

# CONFÉRENCE DE RÉDACTION ET RÉPARTITION DES SUJETS

## Contexte de la séance

Il s'agit de faire le point sur l'ensemble des propositions, de les trier, les organiser et les regrouper pour définir les sujets et thématiques sur lesquels les groupes vont travailler.

## Objectif de la séance

> Former les équipes en agences de presse autour de différentes thématiques co-construites avec les élèves et prendre en main Google Drive

## Acquis d'apprentissage

Au terme de la séance, l'élève sera capable:

- d'expliquer ce qu'est une agence de presse
- de savoir dans quelle équipe il-elle travaille et les outils qu'ils vont utiliser
- de faire des choix pour organiser les idées en différentes thématiques

## Matériel nécessaire

- Le [support de présentation de la séance 3](#)
- Un video-projecteur ou un TNI (pour le support de présentation)
- La fiche support élève/groupe (annexe) imprimée en plusieurs exemplaires (selon si distribuée individuellement ou non)
- Les fiches remplies à la séance précédente (ou un compte-rendu de celles-ci)

## Déroulement

### 1/ CONFÉRENCE DE RÉDACTION : PRÉVOIR LE CONTENU DU JOURNAL

(SLIDE 2)

**Un journal est le résultat d'un travail collectif.** La Conférence de Rédaction est la réunion où les journalistes discutent de leur production collective. Cette discussion a trois objectifs successifs: prévoir le contenu du journal, organiser la production de ce contenu, analyser ensemble les contenus pour les améliorer. La Conférence de Rédaction est donc une réunion adaptable à tous les journaux et à tous les rythmes de parution.

(source : [www.24hdansuneredaction.com](http://www.24hdansuneredaction.com))

**Il existe trois sortes de Conférence de Rédaction :**

1. La Conférence de Rédaction pour prévoir le traitement de l'actualité.
2. La Conférence de Rédaction pour organiser le traitement de l'actualité.
3. La Conférence de Rédaction pour réfléchir au traitement de l'actualité.

Cette conférence est davantage à rapprocher de la conférence de rédaction pour PRÉVOIR le traitement de l'actualité, puisqu'elle consiste à établir une sorte de "menu prévisionnel" du magazine, mais également à celle en lien avec l'organisation du contenu.

### DES IDÉES AUX SUJETS

A partir des listes des envies et idées des élèves (fiches partie 3/ de l'annexe de la séance précédente) il s'agit de définir les différents sujets qui seront abordés, et comment ils seront traités.

Commencez par faire un compte-rendu des idées évoquées via la partie 3 de la fiche annexe de la séance précédente.

## CE QU'IL FAUDRA PRODUIRE

### (SLIDE 3)

- trouver un sujet
- choisir le ton de la rubrique, de l'article
- écrire les titres et les sous-titres
- rédiger les articles
- trouver des images, illustrations
- harmoniser le tout

## FORMULER SON ANGLE PUIS ORGANISER LA PRODUCTION ET SE PROJETER DANS LE RÉSULTAT

**En renseignant l'annexe "Fiche Support" (en groupe ou individuellement)** les élèves appliquent à leurs projets les différents éléments listés et peuvent ainsi imaginer avec plus de précision la façon dont ils vont ensuite procéder, et formuler clairement et simplement :

- le ou les sujet·s ;
- la ou les cibles (avec détails) ;
- l'angle ;
- les besoins de documentation et d'information ;
- les types de support pouvant être utilisés...

L'idée est d'aboutir à une sorte de "menu" du type (à orienter plus ou moins) :

*1 enquête sur... (2 pages);*

*1 interview du directeur de l'école (½ page) + des interviews de parents (1 page ½ )*

*1 Portfolio d'images de la commune (2 pages)*

*1 Série de news en Brèves (1 page)*

*1 rubrique de petites annonces (½ page)*

*etc, etc*

### **Note :**

*Selon les idées (ou le manque d'idées) des élèves, vous pouvez orienter les rubriques pour avoir par exemple "tourisme", "sports", "histoire", etc. Les élèves peuvent utiliser les magazines de la séance précédente pour s'inspirer.*

*De même, afin de pimenter un peu la lecture du magazine, n'hésitez pas à proposer d'intégrer différentes rubriques "courtes" (Anecdotes, Palmarès, ex : "les records inattendus de la Commune (plus grande inondation en 1948, etc etc)", "les petites annonces", etc etc)*

## 2/ RÉPARTITION EN AGENCES DE PRESSE

### (SLIDE 4)

#### **a) Qu'est ce qu'une agence de presse ?**

Pour la suite du projet, les élèves seront répartis en agences de presse pour travailler en groupe et de manière collaborative (via Google Drive) sur les différentes parties du magazine.

#### **Une agence de presse :**

Structure organisée pour collecter l'information (via des journalistes), la mettre en forme (rôle des journalistes de « desk ») et la redistribuer (moyennant paiement d'un abonnement) aux médias (presse écrite, radio, télévision), aux grandes entreprises et aux pouvoirs politiques.

