



Co-funded by  
the European Union



media masters



media masters

## WORK PACKAGE N°41

### MEDIA MASTER WORKSHOP: PLAYING THE EDUCATIONAL GAME IN THE SOUTH-WEST OF FRANCE

Delivered By

pistes solidaires

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union



media masters

## Document Identification:

Project full name	Media Masters: Enhancing Media Literacy
Project acronym	MEDMAS
Grant agreement no.	101148165
CERV Programme	CERV-2023-CITIZENS-CIV- Citizens' engagement and participation
Dissemination level	Public
Work Package	41
Partner(s) responsible <i>(Legal Name and Short Name)</i>	Pistes-Solidaires
PIC Number:	949675979
Author(s)	Soha Lemaître-El Jammal

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union



media masters

EVENT DESCRIPTION			
Event number:	41		
Event name:	Media Master Workshops: Playing the Educational game in South-West of France		
Type:	Workshop		
In situ/online:	In-situ		
Location:	France, Pau		
Date(s):	16/10/2025		
Website(s) (if any):			
Participants			
Female:	51		
Male:	50		
Non-binary:	/		
From country 1 [FRANCE]:	101		
Total number of participants:	101	From total number of countries:	1
Description			
<i>Provide a short description of the event and its activities.</i>			

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union



media masters

Dans le cadre du lot de travail 41 du projet Media Masters – Playing the Educational Game in South-West of France, Pistes-Solidaires a organisé une journée d'ateliers dédiée à la sensibilisation des jeunes aux enjeux de la désinformation. Le 16 octobre 2025, six sessions successives ont été menées au sein du Lycée Saint Joseph-Peyramale de Lourdes, permettant de toucher 101 élèves de classe de Seconde dans le cadre de leur Éducation Civique et Citoyenne. Cette intervention avait pour objectif de renforcer leur esprit critique face aux contenus numériques, en les accompagnant dans la compréhension des mécanismes de manipulation de l'information et du rôle joué par l'Union européenne dans la lutte contre ce phénomène.

Au cœur de cette démarche pédagogique figurait le jeu de plateau Media Masters, conçu pour aborder de manière ludique et collaborative des thématiques variées liées aux fake news, aux pratiques médiatiques, à la sécurité en ligne ou encore à la citoyenneté européenne. En complément du jeu, les ateliers proposaient plusieurs activités interactives – jeu de memory, quiz sur la désinformation et l'Union européenne, apports théoriques – permettant d'introduire progressivement les notions clés et de favoriser une appropriation active des contenus.

Cette journée d'actions a mis en lumière la pertinence d'une approche combinant théorie, pratique ludique et réflexion collective. Les retours des élèves ont souligné l'intérêt suscité par les activités ainsi que la richesse du jeu Media Masters comme support d'apprentissage. Quelques pistes d'amélioration ont été identifiées, notamment concernant l'ergonomie de l'application numérique, mais l'ensemble confirme la solidité et l'efficacité de la démarche. Ces ateliers contribuent pleinement aux objectifs du projet en renforçant les compétences médiatiques des jeunes et en soutenant une citoyenneté éclairée à l'échelle européenne.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



## Contexte :

Le constat est clair : les jeunes délaissent progressivement les médias traditionnels – tels que la radio ou la presse écrite – au profit des médias numériques et des plateformes comme X (anciennement Twitter, TikTok, YouTube ou Instagram). Bien que ces nouveaux canaux permettent un accès rapide, varié et interactif à l'information, ils échappent souvent à une vérification rigoureuse, devenant ainsi un terreau fertile pour la désinformation et les *fake news*.

Si les jeunes naviguent avec aisance dans ces environnements numériques, cette familiarité ne les prévaut pas pour autant contre les tentatives de manipulation. Il est donc crucial de leur fournir des outils d'analyse, des clés de compréhension et une capacité critique afin de reconnaître, comprendre et contrer les mécanismes, les motivations et les impacts de la désinformation — tant sur la société que sur la démocratie européenne.

