

La démocratie face aux défis du nouveau monde informationnel et médiatique

Séminaire
21 janvier 2025



LES ACTES DU SÉMINAIRE

Conseils de rédaction aux animateur·trice·s d'ateliers

Vous avez animé un atelier lors du Séminaire « *La démocratie face aux défis du nouveau monde informationnel et médiatique* » du 21 janvier 2025 à Clermont-Ferrand. Afin de capitaliser et de mutualiser le contenu de ces ateliers, nous prévoyons l'édition d'actes du Séminaire sous forme d'articles courts. Nous vous remercions de vous prêter à l'exercice en répondant dans les cadres prévus. **Votre article ne devra pas excéder, si possible, 3 pages maximum.**

Titre et numéro de l'atelier : Culture informationnelle des jeunes et créateurs de contenu sur Internet

Nom, prénom et fonction de l'animateur·trice : Brou William, enseignant, formateur en didactique de l'Histoire-Géographie (INSPE Chamalières), Les Clonautes

1 - Présentation et objectifs de votre atelier

Décrivez la thématique, le cadre ou contexte, ainsi que les modalités et attendus de l'atelier

Dans un monde saturé d'informations, notamment à travers les réseaux sociaux, les jeunes se retrouvent face à des sources variées dont la fiabilité est souvent incertaine. Cet atelier se propose d'explorer les pratiques informationnelles des jeunes, en particulier sur des plateformes comme YouTube, Twitch, TikTok ou Instagram, et de questionner l'influence des créateurs de contenu sur la formation de leurs opinions. L'objectif est de développer chez les participants un esprit critique face aux phénomènes de désinformation, aux biais algorithmiques, et aux nouvelles formes de médiation de l'information. L'atelier alternait entre mise en situation et apports théoriques pour permettre une réflexion collective et ancrée dans des pratiques observables.

2 - Le déroulé de l'atelier

Décrivez la·les situation·s de départ proposée·s, les questionnements initiaux, la·les mise·s en activité, ce que les participants ont fait, produit, les modalités particulières d'action, etc...

Pour faire émerger les problématiques liées à la création de contenu, les participants ont été plongés dans une situation concrète à travers un jeu de rôle. Répartis en petits groupes, ils ont endossé le rôle de créateurs de contenu cherchant à se faire une place dans le milieu. Leur mission : concevoir une vidéo d'une minute sur un sujet d'actualité sensible – la mort de Jean-Marie Le Pen – à publier dès le lendemain sur une plateforme de type TikTok ou Instagram. Cet exercice s'est déroulé sous contrainte, la durée limitée de la vidéo (environ 200 mots) imposant un travail de synthèse et d'efficacité.

Dans une seconde phase, les participants ont présenté leurs pitches et analysé collectivement les contraintes auxquelles les créateurs de contenu sont confrontés lors de la production. Les questions soulevées durant cette étape ont permis de dégager des critères d'évaluation et d'analyse des productions numériques. Ces critères ont été formalisés sous la forme d'une grille de lecture, réutilisable avec leurs élèves, afin d'étudier et déconstruire les stratégies des créateurs de contenu.

La démocratie face aux défis du nouveau monde informationnel et médiatique

Séminaire
21 janvier 2025



3 - Les messages forts de l'atelier : ce qu'il faut retenir

Décrivez les idées essentielles, les points-clés à retenir à l'issue de l'atelier.

Les créateurs de contenu et les influenceurs ne sont ni des journalistes ni des experts en communication. Leur production oscille entre leurs envies personnelles, leurs ambitions et les contraintes des plateformes sur lesquelles ils s'expriment. Ils doivent composer avec des impératifs d'audience, des formats imposés, et parfois des logiques économiques qui influencent la manière dont ils traitent un sujet.

Ainsi, l'analyse critique d'une production issue de ces créateurs ne diffère pas de celle d'une œuvre culturelle ou d'une source d'information traditionnelle. Pour mieux en comprendre les mécanismes et en évaluer la pertinence, plusieurs axes de réflexion sont essentiels :

- **Le contexte** : Quels sont les enjeux qui entourent ce sujet ? Quelle est l'intention derrière cette vidéo ?
- **La structure** : Comment organiser efficacement un propos en un format court, souvent contraint par l'immédiateté et la captation rapide de l'attention ?
- **Les sources et la fiabilité** : D'où proviennent les informations relayées ? Sont-elles vérifiées ? Quels risques y a-t-il à diffuser des données erronées ?
- **La tonalité et l'éthique** : Quelle posture adopter face à un sujet sensible ? Comment équilibrer engagement personnel et objectivité ?
- **Le public visé** : Qui est la cible de la vidéo ? Comment la plateforme et les algorithmes influencent-ils sa diffusion et sa réception ?
- **L'impact** : Quels effets cherche-t-on à produire sur le spectateur ? Existe-t-il des effets secondaires ou non anticipés liés à la publication du contenu ?

