



**Émission :** La Semaine des Médias 2012 : « Tous journalistes - Dans les coulisses de la communication d'un grand événement »

**Production :** Unité jeunesse RTS (Alberto Chollet, Véréne Gremaud). Chocolat Tv Productions (Mathieu Hofner)

**Durée :** 5 épisodes de 10 minutes environ.

**Public concerné :** 9 – 14 ans

Émission en médiathèque mais également consultable sur le site web de La Semaine des Médias : <http://www.semainedesmedias.tv>

**Diffusion :** chaque jour du 26 au 30 mars à 7h15 et 10h50.

## FICHE PÉDAGOGIQUE

### La Semaine des Médias 2012

Émission diffusée sur RTS 2, du 26 au 30 mars 2012 à 7h15 et 10h50. En visionnement sur [www.semainedesmedias.tv](http://www.semainedesmedias.tv)

#### Émission 1 (env. 10:00)

##### La communication d'un événement, comment ça marche ?

Avec les attachés de presse du festival et Joël Bürri, journaliste à 24Heures.

#### Émission 2 (env. 10:00)

##### Un ballon, comment ça marche ?

Avec Bertrand Piccard et Bastien Confino, journaliste scientifique à la radio RTS La Première.

#### Émission 3 (env. 10:00)

##### Une émission de télé, comment ça marche ?

Avec Mélanie Freymond de l'émission de télévision RTS « Magnétos Rires »

#### Émission 4 (env. 10:00)

##### Caméraman, photographe, JRI... l'image, comment ça marche ?

Avec Jacques-André Schneider, Journaliste Reporter Images (JRI) à la RTS et Julie Laloux, photographe officielle du festival.

#### Émission 5 (env. 10:00)

##### Médias étrangers et envoyés spéciaux, comment ça marche ?

Avec Dominique Schreckling, photographe d'une agence de presse américaine et Sacha Stanisc, envoyé spécial d'un journal de voyage allemand.

## Disciplines et thèmes concernés :

### Formation générale - Éducation aux médias

Découvrir les **coulisses de la communication** d'un événement et les différents **filtres** à travers lesquels passent les informations pour parvenir jusqu'à nous.

Comprendre les **métiers de la communication**, en particulier celui des attachés de presse, dont le but est de promouvoir et valoriser la manifestation dans les médias. Pour y parvenir, ils facilitent le travail des journalistes et n'hésitent pas à tenter d'orienter leurs propos.

Réfléchir à la **pluralité des angles** traités par les journalistes présentés dans les émissions et, par extension, à la **hiérarchie de l'information** qui varie d'un média à l'autre, en fonction de sa particularité (régionale, spécialisée, internationale, etc.)

Distinguer les **différents profils de journalistes** et leurs différentes approches rédactionnelles : journaliste régional, international, spécialisé, correspondant, envoyé spécial, mais aussi les **différents types de médias** auxquels ils collaborent : télévision, radio, presse écrite, internet, agences de presse, etc.

Identifier les images et articles d'**agences ou d'associations de presse**. Distinguer les **photos officielles** prises par un photographe engagé par l'organisation dont le but n'est pas d'informer mais de valoriser la manifestation.

S'interroger sur l'utilité et les compétences développées par les **outils médiatiques en milieu scolaire** en observant l'expérience inédite de « Radio Pays d'En Ô » pilotée par l'Établissement du Pays-d'En-Haut et Radiobus (sous la houlette de la Haute école pédagogique vaudoise – HEP VD) qui permet à 80 élèves de Château d'Oex d'animer en direct, sur la bande FM, la radio officielle du festival.

## Résumé

Prenons de l'altitude et immergeons-nous à Château-d'Oex, dans les coulisses de la communication du Festival international de ballons. Cette série en cinq épisodes raconte chronologiquement – sur une durée réelle de dix jours - le quotidien de celles et de ceux qui nous informent : journalistes, photographes, caméramans, JRI, envoyés spéciaux de toute la Suisse et du monde entier.

