

## PLAN DE LEÇON

# DÉCRYPTER L'ACTUALITÉ

Cette leçon fait partie de *Utiliser, comprendre et engager : Un cadre de littératie média numérique pour les écoles canadiennes* : <http://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/cadre-de-litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique>.



**ANNÉES SCOLAIRE** : 2<sup>e</sup> à 5<sup>e</sup> années

**A PROPOS DE L'AUTEUR** : Cette leçon a été créée par l'éducatrice du primaire Ginie Waller. Certaines parties de cette leçon ont été adaptées de *News and Stuff*, de Don Hale (1996), produit par l'Ontario Newspaper in Education Association.

## Aperçu

Le journal constitue un outil ludique et très didactique pour découvrir le fonctionnement de la presse écrite. Cette leçon permettra aux élèves d'acquérir des connaissances de base en journalisme, grâce à une discussion guidée en classe et à des activités collectives et individuelles.

## Objectifs d'apprentissage

*Savoir* : les élèves acquerront les connaissances fondamentales suivantes :

- Lecture des médias : différentes formes de reportages; caractéristiques d'un reportage.
- Sensibilisation des consommateurs : comment l'industrie de l'information définit l'intérêt médiatique, comment les organes de presse répondent à des besoins et des publics différents.
- Représentation dans les médias : le contenu inclus ou omis dans les œuvres médiatiques peut impacter notre perception de ce qui est important ou non.

*Comprendre* : les élèves comprendront les principales idées/concepts clés suivants :

- Les médias sont des productions : les créateurs de médias font des choix particuliers pour atteindre des objectifs spécifiques.
- Les médias ont des implications sociales et politiques : les œuvres médiatiques sont des « cadres » qui façonnent notre vision de la réalité.
- Les médias sont soumis à des impératifs commerciaux : le contenu d'une œuvre médiatique est influencé par les normes et les fonctions de son secteur d'activité, le modèle commercial de ses créateurs et les désirs de son public.

- Chaque média a une forme qui lui est propre : les conventions de genre jouent un rôle dans la façon dont les créateurs abordent la production d'une œuvre et dont elle est perçue par le public; les producteurs de médias utilisent des techniques spécifiques pour attirer et orienter l'attention de leur public.

*Faire* : Les élèves *comprendront* comment le genre et l'objectif influencent les choix des créateurs de médias, et *seront sensibilisés* à l'impact des représentations médiatiques sur notre vision de la réalité. Dans le cadre d'une activité facultative, les élèves *utiliseront* la technologie appropriée pour créer une œuvre médiatique.

## Préparation et matériel pédagogique

Préparez-vous à montrer ou distribuer les documents suivants :

- *Qui rapporte l'actualité?*
- *Qu'est-ce qui fait l'actualité?*
- *Qui fait l'actualité?*
- *Qu'est-ce qui fait vendre?*

Préparez-vous à afficher ou distribuer un article de [Radio Canada Maj](#) ou à montrer une vidéo trouvée [sur Ici tout TV](#).

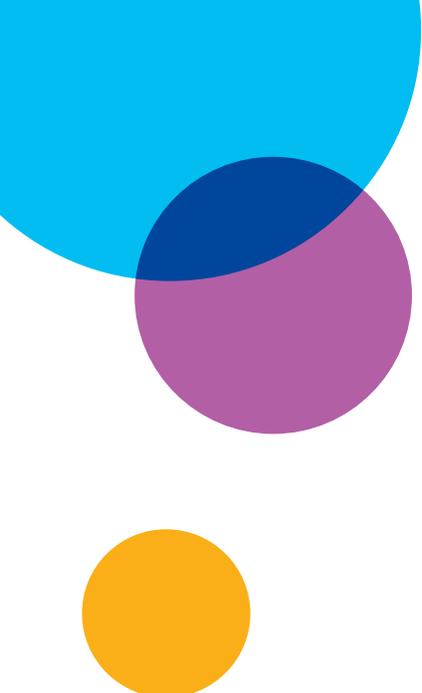
## Procédure

Chacune de ces activités introduit les élèves à une question différente de littératie numérique liée aux actualités. Vous pouvez les réaliser en une seule séance ou les répartir sur plusieurs jours, en fonction de ce qui convient le mieux à votre classe.

### QU'EST-CE QUE L'ACTUALITÉ?

Commencez par demander aux élèves s'ils lisent le journal, regardent ou écoutent les actualités à la télévision ou à la radio, ou s'ils visitent régulièrement une source d'information en ligne. Pour ceux qui le font, demandez quels médias ils lisent, regardent ou écoutent. Pour ceux qui ne le font pas, demandez-leur comment ils se tiennent informés de l'actualité.

