



EDITION DW AKADEMIE

#2018

DEVELOPPEMENT DES MEDIAS

Education aux médias et à l'information

Un manuel pratique pour formateurs

Soutenu par le



Ministère fédéral de la
Coopération économique
et du Développement

Mentions légales

EDITEUR

Deutsche Welle (DW)
53110 Bonn
Allemagne

RESPONSABLE

Carsten von Nahmen

AUTEURS

Sylvia Braesel
Thorsten Karg

TRADUCTION

Sébastien Martineau

RELECTURE

Isabelle Malmartel

PUBLICATION

Février 2019, traduction de la
version anglaise en français,
2^e éd., publiée en janvier 2018

© DW Akademie

CREDITS PHOTOGRAPHIQUES

104, 105, 106, 107, 109, 150, 152: Sylvia Braesel | 71, 110:
Thorsten Karg | 108: John R. Daily, [https://en.wikipedia.org/wiki/Composition_\(visual_arts\)#/media/File:Rule_of_thirds_photo.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Composition_(visual_arts)#/media/File:Rule_of_thirds_photo.jpg) | 109: fir0002 | [flagstaffotos.com.au](https://en.wikipedia.org/wiki/Composition_(visual_arts)#/media/File:Jonquil_flowers_at_f5.jpg), [https://en.wikipedia.org/wiki/Composition_\(visual_arts\)#/media/File:Jonquil_flowers_at_f5.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Composition_(visual_arts)#/media/File:Jonquil_flowers_at_f5.jpg) | 111, 112: Capture d'écran Pixlr par Sylvia Braesel | 159, 160: Capture d'écran Viva Video par Sylvia Braesel | 161, 162, 163, 164, 165: Capture d'écran Kinemaster par Sylvia Braesel | 193: Capture d'écran Facebook par Sylvia Braesel | 211: photo Sylvia Braesel © Thomas Podhostnik; photo Thorsten Karg © Vytautas Vaičeliūnas

2

Information et sujets

Qu'est-ce que l'information ?

L'information est tout ce qui informe. Cela peut être par exemple des connaissances, des données factuelles ou des instructions. Les journalistes travaillent avec l'information, ils l'analysent et la vérifient afin de présenter à leur public une perspective équilibrée sur un événement.

Qu'est-ce qu'une source d'information ?

Une source d'information fournit des connaissances ou des informations. Voici quelques exemples de sources d'information : documents, discours, vidéos, sites internet, photographies et personnes, ainsi que les médias comme les journaux ou les émissions de radio. Les sources individuelles d'information sont rarement neutres. Il est important de considérer d'où vient l'information, pourquoi elle est partagée et dans quelle mesure on peut faire confiance à la source d'information. C'est pourquoi la plupart des journalistes appliquent le principe des « deux sources » pour vérifier l'authenticité de l'information à laquelle ils font face : si l'information fournie de façon indépendante par au moins deux sources différentes se recoupe, il est plus probable qu'elle soit vraie.

Quand on examine la neutralité d'un contenu médiatique, il peut être utile de se demander si l'organe de presse est la propriété d'un entrepreneur, de l'Etat ou d'une société privée, ou bien s'il est indépendant. Les propriétaires des médias privés ont souvent un objectif, par exemple exprimer une opinion politique à travers ce média. Mais les médias indépendants peuvent aussi avoir leurs propres objectifs, par exemple présenter une opinion politique en désaccord avec le gouvernement. Il peut aussi être utile de se demander ce qui motive la source d'information. S'agit-il pour elle de gagner de l'argent, de poursuivre un objectif précis, ou d'informer le public ?

Qu'est-ce que les actualités ? Quelle différence y a-t-il entre les actualités et l'information ?

Le mot « actualités » vient du mot « actuel ». Les actualités désignent des informations nouvelles, importantes et pertinentes ou intéressantes. Différents facteurs font qu'on considère ou non une information comme de l'actualité, par exemple l'endroit où quelque chose a eu lieu, le public cible et la décision du rédacteur ou du reporter. Le cambriolage d'un magasin dans un petit village représentera par exemple une actualité importante pour un journal local, car il s'agit d'informations pertinentes pour la communauté locale, mais cela ne sera sans doute pas digne d'intérêt pour la presse nationale ou pour un reporter dans un autre pays.

A quelles questions les actualités doivent-elle répondre ?

La couverture des actualités doit informer le public de ce qui s'est passé (**quoi**), **quand** et **où** un événement a eu lieu et qui était impliqué. Un bon texte d'actualité fournira aussi des

informations sur la façon dont s'est déroulé un événement (**comment**) et **pourquoi**. Quand on cherche des réponses à ces questions, on doit garder à l'esprit que les réponses et la façon dont les actualités sont écrites ne sont peut-être pas neutres. Différents journalistes peuvent par exemple avoir différentes idées pour expliquer pourquoi quelque chose a eu lieu, selon des facteurs tels que leurs opinions politiques, leur éducation, leurs relations, etc. Ils peuvent aussi livrer des réponses différentes aux questions-clés en fonction des personnes qu'ils ont interviewées pour leur article ou de la minutie de leurs recherches. Les bons journalistes essaieront de rendre compte de l'actualité de façon neutre et de présenter les différentes facettes d'un événement, mais personne n'est complètement neutre, car chaque information a une importance différente selon la personne qui la reçoit. Les messages médiatiques reflètent les valeurs et points de vue des producteurs de médias.

Quelles sont les normes éthiques du journalisme ?

Les journalistes sont responsables de l'exactitude de leur travail. Ils doivent mener des recherches et consulter différentes sources pour vérifier leurs informations. Les journalistes doivent aussi être objectifs quand ils traitent l'actualité et essayer de rapporter les faits d'une façon neutre. Il est important qu'ils indiquent à leurs lecteurs d'où ils tiennent leurs informations, par exemple en nommant leurs sources ou les témoins interrogés. Cela rend leur travail plus transparent et plus crédible. Cela permet au public de se faire sa propre opinion. Les journalistes doivent aussi s'efforcer de présenter les informations clairement, pour qu'elles soient accessibles au public et compréhensibles.

Pourquoi est-ce important de s'informer ?

Être informé de ce qui se passe est important pour comprendre la société. Cela permet aussi de comprendre les événements qui ont lieu dans d'autres parties du monde et l'impact qu'ils peuvent avoir sur vous. S'il y a par exemple une mauvaise récolte dans un pays, le prix de certains aliments peut aussi augmenter dans votre pays en raison de la forte demande mondiale pour ces produits. Si les gens sont informés, ils sont capables d'identifier les problèmes dans leur société et apprennent comment ils pourraient éventuellement y remédier.

Comment puis-je faire pour bien m'informer ?

Il y a beaucoup de façons de s'informer. Lire les journaux et les sites d'actualité sur l'internet, écouter les actualités à la radio ou regarder le journal télévisé sont de bonnes façons de rester informé sur l'actualité et les sujets du moment. Différents organes de presse vont traiter certains événements de manière différente, ou bien ils peuvent décider d'inclure dans leur couverture médiatique des informations qui ne sont pas évo-

quées par les autres. On peut aussi s'informer en parlant aux gens et en lisant des messages postés sur les sites de médias sociaux comme Facebook. Cela vous donnera une idée de ce que pensent les autres à propos de ce qui se passe dans l'actualité. Quand vous vous informez, interrogez-vous toujours sur votre source d'information : pensez-vous que vous avez affaire à des informations factuelles, à des opinions personnelles ou à un mélange des deux ?

Comment analyser les actualités ?