L'un des enseignements majeurs de l'atelier est que chaque vidéo, même anodine en apparence, résulte d'un choix éditorial et d'un positionnement stratégique. Comprendre ces mécanismes permet non seulement d'affiner son esprit critique face aux contenus en ligne, mais aussi d'être plus conscient des enjeux qui entourent leur création et leur diffusion.

4 - Les échanges, les débats avec les participants

Décrivez les points essentiels de la discussion, les « points d'achoppement » qui ont suscité des controverses, des échanges, des prises de position argumentées, les points de vigilance, les attitudes d'esprit critique à adopter... et éventuellement les difficultés rencontrées lors de votre atelier.

Les stagiaires se sont rapidement investis dans la première phase de l'atelier, prenant plaisir à imaginer et rédiger une vidéo sur le sujet imposé. Les angles choisis ont été variés : certains ont adopté une approche journalistique pour expliquer qui était Jean-Marie Le Pen, d'autres ont opté pour un ton engagé en dénonçant son héritage politique, tandis que certains ont exploré des formats plus originaux, comme celui d'une influenceuse food proposant une recette pour "fêter" l'événement. Leurs pitches et les réflexions suscitées lors de l'écriture ont nourri les échanges de la deuxième phase. Deux thèmes ont particulièrement retenu l'attention des stagiaires :

La démocratie face aux défis du nouveau monde informationnel et médiatique

- Le financement des vidéos : Le visionnage d'une vidéo de Simon Puech a permis d'aborder les différentes sources de revenus des créateurs de contenu : sponsoring, monétisation publicitaire, financement participatif. Cette question a soulevé des débats sur l'influence du modèle économique sur le contenu éditorial.

21 janvier 2025

- L'implicite et les sous-entendus : L'exercice d'écriture a mis en lumière une difficulté majeure : garantir que le message souhaité soit bien compris par les spectateurs. Beaucoup se sont interrogés sur les risques d'interprétation erronée et sur la manière dont un propos peut être perçu différemment en fonction du contexte, du ton ou du format.

Il aurait été intéressant de prolonger l'expérience en réalisant concrètement les vidéos, le matériel étant disponible. L'exercice du tournage et du montage aurait permis de confronter les stagiaires à d'autres contraintes techniques et narratives, enrichissant ainsi encore davantage la réflexion.



5 – Pour aller plus loin...

N'hésitez à décrire tout autre point ou événement de votre atelier qui vous paraîtrait important de rapporter pour compléter un des points précédents ou présenter un item non évoqué !

Un point essentiel n'a pas pu être abordé lors de cet atelier : la question des sources et de la fiabilité des informations relayées par les influenceurs et créateurs de contenu.

En 2024, une enquête de l'UNESCO, menée en collaboration avec la Bowling Green State University aux États-Unis, a impliqué 500 influenceurs issus de 45 pays, dont 50 en France. Les résultats sont préoccupants : 62 % des créateurs interrogés ont admis ne pas vérifier la véracité des contenus qu'ils partagent. Pire encore, 42 % d'entre eux considèrent le nombre de "likes" et de "partages" comme un indicateur de fiabilité.

Au-delà du simple constat, cette enquête met en lumière la responsabilité des créateurs de contenu. Leur audience leur fait confiance, et ils ont un rôle à jouer dans la diffusion d'informations fiables. Conscient de cet enjeu, l'UNESCO a lancé le premier programme de formation mondial destiné aux créateurs de contenu, afin de les aider à devenir des "voix de confiance en ligne".

6 – La bibliographie/sitographie

Proposez la bibliographie qui vous semble intéressante à consulter à l'issue de votre atelier : livres, articles, sites internet, vidéos...

- [JOURNALISTE-INFLUENCEUR : Moins de média, plus de service ?](#), meta-media #23, 2024

- « [Podcast - Streaming, réseaux sociaux... A-t-on perdu notre capacité d'attention?](#) », 17 septembre 2024.

- La vidéo de Simon Puech sur les influenceurs et les collaborations commerciales : « [J'ai fait vendre du Poison à des Influenceurs](#) », 2024

- Ministère de l'Economie et des Finances, [Guide de bonne conduite Influenceurs et créateurs de contenus](#), juin 2023

- Marguerite Pometko, [Les réseaux sociaux nous enferment-ils dans nos bulles ?](#), 2022

Sur l'étude de l'UNESCO :

- L'étude : [Behind the Screens](#), 2024 .

- Une lecture par Salomé Saqué : « [Deux créateurs de contenu sur trois ne vérifient pas les informations qu'ils partagent](#) », selon l'UNESCO, 2024