

Table des Matières

Introduction

1^{ère} PARTIE : ENTRER DANS L'OPERATION

Découvrir les médias et leur diversité

FICHE 1 : « Qu'est-ce que c'est que ça ? » p.5

Découvrir la presse «papier»

FICHE 2 : S'initier à la presse écrite p.7

FICHE 3 : Actualité et presse jeunesse p.12

FICHE 4 : Analyse d'un article de presse p.13

Découvrir un média en ligne

FICHE 5 : Séance découverte p.14

Découvrir la radio

FICHE 6 : Découvrir le nouveau paysage radiophonique p.15

FICHE 7 : Séance découverte p.16

FICHE 8 : Utiliser une webradio p.18

Découvrir l'information télévisée

FICHE 9 : Analyser un JT p.20

2^{ème} PARTIE : COMPARER LES MEDIAS

Interroger les sources

FICHE 10 : « L'info c'est vrai ? » p.22

FICHE 11 : Aux sources de l'info p.23

FICHE 12 : Analyser une dépêche p.25

Quel est le coût de l'info ?

FICHE 13 : Fabrication et distribution des journaux p.26

FICHE 14 : La publicité en question p.27

FICHE 15 : Les stratégies publicitaires p.28

FICHE 16 : Déontologie : droits et devoirs des journalistes p.29

Quelles infos à la Une ?

FICHE 17 : « Elle est où la vitrine ? » p.30

FICHE 18 : Analyser la Une p.31

FICHE 19 : Le Climat à la Une p.32

Des visuels à toutes les sauces !

FICHE 20 : Analyser les illustrations p.33

FICHE 21 : Les images de presse p.34

Une info, des supports

FICHE 22 : «Un fait, des médias» p.36

3^{ème} PARTIE : PRODUIRE AVEC LES ELEVES

Ecrire sur différents des supports

FICHE 23 : Ecrire Média	p.39
FICHE 24 : Rédiger un article	p.40
FICHE 25 : Ecrire pour être lu	p.41

Ecrire un sujet pour la radio

FICHE 26 : Ecrire pour la radio	p.42
---------------------------------	------

Réaliser un reportage vidéo

FICHE 27 : Réaliser un reportage	p.43
----------------------------------	------

ANNEXE

BOEN n+5 du 04/02/2016 LE PARCOURS SANTE	p.52
--	------



INTRODUCTION

Entrer dans le dispositif des Classes Presse, c'est faire le pari de l'éducation aux médias.

Un pari, certes difficile au regard de la densité de nos programmes et de la rigueur de nos organisations. Mais un défi ô combien indispensable, particulièrement dans le contexte troublé que nous traversons, pour aider les élèves à décrypter l'actualité et à devenir des citoyens libres et responsables.

Nouveauté cette année : le dispositif s'ouvre à quelques radios locales afin de proposer aux élèves de découvrir un nouvel univers médiatique à côté de la presse écrite. Cette opportunité sera proposée à une ou deux classes volontaires qui auront ainsi la possibilité de découvrir l'information radiophonique et de réaliser une production audio sur le thème de la santé.

Cette évolution nous semble importante pour pouvoir tenir compte de la diversité de la presse. C'est la raison pour laquelle ce livret vous propose une série de pistes et de conseils pédagogiques pour découvrir avec vos élèves différents types de médias et d'écritures journalistiques. Il n'est en rien exhaustif ni directif. A vous de choisir ce qui vous semble le plus pertinent pour vos élèves, en fonction des goûts et des compétences de chacun.

Les Classes Presse permettent d'entrer dans le monde fort complexe de l'information en amenant les élèves à analyser puis à produire des informations. Cette alternance entre analyse et production est une des clés pour comprendre le fonctionnement des médias et les mécanismes de l'actualité.

Ce livret répond à cette exigence en vous proposant trois temps distincts :

- Un temps de découverte de chacun des médias
- Un temps de comparaison entre les différents médias
- Un temps de production

Nous vous invitons à exploiter au mieux chacune de ces étapes afin de fournir à vos élèves des clés de compréhension indispensables pour aborder le monde des médias et pour comprendre comment se construit et se diffuse l'information.

L'éducation aux médias participe pleinement à la formation citoyenne de nos élèves et est au cœur des valeurs démocratiques qui fondent notre société. Je vous remercie très sincèrement de contribuer à son développement.

Sylvie PATEA
Coordonnatrice du CLEMI Bretagne

1^{ère} PARTIE

ENTRER DANS L'OPERATION

DECOUVRIR LA DIVERSITE DES MEDIAS

Fiche 1 —————► « Mais qu'est-ce que c'est que ça ? »

Objectifs : Notions prioritaires d'identité et d'organisation d'un média

Durée : 2 heures

Public : Collège, cycle 4 (5^{ème}, 4^{ème}, 3^{ème})

Matériel : Mise à disposition de 5 médias techniquement distincts (papier, transmédia ou pure player, radio, télé, agrégateur)* : mise à disposition d'ordinateurs et/ou de tablettes

Documents : tableau « Identité et Organisation d'un média » (à fournir à chaque élève en A3 + une version projetable pour la mise en commun) ; par groupe, un jeu des documents suivants : « Ours » « Mentions légales/Contacts » + accès à dictionnaires

Organisation : pédagogie différenciée en 5 groupes avec un temps de travail dissocié (environ 30 min) et une mise en commun par présentation des secrétaires (environ 30 min) - synthèse finale menée par l'enseignant (environ 10 min). Prévoir aussi un temps préalable d'installation, de connexion et de passation des consignes (20 min)

Déroulement :

1. Attribution aléatoire d'un média à chaque élève qui doit l'ouvrir, le feuilleter et en observer en particulier l'architecture, l'organisation
– *Temps Individuel de lecture* –
2. Distribution des tableaux vierges à chaque élève, regroupements par média, distribution des jeux de documents (identiques pour tous les groupes) : tableau à compléter
– *Temps collectif de prise d'informations* –
3. Les secrétaires de chacun des groupes viennent compléter le document au tableau avec prise d'informations et questions éventuelles des autres élèves
– *Temps interactif oral* et *Prise de notes individuelle* –
4. Par son questionnement, l'enseignant suscite des remarques sur le tableau (points communs/différences entre les médias) et recueille les propositions à inscrire individuellement dans la partie « Synthèse » du tableau en réponse à la question « *Quelles particularités, quelles spécificités a tel média que les autres n'ont pas ?* »
– *Temps interactif oral et écrit* –

***Exemples de médias adaptés à cette séance :**

- **Bi média**: L'actu, JDE, Quotidien régional...
- **Transmédia** : Un jour une actu
<http://www.1jour1actu.com/planete/elephant-dafrique-en-danger-93138/>
- **Radio**: Radio laser: <http://www.radiolaser.fr/>
France Info Junior : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/france-info-junior/franceinfo-junior-comment-ca-marche-la-realite-virtuelle_1888127.html
- **Télé** : Arte Journal Junior : <http://info.arte.tv/fr/arte-journal-junior>
- **Agrégateur** : Google actualités, Qwant Actualités : <https://www.qwant.com/news>

FICHE ELEVE

Séance N°

Titre

NOM Date et Numéro	Papier (et web)	Trans-média ou Pure Player	Radio	Télé	Agrégateur
SUPPORT TECHNIQUE Principal					
Support(s) secondaire(s)					
FORMAT (Dimensions, nombre de pages, durée...)					
PERIODICITE					
AGE					
PRIX					
PUBLIC					
ADRESSES Postale Numérique					
DIRECTEURS De Publication De Rédaction					
RUBRIQUES (Pour chacune, indiquez le nom et le format –nombre de pages ou durée)					
DIFFUSION					
SYNTHESE Spécificités, Particularités					

DECOUVRIR LA PRESSE « PAPIER »

Fiche n°2 ► *S'initier à la presse écrite*

Séance de feuilletage au CDI

1) La Une du journal :

Quel est le **nom** du journal ? _____

Quelle est sa **date de publication** ? _____

Quel est son **numéro** ? _____

Quel est le **prix** du journal ? _____

Quelle est sa **périodicité** ? _____

Combien de **pages** comporte ce journal ? _____

Quelle est l'adresse **du site Internet** de ce journal ? _____

Quel est le **titre de l'article** qui fait la **Une** du journal ?

Trouvez la définition de la **Une** dans le dictionnaire

Trouvez la définition du **mot éditorial** dans le dictionnaire

Votre journal comporte-t-il un **éditorial** ? _____

Si oui, à quelle page ? _____ Comment l'avez-vous trouvé ?

2) Se repérer dans le journal

Y a-t-il **un sommaire** ? Si oui, à quelle page ? _____

Où se trouve-t-il sur la page ? _____

Citez 3 rubriques présentes dans le journal, rangez les dans l'ordre d'apparition :

1. _____

2. _____

3. _____



3) L'ours

Cherchez dans le dictionnaire (Larousse) la définition du **mot ours** (dans le contexte de la presse) :

Cherchez **l'ours dans le journal**, à quelle page se trouve-t-il ? _____

Relevez dans l'ours **le nom du directeur de la rédaction** : _____

Relevez **l'adresse** du journal : _____

4) La publicité

Relevez **les numéros des pages** dans le journal où l'on trouve de la **publicité**

Publicité : combien y a-t-il de **pages complètes** consacrées à la publicité dans le journal

5) Les illustrations

Choisissez un article dans le journal qui comporte **une illustration** (dessin, ou photographie).

Indiquez son titre :

Lisez l'article et indiquez **quel est son sujet** :

Décrivez l'illustration rapidement:

Qu'apporte **l'image par rapport au texte** ?

Texte et visuel : selon toi qu'est-ce qui occupe le plus de place dans ce journal : le texte ou les illustrations ?

6) Prendre des références

Pour retrouver un article, il faut prendre ses références dans le journal, choisis-en un, puis relève les informations suivantes :

Nom du journal	N°	Date	Nom de la rubrique	Titre de l'article	Page N°

DECOUVRIR LA PRESSE « PAPIER »

Fiche n°3 —————► Actualité et Presse Jeunesse

Objectifs : Découvrir la diversité des titres de presse jeunesse et se familiariser avec eux ; initier à l'analyse de contenus ; conduire une réflexion sur les différentes fonctions de la presse jeunesse

La presse destinée aux jeunes est abondante en France. Multiple, elle cherche à s'adresser à toutes les classes d'âge et aux goûts de chacun. Présente dans les BCD, cette presse est une entrée privilégiée pour la lecture et l'analyse d'un média.

Support : Un panel de presse jeunesse, avec si possible un exemplaire représentatif de chaque catégorie : presse pour enfants / pour adolescents ; journaux d'information ; presse documentaire ; presse de distraction et de loisirs

Médias : des versions « papier » ou numériques

Démarche :

1 - Découverte des catégories et lectorats supposés

Cette première prise en main se fait à partir des Unes et des couvertures de l'ensemble des publications rassemblées. Après avoir comparé les formats et la qualité du papier, les élèves relèvent toutes les informations inscrites dans la manchette (bande supérieure de la première page où figure notamment le nom de la publication) : nom, prix, catégorie d'âge, date et périodicité, éditeur... Différents types de classements peuvent être opérés selon le format, la qualité du papier, les âges, les domaines privilégiés de contenus (actualité, sciences, documentaires, art, jeux, loisirs, récits...).

2. Définir le mot actualité

Inviter les élèves à donner leur définition. Puis rechercher dans différents dictionnaires les définitions de ce mot. Leur demander :

- d'isoler du panel les seuls journaux s'affichant « d'actualité » ;
- de répertorier les noms des journaux et leurs sous-titres.

Que déduire de ces premiers relevés sur les destinataires, la périodicité, le contenu ? Comment un même éditeur décline-t-il plusieurs titres en fonction des âges (chaînage) ?

4. Chaque groupe travaille sur un titre

Après un feuilletage de l'ensemble de la publication, les élèves notent le nom du journal, la pagination, la périodicité du journal, l'adresse du site.

Travail sur l'organisation du journal

— La Une ou la première de couverture et sa mise en page : repérer les types d'illustrations (photos, dessins, schémas, cartes) et leur encombrement dans la page par rapport au(x) texte(s). Répertorier les types de textes et leur mise en valeur : titre(s), article(s) ; typographie, couleur, encadré, renvois en pages intérieures ; présence ou non d'un sommaire.

— Les rubriques : relever le nombre et le nom des rubriques et leur traitement graphique.

Mise en commun. Chaque groupe présente son titre : lister les rubriques communes. Essayer de dégager les fonctions de cette presse (informer, expliquer, distraire, apporter des services, conseiller...).

Quelle place est réservée à l'actualité ? A la publicité ?

DECOUVRIR LA PRESSE «PAPIER»

Fiche n°4► Analyse d'un article de presse

1- Identification du média

- » Indiquez le nom du journal dans lequel vous avez pris votre article ?
- » Quelle est la date de publication ?
- » Dans quelle page du journal avez-vous retrouvé l'article et où était-il placé dans cette page ?
(En haut, en bas, au centre, à gauche, à droite et quel espace occupait cet article dans cette page par rapport aux autres informations ?)

2- Identification de l'auteur et du producteur

- » Qui est l'auteur de l'article ?
- » Quel est le propriétaire de l'entreprise médiatique ?

