



UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

**École supérieure
du professorat
et de l'éducation**
Section hôtellerie-restauration



**Master deuxième année
« Métiers de l'enseignement, de l'éducation
et de la formation »**

Parcours «Service et Accueil en Hôtellerie-Restauration »

MÉMOIRE

**Les médias et l'enseignement :
Comment améliorer l'utilisation des
médias dans les lycées hôteliers ?**

Présenté par :

Carole BREST

Année universitaire : **2013 – 2014**

Sous la direction de : **Paul GERONY**



UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

**École supérieure
du professorat
et de l'éducation**
Section hôtellerie-restauration



**Master deuxième année
« Métiers de l'enseignement, de l'éducation
et de la formation »**

Parcours «Service et Accueil en Hôtellerie-Restauration »

MÉMOIRE

**Les médias et l'enseignement :
Comment améliorer l'utilisation des
médias dans les lycées hôteliers ?**

Présenté par :

Carole BREST

Année universitaire : **2013 – 2014**

Sous la direction de : **Paul GERONY**

ÉVALUATION DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL

Nom et Prénom :

Date de la soutenance :

TITRE DU MÉMOIRE	
DIRECTEUR DE MÉMOIRE	

ÉVALUATION DU DOSSIER /10

QUALITÉ DE LA DÉMARCHE : <i>Clarté de la problématique – champ d'étude – cohérence globale</i>	
QUALITÉ DES SOURCES : <i>Intérêt – qualité – quantité – variété</i>	
PERTINENCE DE LA RECHERCHE : <i>Logique et formulation des hypothèses – qualité des outils d'analyse – qualité de la synthèse</i>	
CLARTÉ DE LA DEMONSTRATION : <i>Lisibilité de la démarche – clarté du plan et du développement – réalisme du contenu – accessibilité.</i>	
ESPRIT CRITIQUE : <i>Prise de recul – qualité de l'analyse – prise en compte de la difficulté</i>	
FORME : <i>Organisation – mise en page – clarté de l'expression – respect des règles d'expression et d'organisation du document</i>	

SOUTENANCE ORALE /10

LANGAGES : <i>Élocution – regard – postures – aisance</i>	
SUPPORT INFORMATIQUE : <i>Qualité du diaporama – maîtrise du vidéoprojecteur</i>	
STRUCTURE : <i>Accroche et finale soignées – pas de résumé du mémoire – clarté – originalité – argumentation</i>	
RÉPONSE AUX QUESTIONS : <i>Écoute – clarté – honnêteté – réactivité</i>	

ATTEINTE DES OBJECTIFS				
ÉVALUATION GLOBALE	TS	S	I	TI
	Note :			

MEMBRES DU JURY

NOM			
SIGNATURE			

*Le consommateur de médias se nourrit de miettes éparses
qu'il assimile plus ou moins efficacement.*

Remy Eiffel

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier tous les enseignants de ce master qui m'ont fait confiance pour mener à bien cette aventure. Ce fut avec une grande émotion que, onze ans après, j'ai retrouvé le chemin de l'IUFM/ESPE.

Tout d'abord, je remercie Paul Gérony, mon directeur de mémoire, pour ses précieux conseils et surtout pour m'avoir accordé sa confiance face à ce thème qui me tenait à cœur. J'ai aussi une pensée toute particulière pour Yves Cinotti qui m'a recruté en 2000 pour entrer en Licence et pré-recrutement IUFM. Ils m'ont permis d'accéder au concours et ont pleinement contribué à ce que je suis aujourd'hui sur le plan professionnel. Je remercie Dominique Alvarez, pour l'originalité et la qualité de ses cours de master 2. Il m'a ouvert l'esprit sur des champs disciplinaires que je ne maîtrisais pas.

Je souhaite exprimer tous mes remerciements à l'ensemble des collègues qui ont accepté de jouer le jeu en remplissant mon questionnaire et bien-sûr les élèves qui ont répondu nombreux à cette enquête. Je remercie ma classe de Mention Accueil-Réception sans qui je n'aurai jamais pu réaliser une partie de mes préconisations.

J'ai une pensée toute particulière pour certaines collègues de master 2 que je ne connaissais pas et qui ont été présentes pour me soutenir dans les moments difficiles de cette année.

J'adresse mes remerciements à mes amies qui ont toujours été là pour m'aider dans les moments délicats de cette année.

Enfin, mes remerciements reviendront à ma famille, que j'ai embarquée dans une année de folie. Ils auront su faire preuve de patience, de compréhension et surtout m'auront été d'un grand soutien moral pour mener à bien ce mémoire.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	8
PARTIE 1 : REVUE DE LITTÉRATURE	9
Chapitre 1. Définition et historique des médias	10
Chapitre 2. Sociologie des médias	11
Chapitre 3. Les médias et l'éducation	21
Chapitre 4. Utilisation des médias en cours	26
Chapitre 5. Réglementation des médias	33
Chapitre 6. La problématique	36
 PARTIE 2 : ÉTUDE DE TERRAIN	 38
Chapitre 7. Méthodologie	39
Chapitre 8. Les résultats	43
 PARTIE 3 : PRÉCONISATIONS	 62
Chapitre 9. Réalisation d'un journal avec les élèves	65
Chapitre 10. Manuel d'utilisation d'un nouveau média	74
 CONCLUSION GÉNÉRALE	 81
BIBLIOGRAPHIE	82
TABLE DES FIGURES	85
ANNEXES	86
TABLE DES MATIÈRES	101
RÉSUMÉ	103

INTRODUCTION

Éduquer aux médias sonne comme un nouvel objectif dans nos progressions pédagogiques. Enseignante depuis onze années en hôtellerie-restauration, il n'a jamais été autant question de faire évoluer nos enseignements avec l'utilisation de supports dynamiques, nouveaux et proches de nos élèves. Les médias sont de toute façon devenus nos compagnons de vie quotidienne, en particulier chez les jeunes qui ne passent pas une journée sans en utiliser. Ils forment presque l'enveloppe de leur existence.

Après avoir longtemps été critiqués (nuisibles à notre épanouissement physique/mental/moral), il semble que les médias soient entrés dans l'ère du temps et devenus indispensables à l'éducation de nos jeunes.

Dans un tel contexte, un mémoire sur **l'enseignement et les médias** s'est imposé à nous.

Nous aborderons, dans une première partie, grâce à la revue de littérature, les concepts sur les médias relevant de l'enseignement. Il faudra bien évidemment faire un retour en arrière pour comprendre et définir la notion de « média ». Puis, il sera très enrichissant d'évoquer les chiffres relevant de l'utilisation et l'équipement des médias chez les jeunes. Enfin, nous reviendrons au cœur de notre métier pour connaître ce qui se fait en matière d'aide à l'utilisation des médias par les enseignants.

Dans une deuxième partie, les résultats des questionnaires à destination des professeurs et des élèves nous montreront la relation aux médias de ces derniers (équipement, utilisation...).

Au regard de la littérature et des résultats des questionnaires, nous proposerons deux préconisations afin de faciliter l'utilisation de certains médias par les enseignants et d'analyser le travail autour d'un support médiatique avec des élèves.

Finalement, ce mémoire de recherche a pour but **d'améliorer l'utilisation des médias dans nos enseignements en hôtellerie-restauration.**

PARTIE 1 :

REVUE DE LITTÉRATURE

Chapitre 1. Définition et historique des médias :

1. Définition :

Au sens étymologique, un média est d'abord et avant tout un moyen (un outil, une technique, un intermédiaire) qui permet aux hommes de s'exprimer et de communiquer à autrui cette expression, quel qu'en soit l'objet ou la forme (Balle, 2012).

Le mot employé par Francis Balle peut être complété par une définition du dictionnaire de l'éducation et de la formation (Durand-Prinborgne et al, 2005, p 624) : « *message standardisé à un grand nombre de consommateurs différents ; ceux-ci en font un usage individualisé* ».

Pour les sociologues (Balle, Rieffel, Frau-Meigs), les médias sont les suivants : livre, télévision, cinéma, presse, radio, Internet. On parlera de support médiatique pour tout ce qui peut aider à écouter, transporter un média (ordinateur, téléphone portable, tablette...). Il ne faut pas confondre les supports médiatiques et les outils numériques (ex : tableau interactif...).

2. Historique des différents médias

Balle (*ibid.* ; 2012) expose un historique de chaque média mais nous vous proposons ici quelques grandes étapes qui ont construit l'histoire des différents médias :

1432-1434 : Gutenberg met au point la machine à imprimer.

1777 : Fondation du premier quotidien français : Le Journal de Paris.

1857 : Le français Léon Scott de Martinville expérimente la possibilité d'enregistrer et de conserver la voix humaine sur un support matériel.

1895 : Auguste et Louis Lumière déposent le brevet du cinématographe et tournent leurs premiers films. Première projection publique, au Grand Café, de l'Arroseur arrosé.

1896 : Guglielmo Marconi dépose le premier brevet de télégraphie sans fil (TSF) en Grande Bretagne.

1917 : La Révolution russe est annoncée au monde par TSF.

1923 : Découverte de la technique de transmission à distance d'images animées et sonorisées.

1927 : Premier film parlant et chantant, Le Chanteur de Jazz, produit par les frères Warner.

1935 : Première émission officielle, diffusée depuis la Tour Eiffel, à 20h15.

1949 : Premier journal télévisé en France.

1973 : Le français Francis Gernelle invente le premier micro-ordinateur au monde : le Micral.

1981 : Lancement de la télématique à la française, avec le Minitel.

1989 : Naissance du World Wide Web.

1994 : Lancement, aux Etats-Unis, de direcTV, le premier bouquet de télévision numérique par satellite.

2001 : Lancement de Wikipédia, encyclopédie en ligne.

2005 : Lancement, en France, de la télévision numérique terrestre (TNT).

2010 : Lancement des tablettes en France.

2011 : Extinction de la diffusion analogique de la télévision en France.

Après avoir défini les médias et établi les grandes étapes de leur découverte, nous allons nous intéresser à leur utilisation dans la société.

Chapitre 2. Sociologie des médias :

Pendant plusieurs siècles, le livre est le média unique permettant de transmettre une information. À partir du 18^{ème} siècle, quelques pionniers s'intéressent au développement des médias avec la presse mais c'est véritablement au 20^{ème} siècle et notamment à partir de l'après-guerre que les médias vont se développer, se diversifier et connaître un développement sans précédent. Aujourd'hui les médias sont présents en tout lieu et à toute heure.

Les sociologues vont commencer à s'intéresser aux médias et les étudier à partir des années 1970. Les recherches universitaires sur les médias (surtout les nouveaux) sont donc récentes et encore peu nombreuses au regard d'autres secteurs de la recherche universitaire. Comme le souligne Livingstone (1999) « *nous ne savons peut-être pas grand-chose sur Internet, nous en connaissons un rayon sur la télévision* ». Rieffel (2010) nous informe que les premières recherches ont porté sur l'effet des médias puis d'autres pistes comme « *le statut culturel de la télévision* ».

L'utilisation des médias traditionnels (livre, journal....) a été profondément bouleversée par l'essor des nouveaux outils de communication (ordinateur et Internet).

La génération des moins de 30 ans baigne dans la culture numérique. Ils sont les plus grands utilisateurs d'Internet. Cette génération a grandi au milieu des téléviseurs, ordinateurs, consoles de jeux et autre écrans. C'est la « *génération d'un troisième âge médiatique encore en devenir* » (Donnat, 2009).

Selon Livingstone (*ibid.* ; 1999), l'idéal d'une chambre d'adolescent de l'an 2000 est saturée de médias (télévision, livres, magazines, ordinateur avec accès Internet, téléphones portables, lecteur MP3, poste radio...). Quinze ans après, elle ne s'était pas trompée.

Bei & Gérard (2001) affirment quelque chose de très important socialement : « *plus on vient d'un milieu favorisé, plus on a de chances de maîtriser les outils informatiques, plus on vient d'une famille défavorisée, plus on doit se contenter de jouer sur une console* ».

Par ailleurs, la durée d'écoute de la télévision augmente avec l'âge tandis que celle relative aux nouveaux écrans diminue : les 15-24 ans passent, aujourd'hui comme hier, moins de temps devant la télévision que les adultes et surtout que les personnes âgées.

À l'inverse, la durée d'écoute de la télévision décline avec le niveau de diplôme alors que celle consacrée aux nouveaux écrans a tendance à augmenter (*ibid.* ; Donnat, 2009).

La lecture par les journaux et les livres a baissé au profit des médias électroniques. Cela ne veut pas dire que les gens liront moins. Rieffel (*ibid.* ; 2010, p. 108) souligne même que nous lirons peut-être à l'avenir davantage à l'aide d'écrans.

Avec l'évolution des différents médias, chacun a accès à la culture sauf que selon Rieffel (*ibid.*) « *cette culture est réduite au divertissement et à la culture éphémère, elle est synonyme de manipulation des individus* ». Selon Jean Baudrillard : la culture diffusée par les journaux, la radio, la télévision est non seulement synonyme de déperdition de contenu mais aussi de perte de repères (*ibid.*).

La culture des « *cultivés* » s'oppose à la culture de « *masse* » (*ibid.* ; Rieffel, 2010). Les cultivés considèrent la culture proposée par les médias comme un nouvel opium du peuple ou une mystification délibérée.

La culture de masse privilégie la quantité à la qualité, elle est véhiculée par les « *mass média* » qui sont une culture sans racine, sans rite, sans folklore. Les lecteurs s'identifient à cette culture.

Les adolescents disposent de moyens technologiques de plus en plus sophistiqués pour construire leur propre univers. Cette culture juvénile s'est diffusée au sein de la population adulte. Il n'est plus étonnant de voir une personne de 40 ans pianoter sur une tablette. L'origine de cette juvénalisation des pratiques culturelles viendrait du prolongement continu du temps de la jeunesse depuis le début des années 1970 : allongement de la durée des études, difficultés croissante à s'insérer dans une vie professionnelle stable et à trouver un logement indépendant, investissement professionnel des femmes qui retarde la naissance du premier enfant.

D'autres éléments sont à prendre en compte, à commencer par le fait que de plus en plus d'adultes retrouvent, parfois à un âge avancé, des conditions de vie proches de celles de la postadolescence du fait des transformations de la vie de couple et de l'augmentation du nombre de séparations : célibataires, divorcés, personne en couple vivant séparément.... Autant de situation qui aujourd'hui, peuvent conduire à prolonger ou à renouer avec un mode de loisir juvénile, avec des niveaux élevés de sociabilité amicale ou de sorties culturelles (Donnat, 2009).

Nous venons de voir que les jeunes vivent leur vie à travers le numérique. De plus en plus d'études sont en cours d'analyse pour étudier ce phénomène.

D'ailleurs, une enquête publiée sur le site de la Fédération française des télécoms¹ reprend plusieurs études pour montrer le rapport des adolescents face aux outils numériques.

À travers des entretiens² auprès de vingt-cinq adolescents de milieux sociaux et géographiques, les adolescents connectés s'ennuieraient avec leurs équipements numériques, comme ils peuvent s'ennuyer à l'école ou avec leurs parents.

François Dubet, sociologue de l'école, stipule que les élèves expriment leur ennui de plus en plus librement. Aujourd'hui, même parfois en cours, les adolescents « clament » leur ennui sur leurs outils.

Les différents aspects sociologiques que nous venons d'étudier ont fait l'objet d'études diverses qui peuvent contribuer à éclairer notre réflexion.

1. Les chiffres :

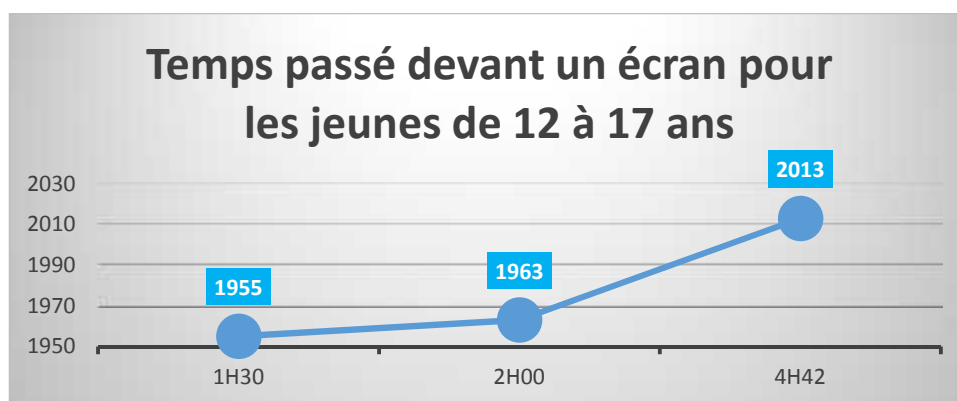
Un jeune français passe environ 1450 heures par an devant ses écrans, 850 heures par an devant ses enseignants contre 52 heures par an avec ses parents à échanger.

Les médias représentent après le sommeil la 2^{ème} activité (soit 18 ans sur une vie) d'un jeune (Frau-Meigs, 2011, p. 7).

¹ Fédération française des télécoms. Les adolescents s'ennuient aussi avec les outils numériques. [en ligne]. Disponible sur www.fftelecoms.org/articles/les-ados-s-ennuient-aussi-avec-les-outils-numeriques. (Consulté le 3-05-2014).

² Une enquête ethnographique Discours & Pratiques réalisée à l'automne et en hiver 2013-2014 (durant 3 mois) par Joëlle Menrath: Observatoire de la vie numérique des adolescents (12-17 ans), dans 3 villes Paris, Strasbourg, Lisieux.

Figure 1: Évolution du temps passé devant un écran



Nous constatons que le temps passé devant les écrans a quasiment triplé en quarante ans. Pour les 4h42 par jour en 2013, ne sont pas comptées les heures passées au téléphone et les jeux sur console (Jehel, 2013, p. 28). La répartition de cet horaire sur une semaine est la suivante : 15 heures sur Internet, 13 heures de télévision, 3 heures d'ordinateur hors connexion.

Les médias traditionnels connaissent un recul au profit d'Internet. Par exemple la durée d'écoute moyenne de la radio par semaine (Donnat, 2009) a chuté passant de 14,5 heures à 9,7 heures (de 1997 à 2008). Mais d'un autre côté, plus de 95% de la population mondiale a aujourd'hui accès à la radio : 82% des français de plus de 13 ans écoutent la radio chaque jour (Bonneau & Colavecchio, 2011, p. 17). La radio évolue car les utilisateurs d'Internet peuvent désormais écouter la radio sur le net en direct ou en différé.

Chaque jour, près de 83 millions de photos sont chargées sur Facebook, 60 millions de tweets sont échangés et plus d'un milliard de vidéos sont regardées sur You Tube. Une étude réalisée en 2008 montre ainsi que 20% des enfants scolarisés dans le primaire possèdent un compte Facebook, pourcentage qui s'élève à 48% pour les collégiens et à 90% pour les lycéens (Ferrand, 2012).

Les jeunes, à l'heure d'aujourd'hui, ont tendance à boudier Facebook au profit de réseaux sociaux dits « satellitaires » c'est-à-dire avec un temps de visualisation très éphémère du contenu des messages (SnapChat ou WhatsApp).

En additionnant les postes de télévision, les tablettes tactiles et les écrans d'ordinateur, on dénombre dans notre pays 5,3 écrans par foyer (*ibid.*). En France : les foyers ont dépensé, en moyenne sur une année, 2348 euros pour leurs achats médias et multimédias, hors redevance

individuelle (*ibid.*). Une récente étude (avril 2014) montre qu'un foyer sur deux est équipé d'une tablette et qu'un adolescent sur cinq a une tablette³.

1.1. Le cas de la télévision :

Depuis les années 1980, nous avons assisté à une multiplication des canaux de diffusion et des programmes proposés. Exemple : 3 chaînes en 1980, il en existe plusieurs milliers en 2010 (*ibid.*).

La télévision est le média le plus fréquenté par les préadolescents : 73% déclarent la regarder tous les jours plus particulièrement le soir. M6 et TF1 sont les chaînes préférées (Jehel, 2011). 18% de ces 73% déclare regarder des émissions de télé-réalité et 54,5% sans les parents.

Les émissions de télé-réalité (Rieffel, 2011) ont été lancées à la suite d'études de marché qui visent à connaître les attentes supposées des consommateurs potentiels que sont les téléspectateurs. En quelque sorte, c'est une stratégie marketing qui met l'accent sur l'émotion et le spectaculaire.

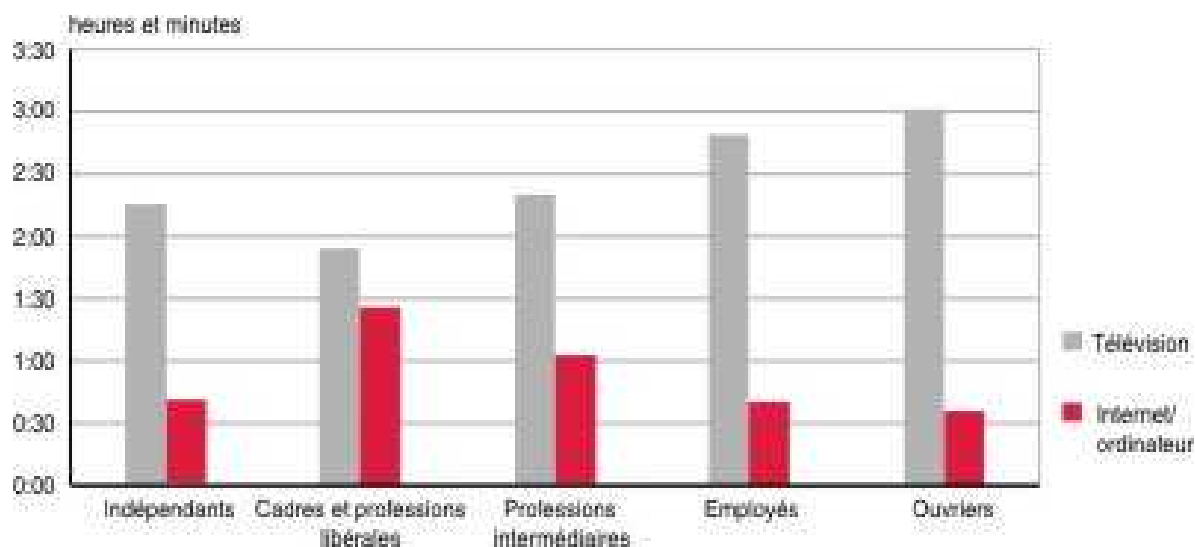
Les informations diffusées par TF1, France 2 ont une plus grande crédibilité chez les jeunes de 15 à 24 ans que celles de M6, Canal + ou autres... La chaîne M6 tend à renverser cette tendance en proposant des émissions de télé-réalité qui tentent de séduire les jeunes (exemple : Top Chef et Cauchemar en cuisine ou à l'hôtel...).

Selon Rieffel (*ibid.*), la télévision est avant tout un média de divertissement avant d'être un média de culture.

La chaîne la plus engagée culturellement depuis 2001 est France 3 : environ 150 heures par an de magazines et documentaires pour les jeunes (exemple : C'est pas sorcier).

Patrick Champagne (1971) a constaté que les émissions culturelles de la télévision sont d'autant plus regardées et appréciées que l'on s'élève dans la hiérarchie sociale. Rieffel (2011) le confirme de nouveau trente ans après. Un rapport de l'INSEE le prouve également en 2010.

³ IPSOS. Print, tablettes, autres écrans : les nouveaux usages des – de 20 ans [en ligne] Disponible sur mediaeducation.fr/ecrans-quels-usages-pour-les-moins-de-20-ans/ (Consulté le 27 avril 2014).

Figure 2 : Le temps passé devant un écran selon la catégorie socioprofessionnelle⁴

Source : INSEE, 2014

Champ : personnes de 15 ans ou plus en France métropolitaine.

Nous nous apercevons que ce sont les employés et ouvriers qui regardent le plus la télévision mais en contrepartie ceux qui utilisent le moins Internet. Alors que les cadres, eux, utilisent le plus Internet. L'utilisation des écrans dépend donc de la position sociale de la population.

La télévision n'est pas négative sur la classe ouvrière et employés car elle ouvre de nouveaux horizons. Par le biais de reportages, cela permet aux gens qui ne peuvent partir en vacances de se cultiver.

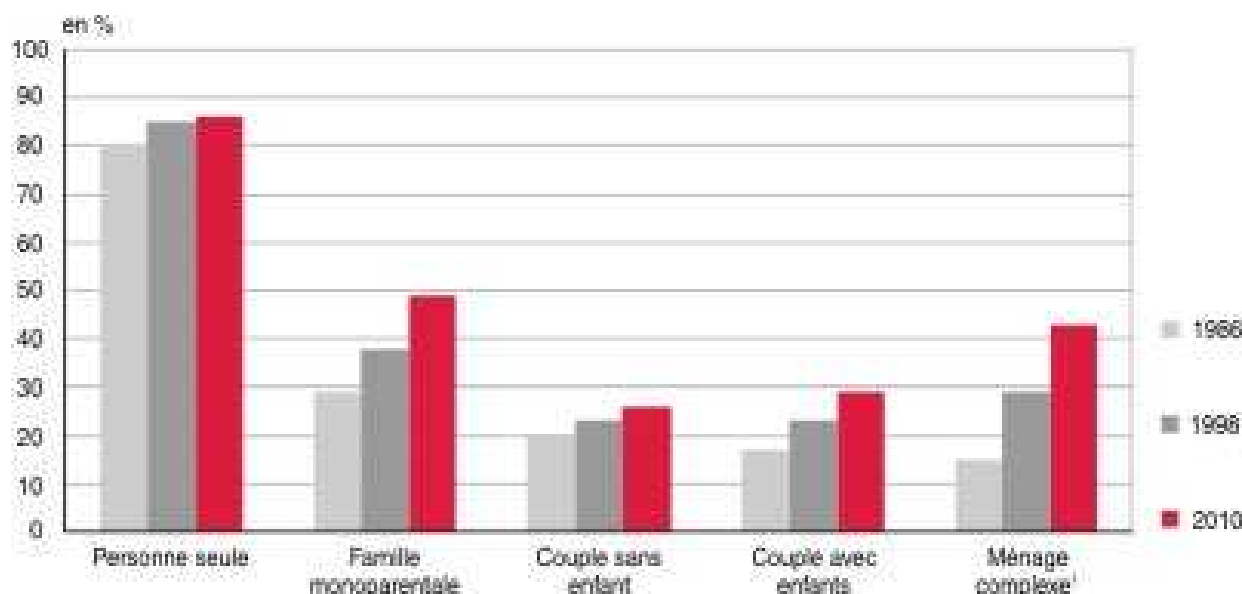
En France, la télévision est désormais présente dans la totalité des foyers (Ferrand, 2010). Le fait d'avoir plusieurs téléviseurs serait d'autant plus vrai dans les foyers populaires que dans les familles aisées. Elle favoriserait les interactions familiales et d'un autre côté cette activité en famille est boudée par les jeunes au profit d'Internet. Selon Patrick Champagne (*ibid.* ; 1971) « *la télévision ne peut se consommer en famille* ».

