

<https://documentation.ac-normandie.fr/spip.php?article13>



Documentation

"Comment amener les élèves à habiter un régime intermédiaire ?" Situations d'enseignement-apprentissage



SE FORMER - RÉFLÉCHIR - DidacSIC -

Date de mise en ligne : vendredi 1er juillet 2022

Copyright © NormanDoc' - Tous droits réservés

Lire la presse aujourd'hui : usages et pratiques

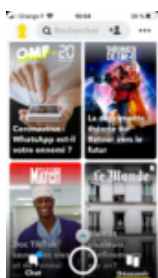
A la question posée aux élèves « lisez-vous la presse ? », peu d'entre eux répondent par l'affirmative car la représentation de l'acte de lire est encore aujourd'hui pour eux essentiellement attachée au support papier. Pourtant, l'observation de leurs pratiques montre que l'utilisation qu'ils font des réseaux sociaux numériques ancre une manière de s'informer via des titres de presse qui ont su adapter leurs contenus informationnels aux codes de ces plateformes massivement utilisées. C'est pourquoi, interroger les manières dont est reçue une information mise en forme de différentes manières est un levier essentiel pour comprendre les mécanismes mis en oeuvre par les grands éditeurs de presse qui migrent vers un régime intermédiateur.

1- Problème

Les adolescents appréhendent différemment l'information en fonction des médias utilisés (réseaux sociaux numériques, presse, télévision, livres...). Ils hiérarchisent la qualité de l'information selon les médias qu'ils utilisent et en fonction des situations dans lesquelles ils les convoquent. Par exemple, ils ont le sentiment de ne pas lire la presse sur Snapchat -Discover du fait de la présentation horizontale des médias. En effet, cette présentation a pour effets que le "genre presse" est moins facilement reconnaissable et que la ligne éditoriale est diluée (cf. le "design émotionnel" développé par Donald Norman).

La question sous-jacente qui se pose pour l'élève est de parvenir, malgré une homogénéisation des mises en forme (éditorialisation de tous les titres de presse selon la forme culturelle Snapchat), à reconnaître le "genre presse" en tant que forme culturelle et à identifier et distinguer les différents titres de presse auxquels il accède *via* cette application. La ligne éditoriale de chaque titre reste la même malgré une éditorialisation différente adaptée au support-hôte.

D'un autre côté, les médias de presse (comme *Le Monde* et *Le Figaro* par exemple) investissent les réseaux sociaux et proposent des formats adaptés. Il faut noter que cette adaptation est effectuée, de façon avérée pour *Le Monde*, par des *community managers*. Un objectif économique : capter ce public jeune. Reste à savoir s'il s'agit de les amener à lire dans la foulée la version imprimée.



Capture d'écran de la fonctionnalité Discover/Découvrir sur Snapchat

2- Objectif d'apprentissage

Comprendre que le support du média conditionne la production et la réception de l'information (dimension communicationnelle).

Les éléments constitutifs de la réflexion autour de la dimension technique et sémantique :

- l'accès au contenu (outil, coût)
- le traitement de l'information : focales particulières, degré d'approfondissement, expression d'un point de vue
- la place de l'image par rapport au texte,

À analyser :

- le nombre de caractères, la prédominance de l'image, la durée des vidéos...
- l'appareil utilisé et la lecture sur écran (smartphone VS PC VS imprimé),
- le filtrage et les algorithmes.

3- Ancrage dans les programmes et les parcours

- **Collège**

Cycle 4, ([programme EMI](#)) : Utiliser les médias et les informations de manière autonome ; Se familiariser avec les différents modes d'expression des médias en utilisant leurs canaux de diffusion.

Cycle 4, ([programme EMC](#)) : Culture du jugement (Développer les aptitudes au discernement et à la réflexion critique. ; S'informer de manière rigoureuse)

- **Lycée**

[Seconde SNT](#) : Internet, Web et Réseaux sociaux numériques

[Première spécialité HGGSP](#), thème 4 : les médias

Première STMG / [Spécialité Sciences de Gestion et Numérique](#)

Thème 1 de l'individu à l'acteur. Question : Comment un individu devient-il acteur dans une organisation ?

Thème 2 : Numérique et intelligence collective. Questions : En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ? / Comment le partage de l'information contribue-t-il à l'émergence d'une « intelligence collective » ?

[Première EMC](#) :

Axe 1 : La défiance vis-à-vis de l'information et de la science (de la critique des journalistes et des experts à la diffusion de fausses nouvelles et à la construction de prétendues « vérités » alternatives).

Axe 2 : La recherche de nouveaux liens sociaux : clubs, associations, réseaux sociaux, communautés, universités populaires, réseaux d'entraide et bénévolat.

[Terminale EMC](#) ; Axe 2 : Les conditions du débat démocratique : médias, réseaux sociaux, information, éducation, éthique de vérité.

4- Concepts

- **Concepts clés** : Média (dispositif de communication utilisant un support technique), Document, Information
- **Concepts secondaires** : Éditorialisation ; Économie de l'information ; Ligne éditoriale (lycée)

5- Tâches, ressources et modalités pédagogiques

- **Tâche 1** : à partir d'une même information traitée par deux titres de presse, comparer en groupes le traitement d'une information sur différents supports médiatiques (en version imprimée, en ligne, sur Twitter, Instagram et Snapchat-Discover)
- **Tâche 2** : mise en commun en grand groupe et approfondissements : pourquoi les médias appartenant au "genre presse" adoptent-ils le régime intermédiatique ?

