Supports de cours pour l’enseignant

Medienkompetenz Klasse 7: Durchblick im Feed

7 leçons · env. 90 minutes de cours · 13 activités interactives · Version du 23/11/2026

Wer entscheidet, was du siehst? Nachrichten, Falschmeldungen, Algorithmen, Werbung und warum Spiele so fesseln.

Déroulement du cours

Vous menez le cours au tableau et décidez vous-même quand aborder quelle leçon. Le cours n'expire pas. La classe ne s'inscrit pas : pas de noms, pas de compte, aucune inscription en début de séance. Vous déverrouillez les activités une à une : un code QR s'affiche alors au tableau, la classe répond sur son téléphone, et « Révéler » affiche la bonne réponse en même temps au tableau et sur tous les téléphones. Le corrigé de toutes les questions se trouve dans votre cockpit ; ce PDF ouvert ne le contient volontairement pas, pour qu'il n'arrive pas en avance à la classe. À la fin, vous clôturez le cours. Personne dans la classe ne s'inscrit : ni nom, ni compte, ni adresse e-mail, donc pas de certificats individuels. Ce cours ne comporte pas d'entraînement anti-hameçonnage, réservé au cours « Autodéfense numérique ».

Ce dont vous avez besoin : un vidéoprojecteur ou un écran avec accès à Internet, et la classe avec des smartphones. Les élèves sans téléphone participent avec leur voisin.

Lien avec le programme scolaire du Bade-Wurtemberg

Klasse 7 (etwa 12 bis 13 Jahre) · Durée : zwei Doppelstunden, Lektionen einzeln einsetzbar · Version du 03.10.2026

Der Lesehilfe-Schwerpunkt für Klasse 7, „Manipulation durch Medien" und „Gaming": Wer entscheidet, was ich sehe? Nachrichten, Falschmeldungen, Algorithmen, Werbung, Spielmechaniken. Champs d’action de la perspective directrice « Vivre et apprendre dans un monde numérique » : Medien und Mediengesellschaft analysieren, Informationen sammeln, verstehen, bewerten, Verantwortungsvoll handeln und schützen.

Domaine	Compétence (guide de lecture Informatique et éducation aux médias 2026/27 ou programme 2016)
Digitalität und Partizipation (Klasse 7: Manipulation durch Medien, Gaming)	Akteure im digitalen Raum und ihre Interessen; Einflussnahme durch Algorithmen, Bewertungen, Werbung; Desinformation und Fake News; psychologische und soziale Aspekte von Gaming, Monetarisierung Leçons : Fake News, Algorithmen, Werbung und Influencer, Gaming
Information und Daten	Akteure und Motive für Veröffentlichungen; Informationen kriterienbasiert prüfen Leçons : Wie eine Nachricht entsteht, Fake News
Leitperspektive Medienbildung	Medienanalyse, Mediengesellschaft, Information und Wissen

Cette correspondance est une appréciation professionnelle du prestataire, et non une validation officielle. Pour les classes de 8e à 10e année, le programme 2016 s'applique jusqu'à l'entrée en vigueur du programme Informatique et éducation aux médias (2027/28).

Aperçu des leçons

Leçon		Activités interactives
1.	**Pour commencer : combien de médias y a-t-il vraiment dans ta journée ?** Niveau 7 · Digitalität und Partizipation Ce à quoi nous consacrons notre temps chaque jour et qui décide de ce que nous voyons.	Nuage de mots, Quiz
2.	**Comment naît une information et comment en reconnaître la qualité** Niveau 7 · Information und Daten Rédaction, sources, opinion et information : la différence entre le journalisme et une publication.	Quiz
3.	**Fake news et désinformation : le jeu du fact-checking** Niveau 7 · Digitalität und Partizipation Comment sont fabriquées les fausses informations, pourquoi elles se propagent si vite et comment les vérifier.	Jeu : faktencheck, Quiz
4.	**Pourquoi vois-tu exactement ça ? Algorithmes et bulles de filtres** Niveau 7 · Digitalität und Partizipation Comment les systèmes de recommandation décident de ce qui arrive dans ton fil et ce que ça te fait.	Nuage de mots, Quiz
5.	**Publicité, influenceurs et l'argent qui se cache derrière** Niveau 7 · Digitalität und Partizipation Qui gagne de l'argent avec quoi, comment la publicité doit être signalée et comment fonctionnent les achats intégrés.	Quiz