Livingstone (1999) reprend cette idée dans un article que la télévision est un média fondamentalement social, alors que l'ordinateur est plus adapté à un usage individuel. Or, une enquête de l'INSEE montre que, depuis trente ans, l'usage de la télévision est avant tout très largement solitaire.

⁴ INSEE. Enquête Emploi du temps 2009-2010 [en ligne]. Disponible sur

www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1437&page=graph (consulté le 27 avril 2014)

Figure 3 : Temps passé devant la télévision

Source : INSEE, 2014⁵

Champ : personnes de 15 ans ou plus en France métropolitaine. Un ménage complexe est un ménage qui compte plus d'une famille, plusieurs personnes isolées ou toute autre combinaison de familles et personnes isolées.

Ce graphique prouve que la télévision est toujours plus regardée seul. Les raisons de ce constat seraient certainement liées au fait que le nombre de personne vivant seule a augmenté. Pour les autres, c'est l'augmentation du nombre d'équipements qui expliquerait ces chiffres. De plus, c'est favorisé par la baisse des prix des appareils et par l'essor des postes à écran plat (LCD et plasma).

Dans les années cinquante, une famille avait un seul poste de télévision. Livingstone (*ibid.*) se demande si le foyer à PC unique n'est pas « *lui-même historiquement provisoire* » et si la présence de plusieurs PC dans la maison ne pourrait pas devenir courant dans un avenir proche. À l'heure d'aujourd'hui, nous avons vu plus haut que les foyers sont désormais équipés de nombreux écrans (5,3 écrans en moyenne/foyer).

Enfin, la télévision serait un média néfaste pour le sommeil, le développement intellectuel et moral, la santé physique et psychique de l'enfant (Langouet & Beraud-Caquelin, 2001).

⁵ INSEE. *Enquête Emploi du temps 1986-87, 1998-1999, 2009-2010* [en ligne]. Disponible sur www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1437&page=graph (consulté le 27 avril 2014)

1.2. Le cas de la lecture :

Nous avons vu plus haut que la lecture papier a baissé au profit de la lecture électronique. L'année 2009 a été riche en événements concernant l'évolution du livre (Tessier, 2011). Les grandes librairies en ligne sont couramment utilisées (Fnac, Amazon). Sur le Net, les consommateurs peuvent avoir accès à des encyclopédies en ligne. Il est désormais possible d'acheter des appareils de lecture électroniques (les « liseuses », exemple le Kindle d'Amazon), sans compter l'achat possible d'applications téléchargeables sur un iPad/iPhone/BlackBerry. On peut parler de génération e-book⁶.

Une étude Audipresse, publiée en 2013, mentionne que les lectures en ligne des journaux et magazines auraient progressé de 11% en 2012, avec notamment une augmentation de 27% sur les tablettes et mobiles de type Smartphone (École Normale Supérieure de Lyon, 2013, p. 66). Les actes de lecture sur écran se sont donc multipliés. La lecture de livre a donc baissé mais les femmes ont aujourd'hui un engagement plus fort dans le monde du livre que les hommes dans tous les milieux sociaux, à la fois parce qu'elles sont plus nombreuses à lire quand elles sont jeunes et qu'elles résistent mieux à la diminution du rythme de lecture qui accompagne l'avancée en âge. La progression de la fréquentation des bibliothèques est entièrement due aux femmes (Donnat, 2009).

1.3. Le lien télévision/lecture :

Selon Langouet & Beraud-Caquelin (2001), la télévision est fréquemment rendue responsable du déclin de la lecture, sans qu'il y ait pour autant de causalité établie. Une recherche de Seibel (*ibid.*) relève que « *les gros lecteurs sont aussi de forts consommateurs de télévision. Il n'y a pas antinomie entre les deux pratiques. Mais l'inverse n'est pas vrai : les forts consommateurs de télévision ne sont pas forcément de forts lecteurs* ».

D'autres études cherchent à montrer la complexité du rapport télévision-lecture ; ainsi D. Pasquier et J. Jouët (*ibid.*) établissent que c'est la durée d'utilisation des écrans (télévision, console de jeux, ordinateur) et non leur fréquence qui est corrélée négativement avec la lecture. Une statistique peut faire peur : 29,2% des collégiens dont la télévision est allumée pendant les devoirs ont redoublé pendant leur scolarité avant l'entrée en 4^{ème} (*ibid.*).

⁶ Anglicisme utilisé aussi bien pour le livre numérique (version numérisée d'un livre) que pour le livre électronique (appareil de lecture permettant de lire à l'écran des livres numériques).

2. Les médias culinaires :

« *La cuisine se positionne comme l'un des premiers loisirs culturels des français* » selon Sébastien Demorand⁷.

L'engouement des Français pour la cuisine suscite la gourmandise des médias. Émissions radio ou télé, magazines spécialisés, sites dédiés...les supports ne cessent de se multiplier.

Prenons tout d'abord l'exemple de la presse culinaire : en vingt ans, les magazines autour du thème de la cuisine ont envahi les kiosques. Il existait 4 magazines en 1989, aujourd'hui il en existe plus de 40. Les magazines culinaires surfent sur la vague de l'évolution. La revue Cuisine et Vins de France, née en 1947, s'est développée sur le Web.

Il faut également évoquer le secteur des livres de cuisine. Lors du salon du livre 2014, il a été évoqué « *qu'entre 2003 et 2011, la production d'ouvrages culinaires a augmenté deux fois plus vite que la moyenne de la production française de livres. Et le nombre de nouveaux titres du secteur a plus que doublé* »⁸.

L'édition autour de la cuisine fait recette. Exemple : en 2012, le mini-livre sur les recettes à base de Nutella s'est vendu à 650 000 exemplaires. Paradoxe, les guides gastronomiques traditionnels, eux, sont en déclin, face à l'essor d'Internet. Exemple : le guide Michelin est passé de 80 400 exemplaires vendus à 68 400 entre 2011 et 2013.

Les émissions culinaires ne datent pas d'aujourd'hui, un article d'Evelyne Cohen (2012) fait référence à la première émission culinaire. Les émissions de Raymond Oliver et Catherine Langeais *Art et magie de la cuisine* font figure de référence. Elles ont contribué à inventer la tradition des émissions de cuisine à la télévision. Celles-ci ont épousé les transformations des modes de vie et des pratiques culturelles.

À partir de 1953, et jusqu'à la fin de sa carrière, Raymond Oliver conjugue l'activité de grand chef au Grand Véfou avec celle de présentateur et animateur d'émission de cuisine. Il accompagne ces activités par des publications de livres qui expliquent ses conceptions de l'art culinaire et donne des recettes en les commentant. On peut considérer que cet homme construit pour la première fois, en France du moins, le personnage du chef-homme-de-médias, rôle qu'il revendique pleinement.

⁷ LENA Rose. Médias culinaires : à chacun sa recette. *Marketing Magazine*, janvier 2008, n°119.

⁸ CONDIS Stéphanie. L'édition met les petits plats dans les grands. *Le Nouvel Observateur*, mai-juin 2014, Hors-Série, p.15-16.

Elles sont diffusées le lundi à 19 heures, avant le feuilleton et le journal télévisé de 20 heures, au moment où les femmes préparent elles-mêmes le repas du soir.

À partir de 1960, une variante de l'émission conçue sur le même modèle, la « *Cuisine pour les hommes* » s'intercale dans les programmes.

Raymond Oliver s'affirme progressivement en porte-parole de la cuisine française à l'étranger. Il devient pour la presse un ambassadeur du goût français.

À l'époque, les missions de la télévision étaient d'informer, instruire, distraire ; ces émissions de télévision s'inscrivaient dans ce cadre-là.

Aujourd'hui, le goût des français pour la cuisine est tout sauf un épiphénomène⁹. La chaîne M6 a déclenché la course aux émissions culinaires avec *Oui Chef!* en 2004 présenté par le chef Cyril Lignac. Depuis cette émission, les programmes de ce type ont envahi les écrans ; rassemblant tous les types de spectateurs (les mères de familles, les célibataires, les enfants). Ces émissions suscitent même des vocations pour les jeunes en âge de choisir leur orientation. TF1 a choisi l'option télé-réalité avec une dimension spectaculaire et un programme diffusé en prime-time. Dans un tout autre registre, France 5 devient la « chaîne cuisine », avec trois programmes culinaires basés sur la tradition culinaire et les voyages (*C à vous*, *Escapades avec Jean-Luc Petitrenaud*, *Fourchette et Sacs à dos avec Julie Andrieu*). Le responsable du service presse de la chaîne, Frédérique Lemaire affirme que « *nous ne sommes ni dans le concours ni dans la performance, plutôt dans la rencontre et le partage* ».

M6 a voulu réinventer les émissions culinaires en insistant sur la proximité et le quotidien des téléspectateurs (*Un dîner presque parfait*). Cette chaîne s'est aussi tournée vers des émissions en direct avec des professionnels (*Cauchemar en cuisine*, *Top Chef*).

Voici le classement des émissions culinaires en terme d'audience (source : Médiamétrie¹⁰).

1	Masterchef : TF1
2	Top Chef : M6
3	Un dîner presque parfait : M6
4	Télématin : France 2
5	Fourchette et Sac à dos : France 5
6	C à vous : France 5

⁹ Cappelli & Cousin. Grande bouffe sur petit écran et Les grands chefs, des fourneaux à la com', janvier 2012 [en ligne] Disponible sur www.strategies.fr (Consulté le 26 avril 2014).

¹⁰ Société d'études des médias chargée de sonder les comportements du public et d'analyser les études de marché.

7	Les escapades : France 5
8	Côté cuisine : France 3

Les différents aspects sociologiques que nous venons de développer nous amènent naturellement à évoquer le rapport que l'école et l'éducation entretiennent avec les médias.

Chapitre 3. Les médias et l'éducation :

Selon Rieffel (2010), les parents et l'école ne sont plus les seuls à éduquer les enfants, les médias aussi.

Face aux nombreux médias qui entourent les jeunes et les messages diffusés, l'école se doit d'assumer un « *accompagnement éducatif, adapté au profil culturel des jeunes* ». Elle doit se préoccuper de l'intégration des connaissances acquises par les médias (Dansereau, 1991).

Il existe deux aspects : l'éducation par les médias à la maison puis à l'école.

1. À la maison

Les parents considèrent que les médias sont sources d'apprentissages ; l'achat en équipement médiatique des familles répondrait donc à une attente d'apprentissage.

Les télévisions scolaires¹¹ sont nées entre 1960 et 1970 pour combler là où l'école et la famille « *semblent défaillir* » (Balle, 2012). Dans le monde entier, des émissions éducatives sont nées. Exemple : Sesame Street a appris l'alphabet à des dizaines de millions d'enfants dans le monde. Par ailleurs, Rieffel (2010) cite quand même que « *les enfants qui regardent trop la télévision travaillent mal à l'école* ».

De toute façon, la télévision est souvent perçue comme un loisir récréatif par rapport à l'ordinateur, jugé plus sérieux (Chailley, 2002).

Selon Chailley, la fréquentation de la télévision est dominée par des attitudes de loisir, de jeu, de détente. Ce qui la rend étrangère à l'univers de la culture scolaire dominée par l'effort, le travail, le sérieux. Elle pense que la télévision apporte des « *apprentissages implicites* » alors qu'à l'école on réalise des « *apprentissages explicites, on sait qu'on apprend* ».

¹¹ Programmes qui éduqueraient comme l'école.

Et pourtant la télévision précède l'école puisque selon Langouet et Beraud-Caquelin (2001) c'est le premier média avec la radio accessible à l'enfant car ce dernier saura allumer la télévision très tôt avant de lire un livre ou d'utiliser un ordinateur.

2. À l'école

McLuhan¹² pensait que l'école était hostile aux médias (Durand-Prinborgne et al, 2005, p 623).

L'école a longtemps résisté à l'innovation technologique de l'ordinateur, depuis les premières expériences d'Enseignement Assisté par Ordinateur en 1966 jusqu'au plan informatique pour tous du 25 janvier 1985. Nos élèves font plusieurs choses en même temps, écouter le cours d'anglais tout en finissant le devoir de maths, écrire un devoir tout en regardant la télévision (Bei & Gérard, 2001, p. 86).

En 1979 : engagement du ministère de l'Éducation nationale avec l'opération Jeune Téléspectateur Actif. Il encourage fortement les usages pédagogiques de la télévision (Chailley, 2002).

En 2001, le recteur Joseph Losfeld (*ibid.* ; Bei & Gérard, 2001) estime que « *l'école a beaucoup de reproches à faire aux médias et s'enferme trop souvent dans une attitude de rejet, de mise à l'écart.* ». Il est convaincu qu'une éducation aux médias contribue au développement de l'esprit critique des jeunes et favorise leur formation citoyenne.

Selon, Langouet & Beraud-Caquelin (2001), il revient à l'école de favoriser l'accès aux nouvelles technologies comme Internet car la variable sociale est très discriminante en matière d'équipement en matériel informatique. Les enfants des milieux les plus modestes n'ont pas le loisir de pianoter sur un ordinateur.

Et pourtant la communication entre l'école et les médias existe depuis les années soixante.

C'est en 2005, qu'en France, l'éducation aux médias entre dans le socle commun : compétence 4 « La maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication » (Riboullet, 2013, p. 16).

D'une manière générale, l'éducation aux médias modifie le comportement des élèves, développe les compétences transversales et facilite les apprentissages (Savino, 2005, p. 10).

¹² Marshall McLuhan : 1911-1980, professeur de lettres canadien anglophone, spécialisé dans l'étude des médias.

8 juillet 2013 : Loi d'orientation et de programmation où l'éducation aux médias est inscrite, il est désormais question de faire rentrer l'école dans l'ère du numérique.

Vincent Peillon, ministre de l'Éducation nationale de l'époque, avait présenté un mois plus tôt un guide reprenant les premiers points d'étape de l'entrée de l'École dans l'ère du numérique. Il propose un ensemble d'actions pour relancer l'éducation aux médias et à l'information et favoriser un usage responsable d'Internet et des réseaux sociaux. Vous trouverez les pages consacrées à l'éducation aux médias en annexe (Annexe A).

Les deux objectifs du renouvellement de l'éducation aux médias est de :

- Permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté dans cette société de l'information et de communication,
- Permettre la compréhension et l'utilisation des médias par les élèves et les enseignants.

3. Le Clémi :

Alain Savary (ministre de l'Éducation nationale) avait commandé un rapport en septembre 1981, à Jacques Gonnet et Pierre Vandevoorde sur « L'introduction des moyens d'information dans l'enseignement ».

Le CLEMI (le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information) a ainsi été créé le 26 avril 1983 par arrêté ministériel. Jacques Gonnet en devient le directeur de 1983 à 2004.

Il a pour mission de « *promouvoir, notamment par des actions de formation, l'utilisation pluraliste des moyens d'information dans l'enseignement afin de favoriser une meilleure compréhension par les élèves du monde qui les entoure tout en développant leur sens critique* » (Bei & Gérard, 2001).

Concrètement, le CLEMI, par sa souplesse, peut s'assimiler à une « administration de mission ». Fondé sur un projet précis, il bénéficie d'une autonomie de gestion au sein d'un grand établissement public, le CNDP (centre national de documentation pédagogique) devenu depuis peu CANOPE¹³.

Le CLEMI est composé d'une équipe nationale et d'équipes régionales. La directrice actuelle est Mme Divina Frau Meigs.

Le CLEMI se définit comme « *chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif français. Il a pour mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias. Cet objectif s'appuie sur des partenariats dynamiques entre enseignants et professionnels de l'information. Tous les enseignants, quels que soient*

¹³ C'est un nom très symbolique évoquant un écosystème riche et basé sur la diversité et l'adaptabilité, un lieu foisonnant et stimulant d'expérimentation et d'échanges.

leur niveau et leur discipline peuvent avoir recours au CLEMI, tant au plan national que régional, pour se former, obtenir des conseils ou des ressources. »¹⁴

Figure 4 : Page d'accueil du site Clémi



Sur la gauche de la page de présentation sur le net, nous pouvons voir ce que propose le Clémi :

- Des informations relatives aux divers concours organisés pour les établissements.
- Des productions d'élèves (journaux, radio, web-radio, blogs, magazines...).
- Des ressources pour la classe (fiches pédagogiques et vidéos sur l'utilisation et la construction des médias, des liens vers certains médias, des dossiers thématiques...).
- Des publications (ouvrages, guides pratiques...).
- Une rubrique « se documenter » qui permet aux enseignants d'être sensibilisés à l'utilisation des médias dans les cours.

Des projets d'ampleur sont impulsés par le CLEMI : exemple « La semaine de la Presse dans l'École ». Elle permet à trois millions cinq cent mille élèves mobilisés dans quinze mille établissements de mieux connaître, grâce aux médias d'information, le monde dans lequel ils vivent. Son objectif est de « sensibiliser les élèves à l'importance de la presse dans les apprentissages

¹⁴ Le Clémi. Page de présentation [en ligne]. www.clemi.org. (Consulté le 27 avril 2014).

fondamentaux, dans la formation d'un esprit curieux des hommes et des choses, et enfin dans la constitution d'une identité de citoyen » (ibid. ; Bei & Gérard, 2001).

Cette année a eu lieu la 25^{ème} semaine de la Presse et des médias dans l'école du 25 au 29 mars 2014.

Ce projet fait même l'objet d'une circulaire paru au Bulletin Officiel en septembre 2013¹⁵.

La circulaire précise que ce projet a pour but de favoriser la rencontre entre le monde éducatif et les professionnels des médias et de développer chez les élèves une attitude critique et réfléchie vis-à-vis de l'information.

Afin de garantir la cohérence de cette action éducative avec les apprentissages fondamentaux, il est souhaitable que la Semaine de la presse et des médias dans l'École soit intégrée au projet d'école ou d'établissement.

Cette opération repose sur trois principes majeurs : le partenariat, la gratuité et le pluralisme.

- Partenariat : le ministère de l'éducation nationale, La Poste, les éditeurs de presse. Toute latitude pédagogique est laissée aux équipes éducatives pour concevoir et organiser leur travail (débat, ateliers, concours, panoramas de presse, etc.). Les enseignants intéressés par l'opération doivent contacter directement les professionnels des médias qu'ils souhaitent accueillir dans leurs classes.
- Gratuité : Les éditeurs de presse offrent plus d'un million d'exemplaires de leurs publications et financent cet acheminement. Les journalistes se déplacent bénévolement pour participer aux conférences et aux tables rondes organisées dans les établissements scolaires. La Poste prend à sa charge une partie du coût des envois postaux.
- Pluralisme : Tous les médias peuvent s'inscrire à la Semaine de la presse pour autant qu'ils aient un numéro de commission paritaire, quels qu'en soient l'opinion, l'illustration, le contenu rédactionnel ou la ligne éditoriale.

Les élèves qui produisent un journal scolaire peuvent l'inscrire en tant que média à la Semaine de la presse et des médias dans l'École. Cette initiative qui dynamise l'essor de la vie culturelle au lycée encourage l'expression et l'engagement citoyen des élèves. Elle s'appuie sur l'action du référent culture, enseignant volontaire dont la mission principale est de mener à bien le volet culturel du projet d'établissement.

À chaque fois, les participants sont invités à travailler un thème : « Une info, des supports » pour cette année. Ce thème permet d'aborder la question des modalités de diffusion de

¹⁵ Ministère de l'Éducation nationale. Actions éducatives : 25^{ème} Semaine de la presse et des médias dans l'école [en ligne]. Disponible sur www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html?cid_bo=73567. (Consulté le 27 avril 2014).

l'information et de se demander d'où viennent les informations. Il invite également à s'interroger sur la multiplicité des supports et des formats. Il pose également implicitement la question de la formation des journalistes.

Les rapports « éducation-école/média » que nous venons d'aborder nous amènent à nous questionner sur leur utilisation au cours de l'acte pédagogique des enseignants dans la classe.

Chapitre 4. Utilisation des médias en cours :

Certains pédagogues n'ont pas attendu les lois pour initier des projets sur les médias en classe avec les élèves. C'est le cas de Célestin Freinet, instituteur et grand pédagogue de l'Éducation nouvelle.

1. La pédagogie de Célestin Freinet et le journal scolaire

Célestin Freinet (1896-1966) milite en faveur d'une pédagogie populaire¹⁶. Il veut créer une école pour les enfants du peuple, un prolongement naturel des activités proche de la vie des élèves. « L'idée fondatrice est celle de l'imprimerie dans la classe ». Au final, les élèves auront produit un écrit : le journal scolaire.

Freinet souhaite placer l'imprimerie au centre des activités de la classe et entraîner beaucoup d'instituteurs dans ce mouvement. Dès la fin des années 1920, le bulletin « L'imprimerie à l'école » regroupe les partisans de cette pédagogie.

La pédagogie de Freinet repose sur la personnalisation des apprentissages. L'école doit être centrée sur l'enfant. La majorité des journaux scolaires sont, à l'heure d'aujourd'hui, empreints de cette pédagogie. Freinet utilise les outils et techniques de l'époque : imprimerie, bibliothèque de lecture et de documentation, l'appareil photographique, le magnétophone.... Aujourd'hui, les enseignants utilisent également des outils comme l'accès à Internet, le CDI....

En 1951, la question du statut des journaux est posée par le mouvement Freinet. Mais de plus en plus d'enseignants produisent des journaux pour motiver leurs élèves et favoriser la communication entre l'école et son environnement.

¹⁶ Cyberéchos Liés de Créteil. L'école et la presse : historique des journaux scolaires [en ligne]. Disponible sur : <http://cyberechos.creteil.iufm.fr/presse/chap1.htm>. (Consulté le 8 février 2014).

En 1976, le ministre de l'Éducation nationale René Haby, sort une circulaire proposant de nombreuses approches de la presse. Il insiste sur sa valeur pédagogique et rappelle certaines règles (respect de toutes les familles d'esprit).

Aujourd'hui, l'institution accepte et favorise le travail sur la presse et la création de journaux scolaires. L'avancée technologique fait évoluer les pratiques. Il existe des milliers de journaux scolaires : du projet le plus ambitieux (réalisation d'un vrai magazine avec un comité de rédaction impliquant de nombreux partenaires) à la simple feuille d'actualité centrée sur la vie de la classe. De nombreux supports sont alors apparus : émissions radio, diffusion en ligne...

2. Approche des différents médias utilisés en cours

2.1. Le cas de la télévision :

Chailley (2002) cite que la télévision serait « *l'occasion de transferts d'apprentissages* ». Beaucoup d'enseignants montrent des émissions en rapport avec les contenus d'enseignement de l'école, notamment avec les programmes du CNDP (CANOPE aujourd'hui). Comme le cite Chailley (*ibid.*) « *ceux-ci ont l'avantage d'être en rapport explicite avec les instructions officielles, et d'être construits selon des critères de durée cohérents par rapport aux horaires scolaires.* ».

D'autres enseignants se dirigent vers des émissions grand public qui offrent de plus en plus de thèmes en relation avec les programmes de l'école. L'enseignant a alors un grand choix de séquences et activités à proposer aux élèves. Ces émissions apporteraient un savoir parfois nouveau sur un thème.

Une autre façon également de travailler avec la télévision est de reprendre la télévision regardée par les élèves chez eux. Selon Chailley (*ibid.*), elle serait porteuse des « *meilleurs apprentissages* ». L'enseignant devra travailler avec l'élève sur ce sujet. L'école est là pour aider les élèves à mieux comprendre les programmes qu'ils regardent en milieu familial.

Selon Dansereau (1991), les enseignants pourraient davantage prévoir à l'horaire classe, des périodes de travail (« analyse-synthèse ») sur des émissions regardées à la maison. Cela amènerait progressivement l'intégration de la télévision à l'école.

Dans une enquête européenne (entre 1997 et 1999), à la question « *Quand tu cherches à te renseigner, à te documenter sur un sujet qui t'intéresse, que choisis-tu de faire ?* », l'item « *Regarder la télévision* » recueille 38% de réponses positives.

Selon Rhéaume (1993) : les films documentaires, les émissions télévisées et les diaporamas seraient des productions où le savoir est structuré. L'enseignant serait l'animateur de cette activité. C'est l'outil qui apporte le contenu dans ce cas-là.

2.2. Le cas de la radio :

La radio (Bonneau & Colavecchio, 2013) est un excellent support pour améliorer l'expression orale de nos élèves. Initier les jeunes à son fonctionnement ne peut que les aider à en apprécier l'écoute. Les compétences sont très larges pour réaliser des émissions radio, il faut maîtriser sa parole et faire une préparation écrite. La radio aide l'élève à développer son opinion, à argumenter et oser prendre la parole pour communiquer avec son auditoire. Ils peuvent s'exprimer sur des sujets d'actualité qu'ils n'ont pas l'habitude d'aborder. Les enseignants ont désormais les séquences de cours adaptés pour développer ce média : TPE¹⁷, enseignements d'exploration en seconde, heures d'accompagnement personnalisé... Cela peut favoriser la création de médias radiophoniques.

Le travail avec la radio remonte à une trentaine d'année et évolue toujours plus avec l'arrivée de nouvelles technologies.

La première radio à l'école remonte à 1982. C'est ainsi la naissance des radios scolaires. Certains chefs d'établissement sont réticents à l'idée d'utiliser la radio au sein de leur école. La crainte du direct et les « dérapages » inquiètent. Les enseignants sont également frileux face à cet outil innovant pédagogiquement. Ils n'ont pas l'habitude d'utiliser ce média.

En 1984, le CLEMI obtient la signature d'un texte commun entre le ministère de la Culture et de la Communication et le ministère de l'Éducation nationale reconnaissant l'utilité pédagogique des radios en milieu scolaire.

En 1985 : création de l'Anarems¹⁸.

La révolution du numérique a modifié le paysage médiatique et l'utilisation de la radio à l'école. « *L'ère de la web radio est ouverte (ibid.)* ».

En 2000 : les radios arrivent sur Internet.

En 2003 : arrivée de la technique « postcast¹⁹ » en opposition au technique en « streaming²⁰ ».