Du côté des médias / systèmes d'intention médiatiques, rappeler :

- la légitimité de l'objectif économique des médias, quels qu'ils soient, et qui ont, par essence, l'objectif de capter le public.
- l'adaptation des productions médiatiques aux usages intermédiatiques des individus :
 - On passe d'un média à l'autre : on a donc besoin de plusieurs formes médiatiques pour s'informer.
 - Pour les journalistes eux-mêmes, nécessité d'occuper les différents espaces médiatiques, qui sont aussi des espaces discursifs à explorer (à voir notamment dans le cadre du Parcours Avenir : évolution des métiers du journalisme, des compétences et des fonctions liées ainsi que l'emploi de nouveaux collaborateurs comme les *Community Managers*, voire les influenceurs).
- la dissémination de la présence numérique des médias présents sur des espaces très divers (forme d'information transmédia)

Du côté des usagers-lecteurs, rappeler :

- la problématique de l'usage et de la récupération des données personnelles, à travers la captation du public comme de l'attention, et la dissémination de la présence numérique
- La problématique de la lecture-compréhension-interprétation des signes et des formes de production de l'information.

Journal de l'établissement et réseaux sociaux numériques au lycée

D'après une proposition de Cyrille Delhaye

Comment habiter le régime intermédiatique ? Peut-être en situant l'action de communication des élèves au cœur d'un dispositif qu'ils ont eux-mêmes créé et qui existe dans leur établissement : leur journal.

1- Problème

Les élèves de l'établissement prennent connaissance de l'existence du journal lycéen uniquement au moment où il est physiquement publié au format papier. Ils oublient ensuite son existence rapidement. Comment faire vivre alors le

journal lycéen en dehors de sa publication imprimée ?

2- Objectifs d'apprentissage

- Montrer comment l'information se construit à travers une pluralité de médias (dispositifs info-communicationnels)
- S'approprier par la publication les codes de communication d'un régime intermédiaire
- Découvrir le métier de *community manager* en sachant publier au nom d'une organisation

3- Ancrage dans les programmes et les parcours

- Collège

Cycle 4 ([programme EMI](#)) : Utiliser les médias et les informations de manière autonome (se familiariser avec les différents modes d'expression des médias en utilisant leurs canaux de diffusion).

Cycle 4 ([programme EMC](#)) : {{}}Acquérir et partager les valeurs de la République (Comprendre les grands principes des sociétés démocratiques : Mener une réflexion sur la place et la diversité des médias dans la vie sociale et politique)

- Lycée

[Seconde EMC](#) : Axe 1 Des libertés pour la liberté (notion : liberté de l'information)

Première HGGSP, [spécialité histoire-géographie, géopolitique et sciences politiques](#)

Thème 4 : S'informer, un regard critique sur les sources et modes de communication (travail conclusif : l'information à l'heure d'internet)

Terminale STMG, [Spécialité Ressources humaines et communication](#)

Thème 3 : Cohésion et conflit dans l'organisation (notion : dynamique de groupe)

Thème 4 : Coordination et coopération (notion : document)

Parcours avenir : Exercer / découvrir le métier de *community manager*

4- Concepts

- **Concepts clés** : Information, Document, Présence numérique, Communication des organisations, Dispositifs médiatiques
- **Concepts secondaires** : Publication, Éditorialisation, Auteur, Espace informationnel, Édition, Ligne éditoriale,

5- Tâches - ressources - modalités pédagogiques

Les tâches

- **Tâche 1 (premier temps) : « work in progress »**

Un groupe d'élèves documente le travail d'écriture du journal réalisé par leurs pairs en publiant sur les réseaux sociaux numériques de courtes publications qui illustrent au fil de l'eau la manière dont se construit de l'intérieur, le journal.

■ Ces *community managers* sont chargés de publier sur les réseaux sociaux numériques le travail en train de se faire que les élèves journalistes réalisent : choix éditoriaux en conférence de rédaction, reportages sur le terrain, techniques d'interview utilisées, choix des photos, recherche des légendes sur les dessins, formulation des titres d'articles, recherche des crédits photos, réflexion sur la maquette du journal, écriture de l'éditorial, etc. Les *community managers* devront également annoncer les grands événements qui rythment la vie du journal.

■ A charge pour les *community managers* d'adapter leurs courtes publications en fonction des plateformes qu'ils souhaitent utiliser. Par exemple, privilégier les photos et les hashtags sur Instagram, adapter au format story sur Snapchat, sous forme de thread sur Twitter, etc... Les élèves devront également adapter leurs produits de communication en fonction des réseaux qu'ils souhaitent toucher : leurs pairs pour déclencher la lecture des articles du journal ou plutôt des professionnels de l'information pour faire rayonner à l'extérieur le travail des élèves-journalistes ou bien les deux à la fois. L'acte de publier engage l'élève-auteur et le contraint à s'interroger sur la réception du message : quel public cible compte-t-il viser ? Sur quelle plateforme publier et pourquoi ? Quelle communauté souhaite-t-il toucher ? Quel impact espère-t-il ? Etc...