Expliquez aux élèves que la plupart des jeunes Canadiens disent avoir entendu parler d'une actualité parce que quelqu'un l'a partagée avec



eux sur les médias sociaux ou sur des sites de vidéos comme TikTok ou YouTube, et qu'ils pensent que les nouvelles les « trouveront » si elles sont importantes. Les plus jeunes entendent souvent parler des nouvelles par leurs membres de la famille ou leurs camarades de classe. Parfois, cela peut ressembler au jeu du « téléphone arabe » car des détails importants peuvent être modifiés ou omis avant que l'information ne leur parvienne!

Demandez aux élèves : est-il important que les enfants soient au courant de l'actualité? Pourquoi?

Faites remarquer que, même si certaines actualités peuvent sembler peu pertinentes pour les enfants, d'autres le sont beaucoup plus. Par exemple, des sujets comme la science ou l'environnement peuvent être particulièrement importants car ils concernent des enjeux qui auront un impact sur leur avenir!

### **QU'EST-CE QUI FAIT UNE ACTUALITÉ?**

Demandez aux élèves : qu'est-ce que l'*actualité*? Qu'entendons-nous par ce terme?

Assurez-vous que deux réponses émergent :

Tout d'abord, on peut mentionner les médias d'information comme les journaux, les nouvelles télévisées et radiophoniques, et les sources d'information en ligne (qu'il s'agisse des versions numériques des actualités télévisées ou imprimées, comme le site Web de Radio Canada, ou des médias exclusivement en ligne).

Puis, nous pouvons parler de l'*actualité* comme d'un *type* de média. Quelle est la différence entre l'actualité et d'autres formes de médias, comme les émissions de télévision, les films, les médias sociaux ou les documentaires?

Expliquez aux élèves (vous pouvez écrire ceci au tableau) :

- Pour être une actualité, quelque chose doit être *véridique* (contrairement à une émission ou à un film).
- Pour être une actualité, quelque chose doit être *récent* (contrairement à un documentaire).
- Pour être une actualité, quelque chose doit être *inhabituel* (« Quand un chien mord un homme, ce n'est pas une actualité. Quand un homme mord un chien, c'est une actualité! »).

- Pour être une actualité, quelque chose doit être *pertinent* pour le public qui la lit ou la regarde.

Montrez maintenant aux élèves (soit en photocopie, soit à l'écran) une actualité de [Maj](#). Pour les élèves plus jeunes, vous pouvez leur montrer un [extrait vidéo](#) à la place.

Demandez aux élèves : qu'est-ce qui rend cette information *digne d'intérêt*? À quel événement récent est-elle liée? Pourquoi est-elle inhabituelle? Pourquoi serait-elle intéressante pour le public visé (les enfants)?

Expliquez maintenant qu'un bon reportage répond à cinq questions, parfois appelées « QQOQP » : *Quoi, Qui, Où, Quand et Pourquoi*.

Distribuez le document *Qu'est-ce qui fait une actualité?* et parcourez-le avec la classe. Relisez ou revoyez le reportage et demandez aux élèves d'identifier chacun des « QQOQP » qu'il contient à l'aide du document. (Les élèves plus âgés peuvent le faire sous forme de réponses courtes. Avec les élèves plus jeunes, vous pouvez le faire en activité de classe entière.)

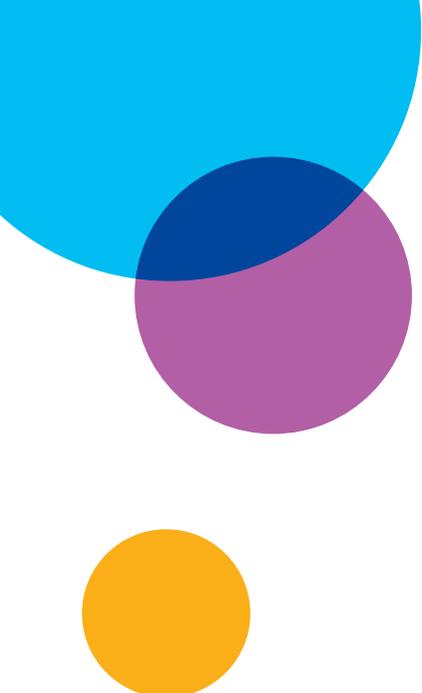
### QU'EST-CE QUI FAIT L'ACTUALITÉ?