Dans un contexte où les réseaux sociaux occupent une place centrale dans la vie quotidienne des jeunes, il devient indispensable de prendre pleinement la mesure des enjeux liés à la désinformation, et de développer des stratégies de prévention efficaces.

Selon une étude du Parlement européen menée fin 2024, **76 % des jeunes âgés de 16 à 30 ans déclarent avoir déjà été confrontés à des contenus relevant de la désinformation ou des fake news**. Ce chiffre met en évidence l'urgence de mener des actions de sensibilisation ciblées, notamment à destination de ce public.

Les personnes âgées ne sont pas non plus épargnées par la désinformation. Malgré une forme d'autonomie numérique, les seniors – en particulier ceux de plus de 65 ans – doivent souvent apprendre seuls, sans appui scolaire ou professionnel. Selon une étude du CREDOC, ce public présente donc un besoin accru de formation. Ils figurent parmi les plus vulnérables face aux abus en ligne, notamment face aux contenus manipulés ou frauduleux.

La prolifération d'images générées par l'intelligence artificielle accentue cette vulnérabilité. Le phénomène du "**Boomer Trap**", ou « piège à personnes âgées », repose sur des arnaques émotionnelles utilisant des images trompeuses créées par IA. Ne parvenant pas toujours à distinguer le vrai du faux, les personnes âgées peuvent être victimes de chantage ou d'escroqueries.

Si l'on se penche du côté national, la désinformation inquiète les citoyens français. Dans un sondage Ipsos, à la veille des élections européennes de 2024, 84% des personnes interrogées jugent que les fausses informations ont un impact majeur sur les phénomènes de violences ou de haine dans notre société. C'est plus de 70% des sondés qui craignent que la désinformation sur les réseaux sociaux influence le vote des élections européennes.

Si l'on prend un autre sondage Ipsos pour la même période, on remarque que 61% des interrogés ont confiance dans les journaux papier et on tombe à seulement 35% pour les médias en ligne. Ce dernier sondage met en évidence qu'il existe déjà une méfiance pour les informations que l'on trouve sur les réseaux. Le pourcentage de confiance des médias en ligne est très faible chez les personnes de plus de 60 ans avec seulement 26% tandis qu'il est de 40% chez les moins de 35 ans.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Ce chiffre s'explique notamment par le fait que les jeunes générations ont un accès plus large et régulier aux médias digitaux, ce qui les rend plus enclins à vérifier les informations en ligne croissant. À l'inverse, les personnes âgées ont moins ce réflexe de vérification et sont souvent moins exposées aux outils numériques permettant ce type de contrôle. Cependant malgré les différences générationnelles, les chiffres restent très alarmants quel que soit la catégorie d'âges.

D'après la définition officielle du gouvernement français, la désinformation désigne une information fausse, créée intentionnellement pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays. Ce phénomène se propage principalement sur les réseaux sociaux, qui représentent aujourd'hui la première source d'information pour les jeunes.

C'est dans ce contexte qu'est né le projet Media Masters, avec pour objectif de développer un outil pédagogique destiné à renforcer l'esprit critique des jeunes face à la désinformation, tout en les sensibilisant au rôle de l'Union européenne dans la lutte contre ce phénomène. Cet outil est en cours d'usage lors de différents événements locaux « Media Masters » dans les différents pays partenaires du projet.

Dans ce contexte, l'atelier « **Media Masters**: Playing the Educational game in South-West of France » a pour objectif de sensibiliser le public – jeunes comme seniors – aux risques liés à la désinformation et à la manipulation d'images, en particulier celles générées par l'intelligence artificielle.

Dans le cadre de WP41, Pistes Solidaires a mis en place 6 ateliers avec 101 lycéens sur la journée du 16 octobre 2025 au sein de l'établissement scolaire.

## Stratégie de mise en œuvre

### 1) Public

Ce lot de travail était particulièrement destiné aux jeunes. Dans ce cadre, nous avons sollicité le Lycée Saint Joseph-Peyramale à Lourdes, avec lequel nous collaborons déjà autour de plusieurs projets liés à la Citoyenneté Active. L'enthousiasme exprimé par l'équipe pédagogique a été plus que favorable et nous a permis d'organiser, le 16 octobre, une journée complète d'intervention. Au total, six ateliers ont été menés auprès de l'ensemble des élèves de classe de Seconde.