- **Tâche 2 (deuxième temps) : évaluation de la stratégie de communication**

Enfin les *community managers* devront évaluer leur stratégie de communication, à la fois à l'aide d'indicateurs (mesure d'audience des publications sur les plateformes) et à travers la modération des commentaires laissés sur les réseaux.

- **Tâche 3 (troisième temps : prolongements possibles)**

■ Les journalistes auront la possibilité d'accroître la visibilité de leur article en le publiant sur le site web du lycée, en plus de sa publication dans le journal papier. Les auteurs devront accomplir un travail d'éditorialisation afin d'adapter leur publication, initialement prévue au format imprimée, à la plateforme numérique (avec une prise en compte du format *responsive* pour la lecture sur smartphone notamment).

■ Les *community managers* réfléchiront à un produit de communication (« titre appât », « punchline ») destiné à annoncer la publication numérique de l'article sur les réseaux sociaux numériques pour déclencher l'acte de lire sur ceux-ci.

Les modalités pédagogiques :

- Les modalités pédagogiques sont très libres, sous forme d'ateliers avec une possibilité pour les élèves de différentes classes ou de différents niveaux de travailler ensemble.

- En début de séquence, un échange argumenté avec le professeur et/ou d'un élève expérimenté a lieu avant chaque publication. Progressivement l'étayage disparaît au profit d'une veille informationnelle du professeur et/ou d'un élève expérimenté sur les comptes utilisés par les élèves *community managers*.

Production intermédiatique sur des personnalités d'Internet et du Web au collège 4ème, 3ème, avec des prolongements possibles au lycée

D'après une proposition de Sophie Bocquet-Tourneur

Quand on demande aux élèves de citer des personnalités de l'Internet et du web, ils répondent souvent Mark Zuckerberg, Steve Jobs, et parfois Bill Gates. Leurs connaissances dans ce domaine se limitent aux personnalités des GAFAM. Pourquoi ? Pourquoi est-ce inquiétant que des adolescents, futurs citoyens, ne connaissent que des individus qui engrangent des millions de dollars en utilisant, notamment, les données personnelles ? Les adolescents, et beaucoup d'adultes, méconnaissent tout un pan de l'histoire du web et de l'Internet, cette partie réalisée par des hommes et des femmes, parfois/souvent bénévolement, pour un Internet libre et participatif où les informations circuleraient librement, où tout citoyen pourrait apporter sa pierre, ses connaissances pour un monde meilleur. Tim Berners Lee, Richard Stallman, Aaron Swartz... devraient être connus. Leurs travaux, leurs combats, leur activisme parfois, devraient figurer dans les programmes disciplinaires, en EMI, en SNT. En tant que professeur.e.s documentalistes, nous devons nous emparer de ce pan de l'histoire et de la culture de l'information afin de permettre aux élèves de devenir des citoyens éclairés, participatifs, voire activistes.

Cette séquence propose d'utiliser le régime intermédiatique afin de produire et de diffuser des portraits de ces personnages méconnus du web, personnages qui font partie pour la plupart du « Temple de la renommée de l'Internet »

1- Problèmes

- Méconnaissance de l'histoire et de la philosophie d'Internet
- Utilisation sous forme d'habitus, d'incorporation, plutôt qu'un usage réflexif critique sur sa propre pratique.

2- Objectifs d'apprentissage

Travailler sur des personnalités d'internet et du web afin :

- de permettre aux élèves de comprendre la structure, les modalités de la circulation de l'information (Flux RSS, Reddit, Wikipedia) et la liberté / libération de l'information.
- de leur montrer qu'ils peuvent être acteurs de l'évolution de l'Internet, qu'ils ont des droits, qu'ils peuvent habiter cet espace informationnel. Plus encore sera développée l'idée d'une citoyenneté active par et sur les réseaux. En effet, les internautes ont un rôle à jouer dans l'espace numérique qui est aussi, fondamentalement, un espace politique. Ainsi, il s'agit de montrer aux élèves la portée politique du choix de leurs usages numériques.

Références :

Louise Merzeau [1] : « La question qui se pose au terme de ce parcours est celle de la possibilité pour l'utilisateur d'habiter l'environnement numérique au lieu d'y reproduire seulement des habitudes. »

Manifeste de la guérilla pour le libre accès. [Guerrilla Open Access Manifesto](#) Aaron Swartz - juillet 2008 - Internet Archive

« L'information, c'est le pouvoir. Mais comme pour tout pouvoir, il y a ceux qui veulent le garder pour eux. [...] »

Nous avons besoin de récolter l'information où qu'elle soit stockée, d'en faire des copies et de la partager avec le monde. Nous devons nous emparer du domaine public et l'ajouter aux archives. Nous devons acheter des bases de données secrètes et les mettre sur le Web. Nous devons télécharger des revues scientifiques et les poster sur des réseaux de partage de fichiers. Nous devons mener le combat de la guérilla pour le libre accès.

Lorsque nous serons assez nombreux de par le monde, nous n'enverrons pas seulement un puissant message d'opposition à la privatisation de la connaissance : nous ferons en sorte que cette privatisation appartienne au passé. Serez-vous des nôtres ? »

3-Ancrage dans les programmes et les parcours

Cycle 4 ([programme EMI](#)) : Se questionner sur les enjeux démocratiques liés à la production participative d'informations et à l'information journalistique. / S'engager dans un projet de création et publication sur papier ou en ligne utile à une communauté d'utilisateurs dans ou hors de l'établissement qui respecte droit et éthique de l'information.