En partenariat avec la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP) et en écho à la semaine scolaire thématique « La Semaine des médias à l'école », cette série se faufile dans les coulisses de la communication d'un grand événement. Cap donc sur Château-d'Oex ! Chaque année, ce petit village devient le théâtre du festival international de ballons, l'un des plus importants rassemblements du genre dans le monde. Il accueille une centaine d'aérostiers et autant de journalistes en provenance du monde entier. Si tous semblent s'intéresser au même sujet, aucun d'eux ne va en parler de la même manière.

Comment les professionnels de la communication promeuvent-ils le festival ? De quelle manière travaillent-ils avec les journalistes ? Quels angles pour quels médias ? En quoi consiste le travail des spécialistes de l'image ?

Au cœur de toute cette animation médiatique, découvrons également la passionnante expérience de l'établissement scolaire du Pays d'En-Haut : ses 80 élèves animent toute la semaine, en direct sur la bande FM, la radio officielle du festival.

## Pistes pédagogiques

### Émission 1

#### (01:10) Radio à l'école /

Quelle est la mission et la spécificité de « Radio Pays d'En Ô » ? (*Radio officielle du festival animée en direct, durant tout le festival, par les élèves de l'Établissement scolaire du Pays d'En-Haut. La grille des programmes s'articule essentiellement autour du festival et de la région.*)

Pourquoi faire de la radio pendant les périodes scolaires ? Quelles compétences, scolaires et non scolaires, sont développées durant l'expérience ? (*Expression orale et écrite, rédaction d'un « exposé » thématique de façon très synthétique et « orale », gestion du stress du direct, choix rédactionnels, hiérarchie de l'information, décryptage du fonctionnement des médias, gestion de délais, prises de contact avec différents intervenants dont certaines personnalités locales, etc.*)

Est-ce le rôle de l'école d'intégrer de tels outils médiatiques durant les périodes scolaires obligatoires ? Cette expérience peut-elle prêter l'apprentissage de matières plus « classiques » (français, maths, histoire, géographie, etc.) ou au contraire les compléter-elle (comment) ? Les élèves auraient-ils souhaité participer à un tel projet, pourquoi ? (*Mise en relief avec le nouveau Plan d'études romand (PER), qui prévoit une meilleure intégration de l'éducation aux médias au programme scolaire régulier.*)

**Exercice pratique** : Inviter les élèves à argumenter en organisant par exemple un mini-débat.

#### (03:30) Attachés de presse /

Comment Marlène, attachée de presse, définit-elle son métier ? (*Elle accueille les journalistes, répond à leurs questions, les met en contact avec des interlocuteurs particuliers. Elle leur FACILITE le travail - « On peut tout me demander... plus ou moins ».*)

Pourquoi, quel est son but ? (*Promouvoir la manifestation dans les médias ; que le plus grand nombre de médias parlent de la manifestation – si possible en des termes positifs et valorisants.*)

#### **(04:15) Espace Presse /**

Où se situe l'Espace Presse du festival ? C'est quoi ? *(L'Espace Presse se situe au coeur de la manifestation. C'est le point de rencontre des journalistes, passage obligé où ils doivent préalablement s'accréditer. Ils y trouvent des documents informatifs sur la région et le festival ainsi que des ordinateurs gratuitement connectés à Internet.*

Qui anime l'Espace Presse ? Pour y faire quoi ? *(Les attachés de presse y accueillent les journalistes – voir ci-dessus « attachés de presse » - et leur FACILITENT le travail. Ils leur dispensent toutes les informations qu'ils cherchent sur le festival, la région, les pilotes. On verra dans les prochaines émissions que les attachés de presse vont jusqu'à organiser des interviews en choisissant les interlocuteurs et en agendant des rendez-vous avec les journalistes.*

#### **(04:55) Accréditations presse /**

Qu'est-ce que c'est ? A quoi servent-elles ? *(Ces badges identifient les journalistes. Ils sont remis par les attachés de presse et permettent essentiellement aux journalistes d'accéder aux sites interdits au public, c'est le « passe-partout » des journalistes).*

Par extension, réfléchir à la difficulté à définir « qui » est journaliste ? Les salariés de médias « officiels », les blogueurs, les rédacteurs d'un petit journal local, les élèves de la radio officielle du festival ? Suffit-il de diffuser une information publiquement pour être un journaliste ? Les droits et les devoirs sont-ils identiques ?

