

# 33<sup>e</sup> Semaine de la presse et des médias /1 activité par jour !

## S'informer pour comprendre le monde

**Du 21 au 25 mars 2022**



***Le quart d'heure lecture sur cette semaine pourra être consacré à la lecture de la presse***

Vigilance pour le C3 : pour ceux qui souhaitent participer au webinaire en direct le 25 mars à 14h s'inscrire en amont (voir Jour 4)

### Jour 1 : A quoi ça sert de s'informer ?

Question ouverte aux élèves et prise de notes de leurs réponses sur affiche.

⇒ Relance : quand est-ce que vous vous informez ? et comment ?

Présenter la semaine de la presse et des médias avec la présentation de l'affiche de la SPME ([affiche dessin](#)) :

Questionner les élèves sur le lien entre la question et le thème de la semaine « S'informer pour comprendre le monde. ».

Montrer la vidéo « un jour l'actu » : [A quoi ça sert de s'informer ?](#) ( à partir du CP)

Faire une lecture complète puis une deuxième lecture avec des pauses avec vigilance sur les points complémentaires qui n'ont pas été donnés lors de la phase I.

⇒ Prolongement pour le C3: analyse de [l'affiche version photo](#) dans le dossier pédagogique Analyse de l'affiche : [dossier pédagogique CLEMI page 5](#)

- **Maternelle : faire une séance d'acculturation sur la presse ([exemple de séance en vidéo](#)) / présenter l'affiche dessin, la décrire et comprendre que s'informer c'est découvrir le monde**

### Jour 2 : C'est quoi une information ?

Nous avons parlé hier de pourquoi on s'informe...mais quelle serait la définition de l'information ?

Prise de notes au tableau, (pour varier les modalités : post-it, nuage de mots) ne pas conclure à ce moment de la séance.

- Pour les C3 : faire écrire aux élèves un exemple de potin/d'une rumeur, d'une anecdote, et d'une information en lien avec la classe, affiner la définition.
- Pour les C2 : leur présenter 3 situations, (par exemple : untel a perdu son stylo, la directrice va démissionner, une info : la fête de l'école aura lieu à l'étang de...), leur demander d'associer les exemples aux mots rumeur, anecdote et information) et de justifier leur choix.
- Pour le C3 : Présenter la ressource : [Les clés des médias](#) (C3) , Réaliser à la suite de cette vidéo (qui doit être vue 2 fois, une première sans interruption, une deuxième avec pause) une affiche collective qui résume ce qu'est une information.



- Pour le C2 : présenter [l'infographie](#) sur ce qu'est l'information.
- **Pour les maternelles : pour continuer l'acculturation du média presse : leur présenter des photos découpées dans différents journaux, leur lire les légendes (l'adapter en vocabulaire si besoin) et leur demander de pointer la photo correspondante en leur demandant de justifier leur choix.**

### Jour 3 : C'est quoi les médias ?

- Pour les C2 et C3 : <https://www.lumni.fr/video/c-est-quoi-les-medias>

Même principe que pour les vidéos précédentes : 2 visionnages avec pause, réalisation d'une carte mentale ou [d'un sketch noting](#)

- Ecoute un podcast : [choisir un podcast dans Salut l'info Astrapi Bayard](#) relever les différentes informations données dans le podcast, retrouver les marqueurs de la radio ( jingle, virgule, interview, animateur ...)

Variable pour le C3 [Analyser un journal télévisé page 36 brochure CLEMI](#) 2019 2020

- **Pour les maternelles : Ecoute d'un podcast <https://pod.ac-normandie.fr/video/III48-radio-maternellemp3/> (radio lauréate du concours Médiatiks) Echange sur les différentes informations entendues. Prévoir de couper l'écoute en 2 parties.**

### Jour 4 : C'est quoi le métier de Journaliste ?

- Pour le C2 : montrer la vidéo : <https://www.ljourlactu.com/culture/cest-quoi-le-metier-de-journaliste>
- Pour le C3 : Petite histoire du journalisme ressource Arte journal <https://www.lumni.fr/video/le-journalisme-c-est-quoi>

Faire une transition sur les sources : Qu'est-ce que c'est que l'AFP ? lecture compréhension sur l'AFP (voir annexe)

Participation au **webinaire : vendredi 25 mars à 14h (inscription en amont sur le site) : document en amont**

Pour s'inscrire au webinaire : <https://www.ljourlactu.com/enseignants/emission-ljourlactu-le-direct-cest-quoi-le-metier-de-journaliste>