Cycle 4 ([programme EMC](#)) : « La culture de l'engagement favorise l'action collective, la prise de responsabilités et l'initiative. Elle développe chez l'élève le sens de la responsabilité par rapport à lui-même et par rapport aux autres, à la nation et à l'environnement (climat, biodiversité...). » cf tableau "Attendus de fin de cycle" ; « Construire une culture civique » : objets d'enseignement, notamment lanceurs d'alerte.

4- Concepts

- **Concepts clés** : Information, Document, Espace informationnel, Espace public (Habermas), Communs de la Connaissance
- **Concepts secondaires** : Liberté de l'information, Droit de l'information -Â» licence / creative commons
- **Pré-requis** : Média (dispositif de communication utilisant un support technique)

5- Tâches - ressources- modalités pédagogiques

Tâche générale : réaliser les portraits et mesurer les impacts de certaines personnalités de l'Internet.

' cf "Temple de la renommée de l'Internet" : Aaron Swartz ; Tim Berners Lee ; Jimmy Wales ; Lawrence Lessig ; Edward Snowden ; Julian Assange ; Richard Stallman ; John Perry Barlow ; Chelsea Manning

' Prolongements possibles au lycée avec la Quadrature du Net / Framasoft / April :

- avoir conscience de la présence et de l'importance d'un collectif porteur de valeurs et d'actions
- avoir conscience de la portée politique du choix de ses usages numériques

Tâche 1 : Recherche d'information sur les personnalités en utilisant différents types de médias (première prise de conscience du régime intermédiatique qui permet de réviser le concept de Média).

Remarque sur les ressources : selon les niveaux, donner ou non un corpus afin de faciliter l'approche de la personnalité étudiée.

Tâche 2 : Production de l'information : réalisation d'un portrait de personnalité en ayant recours à différents types de médias.

Chaque groupe rédige d'abord un texte sur une personnalité 'puis produit une vidéo (par exemple, de type " Brut")' puis, un podcast audio ' puis, un tweet/ insta/ snap sur les RSN

Remarque sur les modalités pédagogiques : possibilité d'échanger les portraits entre les groupes lors de la réalisation des différents types de productions de manière à favoriser la construction du lien entre les personnalités et entre les apprenants.

De Youtube au livre : une approche du régime intermédiatique au collège 4ème, 3ème

D'après une proposition de Sylvia Couvez

Amener les élèves à habiter un régime médiatique consiste à les aider à se familiariser avec la diversité des médias d'information (média au sens de dispositif de communication qui utilise un support technique, cf. Wikinotions) et à penser leur spécificité, au-delà des apparences (papier = ennuyeux mais fiable, numérique = « fun » mais rejeté par les professeurs, pour résumer grossièrement). Pour cette raison, il est intéressant de créer des situations pédagogiques qui permettent aux élèves de se confronter à la diversité documentaire du web.

Il nous semble également que le concept de régime intermédiatique peut être approché par le biais d'un concept info-documentaire essentiel : l'Évaluation de l'Information. C'est donc logiquement en combinant ces deux thématiques qu'a été conçue cette situation pédagogique, ici pensée pour des collégiens en classe de Quatrième ou de Troisième mais qui peut très facilement être adaptée pour des lycéens.

L'objectif principal est donc de s'interroger avec les élèves sur ce qui fait la fiabilité d'un document (son support ? Son auteur ? Son contenu ? Son apparence ?) mais les prolongements et les questionnements complémentaires sont nombreux (pourquoi choisir tel ou tel média ? Quelle complémentarité ? Quelle pertinence selon le contexte (scolaire-formel / personnel-non formel) ? Quel rapport affectif au média ?).

1- Problème

En situation d'évaluation de la fiabilité d'un site web lors d'une recherche, les collégiens argumentent souvent en disant « c'est fiable car ça a l'air sérieux ». Ils appliquent fréquemment, dans ce type de situation, des critères d'évaluation qui sont relativement superficiels : l'apparence, la quantité de texte, l'organisation du texte (plan, parties avec titres...). Ils utilisent fréquemment ces arguments pour Wikipédia mais aussi pour des sites personnels, des sites d'associations, des travaux scolaires... C'est bien sûr un réflexe très logique face à la difficulté d'évaluer la fiabilité d'un site web, et c'est un premier pas car c'est déjà une manière d'évaluer, même si c'est souvent trompeur. Il ne s'agit pas ici de se positionner de façon surplombante ou dépréciative face à des pratiques mais de chercher à les comprendre et de créer une situation de réflexion qui permet d'aller plus loin.

2- Objectif d'apprentissage

Permettre aux élèves, en les confrontant aux pratiques intermédiatiques d'un.e même auteur.e présent sur Youtube, de comprendre que la fiabilité est liée au contenu (information) et à l'auteur, plutôt qu'au média support de l'information et faire réfléchir par ce biais au degré de pertinence de différents critères d'évaluation (contenu VS apparence ; Média VS Auteur)

3- Ancrage dans les programmes et les parcours

SVT cycle 4 (exploitation des ressources naturelles par l'être humain) pour l'exemple proposé ici.