*(Si la notion de définition du journaliste prête à confusion – la profession n'étant pas reconnue comme telle – les journalistes dits « professionnels » - pouvant justifier plus de 80% de leurs ressources par l'exercice du métier de journaliste – disposent de cartes d'affiliation à une association ou syndicat professionnels – la « carte de presse ». Cependant, les nouveaux médias redéfinissent ces critères et aujourd'hui, certains blogueurs populaires par exemple sont considérés comme des journalistes (ou « diffuseurs de contenus ») professionnels. En outre, toutes celles et tous ceux qui publient des informations publiquement, y compris sur Internet, doivent prendre les mêmes précautions que les journalistes professionnels : ne pas diffamer, calomnier, vérifier ses informations, notamment.*

#### **(05:10) Attachés de presse, promotion dans les médias /**

Le travail de Marlène et des autres attachés de presse consiste à assurer une promotion maximale dans les médias... mais pas seulement. *(Par le biais des médias, elle souhaite aussi que le public en parle).*

Avec quels outils Marlène communique-t-elle directement avec le public ? *(Via les réseaux sociaux, notamment la page Facebook du festival qui ne s'adresse pas directement à la presse mais au public).*

#### **(05:40) Joël, 24 Heures**

Joël, journaliste du quotidien régional vaudois « 24 Heures » n'est pas venu pour les ballons. Quel est le thème du reportage qu'il s'apprête à réaliser ? *(Il souhaite interviewer des politiciens candidats au Conseil d'État présents au festival dans le cadre de leur campagne électorale).*

Difficultés d'accès à l'information : pourquoi Joël ne parvient-il pas à s'approcher des politiciens ? *(Son badge « presse » ne lui ouvre pas l'accès de la zone VIP – Very Important Person – où se concentrent les politiciens).*

Comment Joël espère-t-il tout de même accéder aux politiciens ? *(Il souhaite contourner la sécurité et s'approcher au plus près de la zone VIP en passant par le terrain de lancement des ballons).*

#### **(07:45) Politicienne**

Comment la candidate politique définit-elle sa fonction ? *(Aller à la rencontre de la population afin de lui présenter ses idées politiques).*

Pourquoi les médias sont-ils aussi importants pour elle ? *(C'est le principal canal de diffusion de son projet)*

À quelle fréquence côtoie-t-elle les médias en période électorale ? *(Elle donne des interviews tous les jours)*

### **(08:30) Relations ambiguës entre journalistes et politiciens**

Quels rapports Joël entretient-il avec les politiciens régionaux ? *(Il les connaît bien, voire très bien. Il les côtoie régulièrement).*

Quel peut être le danger de cette promiscuité ? *(Il est parfois compliqué de dire du mal d'une connaissance (qu'on tutoie parfois), ou d'un ami).*

Les politiciens – et autres acteurs de l'actualité – font-ils parfois pression sur Joël ? *(Oui. Il arrive que des politiciens lui téléphonent, se sentant lésés par une fausse information, une prise de position. Ils « l'engueulent »).*

Est-ce que ces pressions orientent parfois le travail de Joël ? *(Ce dernier tente de s'en protéger en faisant son métier le plus honnêtement possible, dans la recherche de la vérité, fondement du métier).*

### **(09:17) Revue de presse, attachés de presse**

Quelle activité majeure occupe les attachés de presse dans cette séquence ? *(Revue de presse quotidienne).*

Comment procèdent les attachés de presse ? *(Ils acquièrent la presse quotidienne et cherchent, page après page, les articles qui concernent le festival).*