Les jeunes, âgés de 15 à 16 ans, ont pleinement pris part aux différentes activités proposées, faisant preuve d'un réel intérêt et d'une participation active.

Au-delà de cette première action d'éducation aux médias menée avec cet établissement, ce partenariat ouvre des perspectives particulièrement prometteuses. En effet, l'établissement envisage déjà une utilisation pérenne du jeu dans ses pratiques éducatives, que ce soit dans le cadre d'ateliers réguliers, de formations animées directement par les enseignants, ou encore à travers des

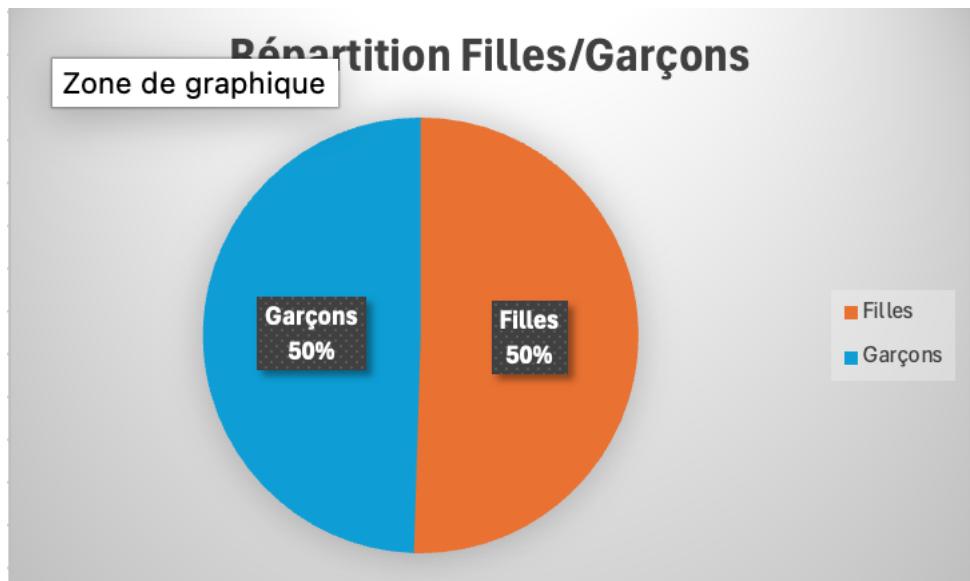
**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



interventions futures menées en collaboration avec Pistes Solidaires. Cette dynamique constitue une base solide pour développer un travail de long terme en faveur de l'engagement citoyen des jeunes.

### Faits et Chiffres autour des participants

Sur les 101 participants, une analyse statistique a été réalisée afin de mieux comprendre la composition du public. Le graphique ci-dessus met en évidence une répartition quasi égalitaire entre les genres, avec 51 filles et 50 garçons.



\*Répartition des participants selon le genre.

Cette parité au sein du groupe constitue un élément important pour adapter nos contenus pédagogiques et nos méthodes d'animation. En effet, disposer d'un groupe équilibré en termes de genre favorise la diversité des points de vue, encourage la participation équitable et permet d'aborder les thématiques liées à l'éducation aux médias sous un angle plus inclusif.

Une telle répartition offre donc un cadre propice à des échanges riches et dynamiques, tout en facilitant la mise en place d'activités adaptées à l'ensemble des élèves.