4- Concepts

- Concepts clés : média (dispositif de communication utilisant un support technique), évaluation de la source
- Concept secondaire : éditorialisation
- Pré-requis : auteur, Document, évaluation de l'information (pertinence, fiabilité), besoin d'information

5- Tâches - ressources -modalités pédagogiques

Séance de deux heures en classe entière (4ème ou 3ème).


Ressource : une vidéo de la chaîne Youtube « Et tout le monde s'en fout » sur le thème de l'eau
<https://www.youtube.com/watch?v=MWwJGhtsH54>

À propos du choix de la ressource :



cette vidéo permet de mener la séance avec des élèves de 4e, en collaboration avec un enseignant de SVT

(cf programme de cycle 4, l'exploitation des ressources naturelles par l'être humain, généralement traité en 4e, éventuellement en 3e).

 cette séance peut être adaptée selon le niveau avec lequel on veut la mener, la collaboration (ou non) avec un enseignant de discipline. De nombreux autres choix de vidéos de vulgarisation sont possibles. Mais afin que la réflexion fonctionne, notamment en fin de séance, il importe que l'auteur ou les auteurs de la vidéo choisie s'inscrivent dans le régime intermédiaire, en étant présent sur différents réseaux sociaux, en participant ou ayant participé à un programme télévisé ou radio, en ayant publié un ouvrage...


Quelques suggestions de chaînes à explorer : « C'est une autre histoire » de Manon Brill, « Science étonnante » de David Louape, « Science of wonder » de Sébastien Carassou et Étienne Ledolley, « Passé sauvage » de Clothilde Chamussy...

Modalités pédagogiques : activités d'observation et de réflexion, seuls, en groupe et en classe entière (démarche socio-constructiviste).

Tâches

Tâche 1 : évaluer le contenu d'une vidéo

- Regarder, en classe entière, la vidéo sur l'eau de la chaîne « Et tout le monde s'en fout »
- Faire réfléchir les élèves : « selon vous, peut-on utiliser cette vidéo pour un travail en SVT ? Peut-on avoir confiance en ce qui est affirmé ? ». La réflexion est à mener uniquement à partir de la vidéo (il n'y a pas d'autres informations sur les auteurs et sur leur chaîne Youtube). On donne un document simple conçu pour aider les élèves à organiser leur réflexion ; ils visionnent la vidéo ; les élèves peuvent échanger entre eux, comparer leurs critères d'évaluation.
- Mettre en commun (classe entière) le résultat de cette réflexion. Les élèves énoncent leurs critères d'évaluation de la fiabilité de la vidéo et les conclusions qu'ils en tirent. Le professeur documentaliste les relève dans un tableau vidéoprojeté.
On peut ensuite faire voter les élèves pour leur permettre d'exprimer leur avis sur la vidéo : fiable, pas fiable, avis non fixé.

 Questionnement : l'évaluation de la fiabilité de cette vidéo est-elle possible seulement à partir de son contenu ? Pour les élèves ? Pour le prof de SVT qui connaît bien le thème abordé dans la vidéo ? Le professeur documentaliste peut se situer également en fonction de ses connaissances sur le thème.
Réflexion sur les indices superficiels d'évaluation (vocabulaire, apparence des acteurs, décor, effets...).

Tâche 2 : Rechercher des informations sur la source

- Faire réfléchir les élèves : comment en savoir plus sur la fiabilité de cette source d'information ?

On aborde ici l'élément essentiel de la réflexion : on n'évalue pas spécifiquement l'information parce qu'elle vient de YouTube ou d'un autre média numérique mais parce l'information doit toujours être évaluée et ce, quels que soient le canal et le média de diffusion utilisés. Ainsi, une publication sous forme d'ouvrage imprimé n'est pas la garantie d'une fiabilité et/ou d'une assise scientifique, tout comme une publication via un média social n'est pas d'emblée à disqualifier. Ce qui confère ou non de la fiabilité à une information, c'est donc bien le statut de l'expertise de

l'auteur.e , le crédit qui lui est ou non accordé en tant que source. La recherche du statut de cette expertise est d'autant plus importante à envisager avec des lycéens et des étudiants en post-bac.

Les élèves vont probablement parler des "like" et "dislike", des commentaires, de la possibilité de faire des recherches sur l'auteur dans un moteur, de parcourir la page "A propos" associée à la chaîne Youtube... Ce qu'ils auront à dire ici est évidemment difficile à prévoir mais sera particulièrement intéressant (cf Anne Cordier. Et si on enseignait l'incertitude pour construire une culture de l'information ?), pourra générer de nouvelles pistes de réflexion et donner des idées de prolongement.

- Chercher sur le web des informations permettant d'évaluer les connaissances des auteurs, leur légitimité pour traiter ce sujet, leur réputation... Les élèves travaillent en binômes. On peut orienter les recherches à partir des pistes données sur la page À propos de la chaîne (<https://www.youtube.com/c/Ettoutlemondesenfout/about>), ou laisser les élèves libres de mener leur enquête.

Un document écrit sous forme de tableau peut permettre aux élèves de noter rapidement les indices collectés (+ source) dans deux colonnes : indice de fiabilité / indices de non fiabilité.

Tâche 3 : Évaluer la source et s'interroger sur le régime intermédiaire

- mettre en commun les informations collectées sur les auteurs et leur légitimité à produire des vidéos de vulgarisation

- faire voter les élèves : source fiable, pas fiable, avis non fixé.