3- Identification du contenu

- » Quel est le titre de l'article ? Mesurer quelle est la hauteur et la largeur des caractères ?
- » Le titre correspond-il au contenu de l'article ? Après avoir lu le texte, auriez-vous donné un autre titre à l'article ?
- » De quoi est-il question dans cet article ? Quel est le sujet ?
- » De qui parle-t-on et combien de personnes sont concernées ? Qui sont ces personnes ?
- » À qui s'adresse l'auteur ? (À quel public ?)
- » Quelle est l'intention de communication de l'auteur ? (informer, convaincre, distraire,...)
- » Où s'est déroulé l'événement ? Quel est le lieu ? (rue, ville, province, pays, continent)
- » De qui parle-t-on et combien de personnes sont concernées ?

4- Le contexte de signification

- » Pourquoi l'événement est-il arrivé ? (Précisez les causes et les conséquences)
- » Pourquoi le journal a-t-il décidé de publier cet article ?
- » Reprenez la grille pour analyser un autre article traitant du même sujet mais provenant d'un autre média et déterminez quel est le meilleur des deux articles

DECOUVRIR UN MEDIA EN LIGNE

Fiche n°5► Séance découverte

Objectifs : Comprendre la mutation numérique des médias et la manière dont Internet influence la présentation et le contenu de l'information.

1- Identifier le media à travers sa présentation

- » Accéder à la page d'accueil d'un site d'informations national ou régional via un moteur de recherche
- » Analyser au préalable les résultats pour accéder au titre : description du média, actualités du média, accès à certaines rubriques.
- » Quelles sont les autres entrées possibles (page Facebook, etc..) et les recherches associées ?

2- Identifier la dimension sociale du média

- » Relever sur la page d'accueil ce qui fédère une communauté
- » Recenser les propositions adressées à l'internaute pour engager la conversation, s'inscrire à un club , pour commenter, garder le contact via les réseaux sociaux, contribuer sur un forum etc...
- » Répondre à des sondages etc...

3- Dégager le modèle économique du média

- » Vérifier s'il existe des mentions liées aux abonnements
- » Relever la démarche marketing (vente d'espaces, autres supports) et publicitaire (avec éventuellement du publi-rédactionnel)

4- Recenser les offres d'informations liées à l'actualité « instantanée »

- » Dépêches AFP, fil Twitter, vidéos, rubriques spéciales etc...

5- Etudier la navigation dans les contenus à partir des menus, sous-menus et rubriques

- » Possibilité d'abriter d'autres sites correspondant à des suppléments
- » Identifier la place de la vidéo. Exemple sur le site du Télégramme <http://www.letelegramme.fr/>
- » Comprendre la complémentarité des médias (ex : L'Equipe : magazine, chaîne de la TNT, site)

6- Comparer le site d'information d'un journal avec son édition imprimée du jour

- ∅ Noter les éléments absents de la version papier et de la version numérique

Source : brochure du CLEMI « Médias & Information, on apprend ! », édition 2015-2016, p.31

Pour aller plus loin...

Fiche Clemi « Une info, des médias »

http://www.clemi.fr/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/188

Fiche Clemi « Quel média pour quelle info ? »

http://www.clemi.fr/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/198

Document CFI/ESJ « Comment gérer le bi-média ? »

<http://www.24hdansunedaction.com/web/21-comment-gerer-le-bi-media/>

Fiche « Les pure players, ou l'info rien que sur le net » Dossier pédagogique 24^{ème} SPME (2013)

Clemi « Les mots du webjournalisme », Dossier pédagogique 23^{ème} SPME (2012)

DECOUVRIR LA RADIO

Fiche n°6 —————► Découvrir le nouveau paysage radiophonique

Objectifs : Connaître le nouveau paysage radiophonique et analyser les différences et les similitudes entre les types de radios.

1- Découvrir les radios hertziennes

- Lister les radios que les élèves écoutent puis celles dont ils connaissent uniquement le nom
- Définir une typologie simple des radios hertziennes : publiques/commerciales/associatives...

Radios	musicales	généralistes	thématiques
publiques	France musique, Le Mouv, FIP...	France Inter, France Bleu,	France Info...
commerciales	NRJ, Skyrock...	Europe 1 , RTL...	BFM...
associatives	Selon les régions		

2- Découvrir les radios en ligne

- Lancer l'écoute d'une radio hertzienne puis celle de la diffusion sur son site web : noter le léger décalage temporel puis la similitude des programmes
- Faire remarquer qu'on arrive d'abord sur une page web avant d'écouter la radio
- Analyser l'enrichissement qu'apporte un site web (texte, images, podcasts, services, blogs...)

3- Découvrir les webradios (présentes uniquement sur le web)

- Lister ce qui enrichit le site d'une webradio et pointer également le peu de contenu (recours fréquent aux playlists) dû au manque de moyens financiers et humains.
- Définir une typologie des webradios

Webradios	musicales	thématiques	générale ou culturelles
Associatives ou de particuliers	La Grosse Radio Fréquence 3...	Radio Ouistiti (0-8 ans) 15-18 Radio...	
professionnelles	Goom Radio...	Europe 1 , RTL...	BFM...

4- Découvrir les audioblogs ou podcasts

- Utiliser Arte Radio et SilenceRadio en collège et au lycée et se référer aux podcasts scolaires des académies de Rouen et de Bordeaux pour les élèves du primaire

Source : Dossier pédagogique, 23è SPME, mars 2013, p.7

DECOUVRIR LA RADIO

Fiche n°7 ► Séance découverte

Séance n°1 : Découverte du projet et du média

Nom, prénom :

Date :

❖❖ Les radios que je connais :

<i>Nom de la radio</i>	<i>Fréquence de diffusion</i>	<i>Adresse web</i>	<i>Ce qu'elle diffuse</i>

❖❖ Je décris un moment où j'ai l'habitude d'écouter la radio (5 lignes) ou un croquis

.....

.....

.....

.....

.....

❖❖ Vidéo :

Le Clemi Toulouse propose une vidéo expliquant le fonctionnement d'une radio locale.

L'équipe de cette radio locale du Sud « 100% Radio » a accepté d'être filmée. Des commentaires explicatifs complètent les vidéos. Les sources de l'info, l'animation et la programmation, la voix et l'habillage, le financement sont ainsi détaillés. C'est un outil qui peut aider à mieux faire comprendre aux élèves les coulisses des radios qu'ils écoutent et la manière dont ce qu'ils entendent est construit et préparé. Vous trouverez le parcours sur cette page

<http://www.ac-toulouse.fr/cid106123/a-decouverte-une-radio-locale.html>

Nom du professionnel	Que fait-il concrètement ?

Pour aller plus loin...

Fiche « *S'interroger sur le montage sonore* », brochure du Clemi « Médias & Information, on apprend ! », édition 2015-2016, p.25
 Gérard Colavecchio et Eric Bonneau « *Faire de la radio à l'école : des ondes aux réseaux* », SCEREN, CLEMI, Coll « Education aux médias », 2013.

Le site du Clemi national avec un onglet dédié à la radio et webradio scolaires :

<http://www.clemi.org/fr/productions-des-eleves/web-radios/>

Les audioblogs d'Arte Radio : <http://audioblog.arteradio.com>

DECOUVRIR LA RADIO

Fiche n°8► Utiliser une webradio

Choisir une émission en lien avec la thématique

- La chronique « Europe 1 Santé » : <http://www.europe1.fr/emissions/europe-1-sante>
- L'émission "Priorité santé" sur RFI : <http://www.rfi.fr/emission/priorite-sante>
- L'émission « Carnet de santé » de D.Messenger sur France Inter : <https://www.franceinter.fr/emissions/carnet-de-sante>
- France Info Junior : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/france-info-junior/franceinfo-junior-ca-veut-dire-quoi-bien-manger-a-la-cantine-ou-a-la-maison_1856211.html

Elaborer une grille d'analyse avec les élèves

Forme	X	Appréciations	Observations
Réalisation d'un fil conducteur clair et équilibré			
Présence et qualité de l'habillage sonore			
Qualité du discours			
Qualité de l'oralisation à l'antenne (écriture, lecture, mise en voix, articulation, pas de blancs ...)			
Qualité des enchaînements entre les intervenants			
Respect du temps imparti aux intervenants			
Contenu			
Présence d'une introduction posant clairement le sujet et le sommaire			
Cohérence et pertinence des interventions par rapport au sujet et à la problématique			
Traitement de l'information (absence de paraphrase etc.)			
Qualité du contenu informatif			
Qualité des échanges et de l'argumentaire			
Présence d'une conclusion répondant à la problématique			
Pertinence de l'angle choisi			
Respect de la propriété intellectuelle (citations précises, présentation des sources ...)			

Des ressources pour étayer l'argumentation des élèves :

Santé et Environnement

- Ici des définitions générales et des questions autour des liens entre facteurs environnementaux et effets sur la santé <http://les.cahiers-developpement-durable.be/vivre/10-sante-et-environnement-definitions/>
- Ce site québécois recense plus d'une centaine de publications montrant les impacts des problématiques environnementales sur la santé humaine <https://www.inspq.qc.ca/bise/urgence>
- Une publication (pdf) très complète sur le thème : "Qu'en est-il des déterminants écologiques sur la santé?" http://www.cpha.ca/uploads/policy/edh-discussion_f.pdf

Santé et Technologie

- <http://sites.arte.tv/futuremag/fr/exosquelette-un-soutien-precieux-pour-les-personnes-handicapees-futuremag>
- <http://www.journaldunet.com/economie/sante/1181340-telemedecine-big-data-marisol-touraine-annonce-la-strategie-e-sante-2020/>
- http://www.lesechos.fr/23/03/2015/lesechos.fr/0204247539859_e-sante--le-milieu-medical-bouscule-par-la-technologie.htm#

Santé et Sport

- <http://www.france3.fr/emissions/c-est-pas-sorcier/rechercher-par-themes/sante-et-sport>

Santé et travail:

- <http://www.ouest-france.fr/sante/conditions-de-travail-des-effets-sur-la-sante-l-age-de-la-retraite-4542661>

Santé adolescents : fil santé

- <http://www.filsantejeunes.com/>

DECOUVRIR L'INFORMATION TELEVISEE

Fiche n°9► Analyser un JT

Objectifs : Découvrir les éléments constitutifs d'un journal télévisé. Appréhender la hiérarchie de l'information et proposer un regard critique sur le traitement de l'actualité.

1- Comparer les génériques de plusieurs JT

- » Décrire les images, les sons, les enchaînements et les couleurs
- » Dégager les intentions des concepteurs

2- Dégager les différents rôles du présentateur

- » Passeur d'informations, animateur du plateau, médiateur par rapport aux téléspectateurs etc...
- » Relever dans sa gestuelle ou dans son positionnement ce qui relève de chacun de ses rôles

3- Comprendre la hiérarchisation de l'information

- » Visionner des JT d'une même journée sur des chaînes différentes
- » Repérer les sujets et leur ordre d'apparition. Sont-ils les mêmes sur toutes les chaînes ? Noter les différences et les similitudes.

4- Etudier la structure d'un reportage

- » Visionner un reportage sans la bande son et repérer les indices qui permettent d'identifier les faits
- » Visionner le reportage avec le son et définir son rôle : émotion, dramatisation, informations complémentaires ?
- » Définir le rôle des images : simple illustration ou rôle informationnel, émotionnel ?

Pour aller plus loin, éventuellement :

5- Démontrer la perception sélective de l'information télévisée et ses causes

- » Visionner un JT sans consigne et demander ensuite aux élèves d'établir la liste des sujets retenus
- » Analyser la nature des sujets retenus et en chercher la cause : proximité affective, géographique, socioculturelle, temporelle ?
- » S'interroger sur les sujets peu retenus ou oubliés

6- Etudier le fonctionnement des chaînes d'information en continu

- » Définir leurs inconvénients (simplification caricaturale des faits, manque d'analyse..) et leurs avantages (réactivité à l'évènement...)

7- Recenser les différentes formes sous lesquelles un reportage du JT peut être revu

- » Comment apparaît-il enrichi sur Internet ?
- » Observer les sites d'informations de TF1 (MyTF1News) et France 2 (FranceTVinfo)
- » Comment invite-t-on le téléspectateur à participer au développement de l'information en ligne ?