## 2- Contenu des ateliers

Dans le cadre des ateliers du WP41, nous avions choisi de placer le jeu Media Masters au cœur de notre démarche pédagogique. Pour en garantir l'accessibilité et en maximiser l'impact, nous avions conçu en amont une séquence structurée. Celle-ci reposait sur des notions clés – telles que la désinformation, la mésinformation ou la malinformation – illustrées par des exemples concrets. Cette phase introductory avait permis aux élèves d'acquérir des repères communs et des outils d'analyse.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union



media masters

Ce socle théorique avait préparé les participants à aborder le jeu de manière éclairée, en leur fournissant les clés pour comprendre les mécanismes de manipulation de l'information et y répondre de façon critique. Le jeu de plateau avait alors servi de mise en pratique des connaissances acquises : en confrontant les joueurs à des situations inspirées de cas réels, il avait favorisé la réflexion stratégique et renforcé les compétences d'analyse. Media Masters s'était ainsi imposé comme un véritable outil pédagogique, prolongeant l'apprentissage par l'action et l'interaction.



Pour atteindre cet objectif, nous avons donc mis en place les activités suivantes :

### 1. Jeu de Memory – Les différents types d'altération de l'information

**Durée : 15 minutes**

Sous forme de jeu de memory, cette activité proposait à chaque groupe de faire correspondre 6 cas concrets de désinformation avec leurs définitions respectives.

#### Exemple de cas abordé :

- **Carte "cas"** : De nombreux médias et utilisateurs sur les réseaux sociaux ont partagé des images sur une “invasion de punaises de lit”, juste avant les JO de Paris.
- **Carte "notion"** : La malinformation est une information qui se fonde sur la réalité, mais qui est utilisée pour porter préjudice à une personne, une organisation ou un pays.
- **Carte « question »** : En quoi la diffusion massive d'images de punaises de lit sur les réseaux sociaux peut-elle relever de la malinformation, même si le phénomène est réel ?

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Les groupes étaient invités à discuter de chaque association, à argumenter leurs choix, puis à participer à une mise en commun collective. Cette activité permettait d'ancrer les définitions théoriques dans des exemples concrets, et de mieux comprendre les mécanismes de manipulation de l'information. Les cartes « questions » ont été distribuées dans un deuxième temps afin d'aller plus loin dans la discussion entre les groupes.

<p>L'eau citronnée peut guérir du Covid-19.</p>	<p>La mésinformation est une information qui est fausse, mais la personne qui la diffuse pense qu'elle est vraie.</p>	<p>Le clickbait</p> <p>Quelles émotions ce titre cherche-t-il à provoquer chez le lecteur ? Pourquoi ce type de contenu attire-t-il autant de clics ?</p>	<p>le clickbait</p> <p>En quoi ce type de titre peut-il influencer négativement la perception qu'ont les citoyens de l'Union européenne ?</p>
<p>Les migrants en Allemagne ont envoyé 43 milliards d'euros dans leurs pays d'origine.</p>	<p>La désinformation est une information fausse, et la personne qui la diffuse sait qu'elle est fausse.</p>	<p>Les sources fiables vs douteuses</p> <p>Quels sont les risques concrets si une fausse information, comme celle d'un engagement militaire français en Ukraine, se répand ?</p>	<p>Les sources fiables vs douteuses</p> <p>Quelles habitudes pouvons-nous adopter pour vérifier l'authenticité d'une information et la fiabilité de sa source ?</p>

## 2. : Découvrir le vrai du faux : **Fake news et Union européenne !**

Durée : **15 minutes**

Cette activité visait à replacer la question de la désinformation dans un contexte politique et sociétal plus large, en interrogeant ses effets sur la confiance dans les institutions européennes et la cohésion entre les États membres.

Sous la forme d'un jeu "3 mensonges, 1 vérité", les participants devaient identifier la seule information vérifiable parmi les affirmations suivantes :

- 1 : L'UE veut interdire les kebabs
- 2 : Nintendo répare gratuitement vos manettes Switch grâce à l'UE
- 3 : L'UE entend obliger les citoyens à manger des insectes à la place de la viande
- 4 : 80% des lois françaises viennent de l'UE.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Après les réponses, un débriefing permettait de clarifier les vérités et contre-vérités, en expliquant pourquoi certaines informations circulent massivement, et comment elles participent à la désinformation sur l'Europe. Cette activité favorisait ainsi une prise de conscience des enjeux démocratiques et du rôle de l'UE dans la lutte contre la désinformation.