16 mars 2010 : une circulaire mentionne explicitement l'utilisation de la radio à l'école.

¹⁷ Travaux personnels encadrés.

¹⁸ Association nationale des ateliers radio en milieu scolaire.

¹⁹ Lecture en ligne ou téléchargement de ces programmes pour une écoute différée sur un ordinateur ou des lecteurs mobiles

²⁰ Diffusion en temps réel des émissions de radio.

Nous sommes dans l'ère où les jeunes aiment s'exprimer sous forme de posts, de vidéos ou de sons. Mais ces pratiques se font en dehors de l'école. Il convient de favoriser ces activités dans un cadre scolaire et pédagogique (*ibid.*).

2.3. Le cas du Web 2.0

Avec le Web 2.0, l'internaute devient acteur sur le web. Il participe à l'élaboration des données qu'il consulte, publie, partage ses données, échange via les réseaux sociaux, participe à des travaux collectifs.

Aujourd'hui de nombreux jeunes ont un blog et une page Facebook. Même le ministère de l'Éducation nationale a sa page Facebook et son compte Twitter.

L'école doit former au Web 2.0 car elle forme des enfants qui sont imprégnés de ces technologies qui permettent d'écrire, de publier, de partager des textes, des images et des sons, d'échanger en temps réel.

Les blogs, Facebook, Twitter peuvent être utilisés à des fins pédagogiques. Reste aux enseignants de les utiliser dans ce sens et de montrer aux jeunes qu'ils ne sont pas utiles que pour le loisir. Les professeurs ne doivent pas expliquer le fonctionnement technique d'Internet mais l'utilisation sociale et culturelle.

« *Le blog est une version moderne de l'imprimerie de Freinet ?*²¹ » selon Christelle Guillot (professeur).

Le blog est un outil de publication sur Internet dans lequel les articles sont publiés à la suite les uns des autres et peuvent être commentés par les lecteurs. Des plateformes de blogs permettent assez simplement et gratuitement à chaque internaute de créer son blog personnel.

Le blog est un outil qui favoriserait les apprentissages, il ne doit bien évidemment pas devenir un substitut des cours.

Un sondage réalisé sur 56 élèves âgés de 14 ou 15 ans apporte les constats suivants²² :

- 93% des élèves affirment que *bloguer est une excellente façon de s'exercer à mieux écrire et que le blog est un outil qui aide à apprendre,*
- 100% des élèves admettent *faire des efforts pour mieux écrire dans les billets qu'ils bloguent que dans leurs travaux scolaires,*
- 64% des élèves disent *faire des efforts supplémentaires dans leurs travaux scolaires car ils savent qu'ils pourront éventuellement les bloguer,*

²¹ GUILLOT Christelle. Blog, radio, vidéo : tout est bon pour faire écrire. *Les Cahiers pédagogiques*, juin 2010, n°482, p 19.

²² ASSELIN Mario. Internet forme, l'éducation se transforme. *Les Cahiers pédagogiques*, juin 2010, n°482, p 27.

- 76% des élèves soutiennent qu'un blog est un bon support à la métacognition, c'est-à-dire qu'il permet de garder des traces des apprentissages et qu'il aide les élèves à nommer leurs forces et leurs faiblesses afin de s'améliorer éventuellement.

Les parents peuvent également s'investir dans ce type d'outil, car ils peuvent poser ou partager des commentaires avec les professeurs et les élèves du groupe classe.

3. La recherche d'information des élèves :

L'accès aux nouvelles technologies permet aux jeunes d'effectuer très facilement des recherches dans ou pour le cadre scolaire. Selon une étude de Karine Aillerie (2008), c'est la pratique d'un Internet social et communicationnel qui arrive en tête. Les élèves sont des adeptes des messageries électroniques et instantanées. Mais la recherche documentaire vient juste après.

Les informations du Web constituent à leurs yeux une source privilégiée d'informations, plaçant « Google-Wikipédia » en tête d'affiche. La recherche d'informations est donc la deuxième grande activité des jeunes sur Internet. Ce qui est inquiétant c'est que dans l'étude menée, les jeunes reconnaissent pour la plupart ne pas faire de recherches personnelles très riches, certains ont même déclaré ne pas en effectuer du tout (*ibid.*).

Les élèves semblent se contenter des premiers documents trouvés contenant les mots de la consigne. Ils font le moins d'efforts possible pour une recherche d'information. Les images semblent être utilisées comme « *résumés du document* » selon Boubée (2007). Parfois, les élèves ne choisissent pas de lire la suite, tout simplement parce que l'image ne leur convient pas. Selon Boubée (*ibid.*) « *l'image apparaît dans les études scientifiques comme élément fortement valorisé par les jeunes qui la placent au même niveau que les textes, voire pour certaines étapes de la recherche d'informations à un niveau supérieur pour réaliser leur activité. Elles ont pour caractéristique commune de ne pas être suffisamment présentes dans le cursus des élèves* ».

Et pourtant, l'image est l'un des premiers contacts des enfants avec le monde des médias. D'une approche apparemment facile, concrète et immédiate, elle nécessite cependant des outils de lecture pour être comprise (Savino 2005).

Face à ces nouveaux outils numériques, les jeunes ont un rapport avec la lecture différent aujourd'hui. Dans l'article de Rhéaume (1993), des étudiants exposent des recherches faites sur la lecture et qui disent que la lecture à l'écran est de 30% moins rapide ou moins efficace que la

lecture sur papier. Le papier leur apporte concrètement une assurance que le fichier ne saurait encore livrer. Il serait intéressant de savoir s'il en est de même 20 ans après.

4. Stratégie d'enseignement des enseignants :

Les documents les plus utilisés par les enseignants viennent le plus souvent des médias : articles de presse, photos, enregistrements d'émissions de télévision, documentaires, films, documents du web dans des sites de recherches ou de présentation. Ils sont exploités pour le contenu qu'ils proposent et le « *plus pédagogique* » (Bei & Gérard, 2001, p. 166) qu'ils introduisent en favorisant la construction de savoirs (questionnement par méthode inductive).

Selon Brien (1983), il faut d'abord fixer les stratégies d'enseignement puis sélectionner ensuite les médias capables de les véhiculer. Il donne d'ailleurs une définition du média « il constitue le support physique permettant de véhiculer la stratégie d'enseignement ».

À l'heure d'aujourd'hui, un enseignant ne doit pas faire sans Internet, car nous ne pouvons plus enseigner comme si le web n'existait pas. Jean-Yves Capul²³ disait lors d'une conférence (École Normale Supérieure de Lyon, 2013, p. 12) que notre rôle est « *d'apprendre aux élèves à utiliser Internet de façon raisonnée et responsable* ». Car, les élèves utilisent Internet mais d'une mauvaise façon. Ils jouent, communiquent, achètent mais n'ont pas les compétences pour utiliser cet outil afin de devenir des « *citoyens éclairés du XXIème siècle* ». De plus, ils considèrent comme vrai tout ce qui sort d'Internet.

D'ailleurs, Michel Perez²⁴ complète cette idée lors de cette conférence (*ibid.* ; p. 21) : « *il est indispensable que l'école forme les jeunes, qui ne sont plus seulement des élèves mais des jeunes citoyens, à un usage responsable et maîtrisé du numérique, des médias et de l'Internet* ».

Globalement, il faut guider les élèves dans leurs usages des nouveaux médias (le numérique), en leur faisant découvrir les codes, les langages, les règles, les dérives....

Mais, comme le souligne Odile Chevenez²⁵, toujours lors de cette conférence (*ibid.* ; p.119), « *on ne peut pas guider ses élèves dans une activité d'éducation aux médias, si l'on a pas soi-même quelques savoirs sur les médias et notamment numériques* ». Elle souligne que réaliser des projets avec les élèves aide à se former.

²³ Sous-directeur des programmes d'enseignement, de la formation des enseignants et du développement numérique en 2013, DGESCO.

²⁴ Inspecteur général de l'Éducation nationale, en 2013.

²⁵ Déléguée académique du Clémi dans l'académie d'Aix-Marseille, en 2013.

Pour cela, les ESPE²⁶ ont désormais l'obligation de former les futurs enseignants au numérique. Le professeur documentaliste est également un acteur central de l'éducation aux médias. D'ailleurs dans l'arrêté du 1^{er} juillet 2013, les professeurs documentalistes sont des « *enseignants et maîtres d'œuvres de l'acquisition par tous les élèves d'une culture de l'information et des médias* ».

Des formations sont parfois dispensées dans certaines académies pour les enseignants déjà en poste, sous l'impulsion de l'inspection. Exemple : une journée de formation a vu le jour en décembre 2013, dans l'académie de Versailles, sous la direction d'Alain Paccard (IEN-ET) intitulée « Formation aux outils numériques et à leurs usages ».

Produire un média (journal, radio ou vidéo), c'est permettre aux élèves d'aller à la rencontre d'autres personnes (autres élèves, professeurs, professionnels). Ils doivent comprendre que c'est un travail d'équipe. Les projets autour des médias améliorent aussi la communication dans l'ensemble de la communauté éducative (professeurs, parents d'élèves...) et facilitent la circulation de l'information au sein de l'école ou de l'établissement (Savino, 2005).

Les professeurs remarquent que les élèves investis dans la création d'un média font preuve d'enthousiasme, de créativité. Ils font également preuve de solidarité, d'entraide pour mener un projet commun.

Les enseignants travaillent en véritable concertation. Ces projets permettent une grande proximité avec les élèves. Savino (*ibid.* ; p. 10) pense que parce que les médias font partie de la vie des élèves, ils rapprochent de ce fait la culture des élèves et des professeurs.

5. Les sites nationaux de ressources en Hôtellerie-Restauration :

Serge Raynaud²⁷ affirme que « *les jeunes arrivent dans nos filières après la 3^{ème} en ayant déjà une connaissance des outils médiatiques*²⁸ ». Nous devons continuer à leur apporter cette maîtrise pour ne pas créer de « *cassure* ». Le site qu'il administre est un média en lui-même et proposent des supports médiatiques aux élèves et aux enseignants. Les visiteurs de ces sites sont bien évidemment les élèves, les enseignants mais également les parents, les représentants de la profession, des journalistes (Le Monde, Le Nouvel Observateur, des associations d'insertion professionnelle...).

²⁶ Écoles supérieures du professorat et de l'éducation.

²⁷ Webmestre, ancien professeur de cuisine, agrégé d'économie gestion.

²⁸ Entretien réalisé avec Serge Raynaud le 2 décembre 2013.

Serge Raynaud est satisfait du temps passé par les consommateurs sur des séquences de la WebTV²⁹ car en moyenne, le temps de passage est d'une minute, là il est de trois minutes ; cela signifie que les consommateurs prennent le temps de visionner. Le site est avant tout alimenté par des enseignants, à titre d'exemple sur trois mois (septembre, octobre, novembre), 150 éléments ont été envoyés à Serge Raynaud pour enrichir le site. Il pense que les enseignants doivent dynamiser leur cours par les médias. Avec les outils des sites de ressources, les élèves peuvent être plus motivés, actifs même.

Ce site est gratuit. Les « clients » n'ont pas besoin de payer pour aller consulter et puiser des supports.

Le site permet aux enseignants d'avoir des supports médiatiques pour leur cours : des fiches techniques, des vidéos... Ils ont également accès aux référentiels, sujets d'examen, documents utilisables pour les examens, les concours pour les élèves. Le site propose même des liens vers les différents ministères, les ESPE, des sites professionnels. Le site propose aussi un recensement des programmes télévisuels d'émission directement en rapport avec nos activités et nos filières de formation.

Figure 5 : Exemple de recensement des programmes TV

Programme

PROGRAMME TÉLÉVISION du 26 avril au 2 mai 2014

Lundi 28 avril 2014		
Style	12h10-12h30	Hôtelier
	12h30-12h45	Maison
	12h45-13h00	Maison
	13h00-13h15	Maison
	13h15-13h30	Art des chefs
	13h30-13h45	Maison
	13h45-14h00	Maison
Art	12h00-12h30	Escapade gourmande
France 2	17h00-17h30	Dans le pas d'un chef

Mardi 29 avril 2014		
Style	12h10-12h30	Hôtelier
	12h30-12h45	Maison
	12h45-13h00	Maison
	13h00-13h15	Maison
	13h15-13h30	Maison
	13h30-13h45	Maison
	13h45-14h00	Maison
Art	12h00-12h30	Escapade gourmande
Voyage	22h30-23h00	Atyp. cultures d'Afrique
France 3	23h20-00h00	Les secrets de la cuisine

Pour lire le programme, cliquer sur l'image pour faire défiler les jours de la semaine. Un clic droit permet d'agrandir l'image et de la déplacer dans la fenêtre.

Source : Hôtellerie-Restauration Ac-Versailles, 2014³⁰

²⁹ Diffusion et la réception par Internet de signaux vidéo, ce qui permet aux internautes de regarder du contenu vidéo à partir du Web.

³⁰ Sites nationaux de ressources. La WebTv [en ligne]. Disponible sur www.hotelierie-restauration.ac-versailles.fr. (Consulté le 26 avril 2014).

Chapitre 5. Réglementation des médias :

La presse écrite et celle diffusée par Internet sont contrôlées par l'OJD (Office de justification de la diffusion). La radio et la télévision sont contrôlées par le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel). Les sites nationaux de ressources en Hôtellerie-Restauration et la WebTV sont surveillés par la DGESCO³¹ et l'Inspection Générale de l'Éducation nationale³².

1. Le CSA :

Créé par la loi du 17 janvier 1989, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)³³ a pour mission de garantir la liberté de communication audiovisuelle en France. Il gère et attribue les fréquences destinées à la radio et à la télévision. Il a des responsabilités élargies : protection des mineurs, rigueur dans le traitement de l'information des médias audiovisuels, protection des consommateurs, veiller à la représentation de notre société dans les médias.

Le CSA est chargé de « *veiller à la défense et à l'illustration de la langue et de la culture françaises* » sur les antennes.

Le CSA rend des avis au Gouvernement sur les projets de loi et de décrets relatifs au secteur de la communication audiovisuelle. Il veille au respect de la dignité de la personne humaine dans les médias audiovisuels.

Une télévision ou une radio qui désire être diffusée en France doit accomplir les formalités nécessaires auprès du Conseil. Celles-ci sont de plusieurs natures : signature d'une convention d'engagements en contrepartie de l'autorisation d'usage de fréquences dans le cas d'un service diffusé par voie hertzienne terrestre, signature d'une convention ou simple déclaration dans le cas d'un service diffusé par un autre procédé, y compris les télévisions et les radios diffusées sur Internet.

Le Conseil possède un pouvoir de sanction : suspension de l'édition, de la diffusion, réduction de la durée de l'autorisation ou de la convention dans la limite d'une année.

³¹ Direction générale de l'Enseignement Scolaire.

³² Entretien réalisé avec Serge Raynaud, webmestre, le 2 décembre 2013.

³³ République française. Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. [en ligne]. Disponible sur www.csa.fr. (Consulté le 22 février 2014).

2. Les droits des élèves :

À l'heure où les enseignants utilisent certains nouveaux médias : blogs, sites personnels, filmer et photographier des élèves....il faut être vigilant sur la diffusion de données les concernant³⁴. Les données personnelles sont par exemple : nom, prénom, image fixe ou animée...

2.1. Le droit à l'image :

Il faut veiller à obtenir l'autorisation écrite du majeur ou de ses représentants légaux si l'élève est mineur, pour la prise de vue et la diffusion sur un support déterminé de l'image d'un élève.

Il faut l'autorisation des parents pour toute diffusion s'il s'agit d'une photo de classe dans un cadre pédagogique.

Si un reportage télévisé est réalisé dans l'établissement scolaire dans un but informationnel, aucune autorisation de diffusion de l'image des élèves, mêmes identifiables, ne sera exigée dans la mesure où il s'agit d'illustrer une actualité.

Le site Internet d'un établissement est normalement accessible à tous les internautes. La diffusion de photos/films/reportages/travaux permettant d'identifier clairement les élèves est fortement déconseillée. Il vaut mieux le faire sur des accès plus restreint comme l'ENT³⁵.

2.2. Les droits d'auteur :

Il faut une autorisation des droits d'auteur pour publier des travaux pédagogiques impliquant le travail des élèves. C'est le respect des droits d'auteur des élèves.

2.3. Le droit à la vie privée :

Le droit à la vie privée (santé, vie sentimentale et familiale, religion, domicile, revenus, convictions politiques) est le droit pour chaque personne de voir respecter sa vie privée et intime. Ce principe est affirmé par l'article 9 du code pénal. Toute personne dont la vie privée/intime est exposée sur Internet, sans son consentement, pourra obtenir réparation du préjudice subi par des dommages et intérêts et demander le retrait immédiat du contenu litigieux diffusé. La vie privée

³⁴ Eduscol Internet responsable. Préserver les données personnelles des élèves [en ligne] Disponible sur <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/les-tic-et-lecole/> (Consulté le 27 avril 2014).

³⁵ Environnement numérique de travail.

d'une personne peut être dévoilée par des renseignements sonores, par la diffusion publique de ses écrits, son image.

L'article 9 du Code civil est une arme juridique pour atteinte à la vie privée et l'article 226-1 du Code pénal punit jusqu'à un an d'emprisonnement et 45000 euros d'amende le fait de porter atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui.

Chapitre 6. La problématique

La revue de littérature nous a permis de couvrir différents champs des médias nécessaires à la compréhension de ma thématique ; à savoir l'étude de certains médias dans la société, le rapport des jeunes aux médias, l'intégration des médias à l'école, les outils médiatiques disponibles.

Les écrits le prouvent, les médias et l'école sont liés. Ce sont deux cultures qui se rencontrent désormais. Nous avons pu constater que ces dernières années, le ministère de l'Éducation nationale a mis l'éducation aux médias au centre du système d'apprentissage.

Dans certains ouvrages ou vidéos sur Internet, il existe beaucoup de témoignages de l'utilisation des médias en cours, au niveau de l'école primaire, du collège et du lycée général. Par contre, cette revue de littérature ne présente pas le rapport entre les jeunes et les enseignants de la filière hôtellerie restauration et l'utilisation aux médias pour apprendre. En effet, aucune étude lue ne concerne les élèves et les enseignants de cette filière.

Il me semble donc évident de conduire une recherche sur le rapport des jeunes et des enseignants face aux médias au niveau de la filière Hôtellerie-Restauration.

Ce manque de littérature soulève certaines questions :

- Quel est le rapport de nos jeunes faces aux médias ?
- Comment les élèves effectuent-ils leurs recherches ?
- Comment les élèves perçoivent l'utilisation des médias par leurs enseignants ?
- Est-ce que les professeurs ont conscience de l'existence d'outils médiatiques mis à leur disposition ?
- Comment les enseignants utilisent-ils les médias ?

Ces différentes interrogations orientent notre recherche vers une question de départ :

Comment les médias sont-ils utilisés dans les lycées hôteliers ?

1. Système d'hypothèses

Afin de répondre à cette question générale et mieux conduire mon travail de recherche, il convient de suggérer un système d'hypothèses. Cela me permettra d'analyser et de valider ou non cette question de recherche à travers mes enquêtes de terrain mais également au regard de la revue de littérature.

Hypothèse générale

☒ Le support médiatique n'est pas utilisé judicieusement dans les lycées hôteliers.

Cette hypothèse est très générale et ne peut donc être mesurée de la sorte. Il est nécessaire pour la vérifier de la décliner en différentes hypothèses opérationnelles qui vont nourrir notre réflexion.

Hypothèses opérationnelles

☒ Hypothèse 1 : Les élèves apprennent certainement des médias

☒ Hypothèse 2 : Les élèves ne savent pas rechercher l'information

☒ Hypothèse 3 : Les professeurs n'utilisent pas assez les médias en cours

☒ Hypothèse 4 : Les enseignants ont peu conscience des aides à l'utilisation des médias

Hypothèse alternative

Une hypothèse alternative me paraît essentielle pour prouver que nous ne sommes pas dans un raisonnement inductif mais plutôt hypothético-déductif. Nous pouvons envisager alors que la situation inverse (de l'hypothèse générale) est possible : Les médias peuvent être utilisés de façon optimale dans les lycées hôteliers.

PARTIE 2 :

ETUDE DE TERRAIN

Chapitre 7. Méthodologie

Afin d'apporter des réponses à nos hypothèses, notre recherche de terrain s'articulera sur deux questionnaires :

- Un questionnaire destiné aux enseignants afin d'analyser leur vision et leur utilisation des médias en cours,
- Un questionnaire pour les élèves afin d'étudier la décomposition de leur équipement et ce qu'ils en font ainsi que leur vision de l'utilisation par leurs enseignants.

1. Les échantillons :

Notre recherche repose donc sur la participation de deux types d'échantillons que sont les enseignants et les élèves.

1.1. Les enseignants :

Afin d'avoir un panel le plus représentatif possible, nous ne nous sommes mis aucune limite en terme de sexe et d'âge. Le panel vient de la France entière, professeurs d'enseignement général et professionnel.

Si nous prenons les normes statistiques, le nombre de sujets se calcule en multipliant le nombre quinze par le nombre de modalités de la variable indépendante qui a le plus de modalités. Une variable indépendante est un élément indépendant de la volonté des individus sondés (sexe, âge, tranche...) mais qui pour un chercheur a une grande importance. La variable de notre questionnaire qui a le plus de modalités correspond à la question suivante :

« Depuis combien de temps enseignez-vous ? » :

Moins de 5 ans,

De 5 à 10 ans

De 10 à 20 ans

Plus de 20 ans

Le nombre de modalités est de 4. Le calcul scientifique est le suivant : $15 \times 4 = 60$.

Cela signifie qu'un minimum de 60 professeurs devront être sondés afin d'avoir un échantillon représentatif. C'est le cas de notre étude car nous avons obtenu 93 réponses. Cela nous permettra de valider ou non statistiquement certaines hypothèses.

1.2. Les élèves :

Les individus retenus pour l'enquête sont indépendamment de sexe masculin ou féminin. Âgés de 15 à 24 ans, ils sont tous issus de filière hôtellerie-restauration.

Dans le cadre de notre thème, il était plus enrichissant d'élargir l'enquête à plusieurs lycées répartis sur la France entière.

Nous avons demandé à des collègues de différents lycées, de faire remplir le questionnaire à leurs élèves.

Nous avons un échantillon de 237 élèves, venant des académies suivantes : Lille (Aire sur la Lys), Dijon (Auxerre), Strasbourg (Strasbourg), Bordeaux (Biarritz).

2. Les outils :

Pour cette étude, nous nous sommes appliqués à mettre en œuvre deux questionnaires.

Le premier questionnaire à destination des élèves inscrits en filière hôtellerie-restauration a été administré sous la surveillance d'un enseignant.

Ce questionnaire a été produit via le logiciel Google drive, il est consultable en annexe (Annexe A) ainsi qu'à l'adresse suivante :

<https://docs.google.com/forms/d/1CkWUDZ85MT1JD1rPRzf8euKkwuzp9D3TwUpLLgkVLxc/viewform>

Au niveau du lycée de notre académie, le lycée Vauban à Aire sur la Lys, le questionnaire a été rempli en ligne par les élèves. Les professeurs ont accepté de nous confier les élèves 15 min dans une salle informatique. Pour les autres lycées, les professeurs ont fait remplir les questionnaires « papier » aux élèves puis les ont envoyés par courrier. Ils ont été saisis.

Ce questionnaire est composé de 21 questions comprenant des questions ouvertes mais surtout des questions faisant appel à des échelles nominales, de proportions et d'intervalles.

Le second questionnaire à destination des enseignants en filière hôtellerie-restauration a été rempli en ligne directement.

Ce questionnaire a été produit via le logiciel Google drive, il est consultable en annexe (Annexe B) ainsi qu'à l'adresse suivante :

https://docs.google.com/forms/d/1iaXT_eDI7UMxlcCX2ntxW3iIi0BycHnFO-GN2tvzKQ/viewform

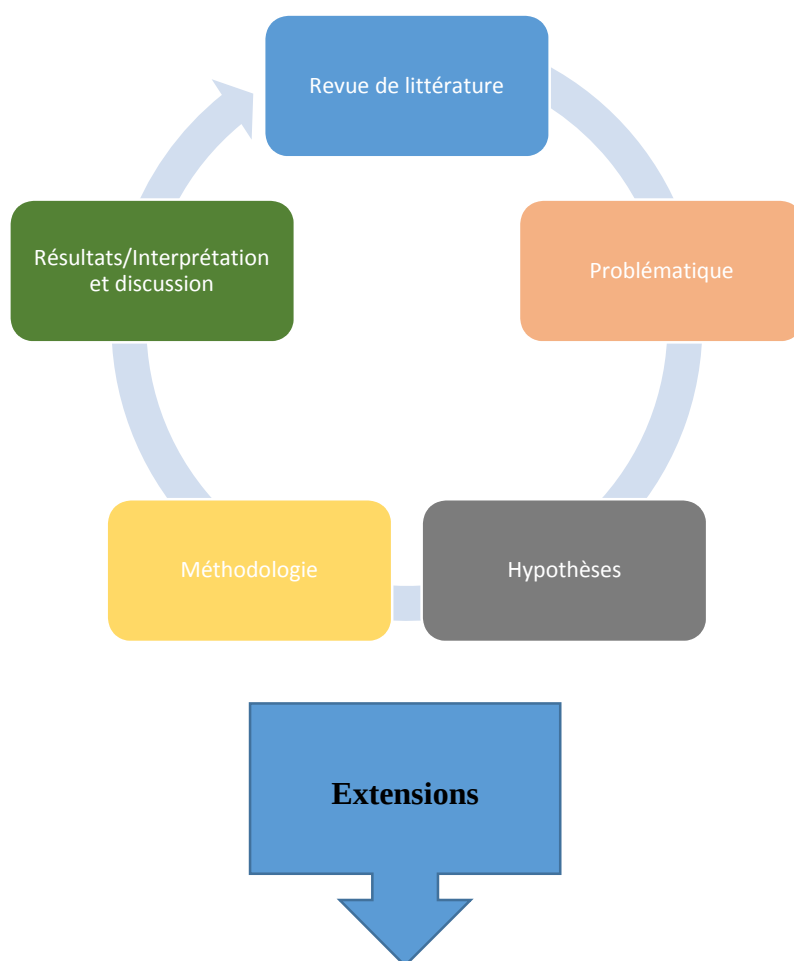
Ce questionnaire est composé de 25 questions comprenant de nombreuses questions ouvertes, puis des questions faisant appel à des échelles nominales, de proportions et d'intervalles. Le

nombre de questions ouvertes par rapport aux autres questions est normal car nous avons souhaité laisser plus de liberté à ce public pour exprimer leurs réponses.