Sources :

« L'info télévisée : d'un écran à l'autre », Médias et Information, on apprend !, brochure Clemi, édition 2015-16, p.36
« Le Journal télévisé », Eduquer aux médias, ça s'apprend !, brochure du Clemi, édition 2012-2013, p.30^e

Pour aller plus loin :

« Le présentateur de journal télévisé », dossier pédagogique 24^e SPME, mars 2013

2è PARTIE :
COMPARER LES MEDIAS

INTERROGER LES SOURCES

Fiche n°10► « L'info, c'est vrai ? »

Objectifs : Les sources de l'info, les dépêches, une info, des médias, information/commentaire

Durée : 2 heures

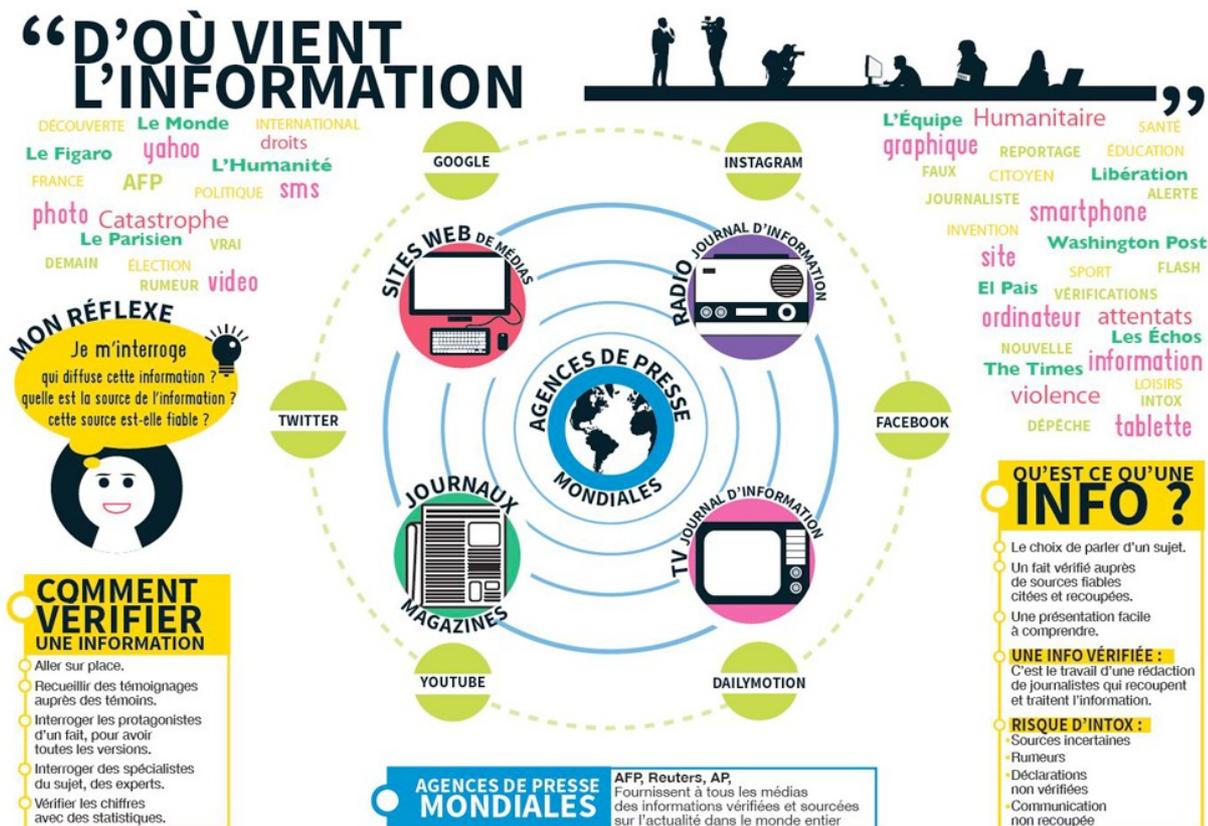
Public : Collège, cycle 4 (5^{ème}, 4^{ème}, 3^{ème})

Matériel : En salle multimédia ou en salle de classe avec vidéo projecteur

Documents : Un journal du jour (quel que soit le support médiatique)
Photocopies des dépêches indiquées en 4
Un article récent (pour la phase 5) et une dépêche (pour l'ex en 6)

Déroulement :

1. **Partir de l'écoute, du visionnement ou de la lecture d'un média du jour.**
Recueillir les premières impressions.
Question : « A votre avis, d'où viennent les infos présentées dans ce journal ? » : faire émerger la multiplicité des sources et le concept de « journaliste des journalistes = agence de presse »
2. **Projection d'une ou plusieurs infographies sur le « Circuit de l'info »**
http://www.afp.com/fr/le_circuit_de_l_info/



3. Projection de la web vidéo sur le fonctionnement de l'AFP

<http://www.afp.com/fr/agence/afp-en-images/>

4. Projeter et distribuer une dépêche. En oral interactif, décoder le document en deux temps : structure et symboles chiffrés et alphabétiques ; les 5W et la pyramide inversée

http://clemi.ac-creteil.fr/webzine/IMG/pdf/Journee_PEM_n2-2.pdf

http://www.clemi.org/fichier/plug_download/23119/download_fichier_fr_la.structure.de.la.depeche.pdf

5. Distribution d'un article récent dont il faut reconstituer la dépêche.

6. « Nous allons à présent voir ce que peut devenir une dépêche. »

Diffuser l'une des « Revues de Presse » d'Hélène Frade sur France 24 (par exemple celle du 29/10/2015 « la faute à Angela » <http://www.france24.com/fr/2015102915-rev-press-fran-autriche-slovenie-schengen-merkel-sarkozy-poutine-fn-parite-femmes>

La consigne donnée aux élèves est de relever les titres des journaux qui sont mentionnés. (Les élèves peuvent aussi aller rechercher les Unes du jour sur un site dédié pour y voir les différents traitements).

A l'issue, discussion interactive pour repérer les angles et les orientations des médias.

Question finale : « *Les médias ont-ils le droit de traiter les faits d'actualité à leur manière ?* »

7. Exercice d'écriture (papier ou traitement de texte)

A partir d'une dépêche, chacun choisira un type d'article (plutôt d'information ou plutôt de commentaire) et rédigera son texte. Mise en commun sur réseau ou lecture oralisée de certains travaux.

INTERROGER LES SOURCES

Fiche n°11 —————▶ Aux sources de l'info

Objectifs : apprendre à repérer les sources. Identifier les sources fiables

1-Repérer des sources sur des supports différents

- » Vérifier si les articles, les reportages télévisuels ou en ligne sont signés : peut-on identifier de qui il s'agit ? (journalistes, correspondants, agences...)
- » Chercher à retrouver les origines des informations présentées (entreprises, associations...)
- » Observer les chiffres et les statistiques : quelles en sont les sources ? Est-ce fiable ?
- » D'où viennent les propos cités ? (conférences de presse, interviews, communiqués..)

2-Dresser un tableau des différentes sources repérées

- » Sources officielles, non officielles, témoignages, rumeurs
- » Les verbes sont-ils au conditionnel ?
- » Quelles sont les sources des photos ? (agences de presse, photojournalistes, montage, témoins)

3-Prendre conscience des sources des documents diffusés sur Internet

- » Repérer l'origine du document : site, adresse, source des images
- » Isoler le ou les suffixes du nom de domaine (.fr, .com, .net etc..)
- » Emettre des hypothèses sur la nature des documents, sur la nature de l'émetteur (entreprise, association, gouvernement..), sur ses intentions (vendre, informer, militer, communiquer, aider)
- » Y-a-t-il des éléments qui nous renseignent sur la qualité des auteurs (journaliste, chercheur, témoin..) ?
- » Quelles conclusions peut-on tirer sur la fiabilité de ces sources ?

Pour aller un peu plus loin

4- Analyser les informations diffusées sur les réseaux sociaux

- » Collecter de nombreuses informations sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) à propos d'un même évènement qui vient d'avoir lieu
- » Observer la manière dont ces informations sont reprises, voire altérées
- » S'interroger sur la nature de ces informations : sont-elles diffusées avec les mêmes précautions et dans les mêmes règles d'usage que les dépêches dont se servent les médias d'information ?
- » Constater que les sujets les plus diffusés en ligne ne font pas la Une des médias traditionnels
- » Opposer et critiquer les avantages et les inconvénients de ce type d'informations « immédiates »

Sources :

« Aux sources de l'info », Médias & Information, on apprend ! Brochure du Clemi, édition 2015-2016

INTERROGER LES SOURCES

Fiche n°12 —————▶ Analyser une dépêche

Objectifs : Comprendre la structure d'une dépêche, la règle des « 5 W », la pyramide inversée

Rappel :

La dépêche a pour but de délivrer un message informatif essentiel. C'est-à-dire, une idée, une information première que l'on souhaite donner. Elle est construite selon la structure de la pyramide inversée (du plus important au moins important et répond aux 5 questions fondamentales : qui, quoi, quand, où pourquoi ?

Exemple d'exercice : De la dépêche à l'article.

- Sélectionner des dépêches du jour, 2 à 3 pour deux élèves sur un thème (sport, divertissements, faits divers, international...).
- Lecture des dépêches et écriture d'un court article, fabrication d'un flash radio ou d'une information pour un journal télévisé.
- Avec les élèves les plus jeunes, on recherche dans chaque dépêche le message essentiel et les questions de références se rapportant à l'événement choisi. Puis on pourra leur proposer de trouver un titre, un chapeau pour présenter l'événement

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Connaître les sources d'informations : distinction information et commentaire.<input type="checkbox"/> Sélectionner les mots-clés.<input type="checkbox"/> Rédiger un court article de presse en tenant compte des contraintes d'un genre journalistique
SUPPORTS	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Deux à trois dépêches sur un même sujet
ORGANISATION PEDAGOGIQUE	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Groupes de 2 ou 3 élèves
DEROULEMENT	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Définition de la dépêche : rapporte un fait<input type="checkbox"/> Organisation matérielle de la dépêche : ordre de priorité, repérer la date, le lieu d'origine, le sujet<input type="checkbox"/> Comment la dépêche est-elle écrite ? Principe de la pyramide inversée : de l'essentiel au moins important Qui, Quoi, Quand, Où, Pourquoi, Comment ?
NOTIONS	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Les 5 W<input type="checkbox"/> L'information factuelle
INTERETS	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Repérer les faits essentiels<input type="checkbox"/> Hiérarchiser les faits

QUEL EST LE COUT DE L'INFO ?

Fiche n°13 ► Fabrication et distribution



Pistes pédagogiques

1. Dans quels endroits et de quelles manières peut-on se procurer le journal du jour ?
2. Demander aux élèves de vérifier chez leur libraire si on y trouve facilement tous les titres des quotidiens édités en France et les autres. Interroger le libraire sur le quotidien qui se vend le plus et sur ses autres meilleures ventes. Lui demander ce que deviennent les invendus.
3. Chercher à savoir quelle proportion représente la vente des quotidiens et de la presse en général par rapport aux autres produits commercialisés en librairie (bonbons, boissons, jeux de hasard, cigarettes, etc.)
4. Lister tous les métiers techniques et commerciaux liés à la fabrication et la vente des journaux.
5. Faire des recherches sur quelques machines utilisées en imprimeries (rotatives, tapis de tri...)
6. La distribution des titres de la presse quotidienne par l'internet rend le journal accessible 24 heures sur 24. Qu'est-ce que cela induit pour le support papier ?
7. Trouver le prix de revient d'un quotidien, la répartition des charges et son coût de vente. Faire des hypothèses sur le différentiel.

Le journal est d'abord un objet...

... et en tant que tel, il est fabriqué. La presse est intimement liée au monde industriel depuis ses origines, soit qu'elle ait précédé des inventions techniques, soit qu'elle en ait bénéficié. Au point que l'on puisse à présent dire que « la presse, c'est un peu la sidérurgie à la fin des années 70 » !

En effet, aujourd'hui plus qu'hier, le secteur se débat avec les questions de temps et d'espace, de coûts de revient et de prix de vente. Et la simple substitution d'un support numérique à un support papier est loin d'être le miracle annoncé. Les aides à la presse sont devenues vitales : l'état dépense chaque année 1,2 milliard d'euros en avantages divers : tarifs postaux, portage, distribution... Le secteur de l'imprimerie, vorace en équipements lourds et coûteux plombe l'existence des médias papier ; sans compter le système de distribution français dont la puissance ne favorise pas l'évolution d'un secteur en grande difficulté, où les plans sociaux s'enchaînent...

Complicé malgré tout d'y voir clair ; la bonne santé d'un mook (contraction entre « magazine » et « book ») comme XXI ou la vitalité

Pour aller plus loin...

Site de Presstalis <http://www.presstalis.fr/index.htm> et de panneaux explicatifs :
 « La presse quotidienne nationale »
 « La presse magazine, une passion française »
 « Une journée de quotidiens »

Sur <http://www.presstalis.fr/SemaineDeLaPresseEtDesMedias2014.htm>

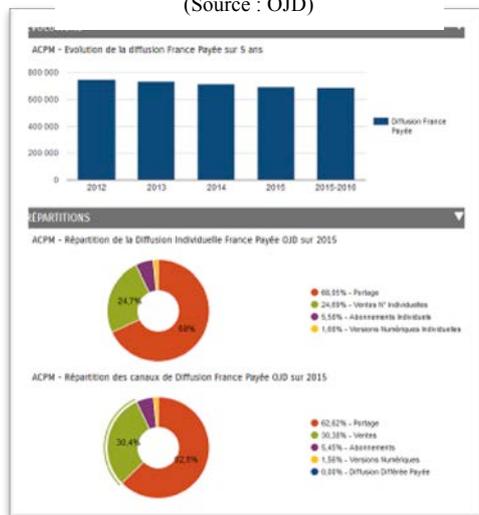
Video de *C'est pas sorcier* « La Fabrication du journal » sur youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=8vR9NsaN7Dc>

Document « Les Français et les médias » Livret 24^{ème} SPME page 29
http://www.clemi.org/fichier/plug_download/47570/download_fichier_fr_dossier_pedagogique_spme_2013.pdf

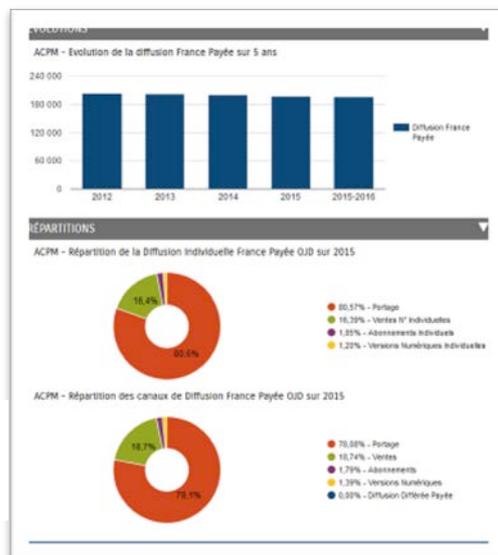
Video (2min53) sur la fabrication chez Bayard Presse
<http://www.clemi.fr/fr/tv/les-medias-se-presentent/le-fabricant/>

Site de Ouest France Visite : <http://www.ouestfrance-visite.com/scripts/consult/ecran3/VISecran3.asp?VIStranche=9->

Chiffres de diffusion de *Ouest France*
 (Source : OJD)



Chiffres de diffusion
 du *Télégramme*
 (Source : OJD)



QUEL EST LE COUT DE L'INFO ?