Le professeur documentaliste et le professeur de discipline peuvent également exprimer leur avis sur le sujet, arguments à l'appui. Une discussion peut avoir lieu sur les critères d'évaluation.

L'essentiel n'est pas tant de convaincre les élèves de la fiabilité de la source que de leur avoir permis de mettre en oeuvre une stratégie d'évaluation, de se faire une idée personnelle, et d'argumenter à ce sujet, notamment en évoquant leurs doutes.

- recenser les médias (entendu ici comme dispositif de communication) créés par cette source et éventuellement repérés par les élèves lors de leur enquête

Dans le cas de « Et tout le monde s'en fout » :

-  un site web : <http://ettoutlemondesenfout.fr/>
-  une page facebook : <https://www.facebook.com/ettoutlemondesenfout/>
-  un compte Twitter : <https://twitter.com/ETLMSF>
-  un compte Instagram : <https://www.instagram.com/etlmsf/>
-  un serveur Discord pour organiser des événements en ligne et permettre des discussions
-  deux livres et un jeu : <http://ettoutlemondesenfout.fr/les-livres-et-le-jeu/>

 Faire réfléchir à cet aspect du régime intermédiaire : que permet cette multiplication des moyens d'expression ? Certains vous attirent-ils plus que d'autres ? Certains vous inspirent-ils plus confiance que d'autres ? On pourra évoquer lors de la réflexion la complémentarité de ces dispositifs, leur non concurrence, le regard différent parfois posé sur eux en matière de fiabilité (une vidéo YouTube est parfois jugée a priori moins fiable qu'un livre imprimé, par exemple).

L'environnement médiatique du joueur

D'après une proposition de Frédéric Rabat

L'univers du jeu est un contexte informationnel relativement peu exploré dans le cadre scolaire. Certains publics ont acquis hors de l'école des compétences informationnelles leur permettant de communiquer, à travers des plateformes et des dispositifs variés, au sein de communautés d'intérêt et de pratique autour du jeu. Cet ensemble de compétences a pour corollaire une dynamique informationnelle au sein de ce qu'il convient d'appeler un environnement médiatique de joueur. Compte tenu de la variété des vecteurs informationnels actifs dans cet environnement : distributeurs, testeurs, groupes, communautés, mais également de la variété des dispositifs sollicités : plateformes de diffusion vidéoludique, web social, plateformes de vidéo-diffusion, etc., cet univers illustre un régime intermédiatique de haute densité.

Notre objectif est de rendre les élèves conscients des enjeux liés à certaines de ces pratiques informelles afin de les comprendre et mieux les maîtriser. Il ne peut s'agir en aucune manière de concevoir cette approche comme une dénonciation de pratiques industrielles et commerciales. En revanche, la situation qui suit est destinée à exhausser un ensemble de problèmes et proposer quelques pistes de mise en oeuvre dans le cadre plus global d'une éducation critique aux médias et à l'information.

Remarque : la situation d'enseignement-apprentissage proposée ici est ancrée dans le contexte des jeux vidéo au sens large. Néanmoins, toutes les plateformes reposant sur des usages sociaux collaboratifs (wiki autour de séries ou personnages de fiction, fanfictions, réseau social d'écriture en ligne type Wattpad, par exemple) peuvent donner lieu à la mise en place d'une situation similaire.

1- Problèmes

- Les usagers et acteurs des plateformes du web social (vidéoludique dans le cas qui nous occupe) ont tendance à évaluer l'information à partir de critères qui privilégient l'efficacité et le design des supports (Cordier, 2017) : « The Medium is the message » (Mac Luhan). Cette sur-valorisation de l'affect, typique du web affectif (Alloing [2]), peut être problématique dans la mesure où elle obère une mise à distance critique des types d'énonciation (messages et dispositifs).
- Les usagers (en particulier les jeunes publics) méconnaissent, parfois, et négligent, souvent, les lois et les objectifs du marketing cognitif de l'industrie vidéoludique : accaparer l'attention, solliciter les affects et les mécanismes de la récompense pour rendre un public fidèle, voire captif (élément économique standard, stratégie commerciale), exploiter les données utilisateurs, traiter les données massives (BIG DATA), tirer profit des interactions au sein des communautés de joueurs (capital communautaire, Cocq, [3] 2019), etc...
- La densité et le dynamisme de ce tissu intermédiatique expérimentent ou actualisent des pratiques médiatiques plus ou moins nouvelles : les médias « traditionnels » du jeu : revues, sites dédiés, chaînes de télévision, investissent les réseaux sociaux et les plateformes de diffusion par l'intermédiaire de leurs gestionnaires de communauté (*Community managers*). La difficulté identifiée ici est de l'ordre d'un « brouillage énonciatif » rendant plus ardue la question de l'autorité des énonciateurs et des énoncés.