*(L'Agence France Presse, Reuters, United Press ou Associated Press sont les agences les plus importantes dans le monde. De la même façon, une agence photo recueille des photographies qu'elle revend.)*

#### **b) Pourquoi cette organisation ?**

Comme nous l'avons vu précédemment, un journal est le fruit d'un travail collectif.

Les agences sont des organisations créatives qui rassemblent des professionnels de la production, communication et réalisation audiovisuelle. Ils réalisent des contenus audiovisuels (interviews, photographies, infographies...).

En partant de idées évoquées lors de la conférence de rédaction, répartir avec les élèves les sujets/rubriques en différentes parties à produire, qui pourront ensuite être réparties selon les agences.

### 3/ PRISE EN MAIN DES AGENCES VIA GOOGLE DRIVE



#### a) Répartition

Les élèves travaillent ainsi à plusieurs, en équipe, en faisant attention à ce que les équipes répartissent bien les forces. Tentez de répartir les élèves pour que chaque agence soit composée de :

- ceux-celles qui aiment écrire, rédiger
- ceux-celles qui aiment sont à l'aise pour parler (pour être filmés et/ou enregistrés)
- ceux-celles qui s'intéressent à l'image (photographie/vidéo/dessin)
- **UN-E ÉLÈVE QUI SUIT L'ITINÉRAIRE A LA MAISON (répartir les 5 élèves dans des groupes différents)**

Chacune des agences est donc en charge d'une production spécifique, et possède son propre compte email et se connectera avec cet identifiant et le mot de passe associé.

Les élèves se verront remettre des cartes de visite (sous forme de badges) en fonction de l'agence à laquelle ils appartiennent.

Chaque agence dispose :

> d'un nom

> d'un logo

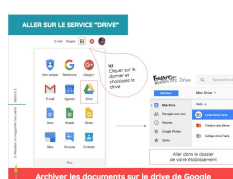
> d'un email associé à un accès aux dossiers dans le Google Drive et qui leur permettra d'utiliser MADMAGZ

(ex: [lepybograph@frequence-ecoles.org](mailto:lepybograph@frequence-ecoles.org))

Le nom et prénom des élèves sont inscrits dans un tableau récapitulatif pour finaliser la répartition par groupe. (ANNEXE répartition par agences) Les différents groupes sont repris dans le document en ligne (dans le dossier drive).

#### b) Qu'est ce que Google? Qu'est ce que le Drive? Que permet-il de faire?

(SLIDES 6-8)



Nous vous proposons de tester la connexion au drive avec vos élèves pour qu'ils s'habituent à accéder aux informations qu'il contient.

**Connectez vous à partir d'une interface Google, les élèves doivent saisir leur identifiant d'agence et de mot de passe. Ils choisissent ensuite, via le damier, le drive. (SLIDE 7)**

Une fois dans le drive, ils vont dans le dossier "partagé avec moi" et là, ils accèdent aux dossiers des établissements (école, collègue..) du projet.

Ils-elles choisissent leur dossier (celui de leur école et de leur classe), puis celui de leur agence à l'intérieur du dossier de l'école.

Ici, ils pourront accéder au document et remplir les fiches en ligne.

NB : attention à bien remplir la fiche de répartition des élèves par groupes/agences et le nom de l'école (en annexe **et en ligne** dans le dossier du projet).

Piste d'évaluation

Suggestion d'indicateur:

Observez comment les élèves se familiarisent avec l'outil "Google Drive" (rapidité, compréhension de l'arborescence, etc) pour pouvoir évaluer les progrès effectués en fin d'itinéraire.



Particulièrement dans le cadre des conférences de rédaction, ne jamais oublier qu'on est plus intelligent à plusieurs que tout seul !



**Ressources, liens utiles**

<https://www.24hdansuneredaction.com/presse/2-les-conferences-de-redaction/>

La vidéo sur la rédaction de Mon Quotidien et sur les conférences de rédaction :

<https://www.youtube.com/watch?v=soCecO2ezQQ>

## ANNEXE Fiche support pour l'élève / le groupe

La question à laquelle mon article / ma rubrique répond ?	Le sujet va t-il intéresser ma cible ? Justifier.	Ce qui me sera utile pour ce qu'il faut écrire	Matériel utile pour l'illustration ou illustrations retenues

## Fiche annexe : répartition des élèves par agences

(à bien remplir dans le doc en ligne également)

<p>&gt; Le Pubograph <b>adresse email :</b> lepubograph@frequence-ecoles.org <b>mdp :</b> lepubograph2015</p> 	
<p>&gt; BubbleGum <b>adresse email :</b> bubblegum@frequence-ecoles.org <b>mdp :</b> Bubble2015</p> 	
<p>&gt; La boîte à images <b>adresse email :</b> laboiteaimages@frequence-ecoles.org <b>mdp :</b> laboiteaimages2015</p> 	
<p>&gt; Studio 1 2 3 <b>adresse email :</b> studio123@frequence-ecoles.org <b>mdp :</b> Studio2015</p> 	
<p>&gt; Primapub <b>adresse email :</b> primapub@frequence-ecoles.org</p>	

mdp : PRIma2016



> Magimatix

adresse email :

magimatix2016@frequence-ecoles.org

mdp : MAgi2016