Fiche n°14► La publicité en question



Pistes pédagogiques

1. Beaucoup d'annonces publicitaires se présentent sous forme de petites affiches. Observer leurs places dans le journal, leurs dimensions, comparer ces caractéristiques en fonction des initiateurs des annonces. Voir si, dans certains cas, le produit ou le service proposé par la publicité n'est pas en relation avec la rubrique où cette publicité apparaît.

2. Etudier le langage de quelques affichettes publicitaires. Déterminer d'abord à quoi on les reconnaît. Placer un calque sur la publicité et y dessiner le contour des principaux éléments. Observer la nature de chaque élément, déterminer sa fonction.

3. Approfondir, ne fût-ce qu'intuitivement, le potentiel de signification de quelques publicités. Que représente l'image ? Quelle relation cette image a-t-elle avec le ou les textes qui l'accompagnent ? Comment ces textes se présentent-ils ? L'image est-elle toujours l'image du produit ? Si non, quel rapport peut-elle avoir avec celui-ci ? Tenter de trouver des exemples de diverses stratégies de persuasion : arguments d'autorité de formes diverses, représentations stéréotypées de réalités mythiques parfaites, sollicitations narcissiques, etc.

4. Concevoir, par photocopie, dessin, collage, etc. des affichettes publicitaires parodiques : satiriques, burlesques, etc. en exigeant toutefois que les règles de composition d'usage soient respectées.

5. Se procurer des « gratuits » (papier et numérique) et y étudier les contenus publicitaires.

Pour aller plus loin...

Livret Média Smart Plus (**document et fiches** d'activités sur la publicité en général)

<http://www.mediasmartplus.fr/site/pdf/kit.pdf>

Vidéo INA « La pub dans la presse » <http://www.ina.fr/video/CAB88013885>

Document Télérama janvier 2013 « L'abécédaire de la crise »

<http://www.telerama.fr/medias/qu-arrive-t-il-a-la-presse-ecrite,91776.php>

Publicité nécessaire ... mais publicité en crise

Souvent décriée, la publicité dans le journal participe pourtant au maintien d'une presse pluraliste, libre et indépendante, garante de la démocratie.

Elle permet sa viabilité en gardant le prix du journal dans des proportions raisonnables, sans que les éditeurs ne soient obligés de recourir à un financement extérieur qui mettrait en péril l'indépendance de la ligne éditoriale. La publicité est donc depuis longtemps une source de revenus indispensables pour les éditeurs.

Il faut cependant avoir en tête que les éditeurs de journaux sont aussi des entreprises qui vendent de l'information. Et que par nature, l'info publicitaire est mercantile. D'un côté, la nature commerciale d'un quotidien lui permet une indépendance éditoriale qu'une publication financée par une organisation ne peut revendiquer. D'un autre côté, cet aspect commercial peut exposer le contenu éditorial du journal à la pression de la concurrence...

Chaque média présente des spécificités propres dont l'annonceur tiendra compte lors de l'élaboration de sa stratégie de communication. En ce qui concerne la presse quotidienne, il s'agit avant tout d'un média très réactif qui colle à l'actualité.

La publicité dans le journal ne s'arrête pas à la grande annonce couleur. Elle s'exhibe au contraire sous une multitude de formats et de styles. La publicité "commerciale" classique se décline en annonce nationale ou régionale, voire locale, en fonction de la zone de l'annonceur. A cela viennent s'ajouter les annonces financières (convocation à l'Assemblée générale d'une société, par exemple) et les annonces classées (petites annonces), elles-mêmes organisées en différentes catégories : emploi, immobilier, auto/moto, vacances, divers, ... Finalement, on peut considérer que tout espace payant dans le journal s'apparente à de la publicité, y compris le carnet mondain ou les nécrologies.

La presse quotidienne permet encore aux annonceurs d'atteindre précisément leur cible en sélectionnant le jour, la rubrique ou le cahier de leur choix. Elle leur offre aussi la possibilité de publier des bons de réduction à découper ou d'encarter un document publicitaire complet, autonome, au cœur du journal.

Enfin, en adhérant aux codes d'autorégulation en vigueur dans notre pays (comme ceux définis par le Jury d'Éthique Publicitaire), les éditeurs de journaux garantissent une exploitation des publicités qui respecte un certain nombre de principes déontologiques élémentaires.

QUEL EST LE COUT DE L'INFO ?

Fiche n°15► Stratégies publicitaires



Pistes pédagogiques

1. Identifier dans les publicités commerciales les publi-reportages. Etudier la mise en page : la part du visuel, la typographie, l'habillage du texte (présence d'un chapeau, d'un titre), son encombrement dans la page.
Mise en commun : dans quel type de presse les publi-reportages sont-ils les plus nombreux ? Est-il facile de les identifier ?
2. Etudier le langage des petites annonces. Demander aux élèves d'en rédiger selon les usages, d'en calculer le prix d'insertion.
3. Répertorier les domaines couverts par les petites annonces, leur place quotidienne dans le journal, leur place particulière éventuelle dans tel cahier ou supplément hebdomadaire.
Relever les avertissements qui accompagnent certaines d'entre elles. Chercher des exemples de petites annonces privées, d'autres de petites annonces professionnelles, d'autres encore de promotion de produits commerciaux. Identifier les différences.
4. Repérer des campagnes publicitaires qui s'appuient sur un événement, une information ou des moments de l'actualité récente pour lancer un produit.
5. À partir d'un panel de presse écrite, demander aux élèves de relever et de classer tout ce qui s'apparente à de la publicité et rapporte de l'argent au journal : petites annonces, annonces légales (ventes judiciaires, décisions des tribunaux), carnet, publicité financière ou avis financiers (informations sur la vie économique des entreprises), publicité institutionnelle (communication de l'Etat sur de grandes campagnes de prévention, des services publics comme La Poste ou la SNCF, des associations humanitaires...), publicité commerciale.
Mise en commun : établir en quoi, dans sa forme et dans son mode de communication, une publicité institutionnelle s'apparente ou non à une publicité commerciale (visuel, logo, slogan, texte, intention).

Répartition du chiffre d'affaires par catégorie de presse et par type de recettes

Les chiffres présentés sont issus des tableaux statistiques de la DGMIC. Ces chiffres ont fait l'objet de regroupements pour en faciliter la compréhension. Chiffres de l'année 2013.



Source : CSMP.fr

La publicité au quotidien

La presse quotidienne occupe une place particulière dans le cœur des publicitaires. Pour mémoire, il s'agit, après l'affichage, d'un des premiers médias à leur avoir offert un espace d'expression et une "tribune". Et l'histoire d'amour dure depuis des siècles: aujourd'hui, la presse quotidienne ne peut d'ailleurs plus se passer de la publicité qui lui garantit sa survie.
La créativité est certainement l'un des points forts de la presse quotidienne pour le monde publicitaire... qui raffole de ce genre d'exercice.
L'actualité dont se nourrit chaque journal, chaque jour, offre ainsi un contexte naturel et un terrain riche pour les annonceurs qui souhaitent les exploiter. Le format des quotidiens permet également aux publicitaires d'envisager des campagnes d'envergure et de forte visibilité : c'est pourquoi la presse quotidienne payante et nationale est avant tout considérée comme un véhicule d'images, tout en n'excluant pas des opérations promotionnelles plus ponctuelles.

Si la durée de vie du journal est faible, les stratégies du monde publicitaire apprécient néanmoins la presse quotidienne pour sa cible qualitative et sélective. Le fait que le journal entre régulièrement, voire quotidiennement en contact avec le lecteur, le plus souvent dans un cadre "d'intimité", constitue également un atout fondamental : une campagne publicitaire, jour après jour, donnera d'excellents résultats et un impact garanti.

Notons encore que la presse quotidienne n'est quasiment pas exploitée pour l'insertion de publi-reportages en raison de son contexte journalistique très fort, de son format et de sa mise en page qui ne permettent pas d'y intégrer de façon crédible un article à caractère commercial, contrairement à la presse magazine.

A l'instar de la radio et de ses décrochages locaux, la presse quotidienne et ses éditions ou cahiers régionaux offrent un grand intérêt pour une stratégie publicitaire plus locale ou pour des annonceurs plus locaux... et moins « riches ».

Pour aller plus loin... DVD « Les médias font leur pub ! » à demander sur : <http://www.clemi.org/fr/spme/l-accompagnement-pedagogique/>

QUELLES INFOS A LA UNE ?

Fiche n°17 ► Elle est où la vitrine ?

Objectifs : Identification et caractérisation des « Unes » de médias

Durée : 2 heures

Public : Collège, cycle 4 (5^{ème}, 4^{ème}, 3^{ème})

Matériel : En salle multimédia avec vidéo projecteur

Documents :

Reproductions de noms de médias papier ou web tels que figurant en Une (si possible avec mise en page, design, logo...) (voir <http://www.revue2presse.fr/presse/quotidien> ou <http://fr.kiosko.net/fr/>)

Maquettes vierges de Unes (presse papier et numérique)

Voir pages d'accueil des sites de presse choisis en 5 Documents :

Déroulement :

1. Attribution à chaque élève d'un nom de média à coller sur le cahier
2. Individuellement rédaction d'une réponse à ces consignes : « *Comment expliquez-vous le nom de votre média ? Trouvez-vous qu'il est bien choisi ? Pourquoi ?* » - Correction interactive pour deux ou trois titres dont celui du quotidien papier auquel la classe est ou sera abonnée
3. Projection de la Une du jour de ce quotidien puis distribution d'une maquette vierge à reconstituer par deux
4. A l'oral, échange interactif autour des questions :
 - a. « *Pensez-vous que cette page atteigne ses buts ? Lesquels ?* »
 - b. « *Nous avons vu en séance précédente que les médias se déclinent sur d'autres supports.* »
 - c. « *Peut-on parler de « Une » pour chacun d'entre eux ? C'est ce que nous allons voir de plus près.* »
5. Tableau **Des Unes variées pour des objectifs communs** à compléter en binôme à partir des pages d'accueil des sites de presse choisis.

	Pure Player ou Bi média	Radio	Télé
Documents d'aide	http://www.24hdansuneredaction.com/web/8-les-grands-principes-de-lecture/	http://www.24hdansuneredaction.com/radio/15-lhabillage-du-journal/	http://www.24hdansuneredaction.com/tv/20-presente-le-journal-telivise/
Description de la «vitrine» du média			

6. Synthèse écrite individuelle à partir des « mots clés » de la séance inscrits au tableau sur suggestions des élèves :
« *On peut dire qu'un média a une « vitrine », parce que....* » (Au moins 4 arguments)
7. Lecture à voix haute de quelques synthèses à l'attention de la classe

QUELLES INFOS A LA UNE ?

Fiche n°18 —————▶ Analyser la Une

Objectifs : Comprendre l'organisation d'une Une, le choix et la hiérarchisation de l'information

1. Étude préalable de la Une

- Chaque groupe d'élèves choisit deux quotidiens de format différent. Malgré la grande diversité des Unes, les élèves repèrent les éléments communs :



- Bandeau** (nom du journal, prix, date...)
- Manchette** (titre en gros caractères du sujet principal du jour)
- Oreille** (espace encadré situé dans un coin supérieur de la une)
- Accroche** (élément de texte mis en valeur afin d'attirer l'attention du lecteur, rivière de titres en colonne)
- Illustrations, sommaire, publicité...

- On a souvent parlé d'un mode de lecture « en Z » de la Une, établi à partir du mouvement des yeux sur la page. Proposer aux élèves de colorier les zones d'accroche et de vérifier si c'est toujours le cas.

2. Relever et comparer les titres à la Une

- Sélectionner les trois plus gros titres de chaque journal. Quels sont les sujets les plus importants ce jour-là ? Sont-ils identiques pour l'ensemble des journaux étudiés ? Les titres sont-ils accompagnés d'articles, de surtitres, de sous-titres, de photos, d'illustrations ou de renvois aux pages intérieures ? Dans quelles rubriques sont-ils développés : s'agit-il des mêmes rubriques d'un journal à l'autre pour un même sujet ?