En tant que consommateurs de médias, il est d'abord important de faire la distinction entre les différents types de contenus, par exemple de comprendre la différence entre un texte d'opinion et un article informatif. Les textes d'opinion expriment l'opinion personnelle d'un journaliste et contiennent souvent des informations et des faits pour illustrer leur propos. Les articles d'information, quant à eux, ne doivent contenir ni l'opinion du journaliste ni celle de ses responsables éditoriaux. Quand vous analysez une actualité, demandez-vous qui a écrit le texte, pourquoi l'auteur partage cette information et ce que d'autres personnes peuvent en penser. Les différentes facettes de l'histoire sont-elles présentées ? Le public peut-il librement se faire sa propre opinion après avoir entendu les différentes facettes ? Ou bien est-ce que le journaliste suggère une manière d'interpréter les faits ?

Parfois, c'est ce dont on ne parle pas qui peut être un indicateur de manipulation. Quels événements ne sont pas couverts ? Quelles voix ne sont pas entendues ? Un autre indicateur de manipulation ou de reportage biaisé : combien de temps et de place un média accorde-t-il à un sujet particulier ? Est-ce que le temps et la place reflètent l'importance de l'événement, ou est-ce que le média exagère l'importance d'un sujet pour détourner l'attention d'un autre sujet ?

Qu'est-ce qu'un sujet ?

Tout thème, question ou problème peut représenter un sujet à traiter pour les journalistes. Ceux-ci ont souvent des domaines de prédilection qui les intéressent particulièrement, par exemple la culture ou l'environnement. C'est souvent dans ces domaines qu'ils vont chercher des sujets dignes d'être traités. C'est leur travail de déterminer pourquoi un sujet précis est pertinent ou non à un moment particulier et pour un organe de presse particulier. Un événement peut devenir un bon sujet d'actualité quand il est nouveau, ou qu'il contient de nouvelles informations ou des idées pertinentes pour le public. Mais de nombreux sujets sont couverts de manière récurrente dans les médias parce qu'ils intéressent toujours le public, comme le bulletin météo, la circulation routière ou les affaires criminelles.

Quels sujets trouve-t-on dans les actualités ?

Les médias généralistes (ceux qui ne sont pas spécialisés dans un domaine spécifique ou diffusent pour un public cible particulier) abordent habituellement des grands thèmes tels que la politique, l'économie, la culture, le sport, etc. Les articles ou reportages peuvent être liés à n'importe lequel de ces domaines thématiques, mais certains sujets sont plus souvent à la Une de l'actualité que d'autres. Les producteurs de médias déterminent quels sujets sont dignes d'intérêt en fonction de leur valeur médiatique.

Qu'est-ce que la valeur médiatique ?

Une information doit être nouvelle, importante et intéressante. La valeur médiatique désigne un ensemble de critères utilisés par les producteurs de médias pour déterminer à quel point un sujet est important ou digne d'être traité. Ces critères peuvent aider les producteurs de médias à décider de la façon de couvrir un sujet, par exemple s'il doit faire la première page ou être traité en manchette dans le journal. Différents organes de presse auront souvent des lignes directrices similaires, mais aussi leurs propres critères spécifiques de valeur médiatique, ajustés à leur public. Certains critères généraux peuvent aider les producteurs de médias à déterminer ces facteurs :

- **Actualité** : Les informations se périment vite. Mais la question de savoir si un sujet est actuel ou non dépend aussi souvent de la fréquence de publication ou de diffusion d'un média : certains sujets peuvent être actualisés en direct, comme sur un site internet, ou de façon quotidienne ou hebdomadaire, comme dans un journal ou un magazine.
- **Proximité** : En général, plus un événement est géographiquement proche, plus il a de l'importance pour le public cible. Un incendie ou un accident qui a eu lieu dans une ville voisine est souvent plus intéressant pour le public qu'une guerre ou une crise politique à l'autre bout du monde.
- **Impact** : Plus il y a de personnes touchées, plus un événement est important. C'est pourquoi les guerres et les catastrophes naturelles comme les inondations, les sécheresses ou les tremblements de terre ont généralement une grande place dans les actualités.
- **Conséquences** : Les événements qui affectent un grand nombre de personnes ou provoquent d'autres événements importants sont dignes d'être couverts.
- **Conflit** : Les conflits et les différends perturbent nos vies quotidiennes. Ils ont souvent de graves conséquences et un impact important.
- **Notoriété** : Les sujets qui impliquent des noms connus, qu'il s'agisse de personnes ou d'entreprises, sont dignes d'intérêt.
- **Nouveauté** : Les sujets surprenants et inhabituels sont intéressants parce qu'ils sortent de l'ordinaire. « Un chien mord un homme » n'est pas une information, mais « Un homme mord un chien » pourrait bien en être un.

–**Intérêt humain** : Les gens s'intéressent aux personnes et événements qui les touchent sur le plan humain. Cela peut contribuer à rendre des sujets dignes d'intérêt même s'ils ne répondent pas complètement aux autres critères de valeur médiatique.

Qu'est-ce que la mise sur agenda ?

Étant donné que les médias décident des sujets qui doivent être traités et comment, ils influencent l'importance que leur public accorde à ces sujets. Si le public voit un sujet particulier revenir fréquemment et avec une place prépondérante dans l'actualité, il va considérer ce sujet comme important. La mise sur agenda désigne la façon dont les médias sont capables d'avoir un impact sur l'opinion publique. Il est important de comprendre que lorsque les médias tentent d'informer le public sur ce qui se passe, ils ne se contentent pas de refléter la réalité, ils la filtrent aussi et ils prennent des décisions sur ce qui doit être inclus ou non dans l'actualité.

Qu'est-ce que l'intérêt humain ?

L'intérêt humain (privilegiant la dimension humaine) fait référence à l'aspect d'un sujet qui permet aux lecteurs de se sentir proche des personnes impliquées. Un article d'un intérêt humain se concentre sur les personnes, leurs expériences et leurs émotions, de façon à ce que le public puisse s'identifier avec elles.

Quels sujets manquent dans les actualités ?

Les producteurs de médias choisissent les sujets qu'ils couvrent et définissent la manière de les traiter en tenant compte de ce qui est pertinent pour leur public. Mais certains sujets ne sont pas aussi représentés que d'autres. C'est parfois

parce que les responsables des choix éditoriaux ne sont pas conscients de leur pertinence, par exemple si une rédaction est composée principalement d'hommes, ils ne choisiront pas autant de sujets pertinents pour les femmes que ne le ferait une équipe de femmes. Parfois, certains sujets sont absents de la Une de l'actualité pour d'autres raisons : des journalistes peuvent par exemple ne pas oser aborder certaines questions politiques car ils craignent que cela ne les mette en danger. Ils peuvent aussi subir des pressions ou recevoir des pots-de-vin les incitant à ne pas aborder certains thèmes.

Quels sont mes sujets ?

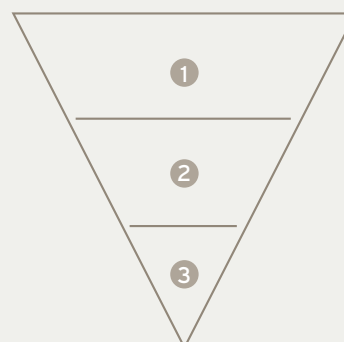
Tout comme les journalistes, les consommateurs de médias ont aussi des sujets de prédilection, qui les intéressent plus que d'autres. Pensez à la rubrique du journal que vous lisez en premier : sport, culture, politique, finance ? De nombreux organes de presse, par exemple les magazines, sont spécialement créés pour se concentrer sur certains sujets. Mais les producteurs de médias vont aussi prendre en compte d'autres facteurs quand ils se demandent quels sujets sont pertinents pour leur public, par exemple l'endroit où leurs lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs habitent et quel âge ils ont. Les producteurs de médias vont généralement tenter d'identifier les sujets qui sont importants et intéressants pour la plus grande partie possible de leur public. Toutefois, cela peut vouloir dire que certains sujets qui ne sont pertinents que pour une petite partie du public sont souvent négligés par les médias traditionnels.