3. Les modes d'analyse

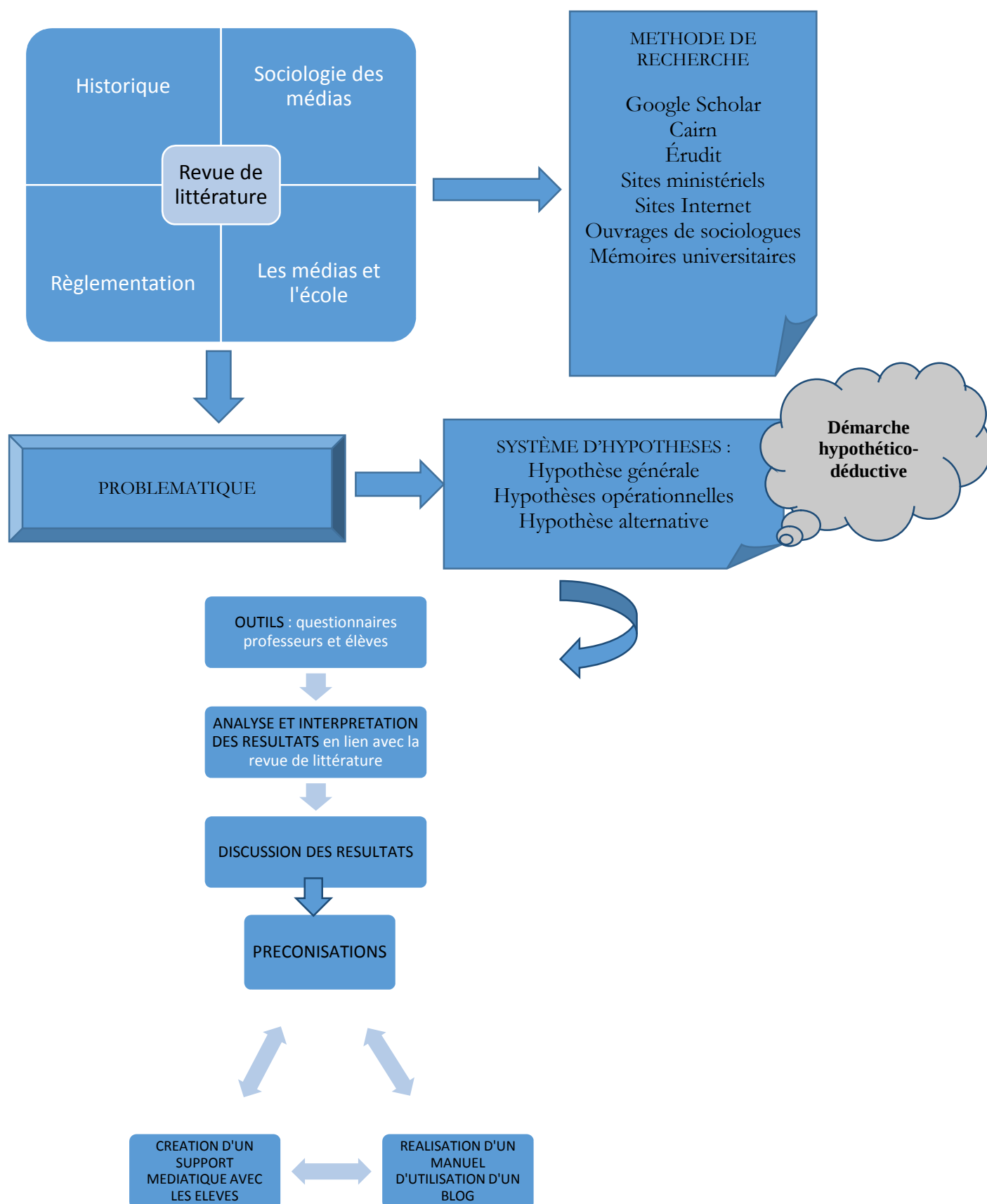
Comme nous avons réalisé les questionnaires via google drive, l'application permettant la conception de formulaire en ligne, nous a permis de récupérer les données, qui ont été automatiquement générées sous forme de tableau Excel. Les questionnaires ont donc été traités via Excel 2013. Les données de ces analyses quantitatives seront interprétées, pour la plupart d'entre elles, sous forme de graphiques et de moyennes.

La démarche analytique présentée ci-dessous, reprend l'ensemble du mémoire.



☒ Préconisations : création d'un journal avec les élèves et réalisation d'un manuel d'utilisation d'un blog

☒ Annexes : Questionnaires, Journal n°1, Autorisation parentale...



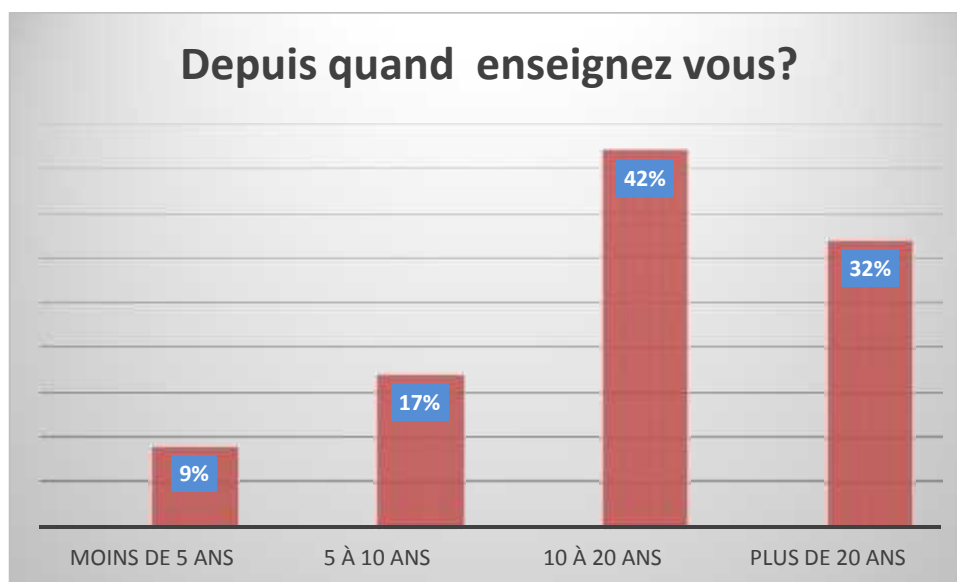
Chapitre 8. Les résultats

1. Présentation et interprétation des résultats des questionnaires enseignants :

1.1. Profil des participants au questionnaire :

Sur les 93 enseignants qui ont répondu à l'enquête, le panel est majoritairement de sexe masculin à 55% contre 45% pour le sexe féminin. À travers le graphique, nous nous apercevons que ce sont des professeurs plus expérimentés (par l'ancienneté) qui ont répondu au questionnaire. L'âge des enseignants qui ont répondu est compris entre 28 et 58 ans.

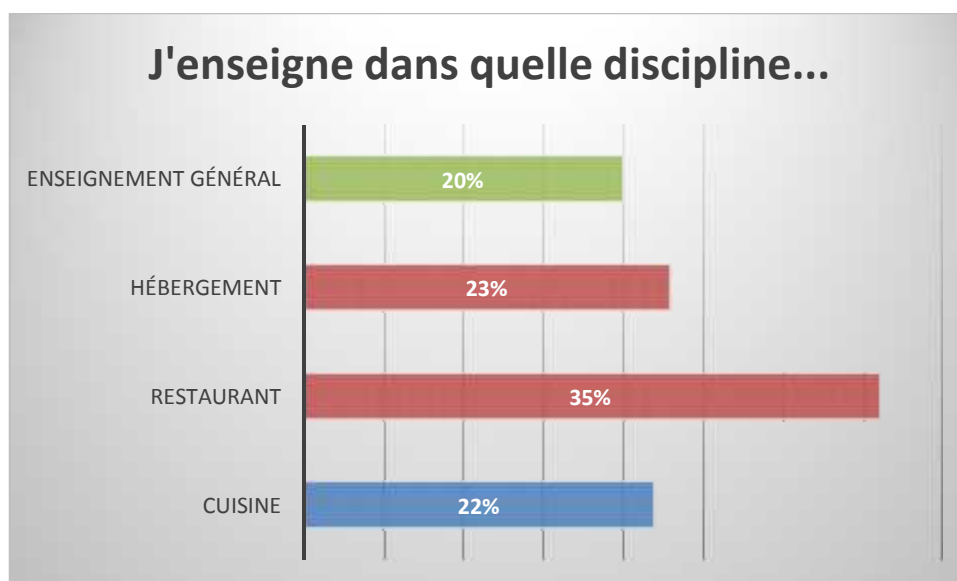
Figure 6 : Ancienneté des enseignants



Le graphique ci-dessus montre que 75% des enseignants ayant répondu ont au moins dix ans d'ancienneté. Nous pourrions nous interroger sur la part d'influence que peut avoir notre panel au regard de cette spécificité.

Nous avons interrogé également les enseignants sur leur formation. Ils s'avèrent qu'une petite majorité de professeurs interrogés soit passé par l'IUFM (56%) et sont donc susceptibles d'avoir eu des cours sur l'utilisation de supports (médiatiques ou non) pour enseigner.

Figure 7 : Disciplines enseignées par les professeurs



1.2. Connaissance des aides à l'éducation aux médias :

La revue de littérature a montré que le gouvernement avait fait de l'éducation aux médias une priorité lors de la loi d'orientation de juillet 2013. Nous avons posé la question aux enseignants et 61% d'entre eux savent que l'éducation par les médias est une priorité du ministère de l'Éducation nationale. Ce qui correspond à un chiffre relativement correct étant donné l'aspect récent de la loi. Il faut du temps pour que les choses se mettent en place. Nous sommes à moins d'un an de la promulgation de la loi or nous savons que la loi d'orientation de 2005 a vu des décisions être prises pendant les huit ans qui ont suivis.

En revanche à la question « *Saviez-vous que l'enseignement numérique est une compétence du socle commun à atteindre par nos élèves ?* », 86% des enseignants répondent OUI. Ce qui correspond à un chiffre très satisfaisant. La revue de littérature nous a informé que l'entrée de l'éducation aux médias dans le socle commun datait de 2005. Ce qui, par conséquent commence à être ancien et pourrait permettre d'avoir de la matière pour travailler avec les médias.

Seulement, les enseignants ne connaissent pas vraiment les outils d'aide pour enseigner les médias. Dans notre revue de littérature nous avons pu voir que le Clémi propose des aides, malheureusement 80% des enseignants ne connaissent pas le Clémi. D'ailleurs parmi les 20% qui connaissent le Clémi, nous nous apercevons que trois personnes seulement donnent la définition

exacte : « Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information ». Puis sept personnes se rapprochent du rôle du Clémi :

- « organisme national qui enseigne l'utilisation des médias » ;
- « un lien entre l'enseignement et les médias » ;
- « chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif » ;
- « mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias » ;
- « création de supports médiatiques » ;
- « plateforme de base documentaire » ;
- « service en liaison avec la semaine de la presse ».

Cela signifie qu'à peu près 50% des enseignants qui ont déjà entendu parler du Clémi ne savent pas ce que c'est exactement.

Une autre donnée se rajoute à cela : les enseignants estiment ne pas avoir assez de temps pour préparer l'utilisation d'un support médiatique.

Figure 8 : Avis sur le temps passé à préparer un support médiatique



La question de la formation est essentielle sur ce point. En effet, les « plans médias » mis en place depuis vingt ans se sont beaucoup axés sur le matériel et peu sur la formation des personnels. L'absence de formation explique peut-être le manque d'utilisation des médias en cours.

Par ces analyses, nous venons de répondre à une hypothèse opérationnelle formulée à la fin de notre première partie :

☒ **Hypothèse 4** : Les enseignants ont peu conscience des aides à l'utilisation des médias

Cette dernière est **VALIDEE** par l'interprétation de certaines questions de notre étude de terrain.

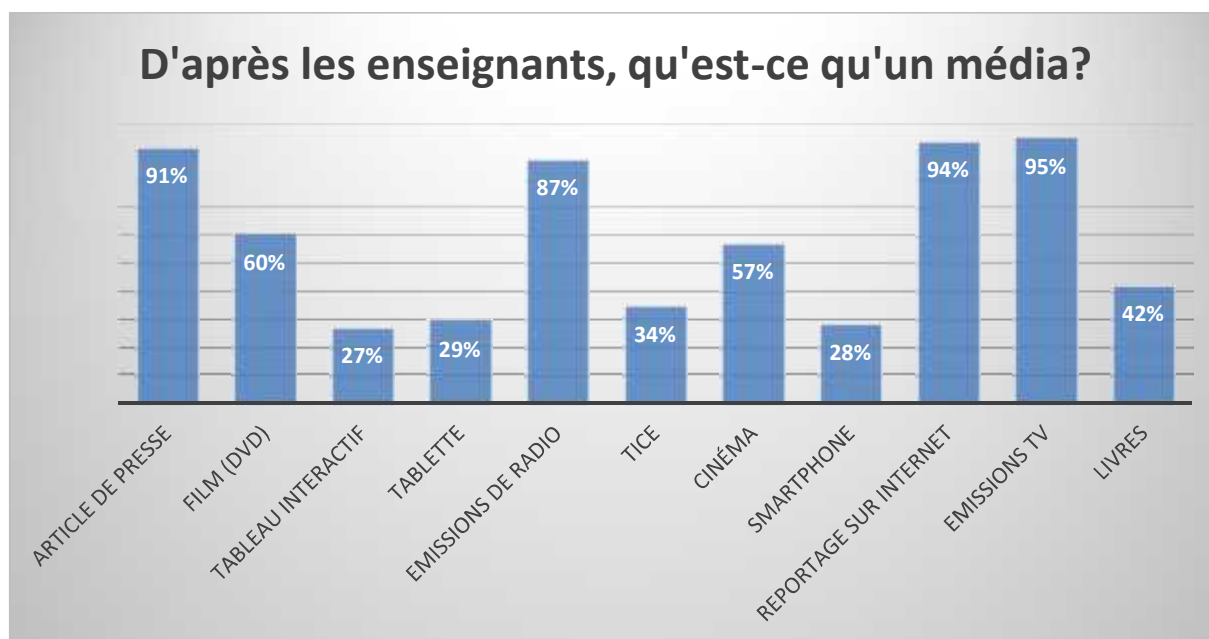
Désormais, il faut s'intéresser à l'utilisation que les enseignants font des médias en cours pour voir si nous validerons l'hypothèse 3.

1.3. Utilisation des médias en cours :

Tout d'abord, nous avons vu dans la revue de littérature que les actions sont entrain d'être mises en place dans les écoles depuis la loi de juillet 2013 et le fameux guide « Point d'étape de l'entrée de l'école dans l'ère du numérique » (p. 22). C'est pour cette raison qu'à peine plus de la moitié des enseignants pensent que leur lycée dispose de moyens suffisants pour utiliser les médias (59%).

Puis la première question à se poser est de savoir si les professeurs savent ce qu'est un média pour éventuellement l'utiliser.

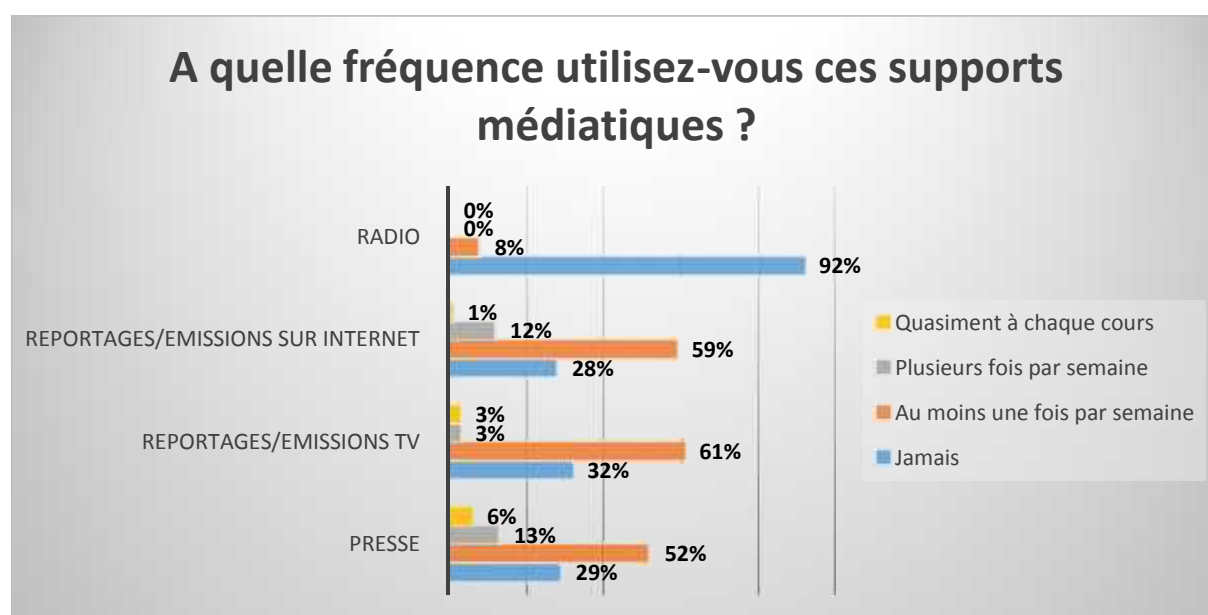
Figure 9 : Types de média selon les enseignants



D'après les résultats, nous pouvons observer que quatre types de médias se dégagent fortement par rapport aux autres : la presse, la radio, la télévision et Internet. À l'exception du livre, ce sont les fameux médias traditionnels qu'évoquaient les sociologues dans notre revue de littérature (p. 11). Le livre est tellement répandu en classe que les enseignants ne considèrent pas ce dernier comme un média.

Il est désormais intéressant d'étudier quels sont les médias utilisés en cours afin de voir qu'elle est la part d'utilisation des médias traditionnels par les professeurs :

Figure 10 : Fréquence d'utilisation des supports médiatiques par les enseignants



Les émissions de télévision qui arrivaient en tête des médias cités par les enseignants (95%) sont relativement moyennement utilisées, à raison d'une fois par semaine par 61% des enseignants.

Les reportages ou émissions sur internet sont à peu près au même stade puisqu'ils étaient cités à 94% et ils sont utilisés par 59% des enseignants au moins une fois par semaine. Ces deux données peuvent en plus se compléter à l'heure d'aujourd'hui.

Les enseignants ont conscience que la radio est un média (89%) mais ne l'utilisent jamais (92%).

Nous pouvons dire que les enseignants utilisent moyennement les articles de presse puisqu'ils sont utilisés à 52% au moins une fois par semaine.

Nous allons désormais nous intéresser de plus près à l'utilisation de certains médias en classe.

La presse :

Ce qui est paradoxal, c'est que les professeurs affirment utiliser des articles de presse dans leur cours à 85% et finalement à la question de la fréquence de l'utilisation de ce média, seulement 52% l'utilise seulement une fois par semaine. De plus, 29% des enseignants déclarent ne jamais l'utiliser.

Parmi les 85% qui utilisent le support « article de presse », voici les magazines ou journaux utilisés :

NOM DU MAGAZINE	NOMBRE DE CITATIONS
L'Hôtellerie-Restauration	51
Néo-Restauration	15
Presse locale, Le Monde	8
Cuisine Collective	7
Hospitality On	6
Journal du Pâtissier, Thuriès Magazine	5
BRA Tendances restauration, Revue du vin de France, Le Chef	4
Capital, Management, Shaker, Les Échos	3
Géo, Cuisine et vins de France, Ça m'intéresse, Terroir et Saveur	2
60 millions de consommateurs, L'équipe, Que choisir ?, Allgemeine Hotellerie und Gastronomie Magazin, Courier International, Today in English, Easy Going, CEDUS, I love English, Magazine du Guide Hubert, Spiegel on line, Magazine du Cash and Carry, Libération	1

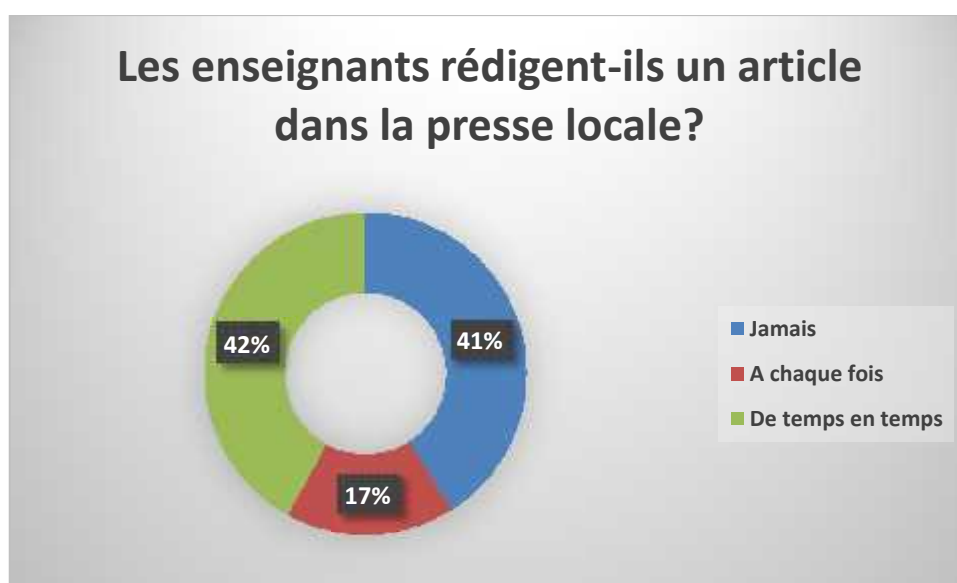
Parmi les 93 enseignants interrogés, ils ont cité 51 fois le magazine « L'Hôtellerie-Restauration » ; c'est le plus cité et donc le plus utilisé.

Il est intéressant de savoir comment les enseignants font le choix de l'article, cette question a été posée et en voici quelques réponses qui reviennent souvent :

- En fonction du thème du cours,
- En fonction de l'intérêt du sujet,
- En fonction de la pertinence du thème,
- En fonction de l'accessibilité pour les élèves (vocabulaire, longueur),
- En fonction de l'originalité du thème,
- Au hasard...

Par ailleurs, il est intéressant de savoir si les enseignants utilisent la presse pour communiquer. À savoir est-ce qu'ils font un article de presse lorsqu'ils font une action pédagogique spécifique.

Figure 11 : Fréquence de rédaction d'un article dans la presse locale par les enseignants



Finalement, les enseignants n'utilisent pas énormément la presse locale pour communiquer sur ce qu'ils font pédagogiquement. La notion de « faire-savoir » est donc perfectible parmi les enseignants.

Internet :

La revue de littérature précisait qu'on ne pouvait plus enseigner sans Internet (p. 31). En effet, à la question « Utilisez-vous Internet pour réaliser vos cours ? », 94% des enseignants ont répondu OUI.

Comme les magazines nous allons étudier les sites les plus utilisés par les enseignants :

SITES INTERNET	NOMBRE DE FOIS CITE
Site de Serge Raynaud	35
Wikipédia	12
Restocours	11
Technoresto.org	10
INAO ³⁶	9
You tube	6

Certains enseignants n'ont pas cité de sites mais ont expliqué comment ils procédaient :

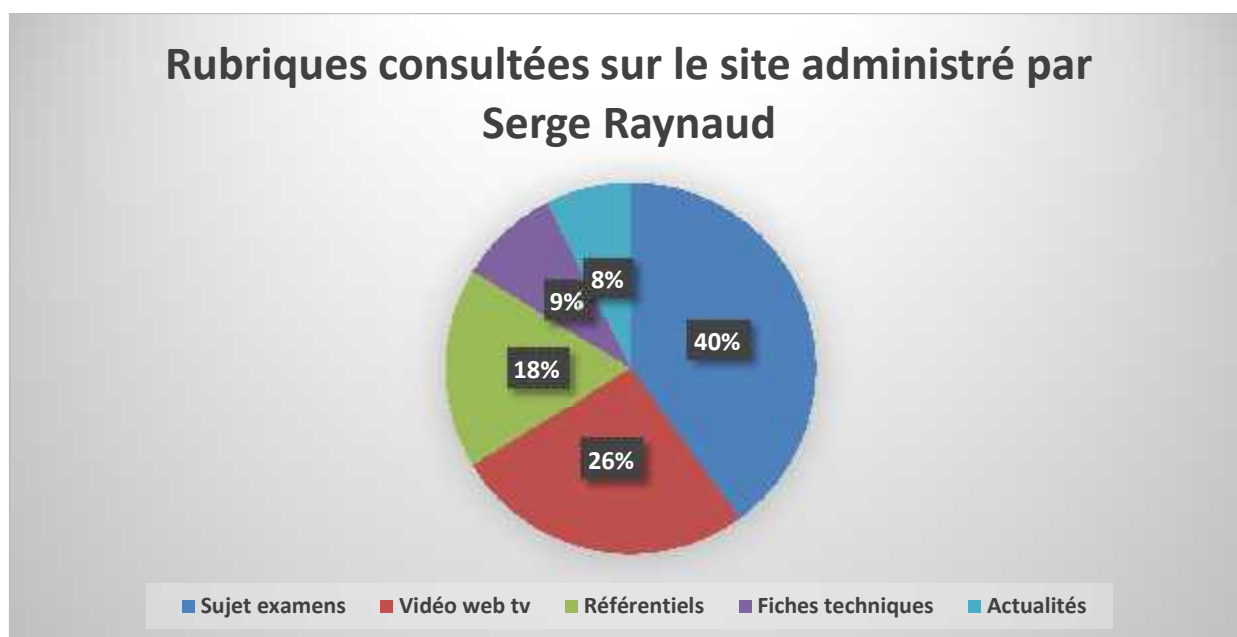
- « les sites regroupant des informations sur le métier,
- sites de restaurateurs, sites professionnels,
- sites des académies où l'on trouve des sujets d'examens,
- sites gouvernementaux,
- traitant de la réglementation... ».

Nous observons que le site du Centre de Ressources Nationales en Hôtellerie Restauration administré par Serge Raynaud est cité le plus souvent. D'ailleurs, les enseignants ont spécifié qu'ils connaissaient ce site à 73%.

Ceux qui connaissent et pratiquent ce site ont répondu à une question ouverte sur les parties qu'ils utilisent le plus.

³⁶ Institut National des Appellations d'Origine.