6.	**Gaming : pourquoi tu n’arrives pas à t’arrêter** Niveau 7 · Digitalität und Partizipation Ce qui rend les jeux si captivants (motivation, immersion, histoire), ce qu’ils représentent socialement (équipe, appartenance, pression, isolement), comment ils gagnent de l’argent, et comment évaluer honnêtement ta propre utilisation.	Nuage de mots, Quiz, Quiz
7.	**Zusammenfassung: Wer entscheidet, was du siehst?** Complément · Zusammenfassung Sicherung der Klasse-7-Reihe: Nachrichten, Falschmeldungen, Algorithmen, Werbung, Gaming.	Nuage de mots, Quiz

Les pages suivantes présentent chaque leçon en entier, avec toutes les questions de quiz et les réponses possibles. Les solutions marquées se trouvent uniquement dans votre Cockpit.

1. Pour commencer : combien de médias y a-t-il vraiment dans ta journée ?

Ce à quoi nous consacrons notre temps chaque jour et qui décide de ce que nous voyons.



Fais le calcul

Le téléphone au lit le matin, de la musique sur le chemin de l'école, des vidéos à la récré, du streaming le soir. En Allemagne, les jeunes passent en moyenne **plus de trois heures par jour** sur les médias en ligne, sans compter l'école ni les devoirs. C'est plus de temps que la plupart d'entre eux n'en passent à parler avec leur famille.

Nuage de mots

Quelle appli ouvres-tu en premier le matin ?

De quoi parle ce cours

L'éducation aux médias, ce n'est pas « savoir tout faire avec son téléphone ». C'est : **savoir situer ce que tu vois.** Qui a fait ça ? Pourquoi est-ce que je le vois ? Est-ce que c'est vrai, au moins ? Et ai-je le droit de le partager ?

Dans les prochaines heures, nous allons voir :

- comment naît une vraie information et comment naît une information inventée
- comment reconnaître les images générées par IA et les deepfakes
- pourquoi c’est précisément cette vidéo qui t’a été proposée
- qui gagne de l’argent grâce à ton attention
- ce que tu as le droit de publier et ce que tu n’as pas le droit de publier

> **Important**
>
> Tout ce qu’on te montre a été choisi par quelqu’un. Soit par un humain, soit par un algorithme. Ce n’est jamais le hasard.

Trois questions qui aident toujours

1. **Qui dit ça ?** Y a-t-il un nom, des mentions légales, une rédaction ?
2. **Pourquoi est-ce que je vois ça ?** Est-ce de la publicité, une opinion, une information ou du divertissement ?
3. **Comment le sait-il ?** Une source vérifiable est-elle citée ?

Ces trois questions prennent dix secondes et t’évitent la plupart des faux pas.

> **Question de quiz**
>
> **Tu vois une vidéo qui te met en colère. Que fais-tu en premier ?**

Réponses possibles
La partager tout de suite pour que tout le monde la voie
Regarder qui l’a mise en ligne
Vérifier si une source sérieuse rapporte la même chose
Écrire dans les commentaires que c’est scandaleux
Ne rien faire pour l’instant et réfléchir un instant

> **Astuce**
>
> La réaction la plus forte face à une publication révoltante, c’est le pouce qui ne va **pas** sur « Partager ».

2. Comment naît une information et comment en reconnaître la qualité

Rédaction, sources, opinion et information : la différence entre le journalisme et une publication.



Le parcours d’une information

Dans une rédaction sérieuse, voici ce qui se passe avant qu’un article paraisse :

1. **Signalement** : quelqu’un rapporte quelque chose, une agence de presse, une administration, une personne sur place
2. **Vérification** : au moins deux sources indépendantes confirment l’essentiel
3. **Contre-enquête** : on interroge la partie adverse
4. **Relecture** : quelqu’un d’autre relit le texte
5. **Publication** : avec un nom, une date et un responsable dans les mentions légales
6. **Correction** : si quelque chose s’avère faux, c’est corrigé de façon visible

Pour une publication sur les réseaux, voici ce qui se passe : écrire, envoyer. Toute la différence est là, et c’est pour ça qu’une publication est plus rapide et qu’une information est plus fiable.