- Demander à chaque groupe de relever les unités de sens contenues dans chaque titre (réponses aux questions de référence : qui, quoi, où, quand, pourquoi, comment ?). Identifier les procédés utilisés (présupposés, allusions, invitations à la lecture). Noter les effets de style : jeu de mots, vocabulaire émotionnel, métaphores, etc.

- Distinguer les titres incitatifs et les titres informatifs.

3. Réaliser la Une d'un journal papier

Chaque groupe choisit de réaliser la une d'un journal. Il s'organise en comité de rédaction, choisit les dépêches qui lui paraissent importantes, envisage un « crayonné » (maquette à réaliser). Choix définitif: titres, illustrations. Prévoir les emplacements publicitaires.

- Réalisation définitive de la page.
- Comparaison avec un journal réel.

Source : http://www.clemi.org/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/10

QUELLES INFOS A LA UNE ?

Fiche n°19► La santé à la Une

Objectif : Comparer différentes Unes du même jour (voir <http://unes.spqr.fr/> ou <http://www.spqn.fr/>)



DES VISUELS A TOUTES LES SAUCES !

Fiche n°20► Analyser les illustrations

Objectifs : Identification et caractérisation des illustrations (typologie et fonctions)
Notions d'analyse de l'image (cadrage, angle...)

Durée : 1 à 2 heures

Public : Collège, cycle 4 (5^{ème}, 4^{ème}, 3^{ème})

Matériel : En classe, vidéoprojecteur, ciseaux, colle

Documents : Infographies animées :

http://www.francetvinfo.fr/replay-jt/france-2/20-heures/jt-de-20h-du-mercredi-28-octobre-2015_1138687.html

(France 2 JT 20h à 19,46 min, sur le coût des pilotes d'avion)

<http://netstorage.lequipe.fr/Explore/rouleurs/Animevelos.webm?20151028> (sur l'évolution du vélo)

<http://1jour1actu.com/info-animee/cest-quoi-la-cop-21/>

Autant d'exemplaires que d'élèves de l'abonnement papier du jour –

Photo de presse connue et son commentaire

Déroulement :

1. Projection d'une infographie fixe ou animée. Questionnement de l'enseignant :
« *Que voyez-vous ? Comment cela s'appelle-t-il ? (Une infographie animée) Comment c'est fait ? (conception numérique) A quoi ça sert ? Où trouve-t-on ce genre de document ? (sur des médias numériques, audiovisuels...) A quelle catégorie d'éléments cette image appartient-elle ? (illustrations de presse) »*
*Pour aller plus loin, vidéo Onisep (2 min) sur le métier d'infographiste
<https://oniseptv.onisep.fr/video/infographiste-de-presse>
« *Donner à voir l'info* », Brochure Clemi, Médias & Information, on apprend ! édition 2014-15, p.42
2. Distribution d'un journal papier par élève. Consigne : « *Vous allez feuilleter le journal du jour et prendre une connaissance rapide de l'information.* » Insister durant la lecture sur les différents modes d'entrée dans un journal et sur le droit de « survoler ».
3. « *Vous allez maintenant découper chacun une dizaine d'illustrations que vous mettrez en commun avec les membres du groupe. Vous réfléchirez ensuite à un classement pertinent en 3 ou 4 catégories de l'ensemble de ces images.* »
4. L'enseignant passe dans les groupes et observe les critères de classement qu'il présentera ensuite au tableau sous forme de synthèse que les élèves noteront en y associant un exemple d'illustration à coller.*
*Selon les classes, les critères pourront être ceux du genre (portrait, paysage, scène...), de la technique (photo, infographie, dessin de presse...), du cadrage (ensemble, semi-ensemble, plan rapproché...), de l'angle (plongée, c/plongée, à hauteur), de la fonction (illustrer un article, apporter un supplément d'info, commenter...). A chaque enseignant d'adapter sa synthèse, sachant que dans le cadre des objectifs Classes @ctus, les notions de techniques et de fonctions peuvent être considérées comme prioritaires.
5. Exercice de synthèse individuel : Projection d'une photo de presse avec repérage des critères lui correspondant.
http://dornsife.usc.edu/assets/sites/39/docs/Flyers/20102011_Anne/documents_clemi/CLEMI-LirelaphotoAFP.pdf

Ecoute d'une émission sonore <http://arteradio.com/categorie/documentaire>

DES VISUELS A TOUTES LES SAUCES !

Fiche n°21 ► Les images de presse

Objectifs : Développer le sens critique, image vraie ou image truquée, éduquer aux risques d'internet

Il est de plus en plus facile de modifier les images, d'y introduire ou de supprimer des éléments, de faire commettre à une personne une action qu'elle n'a pas commise. Il devient essentiel de montrer aux élèves que les images qu'ils peuvent voir sur internet sont des constructions, parfois même des manipulations et des trucages. Le faire soi-même facilitera cette prise de conscience.

Support : plusieurs photos de presse

Matériel : Ordinateurs, connexion internet, appareil photo numérique, logiciels gratuits et téléchargeables de traitement des images

Démarche :

1. Montrer qu'on peut truquer des photos

- Présenter la photo truquée n° 1 (voir matériel). Faire réagir les élèves.
- Présenter la photo truquée n° 2. Les élèves ont plus de mal à réaliser la présence insolite d'un des leurs qui se retrouve catapulté ailleurs dans l'espace et dans le temps.

2. Réaliser des photos truquées

- Sur internet avec un moteur de recherche (rubrique « Images »), chacun recherche et télécharge la photographie d'une star. Avant de se lancer, parler des images qui peuvent être admises à l'école et de celles qui ne peuvent pas l'être. Pendant la recherche, l'enseignant doit être présent et attentif pour réagir devant des images pouvant poser problème.
- Deux par deux, les élèves se photographient. Parler du cadrage, des contre-jours, des positions que l'on va prendre pour se montrer.
- Réaliser des photomontages à partir des photos de stars et des élèves, avec un logiciel de traitement d'images.

3. Exposition des productions, bilans

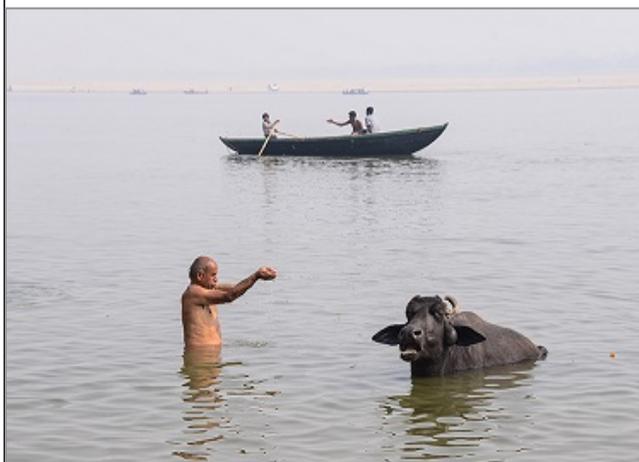
- Les élèves présentent leurs productions à toute la classe. Discussion.
- Individuellement, ils écrivent quelques lignes sur l'intérêt qu'ils voient à ce travail en classe. Chacun lit sa réponse, discussion.

4. Réinvestissements

- Que pourriez-vous faire d'autre, pour quelles raisons le faire ?
 - Changer la couleur de la peau, arranger les imperfections (mannequins, stars...)
 - Se placer dans un autre paysage (alibis...)
 - Modifier un paysage (agence de tourisme peu scrupuleuse...)
 - Ajouter ou retrancher quelqu'un d'une photo de groupe (exemple : Trotski supprimé de tous les documents officiels)
- Qu'est-ce que d'autres personnes pourraient faire ?
 - fausses images politiques (« preuves » d'armes de destruction massive)
 - fausses images violentes (au cas où les élèves sont tombés sur ces images)
- Que peut-on faire de nos « trucages » ?
 - notion de droit de l'image, pour soi et pour les autres ;
 - notion d'espace public et d'espace privé : présentation de nos travaux à d'autres classes, aux parents d'élèves... mais pas sur internet !

DES VISUELS A TOUTES LES SAUCES !

Fiche n°21► Les images de presse



POUR ALLER PLUS LOIN

Fiche « Un thème en images », Dossier Pédagogique 24^{ème} SPME, 2013 p 6
Fiche « Les images retouchées », Dossier Pédagogique 24^{ème} SPME 2013 p10/11
<http://www.clemi.fr/fr/spme/l-accompagnement-pedagogique/>

UNE INFO, DES SUPPORTS

Fiche n°22► Un fait, des médias

Objectif : Former les élèves à la pluralité des points de vue

Il s'agit d'accompagner les élèves dans leur prise de conscience des différences de traitement de l'actualité, la nature du média étant l'un des facteurs, de même que la ligne éditoriale. Au cœur du métier de journaliste, les écarts de traitement et d'interprétation de l'information peuvent être énormes. Pour aider les élèves à se prémunir contre UNE réalité, cela nécessite d'analyser plusieurs supports médiatiques.

Support d'actualité : un fait

Médias : un seul type de média, le journal

Démarche :

- L'enseignant explicite que le travail sur la Presse va aujourd'hui permettre aux élèves de développer leur esprit critique. Plusieurs supports médiatiques seront proposés aux élèves, qui devront se centrer sur un fait identique.
- Les différents supports papier et numériques sont mis à la disposition des élèves, qui sont préalablement répartis par groupe de 4 élèves. Il leur est demandé, dans un premier temps de travailler seul afin de s'approprier la façon dont le sujet retenu est traité.
- Puis, par groupe de 4, les élèves confrontent leurs remarques, complètent le tableau, débattent et argumentent leur point de vue.
- Un temps de synthèse collective peut alors être mené par l'enseignant afin de faire verbaliser aux élèves leurs remarques autour de « Les médias disent-ils la même chose d'un fait d'actualité ? »

Les remarques formulées par les élèves peuvent concerner :

- Les 5 W (Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ?)**
- L'angle choisi par le journaliste (l'idée clef)**

Un même fait, plusieurs points de vue

	Nom du média	Titre sous lequel le fait est annoncé	Place dans le média	Espace, temps consacré	Idée-clé Question(s) posée(s) par le journaliste
Quotidien					
Presse en ligne					
Web-radio					
Web-TV					

3è PARTIE :

PRODUIRE AVEC LES ELEVES

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°23► Ecrire Média

Objectifs : Typologie et règles d'écriture multi médiatiques de base

Durée : 2 heures

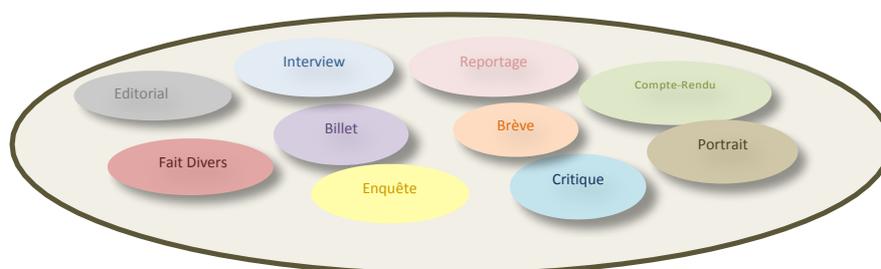
Public : Collège, cycle 4 (5^{ème}, 4^{ème}, 3^{ème})

Matériel : Un ordinateur avec connexion internet par groupe – tableau et vidéo projecteur – Dictionnaires (papier ou numérique)

Documents : Les abonnements du jour – Photocopie d'un article + consignes – Site <http://www.24hdansuneredaction.com/>

Déroulement :

1. Au tableau, projection (ou dessin) du schéma suivant :



2. Réactions libres et élaboration collective d'un titre pour le schéma
3. Répartition d'un type d'article par groupe avec les consignes suivantes :
« Vous allez élaborer une fiche explicative de votre catégorie d'article à l'attention de vos camarades. Vous devrez être très précis, dire comment et pourquoi c'est fait. De plus, vous proposerez plusieurs exemples différents que vous trouverez dans les médias étudiés jusque-là. Prévoyez un document récapitulatif en traitement de texte que vous mettrez en partage sur le réseau.»
Distribution des abonnements individuels pour compléter les ressources médiatiques à disposition de chaque groupe
4. Distribution individuelle d'un article de presse écrite (type à déterminer en fonction du niveau et des prérequis : par ex, compte-rendu en 5^{ème}, reportage en 4^{ème}/3^{ème} ...) avec activités de légendage (titre, sur- ou sous-titre, intertitre, signature, chapô, colonnes, illustration...) et de surlignage (5 couleurs pour les réponses aux questions qui ? où ? quand ? quoi ? comment ?).
5. Correction interactive par projection du document et repérage des éléments demandés. Enoncer les règles des « 5W » et de la « Pyramide inversée ». Ajouter la notion « d'angle ».
6. « A vous de jouer ! Chacun d'entre vous va choisir un média, un sujet, un angle et va préparer son article au brouillon en apportant simplement les réponses de 1^{er} niveau aux 5W. Vous choisirez un titre et un sous-titre. Il s'agit juste d'un exercice, vous n'écrirez pas intégralement l'article. Vous pouvez indiquer quelle(s) illustration(s) vous choisiriez. »
7. Chaque élève se connecte sur <http://www.24hdansuneredaction.com/>, cherche des fiches d'information sur l'écriture dans le média choisi, et relève les règles principales.