### 3. Jeu de plateau – Media Masters

Durée : **1 heure 30**

Cette activité centrale et finale avait pour objectif de consolider les connaissances acquises au cours de l'atelier, à travers un jeu de plateau collaboratif, développé avec nos partenaires et enrichi par une application web interactive.

#### Déroulement d'une partie de jeu :

- Chaque groupe (jusqu'à 8 joueurs) place ses pions sur la case départ.
- Les cartes sont disposées selon les couleurs représentant différentes thématiques :
  - Sécurité en ligne et risques numériques,
  - Culture et société,
  - Sujets controversés
  - Internet et influences modernes
  - Union européenne décryptée
- Les joueurs avancent selon un lancer de dé. Selon la couleur de la case sur laquelle ils sont tombés, ils doivent choisir une carte de la même couleur et scanner le code via leur web app installée en début de jeu sur le téléphone portable.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



- En scannant le QR code, une question avec trois réponses possibles apparaît. Une bonne réponse leur permet de rester, une mauvaise les fait reculer.

Ce jeu a permis d'aborder de manière ludique et interactive des thématiques complexes, tout en renforçant l'engagement des participants et leur appropriation des contenus. L'ajout de la dimension européenne dans le jeu a été particulièrement pertinent pour relier les enjeux de désinformation à des réponses concrètes portées à l'échelle de l'UE.



### 3- Constat pendant le jeu

Au fil des six ateliers menés ce jour-là, les lycéens ont montré un réel enthousiasme pour Media Masters, et leurs réactions ont offert de précieux enseignements. Les échanges ont été particulièrement stimulants : ils nous ont permis de mieux comprendre l'impact pédagogique du jeu et d'identifier des pistes prometteuses pour en renforcer encore l'efficacité.

Un point qui a fait l'unanimité concerne la grande diversité et la pertinence des thématiques abordées. Les jeunes ont particulièrement apprécié la variété des situations et des sources d'information explorées – des influenceurs aux médias traditionnels, en passant par les réseaux sociaux et les plateformes numériques. Ils se sont montrés particulièrement intéressés par des thématiques qu'ils connaissent bien, comme celles autour des influenceurs, et ont exprimé le souhait de voir davantage de questions sur ces sujets. Cette diversité et ce lien avec leur quotidien ont fortement contribué à capter leur attention, à les impliquer activement et à les encourager à interroger leurs propres pratiques informationnelles avec curiosité et esprit critique.



Ces retours confirment que Media Masters remplit pleinement son rôle de sensibilisation. Ils incitent également à poursuivre l'amélioration du dispositif pour offrir une expérience toujours plus actuelle, engageante et pédagogiquement enrichissante.

### Évaluation

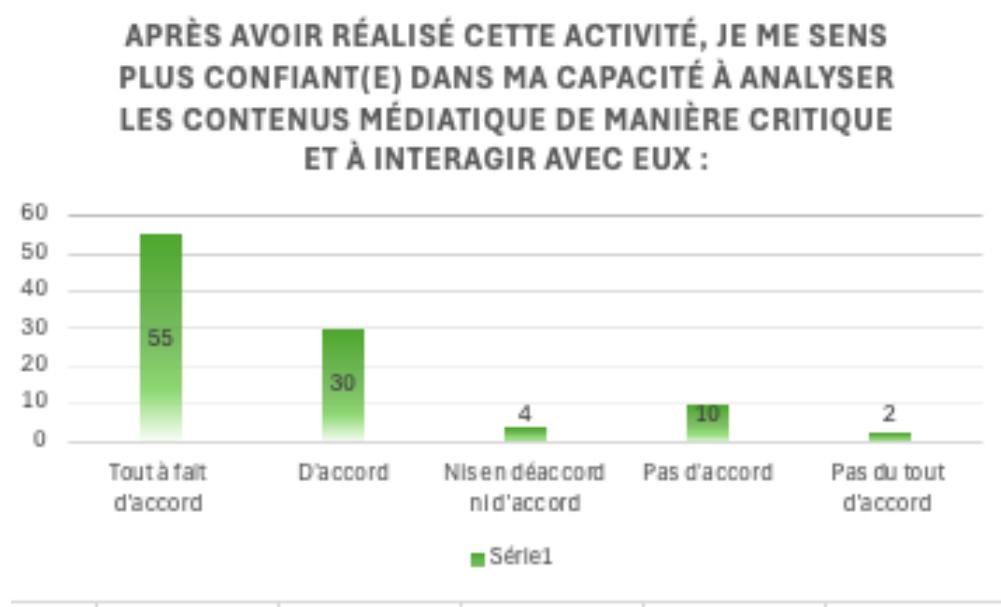
Afin d'évaluer plus précisément l'ensemble des activités menées, et en particulier l'impact du jeu de plateau Media Masters, nous avons élaboré un questionnaire d'évaluation à destination des lycéens qu'ils ont rempli à la fin de chaque atelier.