Comment puis-je trouver mes sujets dans les médias ?

Les producteurs de médias sont toujours à la recherche d'histoires intéressantes. Si vous êtes intéressés par un sujet qui n'est pas représenté dans les médias, demandez-vous s'il

La pyramide inversée est un modèle courant pour l'écriture de textes d'actualité :

- 1 Information la plus importante ou intéressante. Le « *lead* » (ou « attaque ») doit répondre aux questions-clés : **qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment**.
- 2 Détails ou informations supplémentaires qui expliquent le « *lead* ». Parfois, le pourquoi et le comment trouvent une réponse ici et non dans l'attaque.
- 3 Informations complémentaires : contexte et arrière-plan de l'histoire.



répond aux critères généraux de valeur médiatique. Si ce n'est pas le cas, pour quelle raison ? Comment pouvez-vous rendre votre sujet pertinent ? Si le sujet est digne d'intérêt selon des facteurs de valeur médiatique, cela peut valoir la peine de le proposer à une rédaction. Essayez de le présenter d'une manière qui met en avant ces facteurs pour être sûr que les autres le trouvent pertinent. Vous pouvez peut-être placer votre sujet dans les médias locaux. Les médias nationaux bien établis surveillent généralement de près ce que couvrent les médias locaux ou régionaux. Si un sujet local est largement couvert ou suscite des réactions, il devient progressivement intéressant pour les plus grands organes de presse. La même chose est vraie pour les médias sociaux : si vous évoquez votre sujet sur Facebook, Twitter ou YouTube, il va peut-être susciter de l'intérêt, être partagé et toucher un public plus large. Au bout du compte, il se peut que même les médias traditionnels le reprennent.

Que faut-il savoir quand on écrit des textes d'actualité ?

Dans les textes d'actualité, l'information la plus importante doit être placée au tout début. Le contexte doit venir plus tard, après avoir répondu aux questions les plus importantes : **qui**, **quoi**, **quand**, **où**, **pourquoi** et **comment**. Les textes d'actualité doivent être clairs et factuels. Ils contiennent souvent des citations de personnes qui ont assisté à l'événement.

Que faut-il savoir quand on mène une interview ?

Faites des recherches sur la personne que vous allez interviewer et le sujet sur lequel vous allez l'interroger. Cela vous aidera à bien ancrer votre interview et à vous assurer que vos questions sont pertinentes. Préparez des questions courtes et claires, pour que l'interviewé comprenne ce que vous voulez savoir. Il est important que votre interlocuteur se sente à l'aise et pris au sérieux. Cela aide d'avoir préparé à l'avance les questions les plus évidentes, mais quand vous menez l'interview, écoutez toujours attentivement et posez une autre question si l'interlocuteur n'a pas vraiment répondu à la question ou s'il a dit quelque chose d'inattendu et que vous voulez en savoir plus. C'est ce qu'on appelle les questions de suivi. Si vous ne comprenez pas une réponse ou si vous trouvez qu'elle n'est pas claire, essayez toujours de la clarifier. Utilisez des questions ouvertes, des questions auxquelles on ne peut pas répondre par « oui » ou par « non ». Utilisez plutôt des questions commençant par « comment » ou « pourquoi ».



Objectifs d'apprentissage

Connaissances

Tous les messages médiatiques sont construits en utilisant un langage créatif qui a ses propres règles ; le même message peut être interprété de façon différente par des personnes différentes à des moments différents ; les interprétations individuelles peuvent être liées à des valeurs, des styles de vie et des points de vue ; les organes de presse peuvent avoir des valeurs inhérentes, des objectifs propres et des points de vue ; de nombreux messages médiatiques sont produits afin de générer un profit ou acquérir du pouvoir.

Compétences

Découvrir le rôle de rédacteur d'actualités, définir les facteurs utilisés pour porter un jugement sur les actualités, examiner le caractère construit des médias en étant conscient de la façon dont des choix subjectifs influencent quels événements sont couverts, analyser, réfléchir, discuter, faire des recherches en ligne, exprimer une opinion, analyser différents points de vue, travail par deux et en groupes, travail médiatique actif, interviewer, présenter.

Programme

Pour initier de jeunes gens aux médias et à l'information et leur transmettre des compétences importantes, vous pouvez, en tant que formateur, choisir parmi une variété de thèmes, d'approches spécifiques et de méthodes d'apprentissage. Avant de faire ces choix, il est nécessaire de réfléchir sur les objectifs pédagogiques que vous souhaitez atteindre, le temps disponible pour la formation et les connaissances préalables des apprenants, ainsi que leur motivation.

Cet ensemble de matériels offre une gamme d'exercices et de feuilles de travail pour vous aider dans vos formations. Vous êtes libres de choisir les exercices convenant le mieux et de les adapter pour vos apprenants. Les exercices sont subdivisés en un exercice introductif, plusieurs exercices pratiques et un exercice pour conclure.

INTRODUCTION | 1 HEURE

Téléphone arabe

S'amuser en transmettant une information et en observant ce qui est perdu lorsqu'elle se transforme.

EXERCICE | 3 HEURES

Au courant ? Sources d'information

Réfléchir à ses propres canaux d'information et examiner la qualité et l'objectivité de différentes sources d'information ; recherche de sources alternatives d'information sur l'internet.

EXERCICE | 2 HEURES

Journal mural : gros titres

Se pencher sur des sujets typiques des médias et réfléchir aux textes et aux messages sous-jacents. Quels sujets sont absents ? Quels sujets sont inhabituels ? Quels sujets sont importants pour moi ? Créer différents journaux muraux avec des gros titres.

EXERCICE | 2 + 2 HEURES

Conférence de rédaction et actualités

Se pencher sur les différentes catégories d'actualités dans les médias et les évaluer, faire des recherches et organiser des sujets au sein d'une émission d'actualités, prise de décisions en conférence de rédaction, développer des compétences journalistiques.

POUR CONCLURE | 1 HEURE

Présenter mon sujet



Informations et sujets

INFORMATION : CREDIBILITE

« Vérité ou légende ? »

Ce jeu permet de prendre conscience que les informations présentées par quelqu'un ne sont pas toujours la vérité. Demandez aux apprenants d'écrire deux informations véridiques à propos d'eux-mêmes et un mensonge. Tout le monde présente ensuite ces trois « faits » au reste du groupe. Le groupe tente de deviner quel « fait » est un mensonge. Réfléchissez ensuite avec le groupe à ce qui peut aider à distinguer la vérité des mensonges.

ENQUETE : POSER DES QUESTIONS

« Trouver la personne »

Donnez à chaque apprenant entre trois et cinq petits bouts de papier et demandez-leur d'écrire quelque chose à propos d'eux-mêmes sur chaque morceau de papier (par exemple « J'ai un frère qui s'appelle Jules » ; « Mon film préféré est Avatar »). Ces faits doivent être spécifiques, par exemple préciser le nom du frère à la place de dire seulement « J'ai trois frères ». Quand tout le monde a fini, les apprenants plient les morceaux de papier et les mettent dans un chapeau.