Demandez maintenant aux élèves : quelle est la différence entre les *faits* et les *opinions*?

Assurez-vous que les élèves comprennent qu'un fait est une affirmation qui *peut* être prouvée vraie ou fausse. Quelque chose n'a pas besoin d'être vrai pour être une déclaration factuelle! « La lune tourne autour de la Terre » et « La lune est faite de fromage » sont toutes deux des *déclarations factuelles*, mais seule la première est vraie.

Une opinion, en revanche, est quelque chose que l'on *croit*. Elle ne peut pas être entièrement prouvée ou réfutée, mais elle peut être soutenue par des faits. Par exemple, vous pourriez dire : « Nous devrions protéger les chauves-souris (opinion) parce que les chauves-souris mangent les moustiques (fait). »

Distribuez ensuite le document *Qu'est-ce qui fait l'actualité* et lisez-le avec la classe. Demandez aux élèves ce qu'ils pensent être la différence entre les articles *d'actualité*, les articles *d'opinion* et les articles *explicatifs*, en se basant sur ces exemples. (Les élèves plus âgés peuvent rédiger de courtes réponses avant de répondre. Avec les plus jeunes, vous voudrez probablement en faire une discussion de classe entière.)



Assurez-vous que les élèves comprennent qu'un article *d'actualité* inclut principalement des faits. Il n'inclura pas l'opinion du journaliste mais pourra citer les opinions des personnes interviewées : par exemple, lorsque l'astronome est cité en disant que c'est « la découverte la plus importante en 100 ans », il s'agit de son *opinion*.

Un article *d'opinion*, en revanche, reflète avant tout l'opinion de l'auteur, mais inclut généralement des faits qui soutiennent cette opinion (et peut également inclure des faits qui la contestent). Par exemple, l'auteur de cet article utilise le fait de la découverte de la lune de fromage pour appuyer son opinion selon laquelle nous devrions soutenir le programme spatial. Un auteur d'opinion cite souvent des personnes qui soutiennent ou contestent son point de vue.

Dans un article *explicatif*, finalement, l'auteur donne son avis sur la signification des faits sans prendre parti. Par exemple, l'auteur explique comment il pense que la découverte de la lune de fromage affectera différents groupes, mais ne donne pas son opinion sur ce que quelqu'un devrait faire. Les articles explicatifs incluent souvent des citations d'experts.

Expliquez aux élèves que les articles d'actualité et les articles explicatifs doivent être *objectifs*, ce qui signifie qu'ils ne favorisent aucun camp sur une question. Les articles d'opinion, quant à eux, ne sont pas objectifs mais doivent être *équitable*s envers chaque point de vue abordé.

### **QUI FAIT L'ACTUALITÉ?**

Expliquez maintenant aux élèves que même si un article d'actualité est objectif, il ne donne pas nécessairement une image complète. Comme tous les médias, les articles d'actualité sont des cadres qui ne montrent qu'une partie de la réalité. En posant et en répondant aux questions « QQQP », les journalistes et les rédacteurs choisissent quels faits inclure, quelles personnes interviewer et quelles citations utiliser. Leurs choix peuvent influencer notre perception de l'histoire et du monde.

Projetez ou distribuez le document *Qui fait l'actualité?* et demandez : qui et quoi est nommé dans cette histoire? (*L'éléphant, Kindani; le lieu où cela s'est produit, la Sheldrick Elephant Nursery à Nairobi, au Kenya.*)

Qui n'a pas été nommé et qui, selon vous, devrait l'être? (*C'est une question plus délicate parce que, après tout, n'importe qui ou n'importe*

*quel endroit pourrait être nommé. Encouragez les élèves à réfléchir aux personnes impliquées dans cette histoire, ainsi qu'à celles qui ont été affectées par celle-ci, et à se demander si certaines de ces personnes ont été omises. Si les élèves ont encore besoin d'aide, faites remarquer que, bien que nous voyions sa photo, le journaliste chatouillé par l'éléphant, Alvin Kaunda, n'a pas été nommé.)*

Expliquez aux élèves que bien qu'il s'agisse d'un exemple léger (et que Kaunda soit nommé dans l'article complet), les chercheurs qui étudient les médias ont découvert que les gens sont plus susceptibles de considérer un sujet comme important s'ils le voient souvent dans les actualités. Cela signifie que nous sommes *moins* enclins à penser que quelque chose (ou quelqu'un, ou un endroit) est important si nous ne le voyons pas dans les nouvelles.