Figure 12 : Consultation de rubriques du site administré par Serge Raynaud



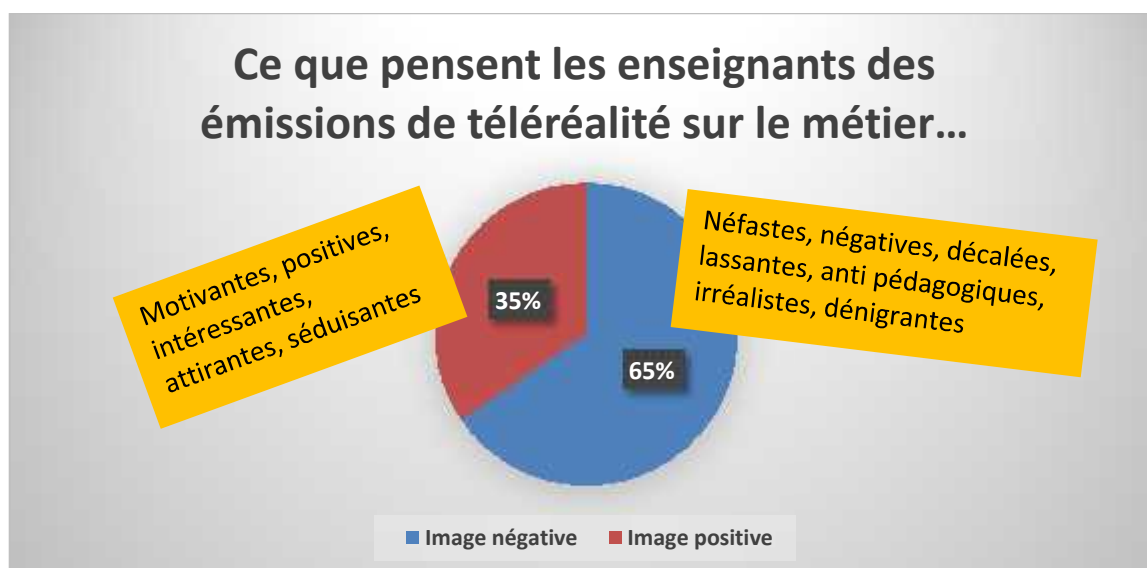
Les émissions de télé réalité :

Nous avons vu que dans la revue de littérature, la télé réalité porte beaucoup sur les émissions culinaires qui pourraient susciter des vocations parmi nos élèves (p. 20), tout en étant créées pour montrer du spectaculaire et de l'émotion (p. 15). Il est judicieux de savoir ce que pensent les enseignants de cette télévision et surtout est-ce qu'ils en parlent avec leurs élèves.

D'après les résultats, 70% des enseignants prendraient le temps de discuter avec leurs élèves sur les émissions de télé réalité.

Par contre, la majorité des professeurs ont une image négative de ces émissions. Nous allons le constater dans le graphique ci-dessous :

Figure 13 : Avis des enseignants sur la télé réalité



Dans les commentaires faits par les enseignants, il est à déplorer que ces émissions ne concernent pas l'aspect restaurant et que certaines tâches soient parfois complètement occultées (hygiène, épluchages...).

Au travers de ces analyses, nous venons de répondre à une autre hypothèse opérationnelle :

☒ **Hypothèse 3** : Les professeurs n'utilisent pas assez les médias en cours.

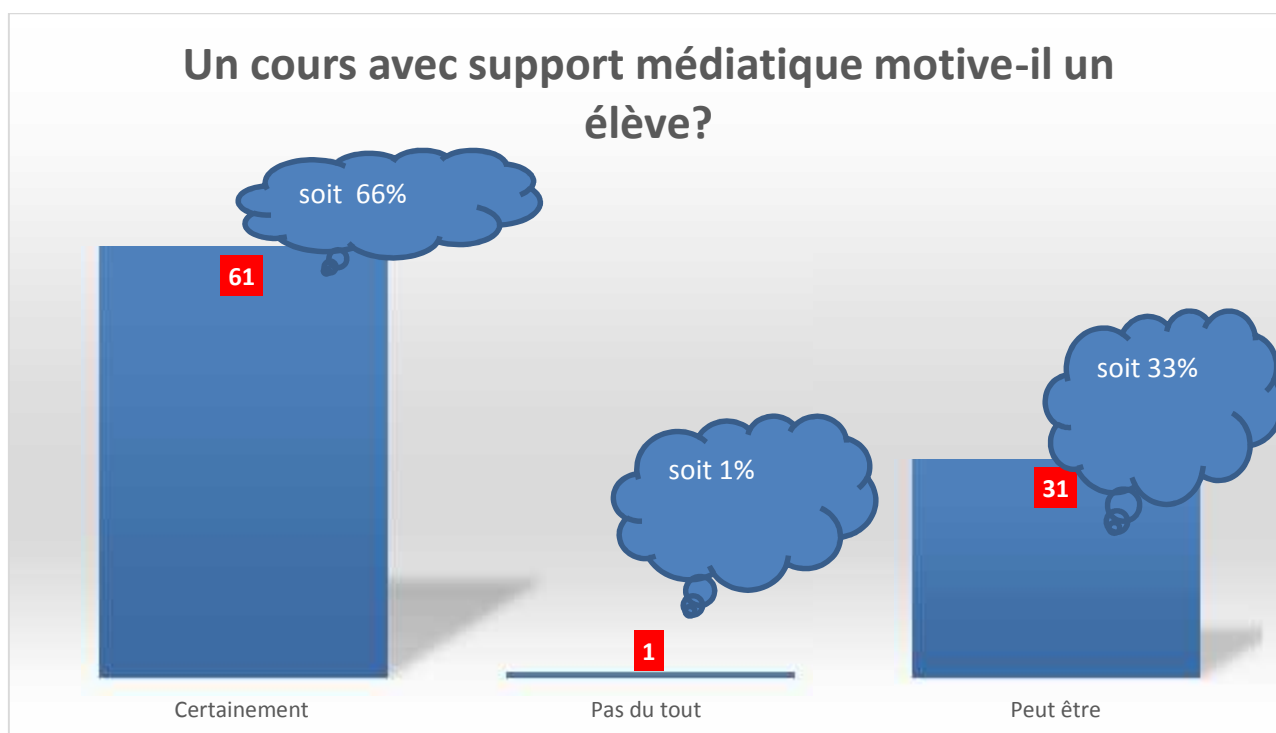
Cette dernière est **VALIDEE** par l'interprétation de certaines questions de notre étude de terrain.

Certains médias sont utilisés mais pas en grande majorité. La radio n'est jamais utilisée, la presse, les émissions de télévision et les reportages sur Internet sont moyennement utilisés.

Les enseignants utilisent beaucoup Internet pour réaliser leur cours mais pas pendant leur cours.

Pourtant ils pensent qu'un cours avec l'utilisation d'un média motiverait les élèves.

Figure 14 : Avis des enseignants sur l'utilisation d'un support médiatique en vue de motiver les élèves

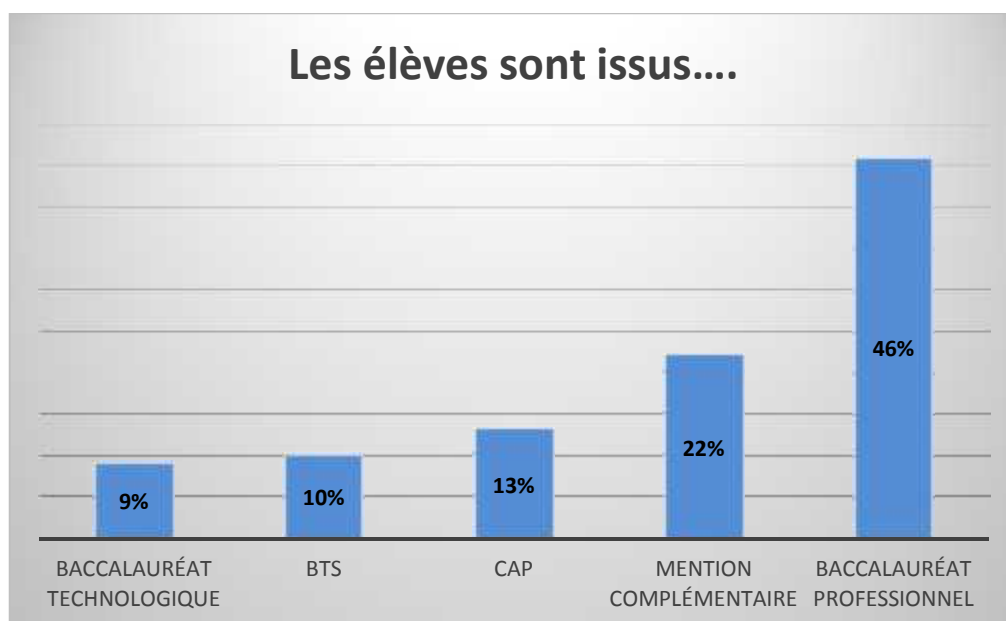


2. Présentation et interprétation des résultats des questionnaires élèves :

2.1. Profil des participants au questionnaire :

Sur les 237 élèves qui ont répondu à l'enquête, le panel est majoritairement masculin à 57% contre 43% pour le sexe féminin. La tranche d'âge interrogée se situe entre 15 ans ½ et 24 ans. Nous avons un échantillon très varié au niveau des filières de provenance des élèves mais la majorité est issue de baccalauréat professionnel. Nous vous proposons un graphique représentant les différentes formations.

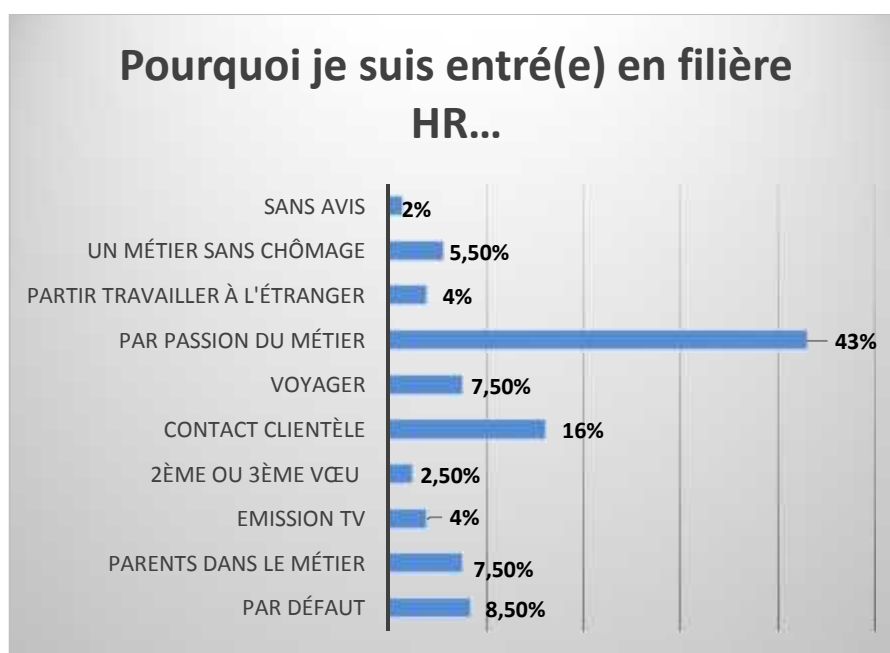
Figure 15 : Filières de provenance des élèves



Les CAP interrogés : CAP Cuisine, Service en Brasserie Café, Restaurant. Les MCAR interrogées : MC Arts de la cuisine allégée, MC Accueil-Réception, MC Barman. Le Baccalauréat professionnel : cuisine et CSR (commercialisation et services en restauration). Les BTS : option A, B et BTS Hébergement.

Nous avons voulu connaître les raisons de l'entrée en filière hôtellerie-restauration par les élèves. Nous allons rechercher si les médias (télévision, lecture) ont joué dans leur choix d'orientation.

Figure 16 : Raisons de l'entrée des élèves en filière HR

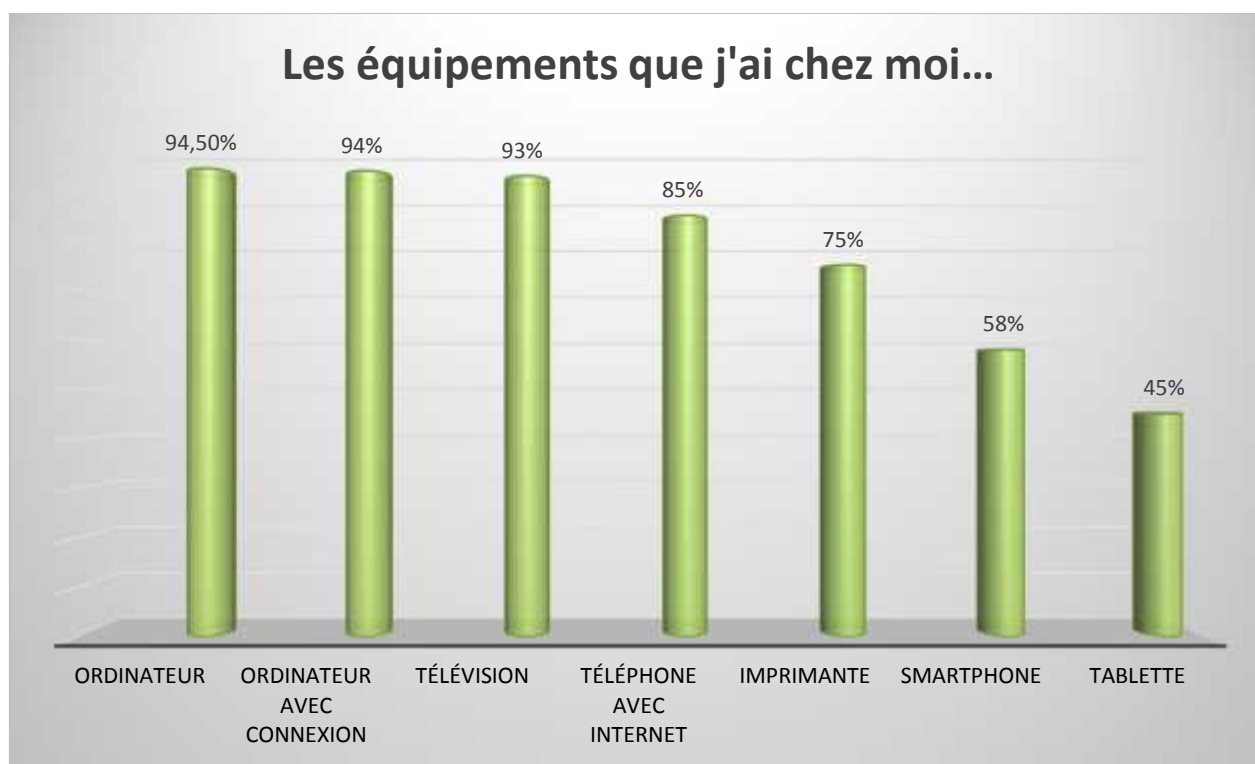


Finalement, les élèves interrogés sont en majorité là par passion du métier. Le nombre d'élèves, venu grâce aux médias est faible (10 élèves sur 237 soit 4%).

2.2. Équipements des élèves :

Dans la revue de littérature, nous avons longuement évoqué le nombre d'écrans par foyers et l'équipement en supports médiatiques des familles. La question a donc été posée aux 237 élèves.

Figure 17 : Équipement des élèves à la maison



Dans la revue de littérature, une récente étude spécifiait qu'à l'heure actuelle, un foyer sur deux avait une tablette. L'étude de terrain le vérifie.

Par ailleurs, nous considérons dans le cadre de ce mémoire que l'abonnement à un magazine en rapport avec le métier est un équipement médiatique.

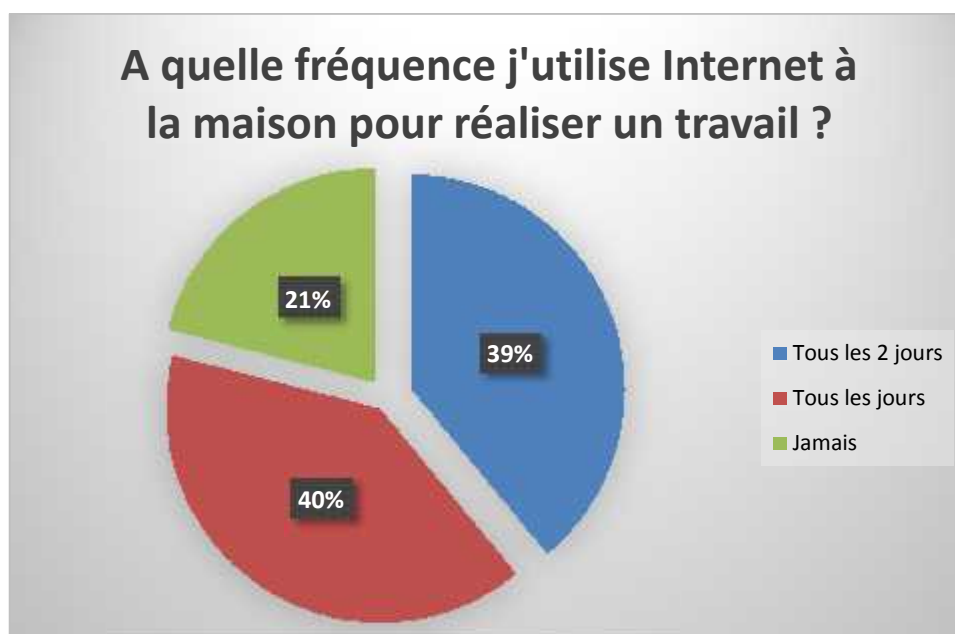
À cette question : nous nous apercevons que peu d'élèves sont abonnés à un magazine (6% soit 14 élèves sur 237).

Nous vous présentons les magazines cités en abonnement dans cette recherche : L'Hôtellerie-Restaurant, Le Journal du Pâtissier, Thuriès, Revue de France, Elle à table. Ce qui est intéressant, c'est de voir que le magazine le plus cité par les enseignants dans l'étude de terrain de ces derniers correspond au même magazine : L'Hôtellerie-Restaurant.

2.3. La recherche d'informations :

La revue de littérature nous précisait qu'avec l'accès aux nouvelles technologies, les jeunes pouvaient effectuer très facilement des recherches pour le cadre scolaire (p. 30). En effet, l'enquête nous montre que 79% des jeunes utilisent souvent Internet pour réaliser leur travail.

Figure 18 : Fréquence d'utilisation d'Internet à la maison



Nous avons étudié les sites Internet visités par les élèves pour réaliser le travail demandé. La revue de littérature nous informait que Google Wikipédia arrivait en tête d'affiche. Nous allons valider ou non cette information avec notre enquête de terrain.

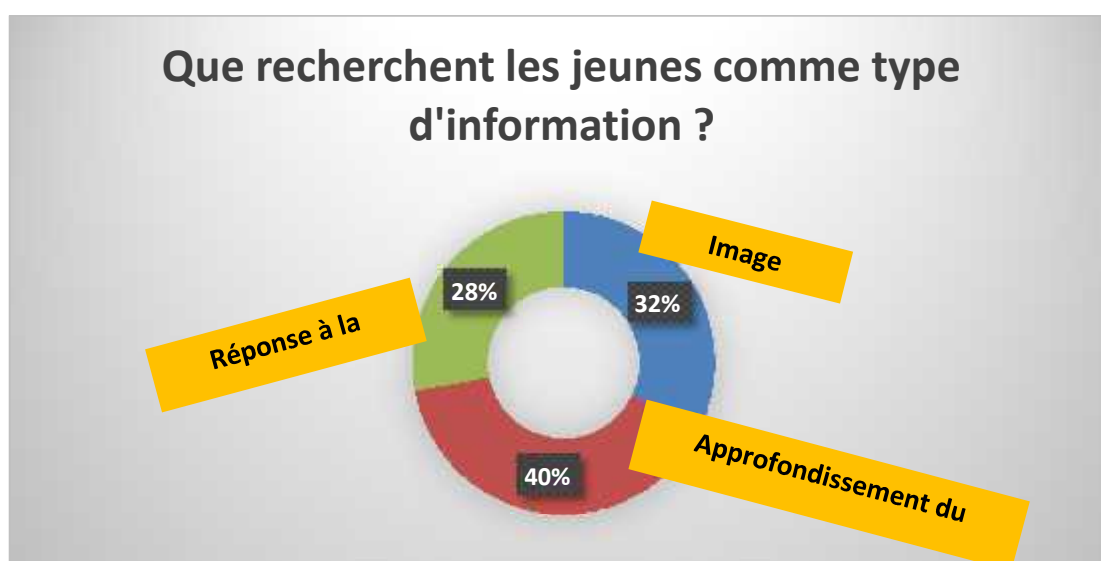
Figure 19 : Sites consultés pour faire un travail scolaire à la maison



En effet, la revue de littérature et notre enquête se rejoignent : Wikipédia arrive en tête d'affiche.

La revue de littérature nous informe que l'image est importante dans la recherche d'information par les jeunes. En effet, notre étude de terrain montre que l'image occupe une place non négligeable dans le type d'information que les jeunes cherchent.

Figure 20 : Types d'information recherchée par les élèves



Nous pouvons d'ailleurs constater que peu d'élèves font des recherches approfondies. Ils se contentent à 28% de « *répondre à la question posée* » et 32% des élèves recherchent avant tout « *une image* ». La recherche d'information pour ces élèves se résume à trouver une image. Ce qui tend à dire que les élèves ne savent pas rechercher l'information. Nous allons voir si les élèves font la démarche de recherche d'information. Ils ont un outil au sein de leur lycée qui pourrait les aider : le CDI³⁷.

Figure 21 : Fréquentation du CDI pour lire la presse professionnelle



Nous pouvons voir que la majorité des élèves ne va pas au CDI pour lire la presse ou se renseigner sur le métier grâce au documentaliste.

Au travers de ces analyses, nous venons de répondre à une autre hypothèse opérationnelle :

☒ **Hypothèse 2** : Les élèves ne savent pas rechercher l'information.

Cette dernière est **VALIDÉE** par l'interprétation de certaines questions de notre étude de terrain.

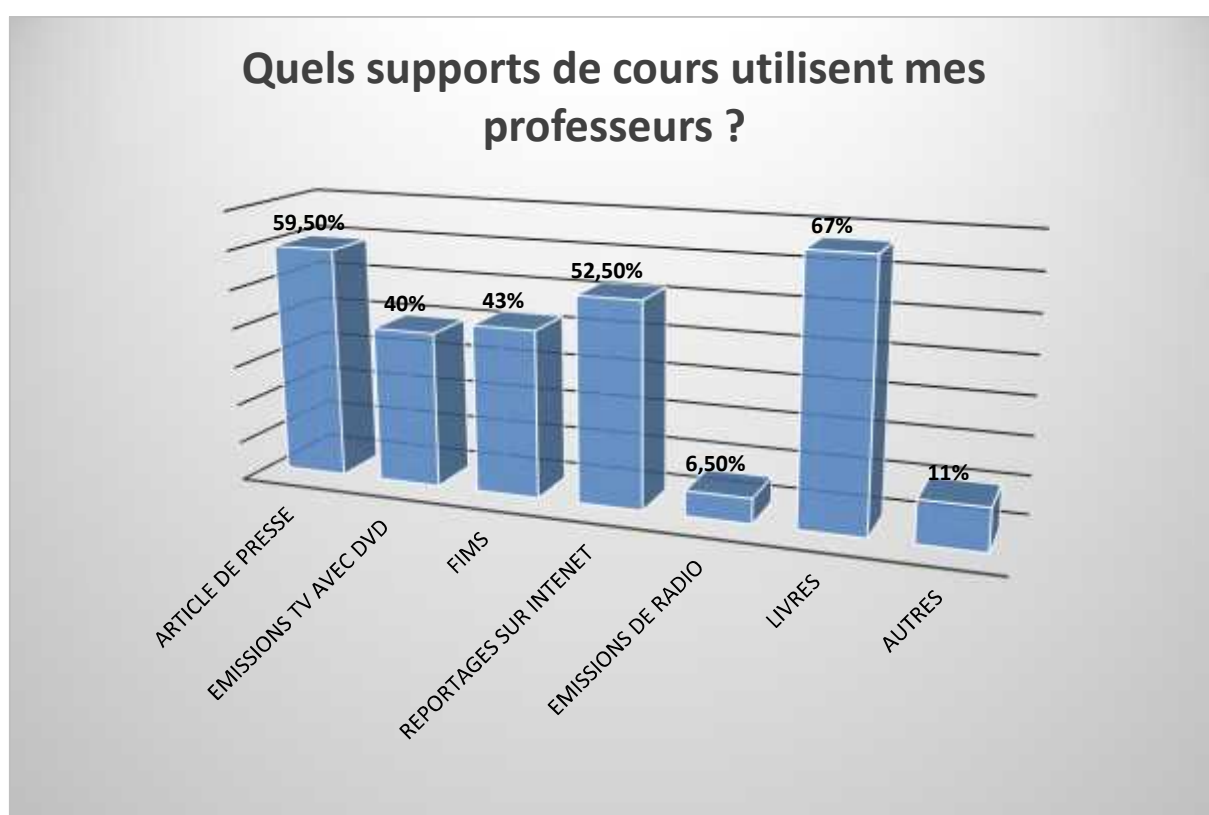
³⁷ Centre de Documentation et d'Information.

Il apparaît donc évident désormais d'analyser la perception des élèves sur l'utilisation des médias par les enseignants.