Complément

Les agences de presse comme la dpa, Reuters ou l’AFP alimentent presque toutes les rédactions. Si une information n’apparaît nulle part ailleurs alors qu’elle serait énorme, c’est un signal d’alerte.

Information, commentaire, publicité

Forme	Objectif	Signes distinctifs
Information	informer	factuelle, sources citées, auteur nommé
Commentaire / opinion	convaincre	signalé comme « commentaire », à la première personne, jugements de valeur
Reportage	faire vivre	scènes, citations, une personne au centre
Publicité / annonce	vendre	« Publicité », « Sponsorisé », « Annonce », lien vers un produit
Satire	divertir, forcer le trait	exagération évidente, mention dans les mentions légales

Si tu prends l’une de ces formes pour une autre, tu as mal compris le message, même si chaque mot est exact.

Important

Une opinion ne peut pas être « fausse », une affirmation de fait, si. C’est pourquoi il vaut la peine de faire le tri en lisant : qu’est-ce qui est vérifiable ici, qu’est-ce qui est un jugement ?

Comment reconnaître une source fiable

- **Mentions légales** avec adresse et personne responsable
- La **date** et le **nom de l’auteur** sont indiqués
- Les **sources** sont citées et accompagnées d’un lien
- Les **corrections** sont signalées, pas supprimées en douce
- Le titre **ne promet pas plus** que ce que contient le texte

Question de quiz

Quelles phrases sont des affirmations de fait que l’on peut vérifier ?

Réponses possibles
« La ville a supprimé le bus 12 à partir de lundi. »
« De toute façon, le bus 12 était le pire bus de la ville. »
« L’année dernière, il y a eu 240 accidents à ce carrefour. »
« Ce carrefour est une honte. »
« Le fabricant a confirmé le rappel mardi. »

Astuce

Face à une capture d’écran partagée, clique toujours sur la source d’origine. Une capture d’écran se falsifie en trente secondes, un site web non.

3. Fake news et désinformation : le jeu du fact-checking

Comment sont fabriquées les fausses informations, pourquoi elles se propagent si vite et comment les vérifier.



Pourquoi l’inventé va plus vite

Une étude du MIT a analysé des millions de tweets : les fausses informations se propagent sur les réseaux sociaux **plus vite et plus loin** que les vraies. Pas parce que les bots sont si puissants, mais parce que des humains les partagent. L’inventé est plus excitant, et ce qui excite se partage.

> **Important**
>
> La désinformation est diffusée volontairement, la mésinformation est une erreur. Pour toi, au moment de partager, ça ne change rien : tu diffuses les deux tout aussi loin.

Les recettes habituelles

- **Vraie image, faux contexte** : la photo est authentique, mais elle a six ans et vient d’un autre pays
- **Des chiffres sans contexte** : « 500 cas ! » sans dire de quoi, où, sur quelle période
- **Citation sans source** : prétendument dite, jamais prouvée
- **Vraie source, propos déformés** : l’étude existe, mais elle dit autre chose
- **Urgence** : « Partage avant que ce soit supprimé ! »
- **Expéditeur absent** : pas de nom, pas de mentions légales, pas de date

Ton outil de vérification en quatre étapes

1. **Vérifier l’expéditeur** : qui est-ce, le site existe-t-il vraiment ?
2. **Vérifier la date** : l’information date-t-elle d’aujourd’hui ou de 2019 ?
3. **Recouper** : d’autres sources indépendantes rapportent-elles la même chose ?
4. **Recherche d’image inversée** : charger l’image dans Google Lens ou TinEye et voir où elle est déjà apparue

> **Astuce**
>
> La recherche d’image inversée est l’outil le plus efficace qui soit et ne prend que dix secondes. Charge une capture d’écran et tu verras quand l’image est apparue pour la première fois.