Les apprenants tirent ensuite le même nombre de papiers qu'ils ont mis dans le chapeau, en faisant attention à ne pas prendre les leurs. Chaque apprenant doit alors retrouver qui a écrit les papiers qu'il a en main, en posant de bonnes questions. Chaque fois qu'il a trouvé une personne, il doit poser des questions supplémentaires pour en apprendre davantage. Le groupe réfléchit ensuite aux informations apprises les uns sur les autres.

ENQUETE : TYPES DE QUESTIONS

« Qui suis-je ? »

Ce jeu permet de s'entraîner à poser des questions et motive les apprenants à enquêter. Les participants sont répartis en deux groupes et forment deux équipes concurrentes de journalistes. Chaque groupe choisit une personne ou un personnage célèbre, écrit son nom et désigne l'un de ses membres pour représenter cette personne. Celle-ci s'écarte du groupe. Chaque groupe doit à présent enquêter pour trouver l'identité de la personne choisie par l'autre groupe en posant des questions fermées (auxquelles on répond par « oui » ou « non »). Un groupe commence et a le droit de continuer à poser des questions tant que la réponse est « oui ». Si la réponse est « non », l'autre équipe peut poser des questions. Le premier groupe qui identifie la personne célèbre a gagné. Encouragez les apprenants à réfléchir sur les questions fermées et sur le fait qu'elles rendent une enquête difficile et que le jeu serait plus facile si des questions ouvertes étaient permises. Laissez les groupes rejouer, mais avec des questions ouvertes, en alternant après chaque question. Les équipes n'ont pas le droit de demander le nom de la personne. Comparez ensuite avec le groupe les deux façons d'enquêter.

RACONTER DES HISTOIRES : CREATIVITE

« Heureusement, malheureusement »

Il s'agit d'un jeu amusant sur la narration. En tenant une balle dans les mains, commencez à raconter une histoire en utilisant « heureusement » ou « malheureusement » puis lancez la balle à un apprenant qui doit alors continuer l'histoire. Chaque apprenant doit ajouter une phrase qui change complètement la caractéristique centrale de l'histoire. Par exemple, si une phrase commence par « heureusement », la suivante doit continuer avec « malheureusement ». « Heureusement, le fermier avait un cheval. Malheureusement, le cheval était sauvage. Heureusement, le fils du fermier savait apprivoiser les chevaux sauvages. Malheureusement, il est tombé et s'est cassé une jambe. Heureusement, cela lui a donné plus de temps pour lire des livres... » Et ainsi de suite.

INFORMATIONS : ELEMENTS DE BASE

« Rappporter des faits »

Cette activité est amusante et incite les apprenants à élaborer des textes d'information de façon créative, en s'appuyant sur ce qu'ils savent déjà des éléments de base de l'information. Demandez aux apprenants de former un cercle et d'inventer et de présenter une information fictive. Rappelez-leur qu'une information doit contenir les réponses aux questions qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment. Ces questions peuvent être notées sur des cartes et placées au milieu du cercle.

La première personne dans le cercle fixe le thème général (sport, politique, économie, santé, divertissement, météo) et la personne suivante commence la « couverture médiatique » en disant un mot ou une phrase entière sur le sujet. La personne suivante doit continuer l'histoire là où son voisin s'est arrêté et ainsi de suite, jusqu'à ce que l'information soit complète. Réfléchissez aux questions clés et demandez au groupe de recommencer avec un sujet différent.



Téléphone arabe

Objectifs	Introduire le sujet et définir le concept d'information ; trouver des caractéristiques ; s'amuser en échangeant des informations ; examiner ce qui se perd quand les messages deviennent plus complexes ; structure et rapidité de l'échange d'informations
Durée	1 heure
Préparation	Téléchargez et imprimez ou faites des copies de la feuille de travail
Matériel	Feuille de travail « Téléphone arabe », fiches, ruban adhésif, stylos
Méthodes	Travail de groupe, compétition, discussion ouverte
Technologie	-

DEFINIR L'INFORMATION | 20 MIN., GROUPE ENTIER

Souhaitez la bienvenue aux apprenants. Demandez-leur de décrire le mot « information » et de penser à des adjectifs qu'ils associent avec l'information (personnelle, publique, officielle, importante, inutile, etc.). Notez les adjectifs sur des fiches et fixez-les ou collez-les au mur.

Débattez de la question suivante :

– A quel point est-ce important pour moi d'avoir accès à l'information et pourquoi ?

TACHE : TELEPHONE ARABE | 20 MIN., GROUPE ENTIER, COMPETITION

Expliquez comment le jeu fonctionne. Les apprenants s'entraînent en échangeant différents types d'informations. Vous pouvez utiliser les informations fournies sur la feuille de travail ou demander aux apprenants de préparer leurs propres informations.

Jeu standard : Demandez aux apprenants de se tenir les uns derrière les autres, en cercle, et de se couvrir les oreilles. L'émetteur choisit un message et le transmet à son voisin en le lui murmurant à l'oreille. Quand l'information a parcouru tout le cercle, le groupe compare le message d'origine et le message finalement arrivé. Le cercle est mélangé et reformé après chaque tour.

Variantes : (1) Passez de la musique forte pour distraire les apprenants pendant qu'ils font passer le message. (2) Accélérez le jeu autant que possible et utilisez un chronomètre (téléphone portable) pour comparer les temps. (3) Divisez les participants en deux rangs. Les deux rangs essaient de faire passer le même message. Quel groupe est le plus rapide ? Assurez-vous de la précision de l'information transmise jusqu'au bout et notez les scores.

DISCUSSION | 20 MIN., DISCUSSION OUVERTE

Après que les apprenants ont envoyé et reçu plusieurs messages, lancez une discussion sur leurs expériences. Posez des questions comme celles-ci :


- Qu'est-ce qui était facile et qu'est-ce qui était difficile pour vous ?
- Quel impact ont eu le type et la complexité du message sur l'exactitude de sa transmission ?
- Comment la pression du temps et la musique forte ont-elles influencé les choses ?
- Quelles conclusions pouvez-vous tirer du jeu en ce qui concerne l'information au quotidien ?



Téléphone arabe (vide)

TACHE

Écrivez dans chaque carré une information que vous voulez faire passer par le téléphone arabe. Cela peut être un nom, une phrase, un mot imprononçable ou un fait intéressant. Variez la longueur et la complexité des messages, qui peuvent aussi être plus ou moins émotionnels ou personnels. Découpez les carrés.



Téléphone arabe

TACHE

Découpez et pliez les morceaux de papier en deux. Laissez les apprenants tirer au hasard quelle information sera murmurée.

Les caractéristiques du séisme au Chili ne correspondent pas aux conditions nécessaires pour provoquer un tsunami.

Des manifestants ont brûlé un drapeau américain en face de l'ambassade des Etats-Unis hier.

La nation pleure 5 enfants qui ont trouvé la mort dans un accident de la circulation alors qu'ils se rendaient à l'école.

La jeunesse devrait être plus connectée à ses racines culturelles.

Incroyable ! Justin Bieber a perdu 12 kilos en 15 jours après être tombé amoureux de sa nouvelle petite amie !

Couleur de l'année : le bleu. Cliquez ici pour acheter les blue-jeans les plus récents !

Facebook a plus d'un milliard d'utilisateurs à travers le monde. Chaque profil d'utilisateur vaut de l'argent.

Les salaires des enseignants devraient être assez élevés pour qu'ils ne soient pas tentés d'accepter des pots de vin.