2- Objectifs d'apprentissage

Objectif général : identifier et caractériser les usages et les fonctions sociales des dispositifs info-communicationnels convoqués par une communauté de pratique (le jeu)

Partant d'une communauté d'intérêts (le jeu)

- Définir les raisons qui poussent une communauté d'intérêt à utiliser une diversité de dispositifs pour s'informer et communiquer (régime intermédiatique)
- Identifier les acteurs et leurs intentions à travers des situations énonciatives
- Mettre à jour des processus d'autorité (modes de reconnaissance culturelle) au sein de relations d'intermédiation (communication)

3- Ancrage dans les programmes et les parcours

Collège : Cycle 4, ([programme EMI](#)) : Utiliser les médias et les informations de manière autonome (se familiariser avec les différents modes d'expression des médias en utilisant leurs canaux de diffusion).

Lycée

[Programme d'enseignement optionnel de management et gestion de seconde générale et technologique](#) : « Évaluer et évoluer, du pilotage aux développements numériques » (ex GAFAM) ;

[Programme de sciences numériques et technologie de seconde générale et technologique](#) (réseaux sociaux numériques).

Première [EMC](#), « fondements et fragilités du monde social » ;

Première [programme de « sciences de gestion et numérique »](#) ; [programme de l'enseignement de spécialité Numérique et sciences informatiques](#) (algorithmes) ;

[BTS, gestion de la PME. Référentiel, extrait](#) : "L'évolution de l'environnement technologique de l'emploi pose également la question d'une meilleure maîtrise de la notion d'identité numérique, des enjeux et des caractéristiques numériques de l'organisation, notamment par l'utilisation des réseaux sociaux dans la communication globale, mais aussi par l'image de la PME qui y est diffusée".

4- Concepts

- **Concepts clés** : Dispositif (média), Information-communication, Source et Autorité/ Autoritativité, Communauté d'intérêt, Communauté de pratique [4].
- **Concepts secondaires** : Publication, Éditorialisation ; Économie de l'information, Présence numérique, Design des dispositifs, Écologie de l'attention, Web affectif

5- Tâches - ressources - modalités pédagogiques

Tâche générale : à partir de l'annonce de la parution prochaine d'un nouveau jeu très attendu, imaginer un scénario de publications et de communication exploitant plusieurs types de médias et une variété de modes de publications

(régime intermédiaire).

Remarque : partir d'un jeu réel dont la parution prochaine est officiellement annoncée offre l'avantage de pouvoir comparer une campagne réelle (planifiée par l'industrie du jeu et reprise par des communautés existantes) avec l'écosystème intermédiaire imaginé par les élèves.

- **Tâche 1 : Le monde du joueur ?** (niveau collège)

Objectif : définir les raisons qui poussent une communauté d'intérêt à utiliser une diversité de dispositifs pour s'informer et communiquer (régime intermédiaire)

Productions/ activités possibles : inventaire de l'univers intermédiaire du joueur, réalisation d'enquêtes à partir de témoignages volontaires de joueurs, carte mentale collaborative, débat à visée philosophique (ex. : Qu'est-ce que jouer au XXI^e siècle ? Le jeu est-il une culture ? Peut-on jouer seul ?).


Remarque : à ce stade, il sera essentiel de s'accorder sur une définition du jeu vidéo numérique afin d'éviter des errements causés par une définition trop étendue. En effet, dans une certaine mesure, il est possible de dire qu'on « joue » avec l'image de soi sur Instagram, Snapchat, par exemple.

Aussi, il nous paraît important de s'en tenir strictement à la définition du jeu vidéo compris comme « jeu réglé (par un hors-jeu) présentant un contenu homogène et stable dont les interactions sont médiatisées par un écran. » (Esquerre, 2017) [5] Cette définition présente l'intérêt de poser les difficultés conceptuelles liées à la recherche d'une définition définitive du jeu.

- **Tâche 2 : identifier et mettre à jour un ensemble stratégique de communication autour du jeu choisi.**

Quels stratégies et médias permettront de le rendre visible et définiront son actualité (et son succès !). (Niveau lycée)








Objectif : définir les raisons qui poussent une communauté d'intérêt à utiliser une diversité de dispositifs pour s'informer et communiquer (régime intermédiaire)

 Recherche d'information autour de l'actualité du jeu vidéo pour choisir collectivement un jeu dont la parution est attendue.

 En savoir plus sur les différents médias qui gravitent autour de l'univers du joueur

- Exploration libre dans un premier temps : où parle-t-on des jeux ? Qui en parle ? À qui et pourquoi/ pour quoi ?
- Puis inventaire collectif des dispositifs info-communicationnels
- Et répartition des dispositifs à explorer (attention, certaines plateformes ne seront pas accessibles à partir des établissements scolaires ; dans ce cas, l'usage du BYOD peut être encouragé).

Dispositifs à explorer :

-  Agence française du jeu vidéo (Presse autour du jeu)
-  Plateformes de distribution (exemple Twitch)
-  Plateformes de jeu (RSN spécialisés dans le jeu)(exemple Plato)
-  Médias sociaux (exemple Discord)
-  RSN comme Facebook (pages et groupes)
-  Twitter, Snapchat : relais publicitaires
-  Diffuseurs de vidéos (Youtube)

etc...







Activité possible : créer un document de collecte qui permet de recenser les modes de communication employés (captures d'écran, par exemple, en utilisant des outils libres tels que Framamemo, accessible en ligne à l'adresse : <https://framemo.org/Test>).

Dans un second temps, travail collaboratif autour de regroupements possibles afin d'identifier les stratégies multiples de communication (compétence travaillée : structuration de l'information).