- **Pour les maternelles : Ecoute d'un podcast <https://pod.ac-normandie.fr/video/III48-radio-maternellemp3/> (radio lauréate du concours Médiatiks) Echange sur les différentes informations entendues. Deuxième partie.**

***Après la semaine de la presse, l'éducation aux médias et à l'information ce n'est pas finie...***

Pour le C2 : voir dans l'entourage, s'il y a un journaliste, préparer son interview pour une venue dans la classe. Trouver une information locale à vérifier



Pour le C3 : C'est quoi la liberté d'expression [dans le dossier pédagogique](#) du CLEMI

**ANNEXE AFP Source *Les dessous de la Presse* Marion Guillot et Nicolas Wild** Edition Gulf Stream éditeur page 11.12.13



Comment travaillent ces professionnelles de l'information pour couvrir ce qui se passe aux quatre coins de la planète 24 heures sur 24 ?

Cocorico ! C'est un Français, Charles-Louis Havas, qui a créé la première agence de presse en 1832. À l'époque, cet ancien banquier traduisait des informations venues de l'étranger et les vendait à toute la presse. En 1944, l'agence Havas est devenue l'Agence France-Presse (A.F.P.), l'une des trois grandes agences de presse mondiale avec Reuters, la britannique, et Associated Press (A.P.), l'américaine. Elles produisent plusieurs types de contenus (textes, photos, vidéos, infographies – informations publiées sous la forme de graphiques, de cartes ou de schémas) qu'elles mettent à disposition de différents médias, qui, pour ce service, paient un abonnement.

Leur « force de frappe » repose sur la puissance de leur réseau. Prenons l'exemple de l'A.F.P. : l'agence couvre l'actualité à partir de cinq grands centres rédactionnels (Washington, Montevideo, Paris, Nicosie et Hong Kong) qui coordonnent des équipes dans 165 pays. Elle dispose de 2 900 collaborateurs de 80 nationalités différentes. Si bien que, dès que quelque chose se passe sur la planète, il y a toujours un agencier prêt à se rendre sur place pour couvrir l'événement. Sa mission, c'est d'écrire un article (que l'on appelle une dépêche) et de l'envoyer le plus vite possible au siège de son agence. Une fois écrite, sa dépêche est ensuite relue par un journaliste du *desk* (bureau, en anglais) qui n'est pas allé sur le terrain, mais qui connaît bien le sujet. Elle rejoint ensuite le « fil » des informations produites par l'agence et parvient aux rédactions.

Toutes les dépêches sont rédigées en anglais, en français, en espagnol, en allemand, en portugais et en arabe. L'A.F.P. diffuse aussi en chinois et en japonais avec l'aide d'agences partenaires. Les médias abonnés au « fil » de l'A.F.P. peuvent reprendre les dépêches dans leur intégralité. Les journalistes de presse écrite s'appuient aussi sur ce matériel de base pour écrire un nouvel article qu'ils enrichissent de nouveaux éléments. Ceux de la télé ou de la radio s'en servent également

LIRE AUSSI

Agences de presse Attaché(e) de presse Bimédia Blogueurs Brève  
Carte de presse Clandestinité Corporatisme Déontologie Doute  
Extinction Faits-divers Fric Gratuits Groupes de presse Gutenberg Hebdo  
Indépendance INFORMATION Jeunesse JOURNALISTE Jungle  
Kiosques Lectorat Loi de 1881 Londres (Albert) Magnum Marketing

pour construire leurs sujets. Enfin, les dépêches servent d'alerte aux différents médias qui, en fonction de ce qu'ils voient « tomber » sur leurs écrans, décident ou non d'envoyer leurs propres correspondants sur place.

À côté de ces géantes de l'info, on trouve aussi des centaines de petites ou moyennes agences de presse spécialisées dans des domaines très précis (hippisme, bourse, éducation). Leur existence est tout aussi précieuse car elles contribuent à la multiplication des sources d'informations.



Les photos d'actualité que tu vois dans les journaux sont aussi fournies par les services photos des trois grandes agences de presse (Reuters, A.P., A.F.P.), mais aussi par des agences de presse spécialisées dans l'image (Sipa Press, Abaca Press). Celles-ci sont des généralistes. Mais il y a aussi des agences photos spécialisées en sciences, nature, tourisme, people, économie.

Naissance Noël OBJECTIVITÉ People Petit  
Journal (Le) Figiste Province Publicité Qualités  
Renaudot (Théophraste) Risques Ruche Satirique Scoop  
Subventions Tintin Twitter Utilité Voyage de presse Watergate  
WikiLeaks X (Monsieur) Yomiuri Shimbun (The) Zola