En décembre 2004, un tsunami a tué des milliers de personnes en Asie du Sud-Est.



Au courant ? Sources d'information

Objectifs	Réfléchir à ses propres canaux d'information ; examiner la qualité et l'objectivité de différentes sources d'information ; faire la distinction entre information et publicité ; découvrir des sources alternatives d'information
Durée	3 heures
Préparation	Imprimez une liste de liens avec des exemples des différentes sources d'information ; téléchargez et imprimez ou copiez les feuilles de travail et les guides ; vérifiez s'il est possible d'effectuer des recherches en ligne
Matériel	Guide « Evaluer l'information » ; feuilles de travail « Evaluer l'information : critères de qualité », « Canaux d'information » 1 à 6, « Préparer une conférence de presse » ; fiches ; stylos ; ciseaux ; colle
Méthodes	Evaluation des informations avec l'ensemble du groupe, circuit de tâches pour de plus petits groupes, jeux de rôle « conférence de presse »
Technologie	Ordinateur ou smartphones pour la recherche en ligne

CANAUX D'INFORMATION | 15 MIN., GROUPE ENTIER

Demandez aux apprenants quels sont leurs canaux d'information sur l'actualité. Notez-les sur des fiches en ajoutant le nombre de participants utilisant ces canaux et accrochez ou collez les fiches sur le mur. Si vous le souhaitez, demandez aux apprenants de penser à d'autres moyens d'obtenir des informations sur l'actualité. Ecrivez-les également et ajoutez ces fiches sur le mur. Les apprenants doivent ensuite réfléchir à cette question : « Qui nous fournit ces informations ? » Travaillez avec les apprenants pour développer un panorama général des sources d'information.

Presse gouvernementale	Presse privée (commerciale)
Agences de presse	Presse indépendante
Médias sociaux / web 2.0	Parler avec des gens

TACHE : QUALITE DE L'INFORMATION | 30 MIN. GROUPE ENTIER

Faites une transition avec le sujet suivant en demandant : « Comment pouvons-nous juger la qualité de l'information ? » Demandez aux apprenants d'évaluer différents critères concernant la qualité de l'information en utilisant la fiche-guide « Evaluer l'information » et la feuille de travail correspondante.

TACHE : AU COURANT ? INFORMEZ-VOUS | 90 MIN., TRAVAIL DE GROUPES, ACCOMPLIR UN CIRCUIT DE RECHERCHE

Demandez aux apprenants d'effectuer des recherches en ligne et d'examiner des exemples des différentes sources d'information évoquées à l'étape 1). Les participants sont répartis en sous-groupes et suivent les étapes d'un circuit de recherche. Fournissez une liste de liens vers des exemples et la feuille de travail correspondante pour chaque station de recherche en ligne. Le temps disponible pour chaque station est de 15 minutes. Chaque groupe examine toutes les sources d'information pour découvrir le vaste éventail de possibilités et réfléchir sur cette diversité des sources.

CONFERENCE DE PRESSE | 45 MIN., GROUPE ENTIER

Les apprenants discutent des résultats de leurs recherches et des expériences faites et réfléchissent sur tout cela lors d'une « conférence de presse ». Pour ce jeu de rôles, chaque groupe choisit une source d'information qu'il veut représenter :

Presse gouvernementale	Presse privée (commerciale)
Agences de presse	Presse indépendante
Médias sociaux / web 2.0	Parler avec des gens

Expliquez que tous les groupes seront tour à tour des journalistes posant des questions, puis des représentants de leurs sources d'information. Pour se préparer, chaque groupe élabore des questions pour le rôle des journalistes. Ils préparent aussi assez d'informations pour pouvoir, dans leur second rôle de représentant de source d'information, répondre aux questions des journalistes. La feuille de travail peut être utile ici. Pendant que les groupes travaillent, circulez d'un groupe à l'autre pour proposer votre aide et encourager les apprenants à poser des questions et à être insistant si la réponse initiale n'est pas satisfaisante.

Tout le monde aide ensuite à aménager la salle pour la conférence de presse. Le premier groupe prend place sur le podium, prêt à répondre aux questions des journalistes. Vous tenez le rôle du maître de cérémonie de la conférence de presse, la déclarant ouverte et faisant les présentations des groupes respectifs. Vous décidez aussi quand chaque conférence prend fin. Les groupes inversent ensuite les rôles.



Evaluer l'information

La méthode « Evaluer l'information » aide à sensibiliser à la qualité de l'information. Elle incite les apprenants à penser aux critères de qualité importants pour eux lorsqu'ils sont confrontés à des informations.

PREPARATION

Divisez la salle de classe en trois espaces distincts, numérotés de 1 à 3 et expliquez que chaque section représente une opinion vis-à-vis d'un critère de qualité de l'information :

1 Je considère cela assez important.

2 Je considère cela très important.

3 Je considère cela absolument essentiel.

Vous pouvez utiliser les critères mentionnés dans la feuille de travail qui suit (page 43), laissez les apprenants réfléchir à d'autres critères de qualité ou bien utilisez un mélange des deux.



Évaluer l'information : critères de qualité

TACHE

Lisez les critères de qualité à haute voix. Si vous préférez laisser les apprenants lire les critères à voix haute, découpez des morceaux de papier ou utilisez des cartes pour les différents critères, pliez-les en deux et demandez aux apprenants de tirer au sort celui qu'ils vont lire.

Une fois qu'un critère a été lu à haute voix, les apprenants décident quelle importance a ce critère pour eux, personnellement. Ils donnent une note à chaque critère sur une échelle de 1 à 3 en allant se placer dans la section correspondante de la salle (voir page 42).

Sur des fiches, notez un mot-clé pour chaque critère et le nombre de points reçus. Accrochez ou collez la fiche sur le mur.

Additionnez les points pour chaque critère (c'est-à-dire le nombre d'apprenants dans cette section) pour montrer l'importance de ce critère pour le groupe.

Le groupe réfléchit ensuite brièvement et discute des diverses notes obtenues et du degré d'importance personnelle :

- Pourquoi avez-vous choisi cette note pour ce critère de qualité ?
- Pouvez-vous donner un exemple issu des médias nationaux pour justifier votre note ?

À la fin, classez toutes les fiches avec les critères de qualité de l'information selon le nombre de points obtenus, du moins important au plus important. Si vous le souhaitez, analysez et discutez les résultats avec le groupe.

L'information répond à la question : Qu'est-ce (**quoi**) qui est arrivé à **qui** ?

L'information répond à la question : **Pourquoi** quelque chose est arrivé ?

L'information répond à la question : **Où** est-ce arrivé et **quand** ?

L'information répond à la question : Quelles seront les **conséquences** ?

L'information est transmise dans un **langage simple et compréhensible**.

L'information décrit la **réalité** aussi exactement que possible.

L'information décrit quelque chose qui est **pertinent** pour moi et ma vie.

L'information concerne un **événement actuel**.

L'information cite des **sources fiables**.

L'information ne comprend pas de **publicité**.

L'information ne cherche pas à **influencer** mon **point de vue**.

L'information présente un aperçu de **plusieurs perspectives**.

L'information fournit une image **objective** de ce qui est arrivé.

L'information ne comprend pas de **désinformation** ou de **préjugés**.