Pourquoi les journalistes sont-ils sensibles au « sensationnalisme » ? *(Comme nous, leur regard s'arrête sur le « spectaculaire », sur ce qui choque. « On ne remarque la forêt que lorsque elle brûle »).*

**Exercice pratique** : dans la presse quotidienne, dans un journal d'information télévisé ou radiophonique ou sur Internet, quelle est la proportion d'articles « sensationnalistes » en opposition aux articles « de fond », politiques, économiques, s'inscrivant dans un contexte plus large ? Certains médias sont-ils plus enclins à évoquer des sujets sensationnalistes (par exemple en comparant le contenu de "20 Minutes" et du "Temps" ?).



## **Pistes pédagogiques**

### **Émission 2**

**(03:00) Radio des élèves, interview en direct** / Pourquoi une interview en direct est-elle plus compliquée que des interventions – lancements de chroniques ou de musique – en différé ? *(Pas possible de se reprendre, de couper après coup, au montage, les erreurs, longueurs, etc.)*

Quelle est la principale difficulté de l'interview qu'Edwin et Thom s'apprentent à réaliser ? *(Ils ont déjà interviewé ce pilote et doivent éviter de lui poser les mêmes questions. Ils cherchent à varier les angles).*

Qu'est-ce qu'un « angle » et comment les varier autour d'un même sujet ?

**Exercice pratique** : définir un thème commun et demander aux élèves de varier les angles et de les argumenter. Comment vont-ils les traiter ? Quels intervenants ? On peut aussi imaginer conditionner le choix des angles en attribuant des spécialisations aux élèves : journaliste local, international, spécialisé, magazine pour enfants, web revue, etc. Observer en quoi le lectorat / audience définit aussi le choix de l'angle.

**(06:20) Bertrand Piccard** / Pourquoi l'aéronaute agit-il comme un « aimant » à médias ? *(C'est une star médiatique, intervenant régulier dans les médias, « savanturier », fils et petit-fils d'illustres savants).*

Pourquoi les médias donnent-ils prioritairement la parole à celles et ceux qui la prennent déjà beaucoup dans ces mêmes médias ? *(C'est ce que leur audience veut voir / entendre. Vraiment ? Pourquoi ?)*

**(07:00) Bastien, journaliste scientifique** / Bastien n'est pas venu réaliser un reportage sur le festival. De quoi va-t-il parler ? *(Du fonctionnement d'un ballon à air chaud dans le cadre d'une émission de radio scientifique, en réalisant un vol avec Bertrand Piccard).*

**(07:50) Spécialisation scientifique** / Quelle est la formation de Bastien ? *(Études de physique à l'EPFL deux ans, lui ont permis d'acquérir des bases en physique et de découvrir le monde de la recherche en astrophysique).*

Pourquoi a-t-il choisi ensuite le journalisme ? *(Les thèmes qu'il traite sont plus variés, l'exercice est beaucoup plus « large »)*

Pourquoi cette spécialisation est-elle essentielle aux yeux de Bastien ? (*Aide à comprendre un phénomène et à le ré-expliquer, vulgariser*).  
Quelles autres spécialisations existent dans le journalisme ? (*Sport, économie, politique, musique, cinéma, cuisine, télévision, voyage, etc.*)  
Quel genre de médias peuvent s'offrir ces spécialistes ? (*Les plus importants disposant de moyens importants car de tels spécialistes coûtent cher, leur formation est généralement aussi pointue que les personnes qu'ils interviewent*).

---

## Pistes pédagogiques

### Émission 3

**(02:40) Radio des élèves. Mélissa « la bonne blague »** / Quelle est la technique d'interview de Mélissa ? (*« On est là pour s'amuser, pas pour faire carrière dans le métier. Quand c'est dynamique, les gens répondent plus volontiers*).