2.4. Utilisation des médias en cours par les enseignants et perception des élèves :

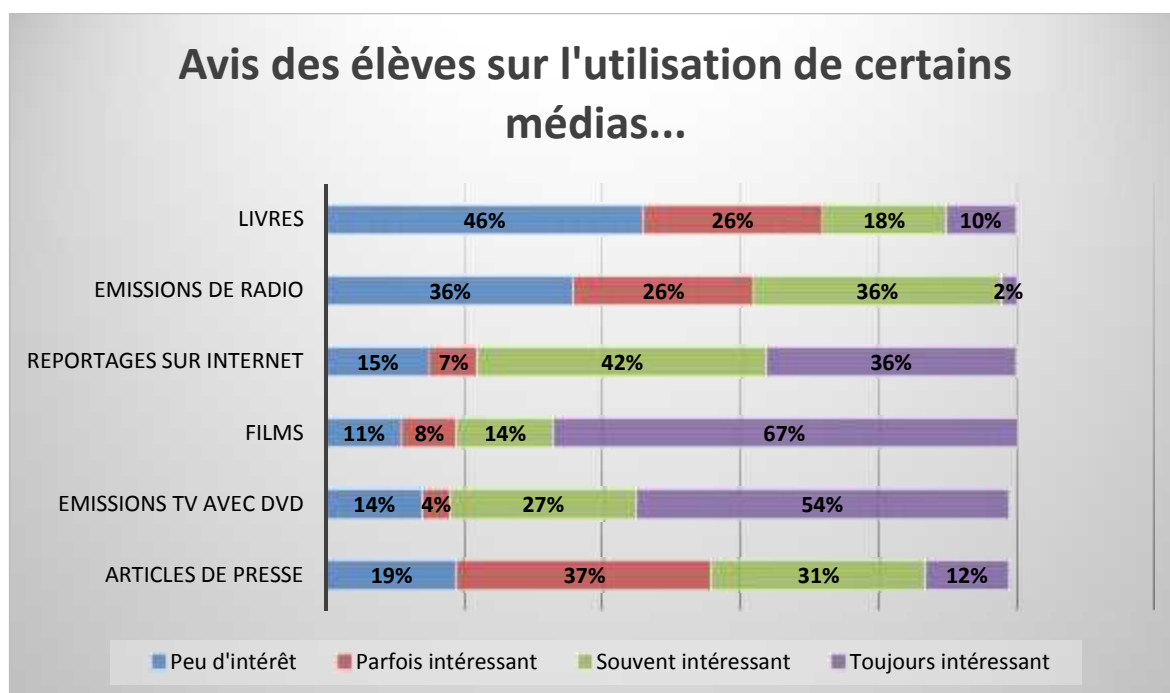
D'après le graphique qui suit, nous pouvons voir que les enseignants utilisent certains médias en cours :

Figure 22 : Supports de cours utilisés par les enseignants



Le livre est le média le plus utilisé et la radio est celui le moins utilisé. Pour ce dernier point, nous rejoignons l'étude de terrain des enseignants. Nous allons désormais analyser les avis des élèves sur l'utilisation de chaque média. Nous découvrirons si les élèves considèrent apprendre des médias ou non.

Figure 23 : Avis des élèves sur l'utilisation des médias



À travers ce graphique, il en ressort que les jeunes bouderaient l'utilisation de certains médias (livres) au profit de certains nouveaux médias (Internet) ou des médias décrits comme divertissants (télévision) par la revue de littérature (p. 15).

Ce qui est très paradoxal, le livre, serait le plus utilisé des médias par les enseignants selon les élèves et c'est celui qui plairait le moins aux élèves. Nous connaissons peut-être aujourd'hui la réponse à travers la revue de littérature : les jeunes baignent dans une culture du numérique et surtout des écrans.

Nous retrouvons la notion d'images quand nous avons posé la question de la mémorisation. Les élèves retiennent mieux en visualisant qu'en lisant. Ils ont une mémoire visuelle.

Figure 24 : Mémoire des élèves



Certains médias sont donc de bons supports pour que les élèves apprennent en visualisant (WebTV, reportages sur internet ou émissions télévision...).

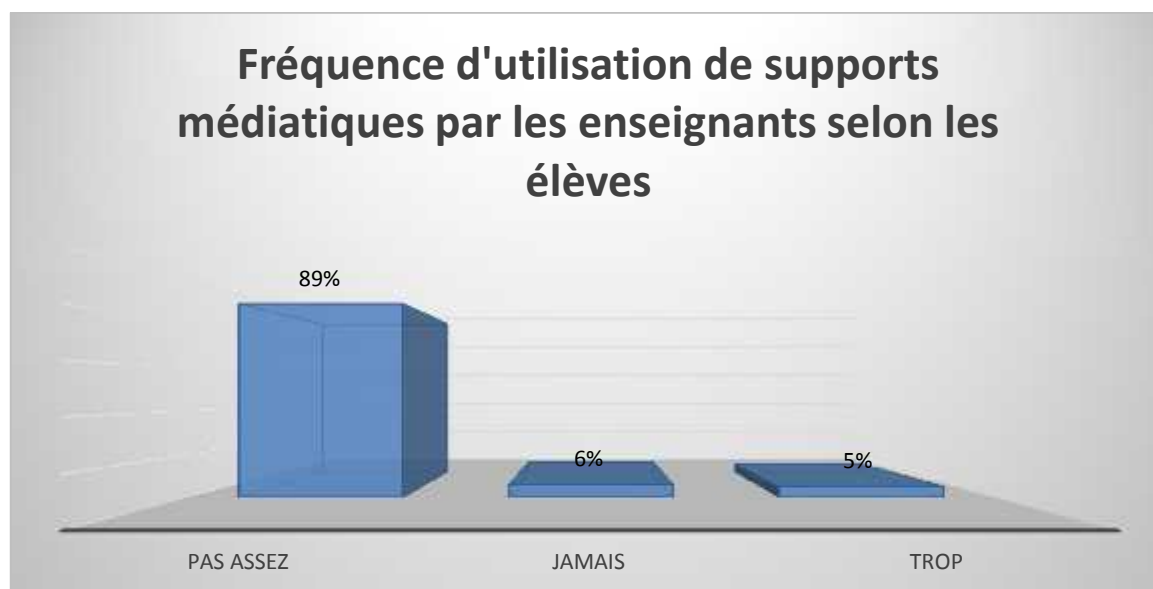
De plus, ils préfèrent voir un reportage entier plutôt qu'un extrait, à 82%.

Les élèves de lycée hôtelier aiment l'utilisation de supports médiatiques à base d'images. La télévision est un excellent moyen de motiver nos élèves à apprendre sur le métier. 66% d'entre eux regardent les émissions de télé-réalité. Par contre, les élèves considèrent que les enseignants ne prennent pas assez le temps de discuter avec eux des émissions sur le métier à 55%. Les parents prennent un peu plus le temps de discuter avec eux à 48%.

Si nous comparons les émissions citées par les élèves et notre revue de littérature (p. 20 en terme d'audience), les deux émissions en tête sont Masterchef et Top Chef. Puis les élèves citent ensuite Cauchemar en cuisine ou à l'hôtel qui n'est pas dans le top 5 en matière d'audience.

Enfin, en majorité, les élèves pensent que les enseignants n'utilisent pas assez de supports médiatiques dans les cours.

Figure 25 : Avis sur la fréquence d'utilisation de supports médiatiques par les enseignants



Au travers de ces analyses, nous venons de répondre à la dernière hypothèse opérationnelle :

☒ **Hypothèse 1** : Les élèves apprennent certainement des médias.

Cette dernière est **VALIDEE** par l'interprétation de la plupart des questions de notre étude de terrain.

3. Discussion des résultats

Au regard des concepts énoncés dans la revue de littérature et les résultats de nos deux questionnaires, nous avons démontré que l'utilisation des médias paraissait mal exploitée aussi bien par les élèves que par les enseignants. Cependant, les élèves peuvent apprendre des médias et les enseignants peuvent faire apprendre à travers les médias. Nous avons validé au fur et à mesure les quatre hypothèses opérationnelles :

☒ Hypothèse 1 : Les élèves apprennent certainement des médias

☒ Hypothèse 2 : Les élèves ne savent pas rechercher l'information

☒ Hypothèse 3 : Les professeurs n'utilisent pas assez les médias en cours

☒ Hypothèse 4 : Les enseignants ont peu conscience des aides à l'utilisation des médias

L'ensemble nous permet d'accepter l'hypothèse générale, à savoir : « Le support médiatique n'est pas utilisé judicieusement dans les lycées hôteliers ». Nous pouvons alors envisager l'hypothèse alternative à savoir que « les médias peuvent être mieux utilisés dans les lycées hôteliers ».

Malgré cela, certaines limites sont à envisager face aux résultats de cette recherche :

- Insistance récente du gouvernement d'enseigner par les médias (au sens plus large, le numérique). Les points évoqués sont parfois longs à mettre en place. Les établissements ne peuvent pas s'équiper du jour au lendemain du matériel nécessaire et s'occuper de l'organisation à mettre en place.
- Ancienneté des enseignants : la plupart des enseignants qui ont répondu à l'enquête n'ont pas eu de sensibilisation, encore moins une formation sur l'utilisation des médias en cours.

Le regard croisé sur les deux enquêtes prouve qu'il est nécessaire d'insister sur l'aspect formation des enseignants.

Dans un rapport, J. Michel Fourgous³⁸ (député des Yvelines) a insisté sur la formation des personnels spécifiant trois points :

- « *Appropriation des outils,*
- *Appropriation culturelle (aspect pédagogique),*
- *Management collaboratif : faire travailler les équipes ensemble* ».

L'autre aspect concerne le décalage générationnel. Nos jeunes sont nés avec les nouveaux médias, leurs enseignants travaillent encore avec les anciens médias, d'où notre hypothèse générale. Il réside donc un décalage entre les médias utilisés par les enseignants et les médias souhaités par les élèves.

Il faut donc se poser la question de « Comment améliorer l'utilisation des médias dans les lycées hôteliers ? » avec les moyens mis à disposition dans les établissements et la méconnaissance des enseignants face à l'utilisation de certains médias.

Malgré ces limites, nous souhaitons tout de même, via les résultats présentés, proposer le développement de deux préconisations :

- La création d'un média avec des élèves,
- La mise en place d'un manuel d'utilisation d'un nouveau média à l'attention des professeurs.

³⁸ FOURGOUS Jean-Michel. La modernisation de l'école par le numérique. [en ligne]. Disponible sur <http://www.esen.education.fr/fr/ressources-par-type/conferences-en-ligne/detail-d-une-conference/?idRessource=1134&cHash=3ece156d06>. (Consulté le 17 mai 2014).

PARTIE 3 :

PRECONISATIONS

Les résultats, au regard de la deuxième partie, ont démontré que les enseignants n'utilisent pas assez les médias.

Les raisons sont diverses : manque de temps, mauvaise connaissance des outils d'aide à l'utilisation des médias, souci d'équipements...

Mais les élèves sont en demande de supports médiatiques diversifiés qui les motiveraient pour apprendre. Nous devons les accompagner dans leur recherche. À travers la revue de littérature et les résultats de l'enquête, il serait intéressant de faire travailler les élèves sur la création d'un média, ainsi que créer un manuel d'utilisation de certains médias pour les professeurs.

Dans un premier temps, nous vous expliquerons le cheminement de la construction d'un média à travers l'inscription des élèves à un concours, organisé par le Clémi.

Dans un second temps, les enseignants demandent comment les nouveaux médias peuvent être utilisés. Il serait utile de travailler à l'élaboration d'un manuel où ils pourraient trouver des outils d'aides pour créer un blog.

Chapitre 9. Réalisation d'un journal avec des élèves

Après le choix du thème de mémoire et la consultation du site du Clémi pour la revue de littérature, nous avons pris la décision d'inscrire les élèves à un concours intitulé Médiatiks : Concours de médias scolaires et lycéens.

Dix élèves de la formation Mention Complémentaire Accueil-Réception réaliseront dans l'année deux journaux en rapport avec leur métier et enverront le meilleur numéro au Clémi pour le concours qui est appelé « Médias d'école » dans l'académie de Lille.

1. Cheminement du projet :

Octobre	Choix du thème de mémoire « Les médias et l'enseignement »
Novembre	Mail du Clémi transmis par le Chef d'établissement sur le concours Médias d'École
Décembre	Décision de se lancer dans ce concours après discussion avec la classe

Fin décembre	Échange téléphonique avec Mme VanPoppel ³⁹ sur le fond et la forme de ce concours Envoi, aux élèves, par mail d'un kit de création de journal scolaire édité par le Clémi pour qu'ils s'imprègnent de la forme de création d'un journal. ⁴⁰
Début janvier	Planification du travail et choix des thèmes avec les élèves
Mi-janvier	Choix du titre Réalisation du journal n°1
Mars	Réalisation du journal n°2 Sélection du journal à envoyer au Clémi pour le concours
Avril	Envoi au Clémi et diffusion dans l'établissement

2. Profil des élèves :

Les raisons qui nous ont poussées à choisir une classe de Mention Accueil-Réception sont :

- le nombre d'heures de cours ;
- l'équipement de la salle ;
- les objectifs pédagogiques de leur formation.

En effet, nous avons quatorze heures d'hébergement et communication professionnelle avec cette classe qui se prépare sur une année au travail de réceptionniste d'hôtel. Cette plage horaire permet de travailler sur de tels projets.

Ces élèves ont toujours cours dans une salle équipée d'ordinateurs avec accès Internet, imprimantes et téléphone extérieur ainsi que l'accès à la presse professionnelle ou locale dans la salle (Le Journal de l'Hôtellerie, Hospitality On, La Voix du Nord...).

Enfin, le référentiel de cette classe prévoit la rédaction de notes de synthèse, notes d'information, fiches synthétiques d'hôtel, suivi de l'actualité hôtelière. Leur métier demande une culture sur le monde professionnel et touristique qui les entoure. Un réceptionniste doit avoir une certaine ouverture d'esprit.

Toutes ces raisons nous ont poussé à participer avec cette classe à ce concours.

³⁹ Professeure missionnée à l'éducation aux médias dans l'académie de Lille.

⁴⁰ Kit consultable sur www.cnjs-varenne.org/inscription-creer.html.

Les élèves sont tous majeurs, titulaires d'un baccalauréat et tous motivés par ce métier. Ils sont dix : quatre garçons et six filles. Ils sont issus de filières différentes : baccalauréat professionnel, technologique ou général. Il s'avère que cette classe est très motivée à l'idée de faire des projets innovants. À la majorité, ils ont été séduits par l'idée de réaliser un journal professionnel en équipe.



3. Organisation du travail avec la classe :

30 min	Présentation du projet et accord de la salle de s'inscrire à un concours
45 min	Visionnage de publications anciennes sur le site du Clémi avec les élèves. Impression et discussion autour des journaux existants.
30 min	Planification du travail

Planification prévisionnelle :

- ☒ 30 min : Choix de la forme (nombre de pages, nombre d'articles)
- ☒ 1 heure : Choix des thèmes
- ☒ 2 heures : Rédaction des articles par groupe et par écrit
- ☒ 30 min : Informatiser les articles
- ☒ 30 min : Choix des photos
- ☒ 15 min : Choix du titre
- ☒ 1 heure : Mise en page finale du journal

30 min	Choix du titre « La Gazette des réceptionnistes »
15 min	Choix de la forme : Un journal de quatre pages (page de garde avec les titres des articles, 4 articles, une page où les élèves seront cités)
45 min	Choix des thèmes au regard de la presse professionnelle et présente dans la classe, ainsi que l'accès à Internet <i>Consignes du Clémi : trouver un thème se rapportant à l'actualité</i>
45 min	Recherche sur Internet des compléments d'information sur les thèmes choisis
3h30	Rédaction des articles. Les élèves ont décidé de le faire tous ensemble plutôt qu'en groupe. Un élève retranscrivait sur papier les phrases trouvées.
20 min	Taper les articles sur informatique (Word)
15 min	Choix des photos (une par article)
1 heure	Réalisation de la page de garde par deux élèves. Réalisation de la mise en page par l'enseignant avec les élèves (à l'aide de Net support school)

En mars, les élèves ont réalisé la gazette numéro deux. Nous n'avions pas fait d'organisation prévisionnelle.

1 heure	Choix des thèmes en lisant des articles de la presse, ainsi qu'Internet et des supports de cours que l'enseignant avait apporté
2 heures	Rédaction des articles en classe entière
1 heure	Mise en page de la gazette numéro 2 avec l'enseignant et les élèves
30 min	Choix de la gazette à envoyer pour le concours <i>7 élèves sur 10 ont voté pour la gazette numéro 2</i> La gazette numéro 1 est consultable en annexe D

Point positif de ce travail :

☺ **Motivation des élèves à produire un média relativement concret et le fait de travailler en équipe.**

Point négatif de ce travail :

⊗ **Travail long et fastidieux d'élaborer la rédaction d'un document en classe entière.**

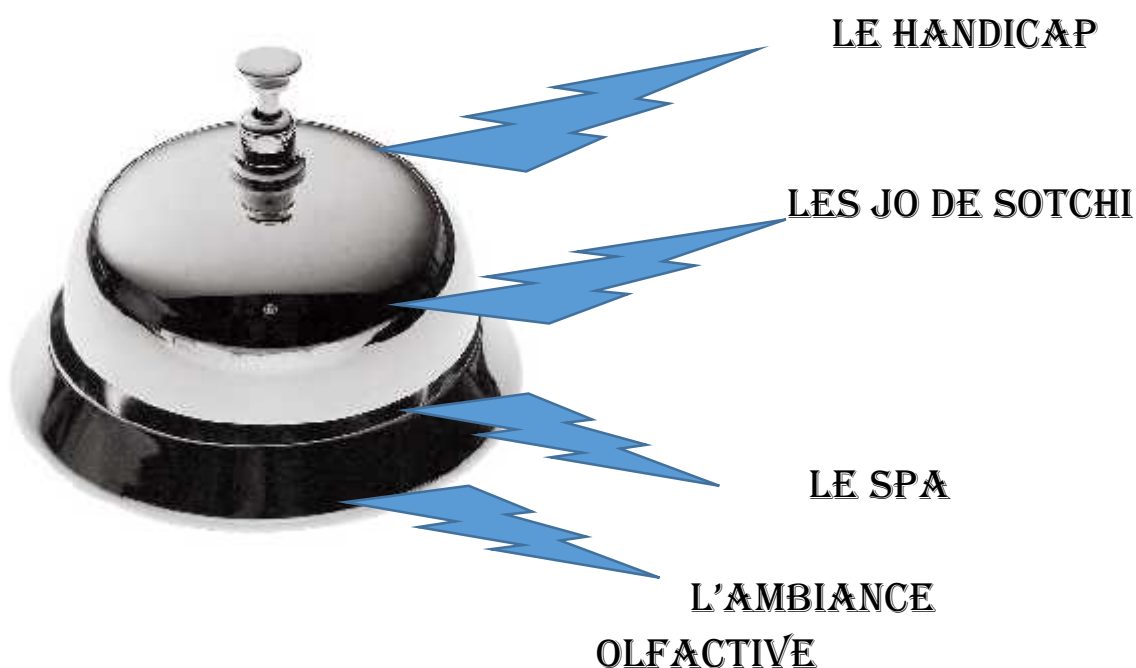
⊗ **Une journaliste de la presse locale a annulé une intervention avec les élèves sur la rédaction d'article de journaux.**

4. Présentation de la gazette sélectionnée :

LA GAZETTE DES RECEPTIONNISTES

GRATUIT

N°2 Février-Mars



**Le journal du lycée Vauban à Aire sur la Lys
Classe Mention Complémentaire Accueil Réception
Travail réalisé par les 10 élèves de la classe
Sous la direction de Mme Carole BREST, Professeur**

LA FACE CACHÉE DES JEUX OLYMPIQUES DE SOTCHI

Ces sont les Jeux les plus chers de l'Histoire (37 milliards d'euros), pour l'occasion tout a été construit : les hôtels, les installations sportives... Seulement, à 2 jours de l'ouverture des jeux, 3 hôtels sur 4 ne sont pas terminés (poignées de portes cassées, lampes sans ampoule...) Certains chauffages ne fonctionnent pas encore. Les parties communes de certains hôtels ne sont pas encore finies, il y a de la boue dans les couloirs, les lits n'étaient pas installés, il n'y a pas de lavabo. Il y a parfois des fils qui pendent dans les étages, la télévision, le téléphone, le wifi ne sont pas encore installés. La journaliste américaine du Chicago tribune a photographié 2 verres remplis



d'une eau brune provenant des robinets de sa chambre d'hôtel. Environ 24000 chambres ont été construites pour les JO, elles ne seront pas toutes équipées, simplement parce que les hôtels ne sont pas finis.

LES HANDICAPÉS : DES HÔTELS POUR TOUS

Depuis 1975, plusieurs lois se sont succédées sur l'accessibilité mais c'est surtout la loi du 11 février 2005 appelée « Loi Handicap » qui touche le domaine de l'accueil dans les hôtels. Cette loi impose la mise aux normes des hôtels et cela doit être terminé pour le 1^{er} janvier 2015. Les hôteliers ont fait un diagnostic pour le 1^{er} janvier 2011, c'est-à-dire l'analyse du niveau d'accessibilité et l'évaluation des coûts des travaux à prévoir. Désormais, plusieurs critères du nouveau classement hôtelier prennent en compte les divers aménagements réalisés au sein des hôtels en faveur de l'accessibilité. Ces nouveaux critères ne seront donc pas négligeables dans l'obtention d'étoiles pour les hôteliers. Ces derniers sont obligés de respecter certains critères liés aux aménagements et aux équipements. Un hôtel jusqu'à 20 chambres doit comporter 1 chambre aménagée pour les handicapés,

2 chambres pour un hôtel jusqu'à 50 chambres et + 1 chambre aménagée par tranche de 50 supplémentaires. Les salles de bain doivent être équipées de récepteurs, de barres d'appui et sièges pour les douches. Parfois, un dispositif vibreur placé sous l'oreiller fait office de réveil. Il existe aussi des réveils émettant des flashes lumineux. Les hôtels peuvent être labellisés « Tourisme et Handicap ».



LE SPA À L'HÔTEL, UNE NOUVELLE MODE

De nos jours, de plus en plus d'hôtels disposent de leur propre spa pour la clientèle de l'hôtel ou extérieure.

La présence d'un spa dans un hôtel constitue un critère important de sélection pour plus de 45 % des répondants (étude menée par le groupe Hilton de 2012). En général, 69% des répondants utiliseraient le spa lors de leur séjour. Il y a quelques décennies, un spa constituait déjà un élément de différenciation. En revanche, le spa fait, de nos jours, partie un critère de décision les plus importants.



Actuellement, l'hexagone dispose d'un réseau d'environ 9000 spas, dont près de 400 sont installés au sein d'infrastructures hôtelières. Sur le seul segment cinq étoiles près de 46% des établissements en sont équipés.

La tendance à l'augmentation de l'offre de spas dans l'hôtellerie devrait se poursuivre au cours des prochaines années et suivre l'évolution du tourisme bien-être, qui devrait continuer à se développer jusqu'en 2020.

Les spas répondent avant tout à une demande grandissante des consommateurs du XXIème siècle, plus attentifs à leur bien-être personnel et davantage à la recherche de plénitude et de sérénité. Plusieurs études réalisées au cours des dernières années ont ainsi montré qu'une grande majorité des clients sélectionnent l'hôtel dans lequel ils vont séjourner en fonction de la présence ou non d'un spa et du type d'institut. Ouvrir un spa entièrement dédié au bien-être permet ainsi aux hôteliers d'attirer de nouveaux clients.



L'HÔTELLERIE : UN SECTEUR QUI A DU NEZ !

Les odeurs sont la meilleure façon de créer des moments émotionnellement mémorables pour les clients, selon la société Air Berger. En effet, une étude a été réalisée en partenariat avec les hôtels Novotel, dans le but de comprendre la sensation ressentie chez le client. Alors que le hall d'entrée était parfumé, la perception de la clientèle interrogée est plus favorable concernant l'espace d'accueil « espace accueillant, je m'y sens bien, ambiance agréable, ambiance qui me plaît ». Par ailleurs, l'enseigne Novotel est perçue plus dynamique, plus moderne. La société Air Berger pense que dans l'hôtellerie, diffuser une odeur améliore le bien être du client et optimise une impression de qualité.

Diffuser une odeur change la perception que le client a de l'hôtel et cela renforce l'identité de marque. Utiliser le marketing olfactif permet donc d'influencer les clients et les pousserait à l'achat.



**Gazette réalisée par les 10 élèves de la classe de
mention complémentaire accueil réception : Renard Logan,
Bonnière Mylène, Meurin Méganne, Crépin Laura,
Lenoir Rudy, Zerrouck Abdelmajid, Pukica Honorine,
Leczinsky Océane, Leclercq Loïc, Fruchart Mélanie
Imprimé le 14 mars 2014 au lycée Vauban
1 rue de Bretagne
à Aire sur la Lys.**

5. Le concours Médias d'École :

Ce concours est proposé par le Clémi national. Il revient à chaque Clémi académique d'organiser l'édition 2014.

Il existait deux possibilités de production :

- « Journaux papiers » : un numéro de l'année scolaire en cours à envoyer ;
- « Articles numériques » : les élèves produisent un objet médiatique ayant recours au numérique sur un sujet d'actualité de leur choix (blog d'information, webdoc, émission de webradio).

Ce concours est ouvert à tous les lycées, collèges et écoles primaires.

Les critères exigés dans la réalisation du journal papier sont les suivants :

- « - *qualités rédactionnelles : contenu, style, analyse / réflexion ;*
- *qualités visuelles : maquette et mise en page, création graphique, illustrations ;*
- *identité du journal : personnalité et originalité ;*
- *responsabilité : signature des articles, identification et respect des sources, mentions obligatoires ;*
- *nature du projet : liberté d'expression des élèves, démarche d'élaboration, citoyenneté, prise en compte des lecteurs. »*

L'envoi était à faire pour le 4 avril 2014 en cinq exemplaires et a déclenché à ce moment-là l'inscription au concours. Vous trouverez en annexe E l'inscription de notre établissement à ce concours. Les résultats seront publiés fin mai 2014.

Nous avons donc créé un média à partir de supports médiatiques (presse et Internet), ce qui a réellement motivé nos élèves.

Nous avons vu qu'il fallait du temps, une salle équipée et surtout de la connaissance sur l'utilisation de supports médiatiques.

Nous allons désormais nous intéresser à la création d'une sorte de « manuel/guide » à l'usage des professeurs quant à l'utilisation d'un blog avec les élèves.

Chapitre 10. Manuel d'utilisation d'un nouveau média

Pour aider les professeurs à enseigner avec les médias, il me paraît nécessaire de mettre en place un outil d'aide à l'utilisation de certains médias. Bien évidemment, les enseignants peuvent se renseigner sur des sites comme le Clémi ou visionner des vidéos tutoriels sur Youtube.

Les enquêtes ont montré que les enseignants utilisent les livres et la presse régulièrement. Nous n'allons pas refaire un guide d'utilisation pour ces médias. Nous devons nous attarder sur les médias qui ne sont pas suffisamment utilisés par les enseignants en hôtellerie-restauration : les médias sociaux, à travers l'exemple d'un blog.

1. Définition d'un blog :

Pour travailler à partir d'un blog avec ses élèves, il faut le créer à partir d'une plateforme de création. Il faut choisir une plateforme acceptable et conçue pour des blogs d'école. La plateforme idéale est « Scolablog ». De nombreux enseignants créent des blogs pédagogiques. La plateforme utilisée est « le webPédagogique ».