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°24 —————► Rédiger un article



Pistes pédagogiques

1. Observer dans un large échantillon d'articles variés ceux qui répondent à la loi de:

Qui fait Quoi ? Où ? Quand ?

Comment ? Pourquoi ?

Repérer dans chaque article où et comment ces six aspects de l'information sont exprimés. Observer comment l'écriture journalistique aborde ces questions, par opposition à un conte ou une nouvelle, par exemple.

Plusieurs articles pourraient déroger à cette loi en raison de leurs fonctions particulières. Quels types d'information véhiculent-ils ?

2. Dans le même échantillon d'articles, chercher les attaques et les chutes.

Observer si l'attaque ou la chute répondent à une des 6 questions et en quoi ce choix est pertinent. Si ce n'est pas le cas, sur quoi jouent le début et la fin ?

3. Etudier les titres et tout ce qui est mis en valeur par la mise en page (chapeau, exergue). Observer les jeux sur la forme (les signifiants : sonorités, symétries, ...) et sur le fond (les signifiés : métaphores, allégories, ironie,...). Tenter de définir les effets possibles de ces éléments sur le lecteur.

4. Observer les caractéristiques textuelles propres aux dépêches, aux brèves, aux reportages sur le terrain, aux interviews en collectant et en commentant des échantillons.

5. Observer comment un article de journal peut tenter de donner à voir et à entendre. Dans quels types d'articles et pour quels types d'événements cet effort visant à plonger le lecteur au cœur de l'événement est-il le plus fréquent ?

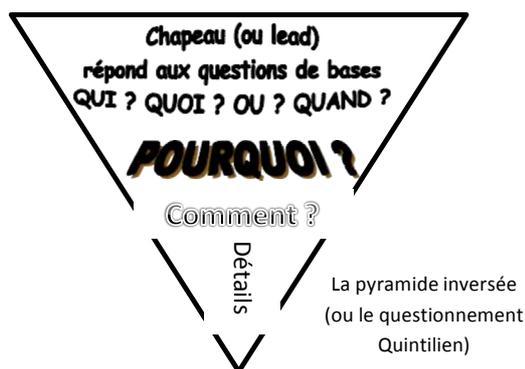
Pour aller plus loin...

Fiche Clemi « Ecrire clair, précis, concis »

http://www.clemi.fr/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/20

Fiche Clemi « Entrez dans l'info »

http://www.clemi.fr/fr/ressources_pour_la_classe/fiches-pedagogiques/bdd/fiche_id/126



Le journaliste qui rédige un article a pour mission d'informer en un minimum de place, de sorte à être efficace. En effet, lire le journal n'est pas, la plupart du temps, un passe-temps ou un loisir. C'est un moyen pour le citoyen, de se tenir informé de ce qui se passe autour de lui. Par ailleurs, si l'article n'est pas attirant, il y a peu de chances que le lecteur s'attarde à le lire. Il y a donc un compromis constant entre la contraction et l'accroche : faire court mais bon, attirer en informant. Titre et chapeau rassemblent le plus gros de l'info. Certains vont jusqu'à dire que 70 % de l'info devrait s'y trouver. L'article, pour ne pas être trop long, peut comporter des encadrés. Y recourir permet de fractionner la masse globale des données, de développer de façon périphérique des compléments d'information et de libérer le lecteur de la découverte de thèmes annexes qui ne sont pas le cœur de l'événement, mais qui demeurent bien utiles parfois à la compréhension du sujet évoqué.

Figurer le travail

Bien souvent, ce n'est qu'une fois l'article écrit que l'auteur en rédige le titre. La rédaction de celui-ci vient à la fin, comme la cerise sur le gâteau. Bien senti, le titre et ses attributs (surtitre ou sous-titre) doivent à la fois informer et attirer. C'est tout un art. Parfois, certains journaux réservent ce travail à un spécialiste. L'attaque (le premier paragraphe d'un article) est particulièrement soignée. L'impression qu'elle donne poussera le lecteur à décider de poursuivre ou non. De même, la chute (le dernier paragraphe) est aussi importante. C'est la finale qui dira si le sujet est "bouclé", si une suite est annoncée dans un prochain article, si les perspectives sont positives ou incertaines...

En outre, le journaliste essaie généralement d'utiliser des mots courts, des phrases brèves et de conjuguer les verbes à la forme active.

Mise en page

Pour aérer son article, le journaliste utilise toute une série de procédés. Des intertitres, des phrases mises en exergue, des illustrations légendées peuvent visuellement rendre l'abord de l'article plus attrayant. Les photos peuvent être plus que "de l'illustration pour- faire-joli". L'information est parfois plus parlante par sa mise en images. On connaît le slogan de ce magazine d'information qui joue sur "le poids des mots et le choc des photos".

Six questions

Devant informer son lecteur, le journaliste essaie alors de couvrir l'événement en récoltant les éléments de réponse à 6 questions : "Qui ? Quoi ? Quand ? Où ?" sont les quatre premières, essentielles et incontournables... Même si l'article n'est qu'une brève. Le "Comment ?" et le "Pourquoi ?" sont plus difficiles à commenter parfois... et demandent plus de développements et donc plus de place.

Hiérarchie des faits dans l'article

Voulant faire gagner du temps à son public, le journaliste place donc en tête de son article les informations les plus importantes. Si le lecteur en a le temps et l'envie, il continuera son parcours en

Documents CFI/ESJ

« Qu'est-ce qu'un angle ? »

<http://www.24hdansuneredaction.com/radio/3-quest-ce-quun-angle/>

« Hiérarchie de l'info »

<http://www.24hdansuneredaction.com/presse/7-la-hierarchie-de-linformation/>

« L'écriture »

<http://www.24hdansuneredaction.com/presse/17-lecriture/>

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°25► Ecrire pour être lu



Pistes pédagogiques

1. Sur un événement de la classe, de l'école, du quartier, rédiger une dépêche, puis une brève, puis un article informatif. Imaginer ou procéder réellement à une interview et... résoudre les problèmes de transcription du discours oral.

2. Faire varier les caractéristiques journalistiques de ces rédactions en proposant des contraintes : titre ironique, suspense en laissant le pourquoi pour la chute, etc. Adapter les textes à des publics variés : élèves de la classe, élèves d'autres classes, personnes connaissant bien l'école ou même ignorant jusqu'à l'existence de celle-ci.

3. Analyser les procédés argumentatifs de quelques éditoriaux. Distinguer les arguments rationnels (l'interprétation raisonnée de faits, l'appel à l'autorité, ...) des stratégies psychologiques de persuasion (recours à l'humour, à l'émotion, aux formules frappantes...) Comparer.

4. A partir de la lecture approfondie d'une série d'articles sur un même événement, demander aux élèves de rédiger un éditorial en complétant éventuellement ces informations par une documentation extérieure à la presse quotidienne. Écrire un éditorial qui en conteste un autre. Leur demander de rédiger une carte blanche ou un billet sur un fait d'actualité qui leur donne envie de réagir. Réagir par une carte blanche à celle d'un autre lecteur. Tenir compte évidemment dans toutes ces rédactions des contraintes et des styles propres à ces types d'articles.

5. Trouver un sujet d'actualité sur lequel les élèves ont une opinion sensiblement unanime. Leur faire rédiger individuellement une carte blanche, un éditorial ou un billet. Sortir des banalités. Prendre le meilleur texte, le faire corriger et amender par toute la classe de manière qu'il satisfasse tout le monde, et le publier sur la plateforme des classes-presse.

L'écriture efficace

Le bon article est celui qui est LU, de bout en bout. Voilà le premier critère.

Un bon titre, un bon chapeau sont ceux qui mettent en appétit sans être trompeurs, sans annoncer plus que ce qu'ils ne recouvrent.

La forme : des phrases courtes, rapides et, surtout, limpides. Il s'agit pour le journaliste de donner une réponse aux six fameuses interrogations, les six "W" : What (que s'est-il passé?), Who (qui est impliqué ?), Where (où cela s'est-il produit), When (quand?), Wherefore (comment ?), et Why ? Pourquoi ?).

Dans l'écriture d'un article, le rédacteur est soumis à deux impératifs absolus : le temps et l'espace.

Le temps : l'écriture d'un article relève souvent de la course contre la montre. Il est essentiel que le secrétaire de rédaction livre les pages aux imprimeurs avant le bouclage de l'édition.

L'espace : chaque journaliste dispose d'une place très précise - aujourd'hui millimétrée - avec les techniques informatiques.

Le journaliste a une marge de manoeuvre très limitée en ce qui concerne le nombre de signes dont dispose son article.

S'il la dépasse, une partie de son travail risque, tout simplement, de ne pas être publiée dans l'édition du lendemain.

Le journaliste doit donc répondre aux six W, de façon claire, vivante et séduisante, dans un temps et un espace limités. Auparavant, il aura contrôlé ses sources, il se sera efforcé à l'honnêteté, à l'objectivité. Le temps qui presse, la surface mesurée : voilà la grandeur et la misère de l'écriture journalistique.

Pour le fond : il s'agit, dans l'écriture d'un papier, de commencer par le principal et de finir par l'accessoire. L'accroche est essentielle. Le secrétaire de rédaction qui reverra le papier doit pouvoir, s'il est amené à le rétrécir en dernière minute, couper les paragraphes en commençant par le dernier, à la manière d'un saucisson. Tant pis pour la belle chute dont le journaliste était si fier. Tant pis pour les expressions bateaux, les "affaires à suivre...". Le lecteur pressé doit pouvoir quitter l'article en cours de route, sans pour autant avoir loupé l'essentiel.

RELECTURE D'UN ARTICLE

1. Le titre est-il correct, clair et pertinent par rapport à l'article ?
2. Le chapeau apporte-t-il des éléments par rapport au titre et est-il bien en concordance avec celui-ci ?
3. La ou les photos sont-elles vraiment les meilleures pour illustrer l'article ?
4. L'article commence-t-il bien par l'information la plus importante ?
5. Dans le déroulement de l'article, celui-ci va-t-il de l'important à l'accessoire ?
6. Les idées s'articulent-elles de manière logique ?
7. Ai-je enlevé de toutes mes phrases les éléments parasites (mots abstraits, redondants, généralités, banalités...) ?
8. Les phrases sont-elles courtes et claires ?
9. N'ai-je pas oublié un élément important, voire fondamental ?

Pour aller plus loin...

Documents CFI/ESJ

« La plus-value rédactionnelle »

<http://www.24hdansuneredaction.com/presse/18-la-plus-value-redactionnelle/>

« La relecture »

<http://www.24hdansuneredaction.com/presse/19-la-relecture/>

« Les titres » <http://www.24hdansuneredaction.com/presse/20-les-titres/> Document « Le CSA et la langue française » Livret 25^{ème} SPME

page 27

http://www.clemi.fr/fichier/plug_download/47572/download_fichier_fr_dossier_pedagogique_2014.pdf

Vidéos de Bayard Presse

« Le rédacteur »

<http://www.clemi.fr/fr/tv/les-medias-se-presentent/le-redacteur/>

« Le secrétaire de rédaction »

<http://www.clemi.fr/fr/tv/les-medias-se-presentent/le-secretaire-de-redaction/>

Vidéos de Mon quotidien

« La correctrice »

<http://www.clemi.fr/fr/tv/play-bac-presse/la-correctrice/>

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°26 ► Ecrire pour la radio

Objectif : Connaître les modalités d'écriture d'un message d'information radiophonique

Public : Cycle 3, collège et lycée

Matériel : Un ou deux journaux de la presse nationale ou régionale (ou articles de journaux en ligne),
Un appareil pour l'écoute de la radio en classe ou un ordinateur (en ligne ou podcasts)
Un moyen d'enregistrer : enregistrement numérique, mobile, ordinateur avec micro-casque...

Organisation : Travail en petits groupes et en groupe classe

Quelques conseils d'écriture

L'information doit être comprise du premier coup : il faut donc accrocher l'auditeur en lui délivrant l'information principale définie par les questions de base : qui, quoi, quand, où, pourquoi, comment ?

- Partir de l'information la plus récente (quoi de neuf ?) et la plus précise, pour aller vers la plus ancienne et la plus large
- Faire des phrases courtes de type sujet + verbe + complément et ne développer qu'une idée par phrase en trouvant les mots justes et concrets
- Privilégier le présent de l'indicatif pour renforcer la proximité avec l'auditeur
- Eviter les mots « parasites » qui peuvent compliquer ou alourdir le propos (qui, que, parce que, en effet, car..) et les termes trop techniques, les abréviations, les sigles
- Eviter les chiffres ou les simplifier. Par exemple, on dira la moitié au lieu de 51,34 %
- Penser à imaginer le propos : on décrit le personnage, le lieu. On utilise aussi des sons d'ambiance pour créer des images dans l'esprit des auditeurs.
- Il faut écrire simplement et en images pour retenir l'attention volatile de l'auditeur

Déroulement

- Distribuer aux élèves un article de journal assez long contenant de nombreuses descriptions. Leur demander de souligner l'information principale d'une couleur et les informations secondaires d'une autre couleur.
- Les élèves réécrivent l'information principale comme s'ils allaient passer à la radio. Ceux qui le souhaitent pourront réciter leurs textes devant la classe. Saisir les textes dans un gros corps, augmenter l'interlignage, indiquer les respirations, les liaisons et les imprimer.