Jeu pédagogique

Cinq titres, vrais ou inventés. Débloquez le jeu, laissez chaque élève répondre individuellement, puis reprenez les justifications au tableau, en particulier les cas où la classe s’est trompée.

Qui aide à vérifier

- **Correctiv**, **dpa-Faktencheck**, **AFP Factuel** : vérifications des faits (Correctiv et dpa en allemand)
- **Mimikama** : vérifie surtout les contenus viraux des réseaux sociaux

- **Google Lens** / **TinEye** : recherche d’image inversée

Question de quiz

À quoi reconnais-tu une information probablement inventée ?

Réponses possibles
Pas d’auteur, pas de date, pas de mentions légales
« Partage avant que ce soit supprimé ! »
Le texte contient des chiffres
Le titre promet bien plus que ce que contient le texte
Aucun autre média n’en parle
La publication a beaucoup de likes

4. Pourquoi vois-tu exactement ça ? Algorithmes et bulles de filtres

Comment les systèmes de recommandation décident de ce qui arrive dans ton fil et ce que ça te fait.



Ton fil n’est pas une fenêtre, c’est une sélection

Aucune plateforme ne te montre tout. Elle te montre ce qui va probablement te retenir le plus longtemps. Elle le mesure à ton comportement : combien de temps tu regardes, ce que tu likes, où tu continues à faire défiler, quand tu rouvres l’appli.

> **Important**
>
> L’objectif de l’algorithme n’est pas que tu sois bien informé. L’objectif, c’est que tu restes.

Ce qui fait remonter un contenu

- **Temps de visionnage** : les vidéos que tu regardes jusqu’au bout

- **Réactions** : les commentaires comptent plus que les likes, et les disputes génèrent des commentaires
- **Ressemblance** : des personnes au comportement similaire l'ont aussi regardé
- **Nouveauté** : ce qui vient d'être mis en ligne est diffusé à titre de test

C'est pour ça que les publications révoltantes et extrêmes arrivent plus haut que les calmes. Pas parce que quelqu'un le veut, mais parce qu'elles retiennent plus longtemps.

Bulle de filtres et chambre d'écho

Quand on ne te montre plus que des choses similaires pendant des semaines, tu as l'impression que « tout le monde voit les choses comme ça ». C'est ce qu'on appelle une **bulle de filtres**. Si en plus tout le monde dans tes groupes dit la même chose et que la contradiction disparaît, c'est une **chambre d'écho**.

> **Complément**
>
> On ne remarque pas la bulle de l'intérieur. Le seul test : demander à quelqu'un qui utilise ses applis autrement ce qu'il y a dans son fil. C'est souvent un autre monde.

Ce que tu peux régler toi-même

- Utiliser activement « **Pas intéressé** », ça marche mieux que de faire défiler
- **Ne plus suivre** les comptes qui te mettent régulièrement en colère
- S'abonner volontairement à **deux sources** qui ne partagent pas ton avis
- Choisir le **fil chronologique** quand l'appli le propose
- Regarder ton **temps d'écran**, pas comme une punition, mais comme une mesure

Nuage de mots

Comment te sens-tu après 30 minutes de défilement, en un mot ?

Question de quiz

Qu'est-ce qui te fait remonter dans l'algorithme ?

Réponses possibles

Que les gens regardent longtemps
Qu’il y ait beaucoup de commentaires et de disputes
Que le contenu soit vrai
Que des utilisateurs similaires l’aient aussi regardé
Que la source soit sérieuse

5. Publicité, influenceurs et l’argent qui se cache derrière

Qui gagne de l’argent avec quoi, comment la publicité doit être signalée et comment fonctionnent les achats intégrés.



Si tu ne paies pas, tu n’es pas le client

La plupart des applis ne coûtent rien. Elles rapportent pourtant de l’argent, grâce à une publicité taillée pour toi. Pour ça, on mesure ce que tu aimes, où tu es et combien de temps tu restes. C’est autorisé et c’est indiqué, mais il est rare que quelqu’un soit là pour te l’expliquer.