Ce questionnaire comportait plusieurs items permettant de recueillir à la fois des impressions générales et des retours ciblés sur le contenu et la forme des ateliers.

Dans cette section, nous avons choisi de nous concentrer sur deux questions clés, représentatives de l'impact pédagogique de l'atelier.

La première question est :

- **Après avoir réalisé cette activité, je me sens plus confiant(e) dans ma capacité à analyser les contenus médiatique de manière critique et à interagir avec eux :**



À la question « *Après avoir réalisé cette activité, je me sens plus confiant(e) dans ma capacité à analyser les contenus médiatiques de manière critique et à interagir avec eux* », une majorité de participants — 85 % — ont répondu être **d'accord**, ce qui témoigne d'un effet globalement positif de l'atelier sur le développement de l'esprit critique. Ce résultat montre que l'activité a su atteindre l'un de ses objectifs principaux : renforcer les compétences d'analyse face aux contenus médiatiques des jeunes lycéens.



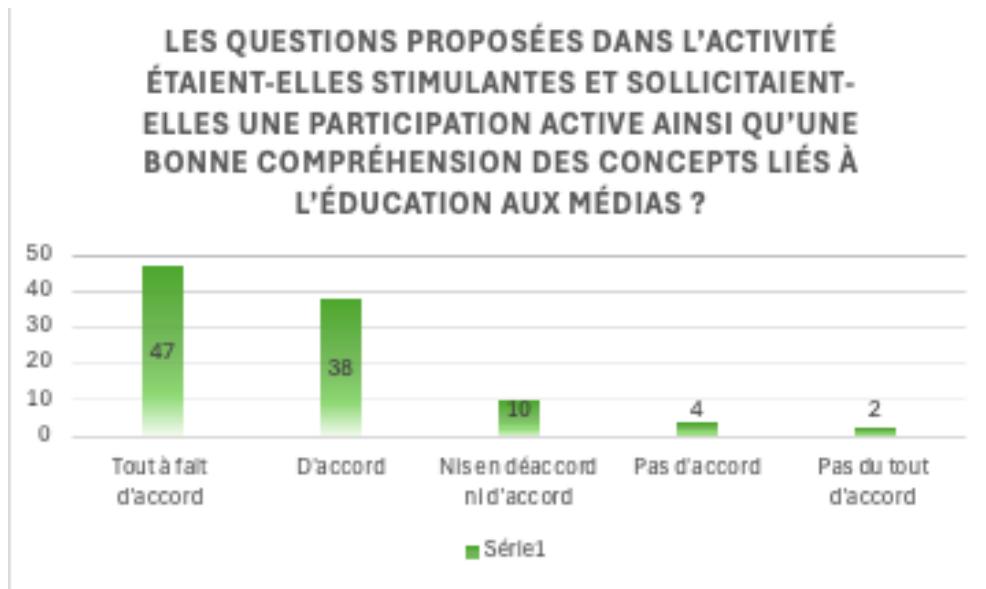
De manière plus marquée, **55% participants** se sont déclarés **tout à fait d'accord**, signalant une forte satisfaction et une réelle appropriation des outils proposés. Cela suggère que pour une grande partie du groupe, l'atelier a non seulement été bénéfique, mais aussi transformateur en termes de posture face à l'information.