- **Tâche 3 : Comment parle-t-on du jeu ?**

Objectif : Identifier les acteurs et leurs intentions à travers des situations énonciatives (analyse des modes d'expression à partir d'exemples copiés-collés)







Acteurs (pour un dispositif choisi) :

-  Producteur-diffuseur
-  Référencier des types d'informations et d'activités : commentaires, communication-publicité, tutoriels ; tests synchrones ou asynchrones
-  Animateurs de session de jeu en live sur Youtube, Twitch, etc. pour expérimenter en direct (certains expérimentateurs sont financés par des sociétés de jeu pour tester)
-  Animateur de communauté de joueurs : cf. Intermédiation (habilitante, etc.)
-  Simple joueur, follower, en recherche de solutions, etc.
-  Amateurs-influenceurs (individus qui se font les relais des plateformes et des éditeurs).

Intentions :

Activité possible : chercher les posts, stories, etc. autour d'un jeu célèbre (ex. Grand theft auto), dresser l'inventaire de la variété des expressions médiatiques.

Exemples d'expressions médiatiques :

-  Narration descriptive
-  Présentation du type de jeu (Game play)
-  Énoncé commercial, publicité
-  Énoncé expert (presse spécialisée)
-  Commentaire de fan (expressions critiques)
-  Invitation à rejoindre (gestion de communauté)

etc.

- **Tâche 4 : production de contenus destinés à promouvoir le jeu**

Répartition des types de rédaction en fonction des trouvailles réalisées lors de la tâche 3.

Chaque énoncé devra trouver son mode de publication adapté. Les dispositifs permettent en effet d'équiper une « puissance d'expression » (Chateauraynaud, 2011). Cette tâche permet de mobiliser des compétences critiques en matière de réflexivité sur ses propres pratiques de communication.

Modalités pédagogiques possibles :

- En mode collaboratif (tout le monde réalise la même tâche) : stratégies de groupes à comparer.
- En mode coopératif strict (répartition de tâches au sein du groupe de manière à atteindre l'objectif final) [6] : scinder la stratégie en sous-groupes de travaux. Les élèves pourront être amenés à endosser des rôles et ainsi, déterminer leurs intentions de publication et leurs choix éditoriaux. On pourra ici s'inspirer de jeux de plateau amenant à endosser des types de locuteurs (exemple de : « gameplay » ; jouabilité : Voxapolis).

- **Tâche 5 : analyse comparée des différentes stratégies des groupes d'élèves**

Objectif : mettre à jour des processus d'autorité (modes de reconnaissance culturelle) au sein de relations d'intermédiation (communication).

Modalité pédagogique possible : débat autour de la problématique suivante « dans quelle mesure une communauté donnée choisit-elle ses influenceurs ? »

Bilan final et lien avec le journal de l'établissement : à partir des synthèses des arguments et des propositions recueillis au fur et mesure de l'avancée des débats, rédaction d'un article publié dans le journal ou utilisation d'un autre moyen de communication.

Variante - situation problème : un groupe de concepteurs a pour projet la création d'un jeu qu'il souhaite soumettre à la communauté des joueurs. On pourra s'inspirer ici des modes de conception à l'oeuvre dans le modèle de création d'une mini-entreprise. Cette situation, plus complexe et ambitieuse, ne fera pas ici l'objet d'une description détaillée.

Quelques tâches possibles :

Pour la conception d'un jeu, proposer les étapes suivantes : 1) narration, 2) jouabilité, 3) au final : règles (sachant que celles-ci peuvent évoluer). On pourra s'inspirer des agendas suggérés par la création de mini-entreprises dans le cadre scolaire.

[1] MERZEAU Louise.(2010) « L'intelligence de l'utilisateur. » [En ligne] In : *L'utilisateur numérique*, ADBS éditions, pp.9-37,2010, *Séminaire INRIA*. [Réf du 09 janvier 2021] Disponible à l'adresse suivante : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00526527/document>

[2] ALLOING Camille, PIERRE Julien. (2017) *Le web affectif, une économie numérique des émotions*, INA, coll. Etudes et Controverses

[3] COCQ Mathieu. (2019) *Capital communautaire et organisation du travail des joueurs dans l'industrie du jeu vidéo*. [En ligne] Economies et finances. Université Paris Saclay (ComUE) [Réf du 09 janvier 2020] Disponible à l'adresse suivante : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02397503/document>

[4] {}Selon Etienne Wenger (2005), la communauté de pratique est composée d'un groupe d'individus qui négocient des éléments de référence et de langage communs, des actions coordonnées, et qui oeuvrent pour la réalisation d'un projet partagé. Tout groupe d'individus ne fait pas nécessairement communauté de pratique.

WENGER Etienne, GERVAIS Fernand (trad.) (2005) *La théorie des communautés de pratique : apprentissage, sens et identité*. Laval : Les Presses de l'Université Laval

[5] ESQUERRE Arnaud (2017) « Le jeu et le hors-jeu » [en ligne] In : *Les Temps Modernes*, 2017/5 (n° 696), pp. 101-130. [Réf du 09 janvier 2021]. Disponible à l'adresse suivante : <https://www.cairn.info/revue-les-temps-modernes-2017-5-page-101.htm>

[6] Mode coopératif strict : d'après Sylvain Connac (enseignant-chercheur en Sciences de l'Éducation)