À quoi ressemble la publicité aujourd’hui

- **Annonce dans le fil** : ressemble à une publication normale, marquée « Sponsorisé »
- **Placement de produit** : le produit est simplement dans l’image
- **Lien d’affiliation** : il rapporte de l’argent à chaque clic ou achat
- **Code promo** : le code personnel sert à la facturation
- **Jeu-concours** : on paie avec ses coordonnées et sa visibilité

Important

En Allemagne, la publicité payée doit être clairement signalée, par « Werbung » (publicité) ou « Anzeige » (annonce). Un « #ad » tout en bas, perdu entre trente hashtags, ne suffit pas juridiquement.

Pourquoi ça compte pour toi

Un influenceur payé par une entreprise ne dira pas que le produit est mauvais. Ce n'est pas de la méchanceté, c'est le contrat. Une recommandation n'en est donc vraiment une que si personne n'a payé pour elle.

Astuce

Avant d'acheter quelque chose qu'une personne t'a recommandé dans une vidéo : cherche le nom du produit suivi de « test » ou « avis ». Deux minutes qui font régulièrement économiser de l'argent.

Achats intégrés et loot boxes

Les jeux gagnent de l'argent avec de petites sommes. Le mécanisme est partout le même : d'abord c'est gratuit, puis ça devient pénible, puis il y a un raccourci pour 2,99 €. Les loot boxes s'y ajoutent : tu paies pour une chance au hasard, pas pour un objet.

- **À partir de 7 ans, les achats nécessitent l'accord des parents** (en Allemagne : § 107 BGB, le Code civil ; la « règle de l'argent de poche » a des limites étroites)
- Les **abonnements** se renouvellent automatiquement. Vérifie le délai de résiliation
- Ne pas enregistrer durablement ses **données de paiement** dans l'appareil

Question de quiz

Qu'est-ce qui est une publicité qui doit être signalée ?

Réponses possibles
Une vidéo pour laquelle l'entreprise a payé

Une publication avec le code promo personnel du fabricant
Un produit reçu gratuitement et montré
Un produit préféré que quelqu’un a acheté lui-même et montre sans contrepartie
Un lien d’affiliation dans la description

6. Gaming : pourquoi tu n’arrives pas à t’arrêter

Ce qui rend les jeux si captivants (motivation, immersion, histoire), ce qu’ils représentent socialement (équipe, appartenance, pression, isolement), comment ils gagnent de l’argent, et comment évaluer honnêtement ta propre utilisation.



Les jeux ne sont pas méchants. Mais ils sont construits.

Un bon jeu est un bon jeu : histoire, habileté, amis, plaisir. En même temps, les entreprises de jeux vidéo emploient des psychologues dont le travail est de faire en sorte que tu **continues à jouer**. Les deux sont vrais. Celui qui connaît les mécanismes joue quand même, mais **plus consciemment**.

Pourquoi c’est si captivant

- **Des récompenses à petites doses.** Montée de niveau, coffre, nouveau skin, barre de progression. Le cerveau reçoit sans arrêt de petits succès ; dans la vraie vie, ils sont plus rares.
- **Immersion.** Tu n’es pas devant l’écran, tu es *dedans*. Le monde, le son, le personnage : au bout d’une heure, arrêter, c’est comme être arraché à un film.
- **Narration.** « Juste cette mission. » Les jeux finissent volontairement sur des intrigues ouvertes.

- **Rareté artificielle.** « Aujourd'hui seulement », quêtes quotidiennes, bonus de connexion. Celui qui saute un jour perd quelque chose.

Nuage de mots

Qu'est-ce qui te retient le plus dans ton jeu préféré ? Un mot.

Ce que ça représente socialement

Pour beaucoup, le jeu vidéo est l'endroit où se vivent les amitiés : l'équipe, le chat vocal, les victoires ensemble. C'est réel et précieux. Mais il y a aussi des revers :

- L'**appartenance** peut devenir **pression du groupe** : « Connecte-toi, sinon on perd. »
- Le **jeu d'équipe**, c'est génial, jusqu'à ce que le ton change dans le chat vocal : insultes, exclusion, haine.
- L'**isolement** est possible, alors qu'on parle sans arrêt avec des gens, quand les amis en ligne deviennent les seuls.