Prolongements

Il est important d'enregistrer les élèves pour les mettre dans les conditions du direct et leur permettre de bien se concentrer sur leur texte

Source :

Eric Bonneau et Gérard Colavecchio, « *Faire de la radio à l'école : des ondes aux réseaux* », Sceren, 2008

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27 ► Réaliser un reportage vidéo

Afin d'analyser et comparer quelques sujets de JT

Le site France 3, vous y trouverez les JT de la semaine et de toutes les régions <http://jt.france3.fr>
En permanence les JT de France 2 : <http://jt.france2.fr/>

Le site des Journalistes Reporters d'Images de France 2 <http://journalistes-reporters-dimages.france2.fr/>

Le JT de TF1 <http://videos.tf1.fr/video/news/lesjt/>

Le JT de TV5 monde : <http://www.tv5.org/TV5Site/info/accueil.php>

Institut national de l'audiovisuel - Les 60 ans du Journal Télévisé
<http://www.ina.fr/media/television/dossier/1293/le-journal-televisé-a-60-ans.20090331.fr.html>

Le métier de Journaliste Reporter d'Images

Caméra à l'épaule, le JRI (Journaliste Reporter d'Images) part en solo pour réaliser des reportages télévisés. Ce journaliste recueille des images et du son, fait des enquêtes et mène des interviews.

Avant le tournage, il fait des "repérages", c'est-à-dire qu'il prépare le terrain, évalue les possibilités de tournage, négocie les entretiens, etc...

Lors du montage, il choisit les plans avec les monteurs et rédige les commentaires. Qu'il parte au bout du monde ou dans un quartier voisin, le JRI doit s'adapter à toutes les situations. Il peut être accompagné d'un ingénieur du son et d'un rédacteur pour les missions les plus laborieuses ou délicates.

S'il travaille pour une chaîne de télévision, il couvrira plutôt des sujets d'actualité. Dans une agence, il travaillera sur des documentaires, qui demandent souvent une réflexion et une investigation approfondies. Certains ont un statut de pigiste ou de free-lance. Autonome, il séduit les rédactions, car il leur apporte un produit fini, immédiatement exploitable.

Formation : de bac + 3 à bac + 4 et école de journalisme (2 ans) reconnue par la profession.

Définition France 5

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27 ► Réaliser un reportage vidéo

La charte du journaliste

Traitement de l'information

Il est interdit de :

- calomnier
- accuser sans preuves
- altérer des documents
- déformer des faits
- mentir
- utiliser des moyens déloyaux pour obtenir une information
- utiliser une fausse identité
- abuser de la bonne foi de quelqu'un
- accepter de l'argent provenant d'une entreprise ou d'une personne qui souhaiterait tirer profit d'un article
- copier un autre article
- porter atteinte à la dignité de la personne, à son droit à l'image et à sa présomption d'innocence, en France comme à l'étranger.

Traitement de l'image

- L'image n'est jamais neutre. Elle véhicule information, réflexion, émotion.
- Toute image doit être correctement identifiée (lieu, date, heure si nécessaire, mention "archive" si c'est le cas).
- Il faut porter la plus grande attention à chaque fois qu'une personne est reconnaissable à l'écran et lui faire signer une autorisation de diffusion de droit à l'image.

Un jeune journaliste prend la responsabilité de son reportage.

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27 ► Réaliser un reportage vidéo

Méthodologie pour construire son reportage

1. Déterminer le sujet et l'angle du reportage (façon d'aborder le thème)
2. Définir le point d'entrée du sujet ou "lancement"
3. Définir le périmètre de l'enquête, identifier l'espace qui va être celui du reportage. Quand cette enquête va t-elle se dérouler ?
4. Préparer le plan de tournage pour l'équipe : voir tableau ci-dessous (chaque séquence s'articule autour d'un plan ou d'un ensemble de plans centraux qui décrivent l'action principale)
5. Dresser la liste des questions à aborder dans l'interview (quelles questions pour quel interlocuteur ?)
6. Définir un point de sortie probable (qui peut changer en cours de tournage) ou "pied"

Sujet : Objectif et angle du reportage :			
Point de départ ou "lancement"	Images	Sons	Questions
Tournage			
Séquence 1			
Interview 1			
Séquence 2			
Interview 2			
Séquence 3			
Point d'arrivée ou "pied"			

Les 5 questions fondamentales

Le reportage, comme l'article de presse écrite, doit répondre aux mêmes questions fondamentales

QUI ?	nom et qualité de la personne, son profil psychologique, ses réactions, son entourage, ses centres d'intérêts
QUOI ?	description circonstanciée de ce qui se passe
QUAND ?	date mais aussi environnement historique de l'action (contexte)
OÙ ?	lieux des actions qui peuvent être décrits en détail
COMMENT ?	développement de l'histoire qu'on prend le temps d'assimiler
POURQUOI ?	expliquer les motivations et les enchaînements des actions explorer les pistes qui sont à l'origine de l'événement

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27► Réaliser un reportage vidéo

Modèle type d'un reportage

Laisser un "noir" au début du montage		
Point de départ ou "lancement"	2 à 3 s d'images sans commentaire	Laisser parler l'image. Les premières images doivent être ciblées, elles ont un effet d'entrain. Elles propulsent le téléspectateur dans l'histoire et situent le lieu.
Séquence 1 Images + commentaire	10 à 20 s	Le commentaire doit apporter les informations que l'image ne peut donner. Priorité est donnée à l'information que peut apporter l'image. Éviter de décrire l'image !
Interview 1	8 à 12 s	Première interview
Séquence 2 Images + commentaire	10 à 20 s	Le téléspectateur cherche une information. Elle doit être clairement énoncée. Les phrases doivent être courtes, avec des mots simples
Interview 2	8 à 12 s	Seconde interview
Séquence 3 Images+ commentaire	10 à 20 s	Compléments d'information
Interview 3	8 à 12 s	Si nécessaire
"Pied" du sujet	8 à 14 s	Le journaliste ne doit pas prendre position en conclusion, mais faire au contraire en sorte que ce soit au téléspectateur de porter un jugement.
Maximum : 1"30'		

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27 ► Réaliser un reportage vidéo

Ce qu'il faut savoir avant de se lancer

Un sujet d'info, c'est une succession de plans dans laquelle on alterne illustrations et interviews.

1 minute 30 de reportage = 20 minutes de rushes maximum

1'30" = un minimum de 20 plans différents (interviews comprises)

Le sujet doit être :

- nouveau
- intéressant et/ou important
- vrai (vérifié)

Définir clairement l'objectif de votre reportage et sous quel angle vous allez le réaliser. Le sujet doit être suffisamment clair pour être exprimé en une phrase. C'est elle qui définit l'angle et le reportage doit l'illustrer pendant toute sa durée. Les idées pourront être listées avant de décider si on les transmet sous forme d'images, d'interviews, de commentaires. Il faut éviter l'ordre chronologique.

Prendre en compte le public :

- parents, acteurs de l'établissement
- médias locaux ou régionaux

Il est indispensable d'accorder le temps nécessaire à une bonne documentation, à un repérage de terrain, à un premier contact avec les interviewés si la situation le permet.

Mener l'enquête en cherchant des réponses à la problématique qui est posée. Faire des recherches approfondies, rechercher plusieurs sources. Interroger plusieurs spécialistes du sujet ou témoins des événements. Confronter, par des interviews et des sources authentifiées, les différents points de vue.

Un reportage est différent d'un documentaire. Un documentaire est basé sur le ou les regards ; il s'agit d'une création artistique. Un reportage est une confrontation de points de vue avec un enjeu qui renvoie à un problème.

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27► Réaliser un reportage vidéo

Conseils pour la prise de vue

Commencer à filmer chaque séquence en faisant une **balance des blancs** : un zoom sur une feuille blanche. Faire toujours la mise au point (si pas automatique) sur le point le plus éloigné.

Le lieu doit toujours être identifiable : commencer par un **plan large**.

Privilégier les **plans fixes** !

C'est le sujet qui bouge, pas la caméra (sauf cas exceptionnel).

Panoramiques et travellings sont à limiter au maximum pour les débutants. En fin de travelling, s'arrêter 4 à 5 secondes sur l'image finale. Un panoramique doit avoir systématiquement un point de départ et un point d'arrivée. Pas de mouvement supérieur à 1/4 de tour !

Zooms à éviter : le zoom ne sert qu'à cadrer, on n'y touche plus pendant l'enregistrement. Il permet notamment de varier les valeurs de plan à chaque question de l'interviewer, ce qui évite les mauvais raccords au montage.

Filmer la même scène en prenant des **plans différents**, en cadrant différemment.

Ne pas négliger l'éclairage : pour avoir une bonne lumière, une lampe torche en direct est idéale, mais une lampe halogène en indirect, dirigée vers le plafond, fera parfaitement l'affaire. Si vous ne disposez pas d'éclairage artificiel pour une interview, filmez adossé à la fenêtre, la personne face à la lumière.

Savoir ce que l'on filme avant d'appuyer sur REC et **limiter la durée des séquences filmées**, cela évite d'avoir des heures de rushes à analyser (rapport 15 min pour 1'30").

Le son du caméscope est suffisant pour des ambiances sonores, mais devient très mauvais pour suivre un dialogue, une interview. Il faut, si possible, utiliser un micro-cravate ou un micro avec perche.

Pour des images stables, ne pas hésiter à **utiliser un pied**. Adapter la hauteur de la caméra.

Ne pas cadrer trop serré : penser que les bords ne seront pas vus sur une TV (5 à 10 % perdus).

Pour harmoniser une composition, il faut éviter le centrage systématique (sauf très gros plan). C'est ce qu'on appelle la règle des tiers. Observez les intersections entre les lignes, ce sont les points forts de l'image.

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27► Réaliser un reportage vidéo

Conseils de prises de vue pour l'interview

L'interview en situation :

Une fois l'action située et décrite, on peut faire une interview en situation où l'on pose des questions à notre personnage pendant qu'il est en train d'accomplir l'action.

Cette interview doit être courte et ciblée sur l'action précise que notre sujet est en train de faire. On préférera le micro-main au micro-cravate, et l'on utilisera en extérieur systématiquement la bonnette anti-vent.

L'interview fixe :

Quoiqu'il en soit, même si vous êtes satisfait de l'interview en situation, refaites ensuite une interview plus posée (cadre fixe sur pied) où le cadre et le son sont parfaitement sous contrôle, et où vous pourrez poser vos questions de fond.

- Utilisez un **plan rapproché** plutôt qu'un gros plan qui va permettre de situer votre interlocuteur dans son contexte tout en mettant en valeur les expressions de son visage.
- **Soyez attentif au décor** (règle des tiers). Si des détails vous gênent et que vous ne pouvez pas modifier le décor, préférez un gros plan.
- Situez la caméra **à hauteur du regard** de votre interlocuteur.
- Si vous ne filmez pas vous-même, placez-vous au plus près du caméraman pour réaliser votre interview.
- Regardez l'interviewé et capter son regard pour **éviter le regard direct vers la caméra**.
- **Variez les plans**, à chaque question, facilitera le montage.
- Tournez des **plans de coupes** pour les transitions (filmer un détail, un objet).
- **Limitez la durée des interviews** à 5 min (sur un reportage d' 1'30", on n'en gardera au maximum que 3 d'environ 10 secondes chacune qu'il s'agisse d'une personne unique ou de plusieurs).

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27 ► Réaliser un reportage vidéo

Préparation de l'interview

Informations à donner à l'interviewé :

- le type d'interview (interview en situation ou interview "fixe")
- la date de diffusion
- le sujet
- les grands points à aborder
- la raison de l'interview
- sa durée probable
- où regarder
- où s'asseoir
- dans quel micro parler (nécessité absolue d'avoir un micro périphérique à la caméra)
- rappeler que les réponses doivent être brèves

Règles d'or :

- faire une fiche pour chaque interview où sont inscrites les questions dans un ordre logique
- ne pas hésiter à répéter la question pour que la réponse soit explicite
- demander éventuellement à l'interviewé de reprendre la question dans sa réponse
- être à son écoute
- le laisser parler

Ce qui ne doit pas être fait :

- oublier de demander le nom et la qualité de la personne interviewée
- poser des questions fermées (celles auxquelles on ne peut répondre que par "oui" ou par "non")
- soumettre les questions à l'avance ou interviewer avant d'enregistrer (cela tue toute spontanéité)
- aider à formuler les réponses
- brûler les étapes en annonçant tous les points précis à aborder d'entrée de jeu
- poser 2 ou 3 questions à la fois
- inclure des éléments de réponse dans la question
- être agressif ou insolent
- se montrer plus tendu que l'interviewé
- parasiter l'interview avec des sons, grognements, mouvements de tête, "hum, hum"...

ECRIRE POUR DIFFERENTS SUPPORTS

Fiche n°27► Réaliser un reportage vidéo

Conseils pour le montage

Un reportage raconte une histoire qui doit être structurée.

Temps forts du reportage : le lancement et le pied

On finit toujours le sujet par une conclusion (le pied) qui n'est cependant pas une fermeture, mais plutôt une ouverture engageant la réflexion à se poursuivre. Les images d'introduction nous font plonger directement dans le sujet : plan large, de situation.

Le propos du commentaire doit faire le lien avec les interviews introduites. On n'a pas le temps de faire apparaître les questions au montage.