Canaux d'information 1 : presse gouvernementale

Exemples :



1. Quel genre d'informations pouvez-vous trouver ici ?

2. Quels sont les thématiques typiques ? Indiquez celles qui sont importantes pour vous.

3. Comment l'information est-elle produite ? Quel est l'objectif présumé du producteur de médias ?

4. Cherchez un exemple et vérifiez la qualité de l'information.



Canaux d'information 2 : presse privée (commerciale)

Exemples :



1. Quel genre d'informations pouvez-vous trouver ici ?

2. Quels sont les thématiques typiques ? Indiquez celles qui sont importantes pour vous.

3. Comment l'information est-elle produite ? Quel est l'objectif présumé du producteur de médias ?

4. Cherchez un exemple et vérifiez la qualité de l'information.



Canaux d'information 3 : agences de presse

Exemples :



1. Quel genre d'informations pouvez-vous trouver ici ?

2. Quels sont les thématiques typiques ? Indiquez celles qui sont importantes pour vous.

3. Comment l'information est-elle produite ? Quel est l'objectif présumé du producteur de médias ?

4. Cherchez un exemple et vérifiez la qualité de l'information.



Canaux d'information 4 : presse indépendante

Exemples :



1. Quel genre d'informations pouvez-vous trouver ici ?

2. Quels sont les thématiques typiques ? Indiquez celles qui sont importantes pour vous.

3. Comment l'information est-elle produite ? Quel est l'objectif présumé du producteur de médias ?

4. Cherchez un exemple et vérifiez la qualité de l'information.



Canaux d'information 5 : médias sociaux, web 2.0

Exemples :



1. Quel genre d'informations pouvez-vous trouver ici ?

2. Quels sont les thématiques typiques ? Indiquez celles qui sont importantes pour vous.

3. Comment l'information est-elle produite ? Quel est l'objectif présumé du producteur de médias ?

4. Cherchez un exemple et vérifiez la qualité de l'information.



Canaux d'information 6 : parler à des gens (source directe)

Exemples :



1. Quel genre d'informations pouvez-vous trouver ici ?

2. Quels sont les thématiques typiques ? Indiquez celles qui sont importantes pour vous.

3. Comment l'information est-elle produite ? Quel est l'objectif présumé du producteur de médias ?

4. Cherchez un exemple et vérifiez la qualité de l'information.



Journal mural : gros titres

Objectifs	Explorer les sujets typiques des médias ; réfléchir aux sujets qui sont importants pour les différents apprenants ; créer un collage ; exprimer des thèmes qui sont importants pour les apprenants
Durée	2 heures
Préparation	Demandez aux participants d'apporter de vieux journaux et magazines, apportez-en vous-mêmes ; téléchargez et imprimez ou copiez la feuille de travail
Matériel	Grandes feuilles de papier (par ex. papier journal, papier peint, feuilles de tableau de conférence) ; vieux journaux et magazines, ciseaux, colle, stylos, feuille de travail « Créer un collage »
Méthodes	Travail de groupes, présentation, discussion ouverte
Technologie	Facultatif : ordinateur avec une imprimante pour les gros titres venant de l'internet

SUJETS TYPIQUES | 10 MIN., TRAVAIL DE GROUPES

Demandez aux apprenants de choisir un gros titre qui représente un sujet typique, dans un vieux magazine ou un vieux journal puis de lire leur gros titre à haute voix. Récapitulez les sujets typiquement traités par les médias traditionnels, puis faites la transition avec la tâche suivante.

TACHE : CREER UN COLLAGE | 80 MIN., TRAVAIL DE GROUPES

Répartissez les apprenants en équipes de deux ou trois. Chaque groupe crée un collage qui prend la forme d'un journal mural ne contenant que des histoires et sujets pertinents pour les membres de cette équipe. Ils peuvent utiliser la feuille de travail « Créer un collage » pour s'aider. Rappelez aux apprenants de prendre en compte les questions suivantes pendant leur travail :

- Quels sont les sujets qui vous tiennent fortement à cœur ?
- Quel genre de sujets et d'informations aimeriez-vous que les médias traditionnels (presse écrite, radio, télévision) traitent plus souvent ?
- Quels sujets sont complètement absents ?

PRESENTER, COMPARER, DISCUTER LES RESULTATS | 30 MIN., DISCUSSION OUVERTE

Les apprenants présentent leurs collages. Les autres groupes sont invités à donner leur retour et à poser des questions. Après la dernière présentation, discutez des questions suivantes avec les apprenants :

- Quels sont les similarités et les différences entre les thématiques traitées par les médias et celles qui vous intéressent ?
- Pourquoi certains sujets ne sont-ils pas traités par les médias traditionnels ?
- Où pouvez-vous trouver des informations sur les sujets qui vous tiennent à cœur ?
- Comment pouvez-vous faire entrer ces sujets dans le débat public et faire entendre votre voix ?

S'ils le souhaitent, les apprenants peuvent photographier leurs collages ou journaux muraux et les poster sur Facebook ou Instagram.



Conférence de rédaction et actualités

Objectifs	Se pencher sur les différentes catégories d'actualités dans les médias et les évaluer ; faire des recherches et organiser des sujets au sein d'une émission d'actualités ; prendre des décisions en conférence de rédaction ; développer des compétences journalistiques
Durée	2 heures + 2 heures
Préparation	Demandez aux participants d'apporter des journaux et magazines actuels, apportez-en vous-mêmes ; téléchargez et imprimez ou copiez les feuilles de travail
Matériel	Feuilles de travail « Actualités et catégories », « Actualités : brève recherche initiale », « Recherche et écriture de sujets d'actualité », guide « Structure d'une émission d'actualités », tableau de conférence
Méthodes	Travail de groupes, théorie, recherche, discussion ouverte
Technologie	Ordinateur, smartphones (applications pour télévision / radio), radio (si possible)

REUNION DE LANCEMENT | 30 MIN., GROUPE ENTIER, THEORIE

Les apprenants vont jouer les rôles de présentateurs et journalistes d'une nouvelle chaîne de télévision imaginaire. Les jeunes sont le public cible de cette chaîne et son principal objectif est de leur fournir des informations et des actualités de haute qualité. Vous êtes le rédacteur en chef qui souhaite la bienvenue à ses collègues lors de la réunion de lancement. Vous présentez les tâches à effectuer en posant ces questions :

- Qu'est-ce que les actualités et quelles sont leurs caractéristiques ?
- Quelles conditions devons-nous remplir pour produire des actualités de haute qualité pour un jeune public ?

Concentrez-vous sur les actualités comme message médiatique qui communique des informations sur des événements actuels et utilisez des exemples pour expliquer les termes « informations », « sélectionnés » et « actuels », afin de vous assurer que les apprenants les comprennent bien. La réponse à la seconde question devrait contenir les mots-clés ou idées suivants : « compréhensible », « descriptif », « crédible ». Elle devrait également exprimer le besoin à la fois de traiter des sujets importants et de mettre l'accent sur les thématiques qui concernent particulièrement les jeunes.

- Quelles catégories d'actualités devraient être présentes dans les programmes ?

Les apprenants peuvent travailler seuls en utilisant la feuille de travail correspondante ou bien écrire les catégories au tableau de conférence, comme les événements importants, les questions internationales, les questions nationales, la politique, l'économie, le divertissement, les questions de société, la culture, la science, la technologie, le sport et la météo. Demandez ensuite aux apprenants de trouver des exemples pour chaque catégorie et d'évaluer l'importance de diffuser des actualités et informations de chacune de ces catégories. Chaque participant peut voter pour un total de cinq catégories à inclure dans l'émission d'actualités. Classez les catégories en fonction du nombre de voix obtenues, en désignant la plus populaire. Comparez ces résultats aux actualités diffusées par les chaînes de télévision puis discutez les choix des apprenants. L'ensemble du groupe choisit les cinq à dix catégories les plus importantes (en fonction du nombre d'apprenants) quand il s'agit de couvrir les événements et thématiques actuels.