Important

La question n'est pas « Combien d'heures ? », mais : **Qu'est-ce que tu laisses tomber pour ça ?** Le sommeil, l'école, le sport, les amis dans la vraie vie, la famille. Si l'un d'eux perd régulièrement, c'est trop.

Comment les jeux gagnent de l'argent

La plupart des jeux sont gratuits. L'argent vient de la **monétisation** :

- **Loot boxes** : tu paies sans savoir ce que tu vas obtenir. Au fond, c'est un jeu de hasard, c'est pourquoi c'est interdit dans certains pays.
- **Passe de combat** : payer, puis *devoir* jouer pour que ça « vaille le coup ».
- **Skins et monnaies** : avec une monnaie imaginaire, on ne remarque pas que 2 800 V-Bucks, c'est de l'argent réel.
- **Pay-to-win** : celui qui paie gagne. Celui qui ne paie pas sert de chair à canon.

Question de quiz

Quels mécanismes sont faits pour te pousser à continuer à jouer ou à payer ?

Réponses possibles
Des bonus de connexion quotidiens qui sont perdus si tu sautes un jour
Des loot boxes au contenu inconnu
Une monnaie imaginaire au lieu de montants en euros
Une bonne histoire avec une vraie fin

Faire le point honnêtement

Réponds pour toi (pas à voix haute) :

1. Est-ce que je deviens **irritable** quand je dois arrêter ?
2. Est-ce que je joue pour **éviter quelque chose** (devoirs, dispute, ennui, tristesse) ?
3. Est-ce que j'ai **annulé** quelque chose ces dernières semaines pour jouer ?
4. Est-ce qu'il m'arrive de **mentir** sur mon temps de jeu ?

Deux oui ou plus : pas de raison de paniquer, mais une raison d'en parler à quelqu'un et de te fixer des règles.

Question de quiz

À quoi reconnais-tu que le jeu vidéo prend trop de place ?

Réponses possibles
J'annule des rendez-vous pour jouer
Je joue pour ne pas ressentir une dispute ou de la tristesse
Je joue trois heures le week-end avec des amis
J'ai hâte de la nouvelle mise à jour

Astuce

Rends ton temps de jeu visible (la console ou le téléphone l'affiche), fixe **une fin**

> **avant de commencer** (« jusqu’à 19 h », pas « encore une partie »), et garde au moins une chose par semaine qui n’a rien à voir avec un écran et qui n’appartient qu’à toi.

7. Zusammenfassung: Wer entscheidet, was du siehst?

Sicherung der Klasse-7-Reihe: Nachrichten, Falschmeldungen, Algorithmen, Werbung, Gaming.



Fünf Dinge, die bleiben sollen

- **Nachrichten haben einen Weg.** Wer nachgefragt hat, ist verlässlicher als wer nur schnell war.
- **Falsches verbreitet sich schneller als Richtiges.** Dein Daumen entscheidet, ob die Kette weitergeht.
- **Der Feed ist eine Auswahl, kein Fenster.** Er zeigt, was dich hält, nicht was dich klug macht.
- **Wer nichts bezahlt, ist nicht der Kunde.** Werbung versteckt sich in Codes, Links und Lieblingsprodukten.
- **Spiele sind gebaut, damit du bleibst.** Lootbox-Chancen werden nicht besser, egal wie oft du ziehst.

> **Important**
>
> Drei Fragen für alles, was auf dem Schirm landet: Wer hat das gemacht? Warum

> sehe ich das? Was passiert, wenn ich es weitergebe?

Wie es weitergeht

In Klasse 8 und 9 geht es um KI-Werkzeuge, erzeugte Bilder, Cybermobbing und das Recht am eigenen Bild. Was du hier gelernt hast, brauchst du dort wieder.

Nuage de mots

Welchen Satz aus dieser Reihe nimmst du mit?

Question de quiz

Welche Aussage stimmt?

Réponses possibles
Wenn ein Video viele Likes hat, ist es wahrscheinlich wahr.
Der Feed zeigt bevorzugt, was dich lange hält, nicht was wichtig ist.
Eine Lootbox-Chance wird besser, je öfter man zieht.
Werbung muss immer mit „Anzeige" gekennzeichnet sein, deshalb erkennt man sie sofort.