Pas de fondu, ni de transitions dans un sujet de JT. Depuis longtemps, il n'y a plus de musique dans les JT.

Le spectateur doit toujours savoir qui parle, donc pas de voix diffusée sans que l'on puisse comprendre qui est l'émetteur. Toutefois, une fois l'interviewé identifié, on peut remplacer son image par des images d'illustrations.

Ne pas oublier d'incruster le nom et la fonction de l'interviewé.

Transition entre une séquence commentaires et une interview : faire une petite pause dans le débit de paroles entre interview (son "in") et commentaire (son "off"). Avant d'enregistrer le commentaire, **faire des exercices de lecture** pour gagner en naturel. Ne pas hésiter à faire plusieurs versions, voire même un casting de "voix". Ce concours interne à la classe permettra de garder le meilleur commentaire.

Privilégier le son : monter les images sur le son et non l'inverse. Monter les images en fonction du commentaire et des propos des interviewés. L'image peut alors appuyer le propos ou le mettre en question.

Ne pas hésiter à reconstruire l'ambiance en ajoutant des sons pour donner de la vie, situer l'environnement. La scène peut se dérouler à l'intérieur et on entendra par exemple le clocher d'une église sonner. Le volume du son du commentaire et de l'interview doit être au maximum de ce que l'on peut avoir et le son des deux doit avoir la même intensité. **Le niveau sonore doit être impérativement vérifié au montage** et retravaillé si nécessaire. S'il est trop mauvais, on élimine le son "in" et on fait du "off" ! Une rupture de son est possible, comme passer d'un milieu bruyant à un milieu silencieux, mais jamais dans une même séquence vidéo. Par contre, c'est possible d'une séquence à l'autre.

ANNEXES

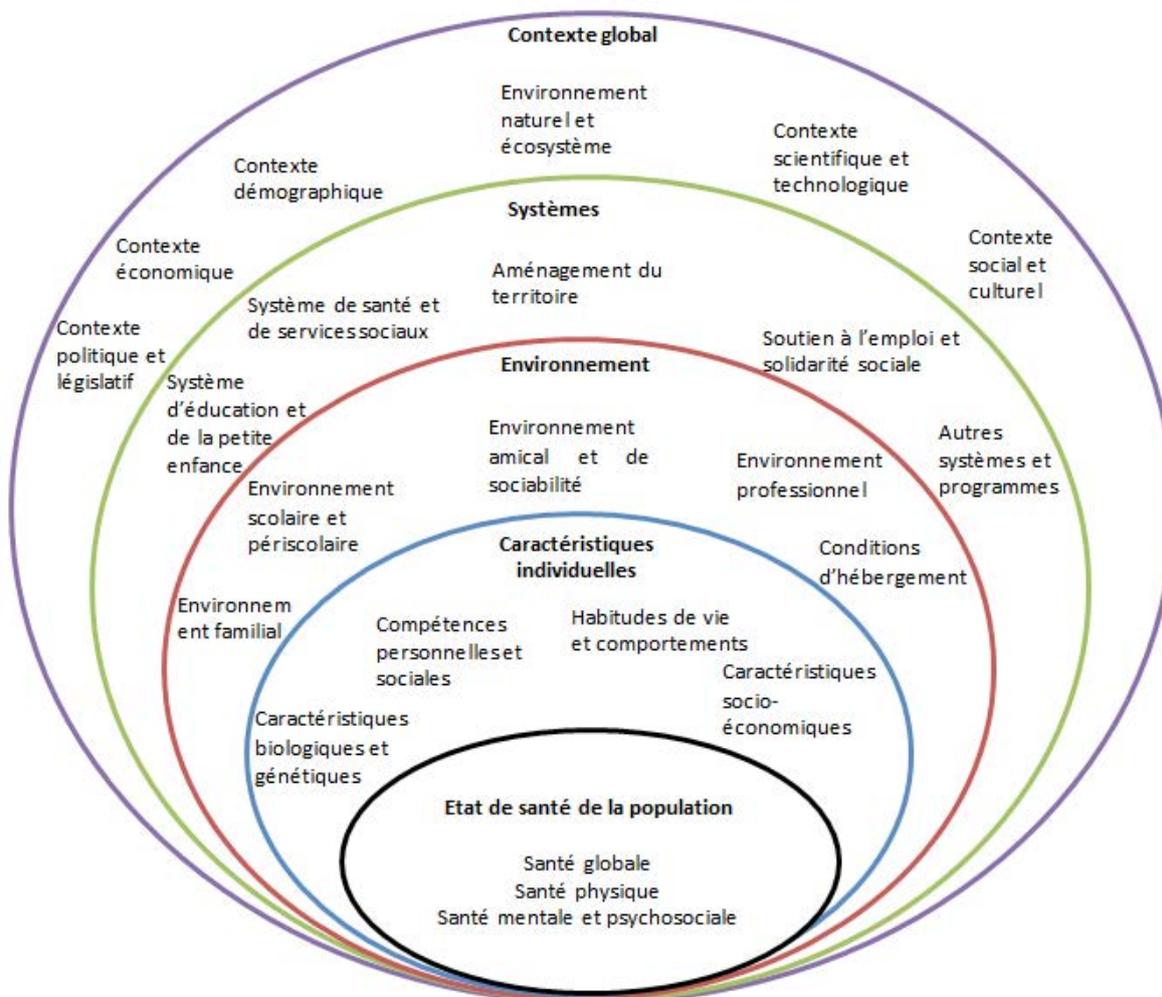


L'ÉTAT DE SANTÉ ET LES DÉTERMINANTS DE SANTÉ

À chaque étape de la vie, l'état de santé se caractérise par des interactions complexes entre plusieurs facteurs d'ordre socio-économique, environnemental, et comportemental.

Ces facteurs sont des déterminants de la santé dont la combinaison des effets influe sur l'état de santé.

[Les déterminants de santé](#) n'agissent pas isolément, il n'y a pas de déterminisme, mais des déterminants qui interagissent, s'enchainent, voire se modifient au cours du temps.



Carte de la santé et ses déterminants

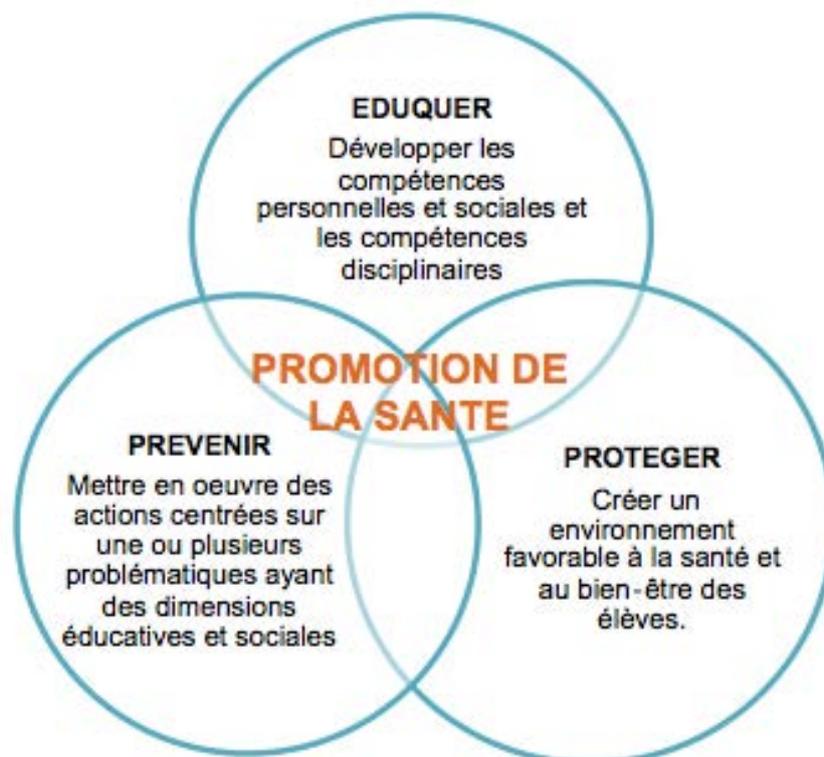


La mise en œuvre du parcours éducatif de santé

Un **parcours éducatif** désigne un ensemble de contenus cohérents et progressifs d'enseignements, non exclusivement disciplinaires, et de pratiques éducatives, scolaires et extrascolaires, au sein d'un même champ. En tant que tel, il contribue à l'interdisciplinarité, donne du sens et de la diversité aux apprentissages scolaires, et établit les liens entre l'univers de l'école et le monde extérieur.

Dans ce cadre, le **PES vise à structurer les actions relatives à la promotion de la santé en milieu scolaire**, prenant en compte les dispositifs qui concernent à la fois la protection de la santé des élèves, les activités éducatives liées à la prévention des conduites à risques et les activités pédagogiques mises en place dans les enseignements en référence aux programmes scolaires.

Développer une politique de promotion de la santé dans une école ou un établissement scolaire, revient à articuler de façon cohérente les trois axes qui la structurent : éducation à la santé, prévention et protection de la santé.



Imbrication des trois composantes de la promotion de la santé à l'œuvre dans le PES



Annexes

ANNEXE 1. MISE EN PERSPECTIVE DES COMPÉTENCES PSYCHOSOCIALES ET DES DOMAINES DU SOCLE

	Langages pour penser et communiquer	Méthodes et outils pour apprendre	Formation de la personne et du citoyen	Systèmes naturels et systèmes techniques	Représentations du monde et activité humaine
	Apprentissage de la langue française, des langages scientifiques, informatiques, des médias des arts et du corps.	Enseignement explicite des moyens d'accès à l'information et à la conduite de projets individuels et collectifs.	viser un apprentissage de la vie en société, de l'action collective et de la citoyenneté, respectueux des choix personnels et des responsabilités individuelles.	Développer la curiosité, le sens de l'observation, la capacité à résoudre des problèmes.	Compréhension des sociétés, à l'interprétation de leurs productions culturelles et à la connaissance du monde social contemporain.
Savoir résoudre les problèmes Savoir prendre des décisions		L'élève sait identifier un problème, s'engager dans une démarche de résolution, mobiliser les connaissances nécessaires, analyser et exploiter les erreurs...	L'élève apprend à résoudre les conflits sans agressivité, à éviter le recours à la violence grâce à sa maîtrise de moyens d'expression, de communication et d'argumentation.	Il s'agit d'éveiller la curiosité de l'élève son envie de se poser des questions, de chercher des réponses et d'inventer. L'élève sait mener une démarche d'investigation.	
Avoir une pensée créatrice Avoir une pensée critique	Ce domaine permet l'accès à d'autres savoirs et à une culture rendant possible l'exercice de l'esprit critique.	L'élève identifie les différents médias (presse écrite, audiovisuelle Web) et en connaît la nature. Il en comprend les enjeux et le fonctionnement général afin d'acquérir une distance critique et une autonomie suffisantes dans leur usage.	L'élève fonde et défend ses jugements en s'appuyant sur sa réflexion et sur sa maîtrise de l'argumentation.	L'élève connaît l'importance d'un comportement responsable vis-à-vis de l'environnement et de la santé et comprend ses responsabilités individuelle et collective.	L'élève implique une réflexion sur soi et sur les autres, une ouverture à l'altérité, et contribue à la construction de la citoyenneté.



	Langages pour penser et communiquer	Méthodes et outils pour apprendre	Formation de la personne et du citoyen	Systèmes naturels et systèmes techniques	Représentations du monde et activité humaine
<p>Savoir communiquer efficacement</p> <p>Être habile dans les relations interpersonnelles</p>	L'élève parle, communique, argumente à l'oral de façon claire et organisée.	L'élève apprend à utiliser avec discernement les outils numériques de communication et d'information en respectant les règles sociales de leur usage.	L'élève coopère et fait preuve de responsabilité vis-à-vis d'autrui. Il respecte les engagements pris envers lui-même et envers les autres.		Dans le cadre d'activités et de projets collectifs, l'élève prend sa place dans le groupe en étant attentif aux autres pour coopérer ou s'affronter dans un cadre réglementé.
<p>Avoir conscience de soi</p> <p>Avoir de l'empathie pour les autres</p>		La maîtrise des méthodes et outils pour apprendre développe l'autonomie et les capacités d'initiative ; elle favorise l'implication dans le travail commun, l'entraide et la coopération.	<p>L'élève est capable de faire preuve d'empathie et de bienveillance</p> <p>Il comprend que la laïcité garantit la liberté de conscience et permet de vivre ensemble pacifiquement.</p>	L'élève sait que la santé repose sur des fonctions biologiques coordonnées, susceptibles d'être perturbées par des facteurs physiques, chimiques, biologiques et sociaux de l'environnement et que certains de ces facteurs de risques dépendent de conduites sociales et de choix personnels.	Ce domaine implique une réflexion sur soi et sur les autres, une ouverture à l'altérité, et contribue à la construction de la citoyenneté.
<p>Savoir gérer son stress</p> <p>Savoir gérer ses émotions</p>	L'élève s'exprime par des activités, physiques, sportives ou artistiques, impliquant le corps. Il apprend ainsi le contrôle et la maîtrise de soi.		L'élève exprime ses sentiments et ses émotions en utilisant un vocabulaire précis.		L'élève mobilise son imagination et sa créativité au service d'un projet personnel ou collectif. Il développe son jugement, son goût, sa sensibilité, ses émotions esthétiques.