RECHERCHE INITIALE DE SUJETS | 45 MIN., TRAVAIL DE GROUPES

Déterminez la durée de l'émission d'actualités sur laquelle les apprenants vont travailler (par exemple cinq minutes). Pour que l'exercice ne dure pas trop longtemps, les éléments seront sous forme parlée (pas de travail vidéo). Il peut y avoir en tout de cinq à dix sujets abordés dans les actualités, voire plus, en fonction de la taille du groupe. La première étape consiste pour chaque apprenant à mener des recherches sur des sujets et événements d'actualité pour les catégories choisies. Répartissez les participants en groupes plus petits et demandez à chacun de ces groupes de travailler sur une ou plusieurs catégories. Deux groupes différents peuvent aussi travailler sur la même catégorie (par exemple politique et événements internationaux). L'objectif est de rassembler des informations et de préparer un bref récapitulatif des événements actuels dans une catégorie particulière. Dans la mesure du possible, les apprenants doivent utiliser différentes sources d'information (plusieurs chaînes de télévision, journaux, émissions de radio). Le temps imparti doit être limité, car les journalistes d'actualité sont souvent forcés de faire leurs recherches rapidement pour rester actuels. Incitez les apprenants à « survoler » les actualités, c'est-à-dire à les parcourir rapidement, et à ne pas s'attarder sur les détails lors de cette étape. Ils doivent choisir les événements qui leur semblent importants (en utilisant la feuille de travail correspondante).

Pendant que les groupes effectuent leurs recherches, préparez une feuille de tableau de conférence avec une grille vide qui représente la structure de l'émission d'actualités. La longueur de l'émission et le nombre de sujets qu'elle contient dépendent du nombre d'apprenants.

CHOISISSEZ LES SUJETS ET LA STRUCTURE DE L'EMISSION | 45 MIN., GROUPE ENTIER, CONFERENCE DE REDACTION

Chaque groupe présente le résultat de ses recherches dans sa catégorie, fournissant ainsi aux autres un bref aperçu des événements en répondant aux questions suivantes :

- Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Pourquoi ? Comment ?
- Le sujet est important parce que ... (par exemple les conséquences attendues)

Notez tous les sujets sur des fiches et faites une marque à côté de ceux qui ont la plus grande importance. Quand tous les groupes ont présenté leurs sujets, discutez de l'émission en elle-même :

- Quels sujets vont dans tous les cas faire partie de l'émission à cause de leur importance ou parce qu'ils intéressent particulièrement les jeunes ?
- Combien de temps allons-nous accorder à chaque sujet ?
- Quel sujet devrait faire l'ouverture ?
- Dans quel ordre les autres sujets seront-ils diffusés ?

- Que doit-on encore prendre en compte pour réaliser une émission intéressante ?

À la fin de la conférence de rédaction, l'émission doit avoir une structure claire, montrant l'ordre des sujets et la durée allouée à chacun (entre 15 et 60 secondes).

Réfléchissez à cette structure en posant aux apprenants des questions comme :

- Que pensez-vous de la structure de l'émission ?
- Repensez à ce que nous avons fait jusqu'à maintenant : qu'avez-vous appris sur la production d'une émission d'actualités ?

Discutez des caractéristiques des actualités :

- Les journalistes utilisent principalement d'autres médias (ou agences de presse) pour obtenir leurs informations. Cela explique en partie pourquoi de nombreux médias traitent les mêmes sujets, alors que beaucoup d'autres événements se produisent à travers le monde.
- Les médias d'information ne peuvent pas traiter tous les sujets et toutes les catégories dans une seule émission.
- Les individus qui travaillent dans les médias influencent le choix des sujets et la manière de les traiter.
- Le sujet d'ouverture doit être un sujet fort, d'un intérêt particulièrement important, pour que la chaîne ne risque pas de perdre son audience.

La décision de proposer différentes catégories d'actualités donne de la couleur à l'émission, mais présente aussi des inconvénients. Par exemple, s'il doit toujours y avoir un sujet culturel, un sujet sportif ou un sujet économie, des événements d'importance moindre dans ces catégories risquent d'être inclus dans l'émission simplement pour remplir cette obligation. En conséquence, des sujets importants relevant d'autres catégories risquent d'être négligés.

THEORIE : RECHERCHE ET ECRITURE DE SUJETS D'ACTUALITE | 30 MIN., GROUPE ENTIER

Pour introduire les nouvelles tâches, présentez un exemple particulièrement mauvais de recherche et d'écriture de sujet d'actualité, comme celui-ci :

« Un jeune journaliste inexpérimenté est sur le chemin du bureau quand il lit un message partagé sur Facebook. Ce message conseille vivement au public de rester à la maison parce qu'un braqueur de banque armé est dans la nature et que la police n'a pas été capable de l'arrêter. Le journaliste court à son bureau et écrit immédiatement le gros titre :

« La police incapable de protéger les citoyens, la population affolée. »

Discutez avec les apprenants du comportement du journaliste pour les encourager à réfléchir sur la déontologie de la recherche journalistique et de l'écriture de sujets d'actualité. Notez au tableau les points essentiels du code de conduite des journalistes et assurez-vous que les apprenants les comprennent bien et soient capables de fournir des exemples positifs comme négatifs.

Règles essentielles pour les actualités

Un journaliste peut utiliser différents moyens de recherche. Ces derniers incluent les interviews de recherche et les actualités ou reportages publiés par d'autres médias comme des journaux, des radios et télévisions, des applications, des médias en ligne, et même les réseaux sociaux et les blogs.

Mais : les journalistes ne doivent *jamais* se fier à une seule source. Les informations doivent être vérifiées et comparées à l'aide de plusieurs sources.

Les actualités ne doivent jamais exprimer l'opinion du journaliste ; elles doivent toujours être objectives dans la description d'un fait ou d'un événement.

Les actualités concernant des questions controversées doivent présenter différents points de vue.

L'écriture de textes d'actualité doit être objective.

Après avoir fait des recherches auprès de plusieurs sources et examiné différents points de vue, le journaliste doit structurer et organiser les informations.

Un texte d'actualité comporte deux parties : le « *lead* » (ou attaque) et le corps.

- La première partie, le *lead*, donne brièvement des informations sur un événement qui a eu lieu, qui est en train de se passer ou qui est sur le point de se produire. Ces informations répondent aux questions clés « qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment ».
- La deuxième partie, le corps du texte, contient des informations supplémentaires, des explications et évoque les conséquences de l'événement.

La rédaction de sujets d'actualité fait appel à un langage simple et compréhensible, mais aussi un vocabulaire spécifique lié au thème.

RECHERCHE ET ECRITURE DE SUJETS D'ACTUALITE | 60 MIN., TRAVAIL DE GROUPES

Après la partie théorique, répartissez les apprenants en groupes plus petits. Chaque groupe choisit un sujet qu'il veut traiter dans la liste retenue pour l'émission. Les apprenants doivent utiliser la moitié du temps imparti pour faire leurs recherches et l'autre moitié pour écrire leurs sujets. Déplacez-vous dans la salle pour offrir une assistance individualisée. Dans votre rôle de rédacteur en chef, vérifiez les textes d'actualité une fois que ceux-ci sont terminés.

L'EMISSION : PREPARER ET DIFFUSER EN DIRECT | 30 MIN., GROUPE ENTIER

C'est maintenant le moment de préparer la diffusion. L'intégralité de l'émission doit être enregistrée en audio ou vidéo avec un smartphone.