Scolablog est un outil de communication spécialement destiné à un usage scolaire. Il permet de raconter la vie de la classe ou de mettre en œuvre un projet pédagogique avec une participation active des élèves. Scolablog est facile d'utilisation et comporte une version de base gratuite et sans publicité. Scolablog est développé par Génération 5, premier éditeur français de ressources numériques pour l'Éducation.

Existant depuis plus de vingt ans et travaillant régulièrement avec l'Éducation nationale, Génération 5 assure l'hébergement et la maintenance de blogs et porte une attention particulière à la confidentialité des données.

LewebPédagogique est un outil d'une grande utilité qui nous permettra, non seulement d'avoir une plateforme d'échange avec nos élèves en dehors des cours, mais aussi de publier du contenu et des ressources qui pourront servir à toute une communauté de professeurs et d'élèves.

Il faut impérativement faire remplir une autorisation parentale pour la diffusion d'image ou d'information concernant les élèves. Vous trouverez un exemple d'autorisation en annexe F.

2. Dix bonnes raisons d'ouvrir un blog⁴¹ :

☒ *« Vos élèves vont adorer.*

Ouvrir un blog pédagogique, c'est donner rendez-vous à vos élèves sur Internet. Un peu surpris au départ, ils apprécieront vite de pouvoir retrouver leur cahier de texte, des compléments à votre cours, des actualités sur l'établissement et tout ce que vous jugerez utile de publier.

☒ *Le Ministre vous soutient*

Le développement des TICE est une priorité mainte fois réaffirmée. Faites plaisir à votre inspecteur, votre ministre...

☒ *Votre cahier de texte sera toujours accessible*

En publiant sur le blog pédagogique la liste des travaux faits ou à faire, vous les rendez accessibles aux absents, aux parents et aux étourdis. Plus d'excuses possibles dans la catégorie « Madame, je ne savais pas, j'avais pas noté ».

☒ *Vous allez plus loin avec certains élèves*

Vous pouvez vous servir de votre blog pour publier votre cours, des quiz, des vidéos, des liens vers des sites qui vous semblent apporter un plus à ce qui se passe en classe. Bloguer c'est aussi desserrer un peu les contraintes physiques d'une heure de cours.

☒ *Vous leur apprenez à naviguer*

Vos élèves sont agiles sur Internet mais souvent ignorants des conditions de recherche d'information. En leur donnant rendez-vous sur leur média de référence, vous contribuez à les éduquer à la consommation intelligente de ce nouveau média.

☒ *Vous élargissez votre réseau éducatif*

Référez votre blog pédagogique sur l'annuaire, recevez les commentaires d'internautes, découvrez les productions de vos collègues. Avec le web, vous élargissez votre réseau de collègues, gardez le contact avec les anciens élèves, informez les parents facilement, bref vous gagnez en efficacité.

☒ *Vous vous faites plaisir*

⁴¹ Pourquoi ouvrir un blog sur le Webpédagogique. 10 bonnes raisons d'ouvrir un blog. [en ligne]. Disponible sur : lewebpédagogique.com/ouvrir-un-blog-pédagogique/ (Consulté le 24 mai 2014).

Parce que vous écrivez, vous publiez, vous partagez la connaissance et que finalement c'est aussi un peu pour cela que vous êtes prof non ?

☒ *C'est facile, vous allez y arriver*

Une minute et un email plus tard, votre blog pédagogique est pleinement opérationnel.

☒ *C'est gratuit*

☒ *C'est sans publicité*

Les blogs de profs sont gratuits et sans publicité, parce que vous les utilisez dans votre établissement, avec vos élèves ».

3. Manuel d'utilisation d'un blog :



CRÉER VOTRE BLOG

Aller sur le site Scolablog : www.scolablog.net

☒ Sur la page d'accueil : cliquez sur *Inscrivez-vous* !

☒ Remplissez les coordonnées de votre établissement :

☒ Remplissez les paramètres de votre blog :

☒ Souscrivez l'option Abonnement gratuit.

Un jour ouvré plus tard, vous recevrez un mail avec les adresses et les codes d'accès.

Vous aurez une adresse de consultation du blog à l'attention des visiteurs.

Exemple : <http://c29q.scolablog.net>

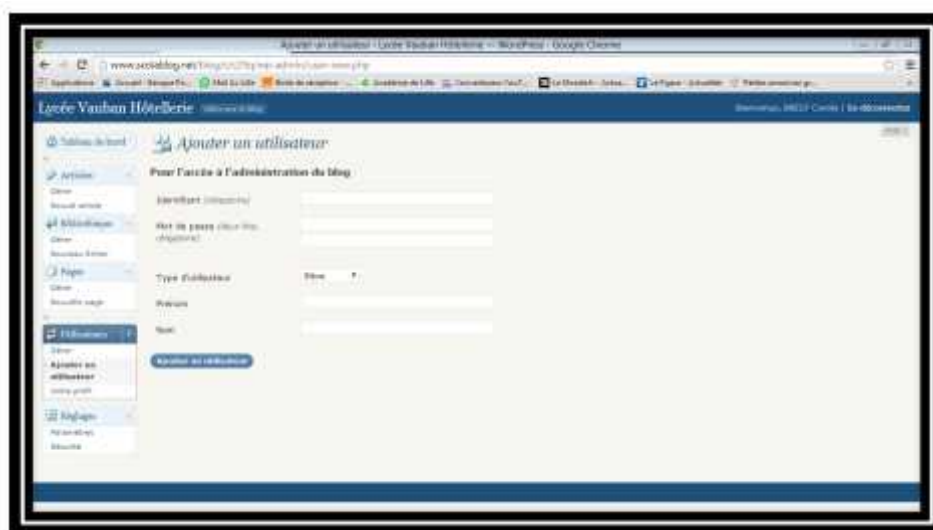
Vous aurez une adresse de création et d'administration du site à l'attention de l'enseignant responsable ainsi que les codes d'accès (identifiant et mot de passe).

☒ Une fois que vous aurez vos codes, vous arrivez sur une page appelée « tableau de bord » :

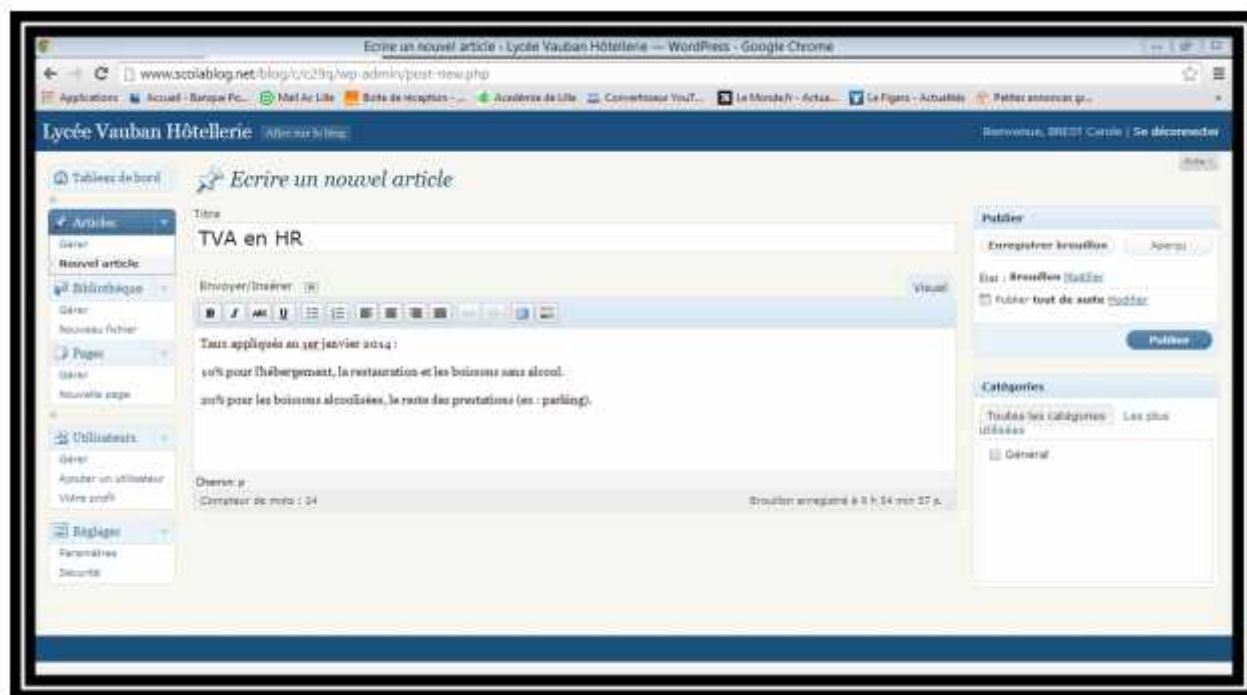


☒ Vous pouvez désormais inscrire vos élèves pour qu'ils aient accès au blog :

Allez dans *Utilisateurs*, *Ajouter un utilisateur*. Vous pouvez ainsi donner l'adresse d'accès aux élèves ainsi que leurs identifiants et leur mot de passe que vous aurez attribué.

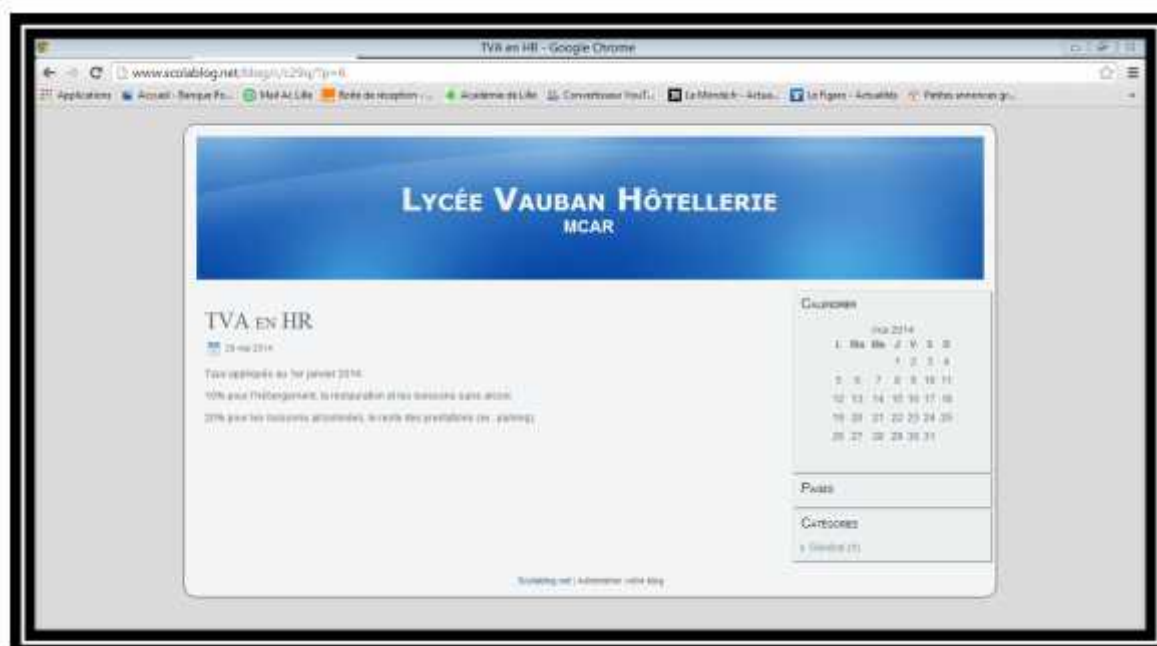


☒ Vous commencerez ainsi à vous servir du blog : écrire un article, publier des photos....



☒ Une fois votre article écrit, vous cliquez sur *Publier* et vous pouvez aller voir votre article en retournant sur *Aller sur le blog*.

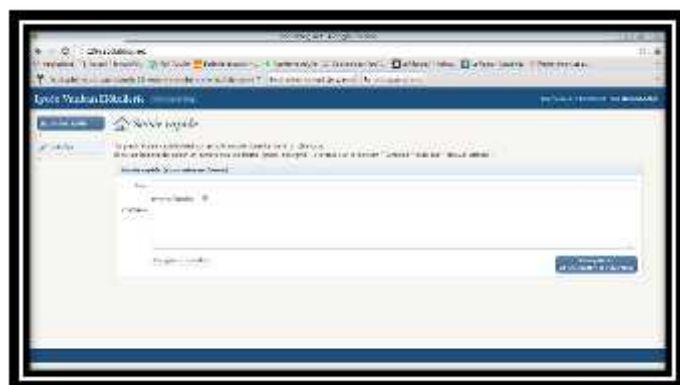
☒ Découvrez ce que les élèves pourront voir sur le blog :



☒ Du côté des élèves, après avoir tapé l'adresse d'accès, ils devront remplir l'identifiant et le mot de passe que vous aurez donné.



☒ Si les élèves répondent, réagissent, posent une question, ils pourront le faire puis cliquer sur enregistrer et soumettre à relecture.



☒ Vous accepterez ou pas ce que l'élève a écrit, ce qui permet de filtrer et corriger les fautes des élèves avant de publier ce qu'il aura écrit.

☒ Votre blog sera supprimé courant juillet ou août de l'année en cours mais vous pourrez le sauvegarder.

☒ Faites remplir une autorisation par les parents avant de créer le blog, ce qui permettra de publier des photos ou articles en respectant les droits d'auteur, droit à l'image et droit à la vie privée.



À VOUS DE JOUER !!!

Les médias recouvrent de nombreuses facettes. Nous avons donc fait le choix de mettre en avant deux médias complémentaires, l'un plus traditionnel (la presse) et l'autre plus récent (un blog). Ce dernier fait partie des médias sociaux que les jeunes aiment utiliser à l'heure actuelle. Cette mise en lumière montre la diversité à laquelle les enseignants peuvent avoir accès aujourd'hui pour développer des pratiques pédagogiques innovantes. Ces préconisations nous ramènent à notre problématique sur l'utilisation des supports médiatiques en cours.

CONCLUSION GENERALE

Au terme de ce mémoire de recherche, nous sommes à même d'affirmer que les médias ne sont pas assez utilisés dans les filières Hôtellerie-Restauration alors que de nombreux supports existent.

Grâce à la revue de littérature, nous avons pris conscience que l'éducation aux médias apportait beaucoup à nos jeunes. Ce thème est désormais au cœur des nouvelles mesures gouvernementales depuis quelques années. La mise en place effective demeure toutefois peu évidente dans l'immédiat. En effet, du temps semble encore nécessaire afin d'équiper correctement l'ensemble des établissements. Cette évolution demande aussi une implication énorme des enseignants pour se renseigner et préparer leurs cours en fonction d'un média.

Par ailleurs, nous avons vu que les jeunes sont entourés de médias mais ces derniers ont un côté ludique pour nos élèves et c'est à nous de leur montrer l'intérêt éducatif de ces supports. Reste à nous, enseignants, de les maîtriser et finalement de le vouloir.

Dans ce contexte, il m'a paru intéressant de montrer que c'était possible, avec du temps et des équipements, bien évidemment, de travailler à partir de supports médiatiques avec des élèves (presse, internet) à l'élaboration d'un support (journal). Puis, à l'heure actuelle, où tout est potentiellement visualisable sur un écran et accessible par l'intermédiaire d'Internet par quasiment tout le monde, il m'a paru nécessaire de réaliser un petit manuel d'utilisation d'un nouveau média : le blog. Il faudra dans un avenir proche compléter ce manuel par l'utilisation d'autres médias sociaux comme Facebook ou Twitter...

J'ai hâte d'expérimenter ce manuel dès la prochaine rentrée scolaire et ainsi faire évoluer mon enseignement vers des techniques modernes pour motiver nos élèves. Il me paraît également nécessaire de faire partager ces nouveaux savoirs avec des collègues.

Enfin, il serait enrichissant d'ici cinq ans de renouveler ces envois de questionnaires pour voir l'évolution des pratiques des enseignants avec cette volonté de notre institution de mettre en place les moyens dans cette nouvelle entrée dans l'ère du numérique.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES :

BALLE Francis. *Les médias*. 7^{ème} édition. Paris : Éditions Puf, collection « Que sais-je ? », 2012, 127 p.

BEI Jean-Yves & GERARD Jean-Marie. *École et médias : regards croisés*. Collection Questions d'éducation et de formation : 2001, 186 p.

BOLSTERLI Michèle & MAULINI Olivier. *L'entrée dans l'école*. Bruxelles : Éditions De Boeck & Larcier, 2007, 171 p.

BONNEAU Eric & COLAVECCHIO Gérard. *Faire de la radio à l'école : des ondes aux réseaux*. CNDP : 2013, 87 p.

DONNAT Olivier. *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*. Enquête 2008. Paris : Éditions La Découverte/Ministère de la culture et de la communication, 2009, 288p.

DURAND-PRINBORGNE Claude *et al.* *Dictionnaire encyclopédique de l'éducation et de la formation*. 3^{ème} édition. Paris : Editions Retz, 2005, 1104 p.

ECOLE NORMALE SUPERIEURE DE LYON. *Cultures numériques : Éducation aux médias et à l'information*. CNDP : 2013, 139 p.

FRAU-MEIGS Divina. *Socialisation des jeunes et éducation aux médias*. Toulouse : Éditions Erès, 2011, 234 p.

JEHEL Sophie. *Parents ou médias, qui éduque les préadolescents ?* Toulouse : Éditions Erès, 2011, 240 p.

RIEFFEL Rémy. *Que sont les médias ?* 2^{ème} édition. Paris : Editions Folio, 2011, 539 p.

RIEFFEL Rémy. *Sociologie des médias*. 3^{ème} édition. Paris : Éditions Ellipses, 2010, 235 p.

RIVET Philippe, PATARD Dominique, KILSIN Patricia. *La presse en classe : Découvrir la presse quotidienne régionale*. CRDP de Lorraine : 2012, 87 p.

ROBIN Christian. *Les livres dans l'univers du numérique*. Paris : Editions La documentaire française, 2011, 159 p.

SAVINO Josiane *et al.* *L'Éducation aux médias de la maternelle au lycée*. CNDP : 2005, 135 p.

TESSIER Marc *et al.* *La Révolution du livre numérique*. Paris : Editions Odile Jacob, 2011, 208 p.

MEMOIRES :

RIBOULLET Maddy. *L'acquisition du socle commun : même au lycée, il est encore temps !* Mémoire de Master 2 MEEFHR. Toulouse : Université de Toulouse II – Le Mirail, 2013, 152 p.

ARTICLES :

BOUBEE Nicole. L'image dans l'activité de recherche d'information des élèves du secondaire : ce qu'ils en font et ce qu'ils en disent. *Spirale*, 2007, n°40, p. 3-9.

BRIEN Robert. Une perspective pour le choix de stratégies d'enseignement. *Revue des sciences de l'éducation*, 1983, vol. 9, n°1, p.23-40.

CHAILLEY Maguy. Télévision et apprentissages à l'école. *Le Télémaque*, 2002, n°22, p. 81-90.

CHAMPAGNE Patrick. La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message. *Revue française de sociologie*, 1971, n°12-3, p. 406-430.

COHEN Evelyne. Art et magie de la cuisine : la cuisine du Grand Véfou à la télévision ? *Sociétés et représentations*, 2012, n°34, p. 113-124.

DANSEREAU Stéphanie. Les médias : savoirs, plaisirs et cultures spécifiques. *Québec français*, 1991, n°82, p. 29-30.

FERLAND Marie-France. Des élèves toujours plus passionnés de culture et passionnés d'apprendre. *Québec français*, 2001, n°121, p. 51-52.

FERRAND Olivier. La révolution médiatique de la condition humaine. *Le Débat*, 2012, n°170, p. 160-174.

LIVINGSTONE Sonia, GAMBERINI Marie-Christine. Les jeunes et les nouveaux médias. Sur les leçons à tirer de la télévision pour le PC. *Réseaux*, 1999, vol. 17, n°92-93, p. 103-132.

PRONOVOST Gilles. Les jeunes, le temps, la culture. *Sociologie et sociétés*, vol. 28, 1996, n°1, p. 147-158.

SYMPOSIUM/COLLOQUE :

AILLERIE Karine. L'éducation à la culture informationnelle. *Colloque international de l'ERTé à Lille*, 16-17-18 octobre 2008, p. 1-5.

LANGOUET Gabriel, BERAUD-CAQUELIN Hélène. Les jeunes et leurs parents face aux médias. *Actes du 6^{ème} symposium québécois de recherche sur la famille*, novembre 2001, p. 216-233.

RHEAUME Jacques. L'enseignement des hypermédias pédagogiques. *2ème colloque Hypermédias et apprentissages à Lille*, 1993, p. 139-150.

SITES INTERNET CONSULTÉS :

www.ipsos.fr

www.insee.fr

<http://mediaEducation.fr>

www.csa.fr

www.clemi.org

www.education.gouv.fr

<http://eduscol.education.fr>

www.cultureeducation.gouv.fr

www.cndp.fr

www.hotellerie-restauration.ac-versailles.fr

www.strategies.fr

www.esen.education.fr

www.lewebpedagogique.com

www.scolablog.net

TABLE DES FIGURES

Figure 1: Évolution du temps passé devant un écran	14
Figure 2 : Le temps passé devant un écran selon la catégorie socioprofessionnelle	16
Figure 3 : Temps passé devant la télévision.....	17
Figure 4 : Page d'accueil du site Clemi	24
Figure 5 : Exemple de recensement des programmes TV	33
Figure 6 : Ancienneté des enseignants	43
Figure 7 : Disciplines enseignées par les professeurs	44
Figure 8 : Avis sur le temps passé à préparer un support médiatique	45
Figure 9 : Types de média selon les enseignants.....	46
Figure 10 : Fréquence d'utilisation des supports médiatiques par les enseignants	47
Figure 11 : Fréquence de rédaction d'un article dans la presse locale par les enseignants.....	49
Figure 12 : Consultation de rubriques du site administré par Serge Raynaud.....	51
Figure 13 : Avis des enseignants sur la télé réalité	52
Figure 14 : Avis des enseignants sur l'utilisation d'un support médiatique en vue de motiver les élèves.....	53
Figure 15 : Filières de provenance des élèves	54
Figure 16 : Raisons de l'entrée des élèves en filière HR	54
Figure 17 : Equipement des élèves à la maison.....	55
Figure 18 : Fréquence d'utilisation d'Internet à la maison	56
Figure 19 : Sites consultés pour faire un travail scolaire à la maison.....	57
Figure 20 : Types d'information recherchée par les élèves	57
Figure 21 : Fréquentation du CDI pour lire la presse professionnelle.....	58
Figure 22 : Supports de cours utilisés par les enseignants	59
Figure 23 : Avis des élèves sur l'utilisation des médias	60
Figure 24 : Mémoire des élèves	60
Figure 25 : Avis sur la fréquence d'utilisation de supports médiatiques par les enseignants	61

ANNEXES

ANNEXE A : Ensemble d'actions pour relancer l'éducation aux médias et à l'information

UN ENSEMBLE D' ACTIONS POUR RELANCER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION ET FAVORISER UN USAGE RESPONSABLE D'INTERNET ET DES RÉSEAUX SOCIAUX (1/2)

L'éducation aux médias et à l'information : pourquoi ?

- Permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication, **former les « cybercitoyens » actifs, éclairés et responsables de demain**
- Permettre la compréhension et l'usage autonome des médias par les élèves et les enseignants qui sont à la fois lecteurs, producteurs et diffuseurs de contenus

L'éducation aux médias et à l'information : c'est quoi ?

- Une pratique citoyenne des médias : une **lecture critique et distanciée** de leurs contenus et une initiation aux langages, aux formes médiatiques pour pouvoir **s'informer suffisamment, s'exprimer librement** et produire soi-même de l'information
- Le développement d'une **compétence de recherche, de sélection et d'interprétation de l'information, ainsi que d'évaluation des sources et des contenus**
- Une compréhension des médias, des réseaux et des phénomènes informationnels dans toutes leurs dimensions : économique, sociétale, technique, éthique

L'éducation aux médias : comment ?

- Une **intégration de cet enseignement de manière transversale dans les différentes disciplines**, ainsi qu'une inscription lisible de ces compétences dans le futur socle de compétences, de connaissances et de culture
- Un **accompagnement des enseignants**, qui partagent la responsabilité de cette éducation
- La possibilité d'un **usage sécurisé des médias au quotidien**, encourageant les pratiques de collaboration et d'échange tant des élèves que des enseignants et la co-construction des savoirs au sein d'environnements d'apprentissage stimulants et adaptés (ex. mise à disposition des lycéens d'une WebTV par le Centre national de documentation pédagogique)
- Une évaluation progressive des compétences acquises par les élèves (nouveau brevet informatique et internet)
- Une rénovation du Centre de liaison de l'enseignement et des médias de l'information (Clémi) pour répondre aux nouveaux enjeux du numérique

Quel plan d'actions à partir de la rentrée ?

- Un **cadre de référence** sera élaboré. Il définira les objectifs de l'éducation aux médias et leur déclinaison concrète sous la forme de **séquences pédagogiques** proposées pour les différentes disciplines
- Le Conseil supérieur des programmes créé par la loi sera missionné pour proposer les modalités d'intégration de l'éducation aux médias et à l'information dans les programmes et le socle commun

UN ENSEMBLE D' ACTIONS POUR RELANCER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION ET FAVORISER UN USAGE RESPONSABLE D'INTERNET ET DES RESEAUX SOCIAUX (2/2)

L'éducation aux usages responsables d'internet et des réseaux sociaux : pourquoi ?

- Apprendre aux élèves à utiliser les opportunités offertes par ces nouveaux médias tout en assurant leur protection, celle de leur image numérique et de leur vie privée sur internet et sur les réseaux sociaux, et prévenir les risques d'atteintes aux droits des enfants
- Apprendre aux élèves à distinguer entre réalité et fiction

L'éducation aux usages responsables d'internet et des réseaux sociaux : c'est quoi ?

- Une **pratique raisonnée et responsable** des nouveaux outils de l'information et de la communication
- L'apprentissage par les élèves d'un usage d'internet légal, éthique, citoyen et respectueux d'autrui
- Une information des élèves et des parents sur les moyens dont ils disposent pour se défendre lorsqu'ils sont victimes d'une infraction portant atteinte à leur personne sur internet
- Une réflexion sur le plagiat et de respect de la propriété intellectuelle

L'éducation aux usages responsables d'internet et des réseaux sociaux : comment ?