À l'inverse, **16% des participants** se sont montrés plus réservés dans leurs réponses. Cette nuance pourrait s'expliquer par plusieurs facteurs : une familiarité déjà acquise avec les thématiques abordées, un rythme d'atelier perçu comme trop rapide ou, au contraire, trop introductif, ou encore une préférence pour d'autres formats pédagogiques. Ces retours modérés soulignent l'importance d'adapter encore davantage le contenu et les modalités de l'atelier à la diversité des profils et des attentes du public.

Dans l'ensemble, les résultats de cette question confirment la pertinence de l'approche proposée, tout en ouvrant des pistes d'ajustement pour renforcer l'engagement et l'impact sur l'ensemble des participants.

#### La deuxième question est :

- **Les questions proposées dans l'activité étaient-elles stimulantes et sollicitaient-elles une participation active ainsi qu'une bonne compréhension des concepts liés à l'éducation aux médias ?**



Pour les réponses à cette question les résultats sont semblables à la première, on retrouve une majorité des votes avec 85 réponses « *d'accord ou tout à fait d'accord* » ce qui montre que l'atelier et le jeu de plateau ont bien stimuler les participants.



Co-funded by  
the European Union



media masters

Cet avis favorable indique que l'atelier — et en particulier le jeu de plateau Media Masters — a été perçu comme engageant et pertinent. La proposition de trame d'atelier a su à la fois capter l'attention des participants et les amener à mobiliser activement leurs connaissances, ce qui est un indicateur fort de réussite pédagogique. On peut en conclure que l'atelier a bien rempli son rôle de déclencheur de réflexion, tout en facilitant l'appropriation de notions parfois complexes liées à l'éducation aux médias et à l'information.

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



## Conclusion :

Le lot de travail 41 du projet Media Masters a permis de déployer, au sein du Sud-Ouest de la France, une série d'ateliers structurés et immersifs visant à renforcer l'esprit critique des jeunes lycéens face à la désinformation. En s'appuyant sur une approche pédagogique innovante mêlant apports théoriques, activités ludiques et mise en pratique à travers le jeu de plateau Media Masters et son application numérique, ces actions ont contribué à offrir aux participants une compréhension approfondie des mécanismes de manipulation de l'information.

La richesse de ces ateliers repose également sur l'engagement des publics rencontrés, en particulier les 101 élèves de seconde du Lycée Saint Joseph-Peyramale. Leur participation active et leurs retours constructifs ont permis d'ajuster et d'affiner le dispositif pédagogique, tout en confirmant la pertinence des thématiques abordées. Les résultats des questionnaires d'évaluation montrent clairement que ces ateliers ont renforcé la capacité des jeunes à analyser les contenus médiatiques, à reconnaître les pièges informationnels et à interagir avec l'information de manière plus critique.

L'expérience menée dans le cadre du WP41 met également en lumière la valeur ajoutée du jeu Media Masters, qui s'est révélé être un outil particulièrement efficace pour encourager la réflexion collective, stimuler l'apprentissage actif et illustrer de manière concrète les enjeux de citoyenneté européenne. L'intérêt manifesté par l'établissement pour une utilisation pérenne de l'outil confirme son potentiel d'intégration durable dans des pratiques éducatives locales.

En conclusion, ce lot de travail illustre pleinement la capacité du projet Media Masters à proposer des réponses pédagogiques innovantes et adaptées aux défis contemporains de la désinformation. Il démontre la nécessité de poursuivre la diffusion de ces ateliers, de consolider les partenariats avec les acteurs éducatifs et sociaux, et d'élargir cette dynamique à d'autres territoires. En renforçant ainsi l'éducation aux médias et à l'information, le projet s'inscrit durablement dans une démarche européenne de promotion d'une citoyenneté éclairée, active et résiliente face aux contenus numériques manipulatoires.



Co-funded by  
the European Union



**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union



**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union



media masters



HISTORY OF CHANGES		
VERSION	PUBLICATION DATE	CHANGE
1.0	08/12/2025	Initial version

**Disclaimer:** Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.