**Agence France-Presse** ✓

@afpr

Official



 Kenya: Kindani l'éléphanteau a chatouillé un journaliste de la chaîne locale KBC avec sa trompe, alors qu'il tournait un reportage dans la Sheldrick Elephant Nurseryun, un orphelinat pour éléphants à Nairobi #AFP

[Translate Tweet](#)



## QU'EST-CE QUI FAIT VENDRE?

Demandez maintenant aux élèves s'ils savent comment les médias d'information génèrent des revenus.

Distribuez le document *Qu'est-ce qui fait vendre?* et expliquez, que la plupart des sources d'information parviennent à générer des revenus grâce à l'une de ces trois manières : par la vente d'exemplaires uniques de journaux imprimés, par les abonnements (les gens paient pour accéder au site Web ou pour se faire livrer un exemplaire du journal tous les jours) et par la publicité.

Cela signifie que les médias doivent plaire à leur *public* : ils doivent convaincre les gens de payer pour les lire et convaincre les entreprises que leurs annonces atteindront le bon public.

Expliquez que les médias ont trois façons différentes de séduire leur public :

1. Être *amusants* et divertissants.
2. Être précis et fournir beaucoup de faits pour que vous vous sentiez *bien informé*.
3. Vous faire *encourager votre camp* – que ce soit une équipe sportive, votre pays, votre identité (fan de Star Wars, de chats, de K-pop, etc.), vos croyances politiques, et ainsi de suite.

Distribuez ou affichez le document *Qu'est-ce qui fait vendre?* et demandez aux élèves : d'après ces unes, lequel de ces journaux cherche à vous divertir? (*C - il n'y a rien de particulièrement informatif dans cette histoire, elle est simplement divertissante*). Lequel de ces journaux veut vous donner l'impression d'être bien informé? (*B - il propose des articles sur de nombreux sujets différents, avec beaucoup de faits en première page*). Lequel de ces journaux cherche à obtenir votre soutien pour une «équipe»? (*A - il décrit même un match nul 1-1 comme une «victoire» pour l'équipe américaine*).

Dites aux élèves que de nombreux médias ont une *devise* qui aide à transmettre leur argument de vente. Par exemple, le *New York Times*, dont l'argument de vente est basé sur l'information de ses lecteurs, a pour devise «All the news that's fit to print» («Toutes les nouvelles dignes d'être imprimées»). Le *Mail on Sunday* a pour devise «A newspaper, not a snooze paper» («Un journal, pas un journal d'ennui») pour montrer qu'il

va être amusant, et le *Wairarapa Times-Age* (de Nouvelle-Zélande) montre qu'il est de votre côté avec son slogan « Your region. Your paper » (« Votre région. Votre journal »).

Expliquez aux élèves que la plupart des médias *combinent* ces trois éléments. C'est cette combinaison qui constitue leur *argument de vente*.

*Activité facultative pour les élèves plus âgés* : retournez sur le site de Maj et demandez aux élèves de réfléchir à son argument de vente. Dans quelle mesure le site se veut-il amusant? Dans quelle mesure essaie-t-il de vous informer? À quels « groupes » ou identités s'adresse-t-il (*enfants*, *Canadiens*) et comment utilise-t-il ces identités pour susciter leur intérêt? D'après vous, quelles raisons ont motivé les concepteurs de ce produit à choisir cet argument de vente spécifique pour séduire leur public (les enfants)?

## FAIRE L'ACTUALITÉ

Maintenant dit aux élèves que vous allez réaliser ensemble la première page d'un journal de classe.

Demandez à la classe de réfléchir à une liste d'au moins dix sujets d'actualité possibles, basés sur des événements survenus dans votre classe, votre école et votre communauté. Rappelez-leur les trois types d'articles d'actualité – d'actualité, d'opinion et explicatif – mais précisez que les articles d'opinion et les articles explicatifs ont généralement une « accroche » qui les relie à un article d'actualité. (Par exemple, l'« accroche » dans les exemples de la rubrique *Quoi de neuf?* était la découverte de la lune de fromage).

*Vous pouvez choisir de demander aux élèves de réfléchir en groupes, puis de partager leurs listes avec l'ensemble de la classe, si vous le souhaitez.*

Les élèves sont maintenant invités à évaluer la pertinence « journalistique » de chaque article potentiel en se basant sur les critères que vous avez déjà abordés :

- Est-ce vrai?
- Est-ce récent?
- Est-ce inhabituel?