Qu'inspire cette approche aux élèves ? Mélissa devrait-elle « imiter » les vrais journalistes et aborder cela avec professionnalisme et sérieux ou a-t-elle raison de mettre en exergue la spécificité « jeunesse » de la radio du festival ? Argumenter.

**(05:45) Attachés de presse « animateurs de troupe »** / Émilie, attachée de presse, ne s'occupe pas seulement d'accueillir, informer et orienter les journalistes. Jusqu'où les prend-elle en charge dans cette séquence ? (*Elle se charge de les distraire lorsqu'ils s'embêtent, par exemple en organisant des visites culturelles ou des activités sportives*).

Quelles peuvent être les motivations d'Émilie ? (*Suggérer aux journalistes - sans en avoir l'air - des idées de reportages valorisants pour la région, éviter que les journalistes ne se focalisent sur la météo défavorable et d'autres aspects dévalorisants pour l'image du festival dans les médias*).

Comment Émilie définit-elle elle-même cette deuxième activité ? (*« Animatrice de troupe »*).

**(06:30) « Magnéto-Rires », émission de télévision RTS** / Pourquoi l'émission TV de vidéo-gags « Magnéto-Rires » a-t-elle choisi de venir au festival de Château-d'Oex ? (*Le festival sert de décor aux présentations-lancements des séquences vidéo-gags. Ce décor change pour chaque émission*).

Quel est le rapport entre le contenu de l'émission (vidéo-gags) et le festival de ballons ? (*Aucun. Ici, le festival n'est qu'un « décor-prétexte »*).

**(07:30) Script de l'émission** / Comment s'appelle le document qui sert de fil rouge au tournage des lancements ? (*Un script*).

A quoi sert-il ? (*À noter les plateaux enregistrés, l'ordre de leur enregistrement, le nombre de prises*)

A qui servira-t-il après le tournage ? (*Au monteur/se*)

Que contient-il ? (*Les différentes séquences qui composent l'émission, distinguant les lancements enregistrés au festival et les « magnétos » ou vidéos-gags déjà enregistrés*).

**(08:40) Animatrice, textes** / Comment la présentatrice prépare-t-elle ses textes ? (*Elle ne les apprend pas par coeur. A cherché préalablement des informations sur le festival et la région mais ses présentations restent spontanées, même si elles restent liées au contenu des vidéos qu'elle a visionnées*).

---

## Pistes pédagogiques

### Émission 4

**(01:40) Salle de presse, attachés de presse** / Le temps est radieux, les ballons volent : quelle est la principale activité des attachés de presse dans cette séquence ? (*Réserver des vols en ballons pour les journalistes en négociant chaque place avec les pilotes*).

Quel est le privilège des journalistes ? (*Ils peuvent voler gratuitement alors que le public paie environ 400 CHF pour une telle prestation*).

Pourquoi le service de presse et l'organisation du festival « offrent »-ils ces vols aux professionnels des médias ? (*Leur publication assurera un*



rayonnement médiatique au festival. De plus, en altitude et au soleil, les images seront valorisantes pour l'événement).

**(02:15) Photographe officielle** / Quelle est la particularité de Julie, photographe ? (Elle est la photographe officielle du festival). Qui l'emploie ? (L'organisation du festival et l'office du tourisme de Château-d'Oex). Quelles incidences pratiques sur son travail découlent directement de son statut « officiel » ? (Julie a pour mandat de mettre en valeur la manifestation, contrairement aux journalistes qui « informent », Julie cherche à faire de jolies images qui « vendent » bien le festival. Elle s'interdira par exemple de faire des photos sous la pluie).

A qui, à quoi serviront les photos de Julie ? (Communication visuelle du festival et de l'office du tourisme – brochures, site Internet, etc. mais elles pourront aussi être utilisées librement par les journalistes qui le souhaitent, sans aucune restriction).

Quels sont les dangers pour les médias de publier des « photos officielles » ? (Elles ont été prises et sélectionnées dans le but de valoriser la manifestation. Elles ne reflètent donc pas la réalité. Unilatéralisme de l'information et des photos : les mêmes clichés peuvent être publiés par plusieurs journaux différents).