- Une **meilleure information des chefs d'établissement** pour les aider à répondre aux problèmes qu'internet et les réseaux sociaux sont susceptibles d'engendrer dans la vie scolaire
- L'**information et la formation des enseignants** pour qu'ils apprennent à leur élèves à

utiliser les nouveaux outils pédagogiques à bon escient

- **Une implication renforcée des conseillers principaux d'éducation** dans la veille des réseaux sociaux numériques de l'établissement et une vigilance accrue quant aux conséquences sur la vie scolaire de l'établissement
- L'intégration des actions de prévention dans les enseignements

Quelles actions à partir de la rentrée ?

- Une refonte du brevet informatique et internet (B2I) au collège avec la rénovation de ses compétences et l'instauration d'un B2I lycée
- **L'organisation, dans chaque établissement de réunions d'information/formation à destination des enseignants et des parents sur l'usage responsable d'internet et des réseaux sociaux dès la rentrée**
- La mise à disposition des chefs d'établissement et des équipes pédagogiques **d'un guide pratique de prévention et de gestion des situations problématiques** quand le climat scolaire est troublé par les nouveaux médias (« cyberharcèlement » de nature xénophobe, sexiste, raciste, homophobe, diffamatoire, etc.)



ANNEXE B : Questionnaires professeurs sur les médias et l'enseignement

QUESTIONNAIRE MÉMOIRE MASTER 2 : PROFESSEURS

LES MEDIAS ET L'ENSEIGNEMENT

1/ Quelle discipline enseignez-vous ?

- ☐ Cuisine
☐ Restaurant
☐ Hébergement
☐ Enseignement général

2/ Quel âge avez-vous ?

3/ De quelle formation êtes-vous issue ?

4/ Avez-vous fait l'IUFM ? oui non

5/ De quel sexe êtes-vous ?

- ☐ Masculin
 ☐ Féminin

6/ Depuis combien de temps enseignez-vous ? Mettre une croix dans la bonne colonne

Moins de 5 ans	De 5 à 10 ans	De 10 à 20 ans	Plus de 20 ans

7/ D'après vous, qu'est-ce qu'un média ? Plusieurs réponses possibles

- ☐ Article de presse
 ☐ Film (DVD)
 ☐ Tableau interactif
 ☐ Tablettes
☐ Émission de radio
 ☐ TICE
 ☐ Cinéma
 ☐ Smartphone
☐ Reportage sur Internet
 ☐ Émission télévisée
 ☐ Livre

8/ Saviez-vous que l'éducation par les médias est une priorité du ministre de l'Éducation nationale actuel ?

- ☐ OUI
 ☐ NON

9/ Saviez-vous que l'enseignement du numérique est une compétence du socle commun à atteindre par nos élèves ?

- ☐ OUI
 ☐ NON

10/ Disposez-vous de moyens suffisants dans votre lycée pour utiliser les médias (presse au CDI, salle équipée d'ordinateur avec connexion internet...) ?

- ☐ OUI
 ☐ NON

11/ A quelle fréquence utilisez-vous le support médiatique cité ci-dessous ?

	Jamais	Au moins une fois dans la semaine	Plusieurs fois dans la semaine	Quasiment à chaque cours
Presse				
Reportage/émission télévisé(e)				

Reportage/émission sur Internet				
Radio				

12/ Utilisez-vous Internet pour réaliser vos cours ?

Oui Non

13/ Si oui, quel(s) site(s) ?

14/ Connaissez-vous le site du Centre de Ressources Nationales en Hôtellerie Restauration du CRDP de Versailles, administré par Serge Raynaud ?

15/ Si oui, quelle partie du site utilisez-vous ?

16/ Donnez 3 qualificatifs concernant les émissions de télé-réalité en cuisine ou en restaurant ?

-
-
-

17/ Utilisez-vous des articles de presse dans vos cours ? oui non

18/ Si oui, de quel journal/magazine ?

19/ Comment faites-vous la sélection des articles de presse ?

20/ Savez-vous ce qu'est le CLEMI ? oui non

21/ Si oui, pouvez-vous en donner une définition ?

22/ Estimez-vous avoir assez de temps pour préparer des supports médiatiques pour vos élèves ?

☐ OUI ☐ NON

23/ Est-ce que vous prenez le temps de discuter avec vos élèves des émissions sur le métier ?

☐ OUI ☐ NON

24/ Même si vous ne le faites pas, pensez-vous que le support médiatique utilisé dans un cours motive un élève ?

☐ Pas du tout ☐ Peut-être ☐ Certainement

25/ Faites-vous un article dans la presse locale lorsque vous faites une action spécifique ?

☐ Jamais ☐ A chaque fois ☐ De temps en temps

Merci pour votre collaboration

ANNEXE C : Questionnaire élèves sur les médias et l'enseignement

QUESTIONNAIRE MÉMOIRE MASTER 2 : ELEVES

LES MEDIAS ET L'ENSEIGNEMENT

1/ Dans quelle formation es-tu ?

CAP ☐
BAC PRO ☐
BAC TECHNO ☐
BTS ☐
MC ☐

2/ Quel âge as-tu ?

3/ De quel sexe es-tu ?

☐ Féminin ☐ Masculin

4/ Explique les raisons de ton entrée dans la filière hôtellerie-restauration ?

5/ Regardes-tu des émissions télévisées sur le métier ?

☐ OUI ☐ NON

6/ Si oui, lesquelles ?

7/ Est-ce que ces émissions ont influencé ton choix d'orientation ?

8/ Quels équipements as-tu chez toi ? Tu peux cocher la ou les réponses exactes

☐ Ordinateur ☐ Téléviseur ☐ Téléphone portable avec Internet ☐ Smartphone
☐ Ordinateur avec connexion internet ☐ Imprimante ☐ Tablette ☐ Autres :

9/ Es-tu abonné à un magazine en rapport avec ton métier ? Si oui, lequel ?

10/ A quelle fréquence utilises-tu Internet chez toi pour le travail ?

☐ Tous les jours ☐ Tous les 2 jours ☐ Jamais

11/ Sur quel(s) site(s) vas-tu pour réaliser le travail scolaire demandé ?

12/ Quel(s) type(s) d'information(s) cherches-tu ? Tu peux cocher une réponse

Image	Réponse à la question	Approfondissement du thème demandé

13/ Sur quels sites navigues-tu lorsque tu fais une recherche en cours ?

14/ Peux-tu cocher ce que tes professeurs utilisent comme support de cours ?

- ☐ Articles de presse ☐ Émissions TV avec DVD ☐ Film ☐ Reportage sur Internet
☐ Émissions de radio ☐ Livre ☐ Autres :

15/ Peux-tu donner ton avis sur les supports que tu préfères utilisées en cours ? Mettre une croix.

	Peu d'intérêt	Parfois intéressant	Souvent intéressant	Toujours intéressant
Articles de presse				
Émissions TV avec DVD				
Films				
Reportages sur Internet				
Émissions de radio				
Livres				

16/ Est-ce que tu retiens mieux en voyant des images ou en lisant ?

17/ Préfères-tu voir un extrait d'un reportage ou le reportage entier lorsque tu es en cours (ex. *C'est pas sorcier*)? Pourquoi ?

18/ Quel est ton avis sur l'utilisation des médias (presse, radio, internet, télévision) dans tes cours par les professeurs ? Choisis une réponse

- ☐ Mes professeurs n'utilisent jamais de supports médiatiques
☐ Mes professeurs utilisent trop de supports médiatiques
☐ Mes professeurs n'utilisent pas assez de supports médiatiques

19/ Est-ce que les professeurs prennent le temps de discuter avec toi des émissions sur le métier ?

- ☐ OUI ☐ NON

20/ Est-ce que tes parents ou tuteurs prennent le temps de discuter avec toi des émissions sur le métier ?

- ☐ OUI ☐ NON

21/ Est-ce qu'il t'arrive d'aller au CDI lire la presse professionnelle ?

- ☐ Souvent ☐ Parfois ☐ Jamais

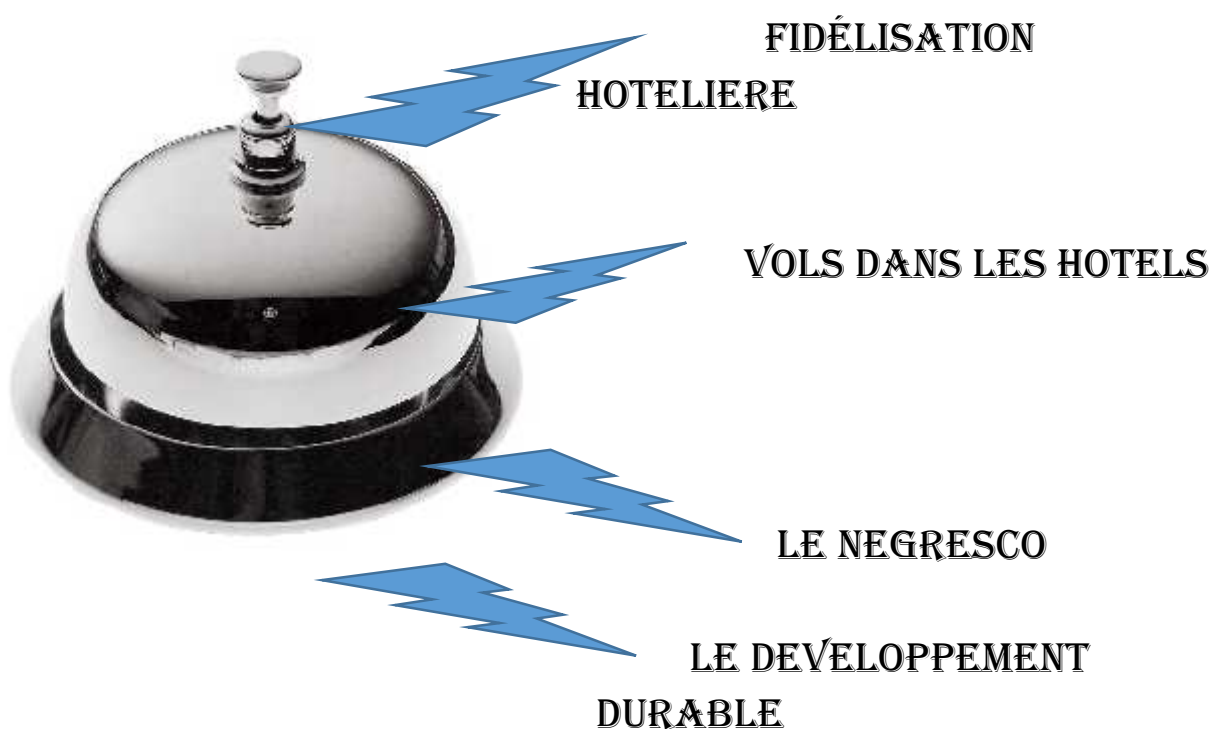
Merci de ta participation

ANNEXE D : Gazette numéro 1

LA GAZETTE DES RECEPTIONNISTES

GRATUIT

N°1 Décembre-Janvier



Le journal du lycée Vauban à Aire sur la Lys
Classe Mention Complémentaire Accueil Réception
Travail réalisé par les 10 élèves de la classe
Sous la direction de Mme Carole BREST, Professeur

FIDELISATION HOTELIERE

Le monde de l'hôtellerie est un commerce particulier puisque son offre est éphémère. L'industrie hôtelière fait face à une clientèle exigeante et mobile. La fidélisation est donc synonyme de différenciation. Elle s'inscrit dans un contexte d'approche très large de gestion de la relation client. Il s'agit de faire du client un partenaire avec qui l'on a une relation particulière. Quand un client vient deux fois par mois dans un hôtel, au bout d'un certain temps, on le reconnaît visuellement. Et on l'accueille d'une certaine manière puisque c'est un client identifié comme fidèle. Le marketing relationnel, c'est un mélange de savoir-faire relationnel et de technologie. La fidélisation contribue à entretenir un lien fort avec le client. Ainsi l'hôtelier consolide sa position concurrentielle et préserve à terme sa part de marché et sa rentabilité. Elle permet également de se différencier de ses concurrents en proposant des produits adaptés aux besoins de sa clientèle.



Quelques principes de fidélisation :

1. Offrir sa protection au client en s'assurant de la qualité des prestations.
2. Respecter ses engagements
3. Prodiger du plaisir au client
4. Savoir être reconnaissant envers ses clients
5. Se préoccuper de ses clients
6. Transmettre régulièrement de l'information au client
7. Mettre en valeur le client
8. Se faire évaluer régulièrement par les clients

VOLS DANS LES HOTELS

Souvent commis dans les hôtels de luxe, ils coûteraient 20.000€ par an et 5500€ pour les autres catégories.

Ramener des souvenirs de leur chambre d'hôtel est devenu courant, presque un jeu pour certains. Cette pratique concerne la quasi-totalité des hôteliers qui estiment qu'un client sur dix pratique ce « jeu » et cela s'élève jusqu'à 12% dans les hôtels haut de gamme.



Palmarès des vols constatés dans les hôtels : 87% serviettes de toilettes, 60% trousse de toilettes (savons, shampoing...), 55% stylos, 52% couverts et vaisselle, 39% chaussons, 34% peignoirs.

Certains voleurs parviennent ainsi à partir avec l'intégralité des ampoules de la chambre, comme l'on rapporté 9% des établissements, ou avec les télécommandes (28%), les lampes (6%) ou encore les réveils (5%). Les plus motivés se débrouillent parfois pour embarquer des souvenirs plus qu'encombrants: les téléviseurs (16%), ordinateurs (4%) et matelas (23%) font des enthousiastes. 6% des hôtels ont constaté que des œuvres d'art s'étaient volatilisées.

LE DEVELOPPEMENT DURABLE, UN ENJEU MAJEUR POUR L'HOTELLERIE

Le développement durable est une préoccupation forte pour les professionnels du tourisme. Aujourd'hui nous constatons une évolution de l'importance de l'environnement dans l'hôtellerie. Le développement durable s'articule autour de 3 piliers : l'économie, le social et l'environnement. Il se définit comme le développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.

60% des français connaissent le tourisme responsable.

88% des voyageurs français se disent prêts à agir en faveur de l'environnement et 56% d'entre eux sont prêts à payer plus cher pour une destination écologique.

Depuis la réforme de 2009 sur le classement des hébergements, l'hôtelier doit obligatoirement sensibiliser son personnel sur la gestion de l'économie de l'eau, de l'énergie et des déchets.

Il est important de sensibiliser les clients de l'hôtel à travers différents supports (sites Internet, brochures, panneaux...) sur l'utilisation de l'eau, des serviettes et de l'éclairage.

Des aménagements peuvent être réalisés : économiseurs d'eau, détecteurs de présence dans les couloirs, récupération de l'eau de pluie dans les jardins des hôtels, ampoules basse consommation...



Il existe de plus en plus de certifications : des écolabels spécifiques au secteur de l'hôtellerie. Exemple : Ecolabel Européen.



LE NEGRESKO : PALACE AUX RESSOURCES HUMAINES HORS NORMES

Hormis liftier et groom, qui ont disparu du paysage, tous les corps de métiers de l'hôtellerie de luxe sont au Négresco. Y compris les plus insolites comme ébéniste, tapissier, tailleur... Cet hôtel de 150 chambres fait travailler près de 250 personnes, tous en uniforme. La directrice Nicole Spitz qualifie cet hôtel « d'attachant ». En effet certains employés affichent entre 20 et 30 ans d'ancienneté. Exemple : Serge Amalfitano est au Négresco depuis 32 ans et chef concierge depuis 15 ans.

Au sein de ce palace, les maîtres-mots sont : sévérité, élégance, respect.



Gazette réalisée par les 10 élèves
de la classe de mention complémentaire accueil réception : Renard Logan,
Bonnière Mylène, Meurin Méganne, Crépin Laura, Lenoir Rudy,
Zerrouck Abdelmajid, Pukica Honorine, Leczinsky Océane,
Leclercq Loïc, Fruchart Mélanie
Imprimé le 20 janvier 2014
au lycée Vauban
1 rue de Bretagne à Aire sur la Lys.

ANNEXE E : Inscription de l'établissement au concours Médias d'École



Académie de Lille
Inscription catégorie
Journal papier

Votre établissement

Nom : .Lycée Vauban.....
Adresse : 1 rue de Bretagne.....
Code postal : .62120..... Ville : Aire sur la Lys.....
Téléphone : .03/21/95/45/80..... Courriel : ce.0623981r@ac-lille.fr.....
Chef d'établissement : M. Didier Rhys.....

Votre journal

Titre : La Gazette des réceptionnistes.....
Responsable de publication : Mme BREST Carole
Qualité dans l'établissement (chef d'établissement, élève, enseignant, assistant d'éducation...) : Enseignante.....
Téléphone : 06/09/62/30/95..... Courriel : carolepeltier@wanadoo.fr.....
Personne ressource à contacter : Mme BREST Carole.....

Prix spécial « Égalité » (facultatif)

Article ou dossier abordant la question de l'égalité Filles/Garçons :

... (Pensez à proposer également votre article au concours national « CLEMI/Causette/ Les Nouvelles NEWS » : <http://www.clemi.org/fr/concours/clemi-causette-nouvelles-news/>).

Votre équipe

Nombre d'élèves : .10.....
Age moyen /niveaux de classe : 19 ans.....
Nombre d'adultes : 1.....
Cadre (club, accompagnement éducatif, soutien scolaire, classe médias...) : .Classe médias.

Vos moyens

Logiciel de mise en page utilisé : Word.....
Nombre de tirages : 150 (élèves, parents, enseignants, personnel de l'établissement).....
Votre journal est-il payant ? Si oui, précisez le prix du numéro : NON.....
Moyens utilisés pour la reproduction : Imprimante laser.....
Les moyens appartiennent-ils à l'établissement ? OUI.....
Mode de financement (recettes de la vente du journal, sponsoring, partenariat...) :
Financement lycée.

L'histoire de votre projet

Présentez brièvement votre journal (historique du projet, structure, choix des thématiques...)

- 1 Étude du mail reçu du clémi et transmis par le chef d'établissement.
 - 2 Décision de se lancer avec classe de Mention Accueil Réception après discussion avec les élèves
 - 3 Échange téléphonique avec Mme Van Poppel sur le fond et la forme
 - 4 Choix des thèmes avec les élèves : thèmes d'actualité et thème coup de cœur
 - 5 Planification de plages horaires pour la réalisation des articles et choix du titre du journal par les élèves
 - 6 Participation, travail en équipe, choix des photos
 - 7 Mise en page avec l'enseignante
- Projet personnel de l'enseignante : Réalisation d'un mémoire de master 2 sur les médias et l'école.

Comment avez-vous eu connaissance du concours « Médias d'école » ?

Mail transmis par le chef d'établissement et recherche sur le site du clémi (mots clés médias) pour la réalisation d'un mémoire de master 2

Je déclare avoir pris connaissance du règlement du concours « Médias d'école », organisé par le CLEMI de Lille, avec le partenariat du *Club de la presse*, de l'association *Jets d'encre*, du CRDP de Lille et de l'OCCE du Nord - Pas de Calais.

Nom et qualité : .BREST Carole

..... Signature :

Ce bulletin est à retourner avant le 4 avril 2014, cachet de la poste faisant foi au CLEMI de Lille, CRDP - 31 rue Pierre Legrand – BP 30054 – 59007 Lille cedex.

Contact : Bénédicte Van Poppel, 03 59 03 12 49 clemilille@ac-lille.fr

ANNEXE F : Demande d'autorisation parentale pour le droit à l'image

AUTORISATION PARENTALE POUR L'USAGE DE PHOTOS, DE VIDEOS DANS LE CADRE D'UNE ACTIVITE SCOLAIRE (ELEVE MINEUR)

PARTIE A REMPLIR PAR
L'ETABLISSEMENT

Nom de l'école: Année scolaire 201.. - 201..

Adresse :

Le droit à l'image se fonde sur le principe de respect de la vie privée reconnu à toute personne et en particulier au mineur (article 9 du Code civil). Cela signifie que toute diffusion d'une image, d'une vidéo sans le consentement des représentants légaux du mineur est une atteinte à son droit à la vie privée.

Dans le cadre scolaire, le droit à l'image des élèves mineurs est géré par leurs parents ou tuteur. Afin de prévenir tout contentieux, la prise de vue d'élèves doit donc être précédée d'une demande d'autorisation écrite aux parents ou tuteur qui précise le cadre dans lequel l'image de leur enfant sera utilisée.

L'établissement scolaire susnommé vous demande l'autorisation d'utiliser des photos, des vidéos de votre enfant prises au cours de l'activité scolaire suivante :

Description de l'activité :
.....
.....

Dates de l'activité : du au

Ces enregistrements pourront être diffusés à un public : (communal, de parents d'élèves, interne à l'établissement, ...)

Type de public :

Via un support : (CD, DVD, projection, papiers, photographies, site internet (**préciser l'adresse**), ou autre...)

Type de support :

Conformément à la loi, le libre accès aux données qui vous concernent est garanti. Vous pouvez à tout moment vérifier l'usage qui en est fait et disposer du droit de retrait de ces données si vous le jugez utile.

Les enregistrements ne seront ni communiqués à d'autres personnes, ni vendus, ni utilisés à d'autres usages.

**PARTIE À REMPLIR PAR LES
RESPONSABLE LEGAUX**

Nous, soussignés ⁽¹⁾ et

Responsables légaux de l'élève ⁽²⁾ :

Nom : Prénom : Classe :

Nom : Prénom : Classe :

Déclarons autoriser l'établissement scolaire désigné ci-dessus à utiliser les enregistrements, photographies de notre enfant dans le cadre précis décrit ci-dessus uniquement.

Déclarons refuser que notre enfant soit enregistré dans le cadre de cette activité scolaire (*dans le cas de photos, le visage de votre enfant sera rendu flou avec un logiciel de retouche d'images de manière à le rendre totalement impossible à identifier*).

Date :
Signatures

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	6
SOMMAIRE.....	7
INTRODUCTION	8
PARTIE 1 :	9
REVUE DE LITTÉRATURE	9
Chapitre 1. Définition et historique des médias :	10
1. Définition :	10
2. Historique des différents médias	10
Chapitre 2. Sociologie des médias :	11
1. Les chiffres :	13
1.1. Le cas de la télévision :	15
1.2. Le cas de la lecture :	18
1.3. Le lien télévision/lecture :	18
2. Les médias culinaires :	19
Chapitre 3. Les médias et l'éducation :	21
1. À la maison	21
2. À l'école	22
3. Le Clémi :	23
Chapitre 4. Utilisation des médias en cours :	26
1. La pédagogie de Célestin Freinet et le journal scolaire.....	26
2. Approche des différents médias utilisés en cours	27
2.1. Le cas de la télévision :	27
2.2. Le cas de la radio :	28
2.3. Le cas du Web 2.0.....	29
3. La recherche d'information des élèves :	30
4. Stratégie d'enseignement des enseignants :	31
5. Les sites nationaux de ressources en Hôtellerie-Restauration :	32
Chapitre 5. Réglementation des médias :	34
1. Le CSA :	34
2. Les droits des élèves :	35
2.1. Le droit à l'image :	35
2.2. Les droits d'auteur :	35

2.3. Le droit à la vie privée :	35
Chapitre 6. La problématique	36
1. Système d'hypothèses.....	37
PARTIE 2 :	38
ETUDE DE TERRAIN	38
Chapitre 7. Méthodologie.....	39
1. Les échantillons :	39
1.1. Les enseignants :	39
1.2. Les élèves :.....	40
2. Les outils :.....	40
3. Les modes d'analyse.....	41
Chapitre 8. Les résultats	43
1. Présentation et interprétation des résultats des questionnaires enseignants :.....	43
1.1. Profil des participants au questionnaire :	43
1.2. Connaissance des aides à l'éducation aux médias :	44
1.3. Utilisation des médias en cours :.....	46
2. Présentation et interprétation des résultats des questionnaires élèves :	53
2.1. Profil des participants au questionnaire :	53
2.2. Équipements des élèves :	55
2.3. La recherche d'informations :	56
2.4. Utilisation des médias en cours par les enseignants et perception des élèves :	59
3. Discussion des résultats	62
PARTIE 3 :	64
PRECONISATIONS	64
Chapitre 9. Réalisation d'un journal avec des élèves	65
1. Cheminement du projet :	65
2. Profil des élèves :	66
3. Organisation du travail avec la classe :	67
4. Présentation de la gazette sélectionnée :	69
5. Le concours Médias d'École :	73
Chapitre 10. Manuel d'utilisation d'un nouveau média	74
1. Définition d'un blog :	74
2. Dix bonnes raisons d'ouvrir un blog :	75
3. Manuel d'utilisation d'un blog :	76
CONCLUSION GENERALE	82
BIBLIOGRAPHIE	83
TABLE DES FIGURES	86

ANNEXES.....	87
ANNEXE A : Ensemble d'actions pour relancer l'éducation aux médias et à l'information	87
ANNEXE B : Questionnaires professeurs sur les médias et l'enseignement	90
ANNEXE C : Questionnaire élèves sur les médias et l'enseignement.....	92
ANNEXE D : Gazette numéro 1	94
ANNEXE E : Inscription de l'établissement au concours Médias d'École.....	98
ANNEXE F : Demande d'autorisation parentale pour le droit à l'image	100
TABLE DES MATIERES.....	102
MOTS CLES	105
RESUME.....	105

UNIVERSITÉ DE TOULOUSE/ESPE DE MIDI PYENEEES
MÉMOIRE DE MASTER 2 MEEFHR PARCOURS « SERVICE ET ACCUEIL EN HOTELLERIE-RESTAURATION »

**Les médias et l'enseignement :
Comment améliorer l'utilisation des médias dans les lycées hôteliers ?**

MOTS CLES

Éducation aux médias, sociologie des médias, livre, télévision, presse, Internet, radio, écrans, le numérique, enseignement et médias, clémi, lycée hôtelier, utilisation des médias, blog.

RESUME

Les médias seraient presque le quatrième pouvoir en France tellement ils sont partout et envahissent le quotidien des jeunes. Nous assistons à une révolution médiatique où les médias traditionnels évoluent avec les nouveaux médias. Est-ce que les jeunes peuvent apprendre par les médias plutôt que de s'amuser ? Le gouvernement en est persuadé puisqu'il en a fait sa priorité dans la loi d'orientation de 2013. Un ensemble d'actions se met en place pour permettre aux élèves et aux enseignants de comprendre et d'utiliser les médias. Les résultats de nos questionnaires montrent que les professeurs n'utilisent pas assez les médias alors que les jeunes sont en attente de recevoir une éducation aux médias. Par conséquent, nous proposons deux préconisations basées sur la création d'un média traditionnel avec les élèves et la rédaction d'un manuel d'utilisation des nouveaux médias à destination des enseignants.