- Est-ce important? (Rappelez-leur que la question n'est pas de savoir si ces histoires seraient incluses dans un média «réel», mais si ce sont des choses qui les intéresseraient, eux, leurs amis et leur famille.)

Ensuite, demandez aux élèves de discuter de ce qu'ils pensent être *l'argument de vente* de leur journal. Dans quelle mesure leur public veut-il être *diverti* par un média? Dans quelle mesure veulent-ils être *informés*? Est-il important pour eux de sentir *soutenus* par un média?

À partir de la discussion, demandez aux élèves de choisir cinq articles de presse. Pour chacun des cinq articles, demandez aux élèves d'écrire un titre et un sous-titre (comme dans le document « Que trouve-t-on dans les actualités ? ») ainsi qu'un paragraphe d'introduction contenant les « QQOQP ». (*En fonction de l'âge de vos élèves, vous pouvez attribuer chaque article à un groupe ou faire cette activité avec toute la classe.*) Enfin, demandez à la classe de choisir un nom pour votre média et une devise qui reflète son *argument de vente*.

*Facultatif* : rassemblez les articles dans un journal imprimé ou en ligne et partagez-les avec les élèves et leurs familles.

# DÉCRYPTER L'ACTUALITÉ



## Qu'est-ce qui fait l'actualité?

.....

Un bon reportage répond à cinq questions : Qui? Quoi? Où? Quand? Pourquoi?

Décryptez une actualité et énumérez les réponses à ces questions.

D. **Où** cela s'est-il produit?

A. De **qui** parle l'histoire?

E. **Pourquoi** est-ce important?

B. De **quoi** parle l'article?

C. **Quand** cela s'est-il produit?

# DÉCRYPTER L'ACTUALITÉ



## Qu'est-ce qui fait l'actualité?

.....

Il existe trois types d'articles de presse : les articles d'actualité, les articles d'opinion et les articles explicatifs. Regardez ces exemples et voyez si vous pouvez identifier comment ils diffèrent les uns des autres.

A. Actualité

### **La lune est faite de fromage, selon les scientifiques**

**«La découverte la plus étonnante en cent ans», déclare l'astronome en chef de l'observatoire du Cheshire.**

B. Opinion

### **La découverte d'une lune de fromage montre pourquoi nous devons soutenir le programme spatial**

**Pourquoi laissons-nous des gens mourir de faim sur Terre alors qu'il y a une planète entière de fromage accessible par fusée?**

C. Explicatif

### **Lune de fromage : quel impact sur vous?**

**Une nouvelle découverte pourrait changer la donne pour les cuisiniers, les agriculteurs, les souris et bien d'autres.**

# DÉCRYPTER L'ACTUALITÉ

## Qui fait l'actualité?

.....

À qui et à quoi fait référence cette histoire?

Qui n'est pas nommé et qui, selon vous, devrait l'être?



Agence France-Presse 

@afpfr

Official



 Kenya: Kindani l'éléphanteau a chatouillé un journaliste de la chaîne locale KBC avec sa trompe, alors qu'il tournait un reportage dans la Sheldrick Elephant Nurseryun, un orphelinat pour éléphants à Nairobi [#AFP](#)

[Translate Tweet](#)



# DÉCRYPTER L'ACTUALITÉ



## Qu'est-ce qui fait vendre?

Laquelle de ces unes montre que le journal veut vous divertir?

Laquelle montre qu'il veut que vous soyez bien informé?

Laquelle montre qu'il veut que vous souteniez votre camp?



## Législatives : y aura-t-il une triangulaire dans votre circonscription? Retrouvez notre décompte des candidatures pour le second tour



LE MONDE

Mardi soir, « Le Monde » dénombrait 218 désistements, dont 130 de la part de la gauche et 82 du camp présidentiel, sous l'étiquette Ensemble. Par ailleurs, 2 candidats LR et 3 du RN se sont désistés.

- **LIVE** En direct : Gérard Larcher a rencontré Emmanuel Macron ; fin du dépôt des candidatures pour le second tour
- **fr** Le RN rejette tout désistement pour mieux dénoncer ceux de la gauche et la Macronie
- **fr** « Sans les étrangers, on ne tourne pas ! » : l'hôtellerie-restauration, au cœur de l'enjeu de l'immigration

## « Ça m'intimiderait vraiment » : ce que Virginie Efira interdit à son compagnon Niels Schneider

Aujourd'hui à 13h46 | par Ben Blaze  
Crédits photos : OLIVIER BORDE / BESTIMAGE