Quel est l'intérêt pour les médias de publier des photos officielles ? (Coûts moindres que d'envoyer son propre photographe)

**(03:30) Journaliste de télévision JRI** / Que signifie « JRI » ? (Journaliste Reporter Image).

Quelle est sa particularité ? (Il travaille seul et remplit trois fonctions en une : journaliste, caméraman et preneur de son).

Quelle est la formation du JRI de la RTS Jacques-André Schneider ? Vient-il de l'image ou du journalisme ? (Photographe de métier, puis caméraman une vingtaine d'années avant d'être formé au journalisme. JRI depuis 17 ans, il fut l'un des premiers de la RTS).

Quels sont les principaux inconvénients du JRI ? (La difficulté sur le terrain à tout gérer seul).

Quels sont les avantages ? (Ce travail solitaire permet des contacts différents avec les intervenants, contrairement à une équipe de télévision, soudée, qui peut faire « écran » face à un interlocuteur).

**(08:20) Attachés de presse, revue de presse** / En quoi Émilie, attachée de presse, a-t-elle participé à l'élaboration de l'article du quotidien fribourgeois La Liberté qu'elle découvre dans cette séquence ? (Elle et les autres attachés de presse ont choisi le pilote qui fait l'objet d'un portrait sur demande de la journaliste, les ont mis en contact, ont organisé le rendez-vous entre le pilote et le journal).

Que tente Émilie lorsqu'un journaliste souhaite réaliser un article négatif sur le festival ? (De l'orienter vers des angles plus positifs même si ce n'est pas évident).

---

## Pistes pédagogiques

### Émission 5

**(01:15) Dominique, photographe** / Dominique, photographe pour une agence de presse américaine, ne peut pas prendre de photos ce matin ; il neige et les ballons sont cloués au sol. Que va-t-il demander à Émilie, attachée de presse ? (Il souhaite utiliser les photos de Julie, la photographe officielle du festival).

Quelles sont les particularités de ces photos ? (Comme observé dans l'émission précédente, elles ont été prises par une photographe mandatée par l'événement. Les clichés appartiennent donc au festival et ont été sélectionnés dans le but de valoriser la manifestation).

**(01:45) Copyright, droits d'auteur** / Quelles sont les conditions d'utilisation de ces photographies officielles ? (Les photos sont libres de droit. Dominique devra uniquement mentionner le nom de Julie).

**(02:00) Associations et agences de presse /** Quelle est la particularité de Dominique ? (Photographe d'une association de presse, il ne travaille pas pour un seul journal mais pour plusieurs titres. Ce photographe indépendant propose ses photos dans le monde entier via l'association de presse à laquelle il est affilié. Il a déjà été publié en Chine, aux États-Unis, en Afrique du Sud.

Dominique va-t-il faire croire à ses clients qu'il a pris lui-même les photos de Julie ? (Non. Il mentionnera le nom de Julie).

Quelles conséquences pratiques pour Dominique ? (Il ne pourra pas facturer ces photos mais transmettra les demandes à Julie).

**Exercice pratique :** dans la presse quotidienne ou sur Internet, relever qui a pris les photos publiées ; photographe du journal ou agence /association de presse ? Quelle majorité se dégage ? Observer les avantages (coûts) et inconvénients des images d'agence (unilatéralisme de l'information).

**(03:00) Sacha, envoyé spécial d'un magazine allemand /** Quelle est la particularité de Sacha (Il est l'envoyé spécial d'un journal de référence en Allemagne, spécialisé dans le voyage).

Traitement de l'information : quelle est la différence fondamentale entre Sacha et les autres journalistes rencontrés jusque là ? (Sacha passe toute la semaine sur place).

Pourquoi ? (Dans le but de réaliser un reportage « grand angle » qui balayera différents aspects du festival et de la région. Il abordera notamment l'ambiance et le quotidien des pilotes).

