

# ÉMOUVOIR POUR INFORMER,

# C'EST TOUTE UNE HISTOIRE ...

Raconter l'information  
pour faire le buzz sur  
les réseaux

## Notions / vocabulaire

Information  
Émotions de base  
Storytelling = communication narrative  
Taux d'engagement

## Cadre

Disciplines : Documentation / Français  
Niveau : 5e  
Lieu : Salle info  
Outil : Woodlap

## Compétences EMI

- EMI Programme cycle 4 : Découvrir des représentations du monde véhiculées par les médias
- CRCN : Relayer *les informations* des autres en contexte de communication publique en apportant un regard critique sur la nature du contenu (avec des plateformes de partage, des réseaux sociaux, des blogs, des espaces de forum et de commentaires, de système de gestion de contenu CMS...).

## Objectifs

En partant de ses représentations, l'élève est capable, en fin de séquence de :

Comprendre que l'information peut être scénarisée pour être communiquée  
Distinguer ce qui relève de l'information et ce qui relève de son traitement (montage)  
Comprendre que les journalistes peuvent faire appel à l'émotion pour capter l'attention du public  
Comprendre que le montage s'adresse à l'affectif et provoque des réactions

## Corpus

## Médias visionnés

[Loopsider on Twitter: "Il avait été sauvé des flammes par une Australienne, le petit koala Lewis est mort..."](#)

[Brut nature FR@brutnaturefr Son sauvetage avait ému le monde entier. Le koala Lewis a finalement dû être euthanasié. Voilà toute l'histoire...](#)

# ÉMOUVOIR POUR INFORMER, C'EST TOUTE UNE HISTOIRE ...

Raconter l'information  
pour faire le buzz sur  
les réseaux

10 min

## Mobilisation des élèves

Présenter le thème de la séquence : l'influence d'internet et plus particulièrement des réseaux sociaux sur le traitement de l'information. Interroger les élèves. *Comment vous informez-vous? Utilisez-vous internet / les réseaux sociaux pour vous informer?*

15 min

## Comment présenter l'information pour qu'elle soit communiquée sur les RS ?

Expliciter la problématique : comment présenter l'information pour qu'elle soit lue, vue, comprise, sur un téléphone mobile, dans un contexte de nomadisme accru.

### Le format

Partir dans un premier temps des représentations des élèves, puis projeter une vidéo de Loopsider concernant la mort du koala Lewis :  
Loopsider on Twitter: "Il avait été sauvé des flammes par une Australienne, le petit koala Lewis est mort... "

Une synthèse collective est effectuée. Les caractéristiques du média sont listées au tableau

Réponses attendues : Images /vidéo; son; texte; format vertical; court

Revenir au contenu et demander aux élèves de verbaliser en quelques phrases l'histoire racontée dans la vidéo.

### La narration

Questionner la classe : *Quels sont les ingrédients pour raconter une bonne histoire?*

Construire, avec les élèves, une grille d'analyse afin de révéler la scénarisation de l'information. Les réponses des élèves sont présentées dans un tableau listant les éléments relatifs à la narration :

Réponses attendues : Héros, personnages, élément perturbateur, suspens, action, dénouement...

Présenter l'activité, à effectuer en binôme. Retrouve-t-on ces éléments dans la vidéo?  
Mise en commun. Points communs et divergences avec une fiction.

Rappeler la règle de la pyramide inversée, technique journalistique qui consiste à donner en premier les informations les plus importantes pour capter et renseigner le public, puis celles qui sont moins essentielles. Faire réfléchir les élèves à l'angle choisi par le journaliste : mort d'1 koala vs 350 : Lewis symbole des koalas victimes des incendies

25 min

5 min

## Conclusion

Les élèves répondent à la problématique *comment présenter l'information pour qu'elle soit communiquée sur les Réseaux?* Dans le but de communiquer, les journalistes utilisent un format hybride, entre le reportage vidéo et la story, adapté à la lecture sur téléphone mobile. Ils emploient la forme narrative et sont amenés à scénariser les informations. Définir la notion de storytelling (Mise en récit / Communication narrative)

# ÉMOUVOIR POUR INFORMER, C'EST TOUTE UNE HISTOIRE ...

Raconter l'information  
pour faire le buzz sur  
les réseaux

5 min

## Mobilisation des élèves

Réinvestir la séance précédente en demandant à un élève de rappeler les codes de présentation de l'information sur les RS.

15 min

## Comment les journalistes peuvent-ils faire le buzz et susciter l'engagement ?

Expliciter la problématique en définissant le mot engagement. Il s'agit ici d'interagir, de visionner, liker, partager, commenter une vidéo. Recueillir les propositions des élèves.

## Faire prendre conscience aux élèves qu'un reportage peut être vecteur d'émotion

Projeter une vidéo de Brut Nature sur la mort du koala Lewis, sujet étudié précédemment

<https://twitter.com/brutnaturefr/status/1199317618643152897?cn=ZmxleGlibGVfcmVjc18y&refsrc=email>

Demander aux élèves, à chaud, un mot, un commentaire, une émotion... suite à la projection. Les réactions des élèves sont recueillies dans Wooclap, un outil interactif qui permet, à l'aide d'une question ouverte de rassembler les remarques des élèves.

Une analyse collective en est faite. Relever le nombre de mots qui désignent une émotion.

## Activité : pourquoi les émotions ont-elles une place aussi importante ?

Par groupe de deux, les élèves sont invités à relever, dans la vidéo, ce qui peut les provoquer.

Synthèse collective. Chaque groupe présente le résultat de ses observations. L'enseignant.e dispose les réponses des élèves en deux colonnes : ce qui relève de l'information dans la première, ce qui relève du montage dans la seconde. On demandera aux élèves d'expliquer ce choix.

Les propositions sont commentées. Faire des arrêts sur image pour permettre aux élèves de distinguer différents plans. Évoquer également l'importance du son dans la séquence.

15 min

## Comparer l'audience des deux vidéos étudiées

Comparer le nombre de vues, (2300 vs 248 000), de retweet (42 vs 4600) et de likes (48 vs 6300) dans les deux vidéos étudiées (Loopsider vs Brut).  
*Comment expliquer une telle différence?* Demander aux élèves quelle vidéo ils préfèrent et pourquoi.

Aborder ici les questions de l'audience, de l'économie de l'attention, ainsi que l'intention : informer, certes, mais aussi sensibiliser, alerter le public.

10 min

## Conclusion

Interroger les élèves : Émouvoir pour informer, qu'est-ce que ça change?

Une synthèse collective est effectuée. Que retenir de cette séance ? L'émotion, un moyen pour provoquer des réactions sur le public, qui va au delà du partage.

Faire preuve d'esprit critique et bien distinguer, lorsqu'on regarde une vidéo, ce qui relève de l'information et ce qui relève de son traitement. Comprendre que le montage s'adresse à l'affectif et provoque des réactions.

10 min