillette. Les extraits présentés dans cet épisode pourront donner lieu à de piquantes hypothèses en classe.

Les émotions: les superpouvoirs des médias – Le montage et la musique des films et des vidéos influencent fortement la manière dont nous recevons ces contenus. Tout comme les mots choisis pour titrer les informations dans les médias. Sans parler des images qui accompagnent les sujets. Aujourd'hui, on ne peut plus parler de la canicule en montrant seulement des piscines.

Le coup de pouce invisible – C'est quoi un *nudge*? Vous n'en avez pas la moindre idée? Nous non plus avant de voir cet épisode! Il met l'accent sur toutes les petites incitations qui nous encouragent chaque jour à adopter



certains comportements (parfois positifs, parfois plus discutables).

La pêche aux infos – «Si tu veux rechercher des informations sur ton dessin animé préféré, ce que mange une baleine, ou découvrir un mouvement de hip-hop, que fais-tu?» À cette question, les enfants ont tendance à suggérer le recours à YouTube.

Mais savent-ils ce qu'est un «média»? Cet épisode leur donne un cours accéléré.

Images trompeuses et histoires douteuses – Mais qu'est-ce que cette foule qui se presse devant un autocar tout blanc? «C'est le nouveau pape qui va partir à la guerre!», suggère un garçon. Avant de s'extasier devant «l'exploit» d'un athlète qui saute dans un lac de lave en fusion. Les enfants de 2026 ont de sacrés défis à relever avec l'IA qui bidouille les images de manière stupéfiante.

Un influenceur, une influenceuse, c'est quoi? – «C'est un peu comme un métier...», lance une fillette rêveuse. Très tôt, les enfants se doutent qu'il y a des enjeux commerciaux. Une fillette de six ans lance sa ligne de vêtements? Voilà qui suscite l'incrédulité d'un garçon: «Il y a des personnes qui ont 30 ans, qui sont au chômage et ils n'arrivent même pas à faire quelque chose!»

Publicité ou information? – On s'en doutait et cet épisode en donne la preuve: les enfants ont du mal à faire la différence entre des contenus informatifs et des contenus à visée commerciale. D'où l'importance de les mettre en garde.