Chaque groupe choisit un présentateur qui va lire les textes et un partenaire qui va l'aider à répéter sa présentation.

Pendant ce temps, les autres apprenants aménagent un « studio » : une table, les accessoires nécessaires et un endroit où la personne qui filme ou enregistre l'émission pourra se placer.

Quand tout le monde est prêt, l'émission commence et les apprenants lisent tour à tour leur sujet.

Le rédacteur en chef, ou un apprenant désigné pour l'occasion, s'assure que l'émission se déroule sans accroc pendant la session d'enregistrement.

Quand le programme est terminé, le groupe réfléchit à l'ensemble de l'expérience et à l'émission.

- Comment avez-vous vécu votre rôle ?
- Quels étaient les défis ?
- Qu'est-ce qui était amusant ?
- Est-ce que vous considérez cette émission comme un produit de haute qualité qui pourrait intéresser un public jeune ?
- Comparez les différents aspects de votre émission (qualité, sujets, langage) avec ceux des émissions que vous voyez à la télévision ou que vous entendez à la radio.



Actualités et catégories

TACHE

Lisez la définition et discutez des mots les plus importants :



Les actualités sont des informations transmises par les médias sur des événements actuels sélectionnés.

Les médias (journaux, médias en ligne, chaînes de télévision et stations de radio) classent et structurent souvent les informations selon plusieurs catégories.

TACHE



Réfléchissez à différentes catégories et écrivez-les dans les cases vides. Marquez vos cinq catégories préférées avec une étoile. A côté des cases, notez un exemple d'actualité correspondant à chaque catégorie.



Actualités : brève recherche initiale

C'est à présent le moment de la recherche initiale : une recherche basique sur les événements nationaux ou internationaux dans différentes catégories.

TACHE

Faites des recherches dans les différentes sources médiatiques disponibles. Utilisez les journaux, les actualités télévisées (applications sur smartphones), les bulletins d'actualités à la radio (applications sur smartphones), l'internet et les médias sociaux.

Parcourez rapidement les médias à la recherche d'événements actuels et sélectionnez les plus importants. N'oubliez pas le public cible. Ne recherchez pas trop de détails : les informations de base suffisent. Prenez des notes et indiquez aussi les sources d'information dans le tableau.



Catégorie	Information basique	Sources
	Quoi : Qui : Où : Quand :	
	Quoi : Qui : Où : Quand :	
	Quoi : Qui : Où : Quand :	
	Quoi : Qui : Où : Quand :	



Structure d'une émission d'actualités

TACHE

Tenez une conférence de rédaction pour déterminer quels sujets seront traités dans l'émission. Dans les médias professionnels, il y a au moins une personne qui s'occupe exclusivement du déroulé, de la structure et de l'organisation de l'émission.

La structure de l'émission dans cet exercice dépend surtout du nombre de participants et de groupes. Il doit y avoir au moins cinq sujets différents issus de plusieurs catégories d'actualités et la durée totale de l'émission doit être de cinq à dix minutes. Fixez une durée précise pour chaque sujet.

VISUALISATION

Schématisez la structure de l'émission au tableau de conférence et indiquez de façon claire le nombre de sujets, leur ordre, leurs thèmes et catégories, la durée de chaque élément et le nom des présentateurs. Si nécessaire, précisez aussi d'autres responsabilités.

PRESENTATION

Vous pouvez décider d'avoir un présentateur supplémentaire pour lancer les sujets ou laisser les groupes lire leurs sujets à haute voix comme dans une émission de radio. Enregistrez seulement l'audio ou bien sous forme de vidéo avec un appareil photo ou un smartphone.

#	Sujet	Catégorie	Présentateur	Durée	Temps
1	Manifestation à Hong Kong	International, sujet phare	Sarah	45 s	00:00 – 00:45
2	Discours du président	National, politique	Tabea	30 s	00:46 – 01:15
3	Augmentation des salaires	Economie	Thomas	30 s	01:16 – 01:45
4	Singes à la rue	Divertissement	Michael	15 s	01:46 – 02:00
5	Nouvel opéra	Culture	Michael	45 s	02:01 – 02:45
6	Décès d'un acteur célèbre	Divertissement	Michael	15 s	02:46 – 03:00
7	Football international	Sports	Mohamed	30 s	03:01 – 03:30
8	Résultats d'autres sports	Sports	Mohamed	30 s	03:30 – 04:00
9	Bulletin météo	Météo	Sofia	15 s	04:00 – 04:15



Présenter mon sujet

Objectifs	Travailler à partir de différentes sources d'information pour présenter un sujet ; apprendre à raconter un sujet ; apprendre à connaître des outils de présentation en ligne
Durée	Introduction : 1 heure ; travail médiatique actif : 1 à 2 semaines ; pour conclure : 1 heure
Préparation	Familiarisez-vous avec un outil de présentation en ligne, par exemple www.pinterest.com , www.padlet.com
Matériel	-
Méthodes	Travail de groupes, théorie, recherche, discussion ouverte
Technologie	Smartphones

CHOISIR UN SUJET | 15 MIN., TRAVAIL DE GROUPES, GROUPE ENTIER

Les apprenants se répartissent en groupes et chaque groupe réfléchit à un sujet sur lequel il veut faire des recherches avant de le présenter en ligne. Les groupes doivent choisir un sujet sur lequel ils peuvent trouver des informations en parlant à des personnes autour d'eux.

Voici des exemples de sujets possibles : « vie quotidienne dans notre ville », « opportunités pour l'avenir », « les rêves des jeunes », « l'importance de l'argent », « l'éducation dans notre pays », « la vie de famille », etc. Encouragez les apprenants à choisir un sujet qui est important pour eux, pour s'entraîner à faire des recherches et à en présenter les résultats en ligne. Proposez votre aide et vos conseils de façon individuelle.

INSTRUCTIONS : ENQUETE ET PRESENTATION SUR L'INTERNET | 45 MIN., GROUPE ENTIER

Présentez un aperçu des différentes sources d'information. Encouragez les apprenants à se renseigner directement en interrogeant les gens ou en prenant des photos. Montrez comment utiliser un logiciel ou une application permettant de présenter facilement leur recherche en ligne. Utilisez un logiciel (ou une application) que vous connaissez bien, comme Padlet ou Pinterest, et aidez les participants à apprendre à l'utiliser.

ENQUETE ET PRESENTATION EN LIGNE | 1 - 2 SEMAINES, TRAVAIL DE GROUPES, TRAVAIL MEDIATIQUE ACTIF, PRESENTATION

Les apprenants font des recherches sur le sujet choisi, en utilisant différentes sources d'information (presse écrite, internet, etc.) et en réalisant des interviews de recherche. Ils sont libres d'utiliser leur smartphone pour interviewer des gens et prendre des photos. Demandez-leur de créer un tableau en ligne où ils présentent les résultats de leurs recherches (en précisant les sources d'information).

DW Akademie

La DW Akademie est la principale organisation allemande de développement des médias et le centre d'excellence de la Deutsche Welle (DW) pour l'éducation et le transfert de connaissances. En tant que partenaire stratégique du Ministère fédéral de la Coopération économique et du Développement, nous renforçons les droits de l'Homme universels que sont la libre expression, l'éducation et l'accès à l'information.

-  facebook.com/DWakademie
-  dw.com/newsletter-registration
-  [@dw_akademie](https://twitter.com/dw_akademie)
-  dw.com/mediadev



dw-akademie.com