Le magazine de Sacha lui « offre » le luxe de prendre le temps. Pourquoi est-ce rare ? (Cher). Quels médias peuvent s'offrir ce privilège ? (Les plus importants, qui ont les moyens de financer la semaine de leurs envoyés spéciaux et tous les frais qui en découlent – transports, hébergement, restauration, etc.).

Pourquoi certains médias choisissent-ils de dépêcher des envoyés spéciaux ? (Pour proposer à leur lectorat / audience des informations et images exclusives, contrairement aux textes et clichés d'agence – voir « Dominique » ci-dessus – qui peuvent être publiés par d'autres médias).

Quelle est la principale différence entre le travail du photographe Dominique et celui de Sacha ? (Sacha veut retranscrire la réalité, pas seulement de jolies photos de ciel bleu comme Dominique. Ainsi, il parlera aussi du temps capricieux et de l'ambiance maussade).

**Exercice pratique :** dans la presse ou sur Internet, distinguer les articles rédigés par des envoyés spéciaux, analyser la typicité des médias qui « s'offrent » ce luxe. Quelle est l'alternative aux envoyés spéciaux et correspondants permanents (agences de presse). Quelle majorité se dégage ? Pourquoi ?

**(05:00) Radio des élèves, Kaite et Cléo /** Au huitième jour du festival, quelle est la principale difficulté à laquelle sont confrontés les élèves de la radio officielle de l'événement ? (Renouveler les idées de reportages, de chroniques, d'interviews).

Pourquoi Cléo préfère-t-elle les interviews enregistrées aux interventions en direct ? (Les enregistrements laissent le droit à l'erreur, les interventions sont ensuite montées. Elle dit moins de bêtises lâchées dans le stress du direct).

A contrario, quels peuvent être les avantages du direct ? (Maîtrise du stress, exercice de synthèse, etc.)

**(08:20) Attachés de presse, communiqué de presse /** Comment s'appelle le « bilan » que Marlène, attachée de presse, rédige ? (Un communiqué de presse).

Que communique-t-il ? (Le bilan des dix jours du festival, les temps forts, les chiffres-clés, etc.)

Quelle est la particularité de ce texte ? (Rédigé par l'équipe de la communication chargée de la promotion de l'événement dans les médias, il sert avant tout à valoriser la manifestation).

Comment Marlène va-t-elle éviter d'aborder les aspects négatifs qui dévalorisent le festival, par exemple les nombreux vols annulés à cause de la météo ? (En focalisant le communiqué de presse sur des points positifs).

**(09:45) Radio des élèves, bilan /** Quelles compétences concrètes Edwin pense-t-il avoir développées en participant à cette expérience ? (*Examens oraux, il osera par exemple davantage parler en public*). Quelles autres compétences sont aiguisées dans le cadre de cette initiation très concrète aux médias ? (*Gestion du stress, expression écrite et orale, esprit de synthèse, etc.*)

---

## Pour en savoir plus

### **La Semaine des Médias**

Visionnement de toutes les éditions de la Semaine des Médias depuis 2007.

<http://www.semainedesmedias.tv/>

### **E-media**

Le portail romand de l'éducation aux médias. Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP). Tous les détails sur la 9<sup>ème</sup> Semaine des médias à l'école en Suisse romande. Une quarantaine d'activités pédagogiques pour tous les degrés scolaires :

<http://www.e-media.ch/>

### **Radiobus**

RadioBus, la webradio des écoles de Suisse Romande. Projet pédagogique coordonné par Denis Badan à l'initiative du projet « Radio Pays d'En Ô ». En partenariat avec la Haute école pédagogique du canton de Vaud HEP et la Direction générale de l'enseignement obligatoire du canton de Vaud DGEO.

<http://www.radiobus.fm/>

### **Le festival international de ballons de Château-d'Oex**

<http://www.festivaldeballons.ch/>

---

**Esther Freiburghaus**, journaliste RP, Chocolat TV Productions, mars 2012.