

COMPRENDRE CE QU'EST L'INFODIVERTISSEMENT AU LYCÉE

Tous les supports intégrés à cette fiche sont disponibles sur le site du CLEMI

Niveaux de classe :
2^{de} professionnelle
et 1^{re} CAP.

Durée : 1 heure.

Objectifs

- Comparer le traitement de l'information et le genre de l'interview dans des émissions d'infodivertissement et des émissions d'information.
- Identifier les caractéristiques de l'infodivertissement.

Entrées programmes

■ Français, CAP

S'informer, informer, communiquer.

■ Français, 2^{de} pro

S'informer, informer : les circuits de l'information.

L'enseignant demande aux élèves de citer des émissions d'information diffusées à la télévision. Peuvent être évoqués pêle-mêle journaux, documentaires, talk-shows... Le traitement de l'information étant différent dans ces formats, l'enseignant annonce l'objectif de la séance : comparer des émissions d'infodivertissement (ici « Quotidien », souvent cité par les élèves) et des émissions d'information, afin d'identifier les caractéristiques de l'infodivertissement.

Dans un premier temps, l'enseignant amène les élèves à analyser comment est traitée une information : Taylor Swift annonce sur Instagram soutenir Kamala Harris pour les élections présidentielles américaines de novembre 2024. La fiche élève n° 1 est distribuée et la classe divisée en deux : la première moitié de la classe s'intéresse aux informations données et l'autre moitié à la forme de cette information. L'enseignant diffuse en classe un extrait de « Quotidien » du 11/09/2024, puis un extrait du journal de France 24 du 12/09/2024 (jusqu'à 4 min 40 s). Les élèves complètent la fiche. Lors de la mise en commun, l'enseignant fait émerger l'idée que, dans les deux cas, plusieurs informations sont délivrées : la photo de Taylor Swift et la signature « femme à chat sans enfants » sont expliquées, la réaction d'Elon Musk, propriétaire de X/ex-Twitter, est mentionnée et la question de l'influence qu'un tel post peut avoir sur le scrutin est posée. Mais si « Quotidien » avance un seul élément d'information (un sondage), France 24 va plus loin : des incrustations chiffrées invitent à mesurer l'impact des déclarations de la chanteuse et la journaliste cite une étude du *Journal of Political Marketing*. Sur la forme, le niveau de langage, parfois familier dans « Quotidien » (« Donald Trump a le seum »), est plutôt soutenu sur France 24 ; un montage d'émissions avec musique démarre la séquence du journaliste et chroniqueur de « Quotidien » Julien Bellver tandis que le journal de France 24 est très sobre. On peut comparer aussi les incrustations colorées de « Quotidien » avec le nom de la chanteuse aux incrustations chiffrées et purement informatives de France 24. Les élèves complètent enfin la dernière ligne du tableau sur les réactions : les rires du public dans « Quotidien ».

Dans un second temps, la classe travaille sur le genre de l'interview, en comparant deux interviews de Jean-Pierre Farandou, PDG de la SNCF : celle menée par le journaliste et animateur Yann Barthès dans « Quotidien » sur TMC (29/04/2021) et celle menée par la journaliste et animatrice Apolline de Malherbe dans « Face à face » sur RMC (29/03/2024).



Les élèves sont amenés à définir ce qu'est une interview (un échange de questions et de réponses afin d'obtenir des informations) et observent, grâce à la fiche élève n° 2, le dispositif du plateau : dans « Quotidien », un circuit de train est posé sur la table arrondie qui met sur le même plan chroniqueurs et invités. Dans « Face à face », l'interviewé et l'intervieweuse sont en position frontale et l'écran, parfois scindé en deux parties, permet de voir le champ et le contrechamp. Ensuite, sont diffusés le début de l'interview de « Quotidien » (du début à 1 min 56 s) et de celle de « Face à face » (du début à 46 s) : les deux journalistes introduisent leur invité en indiquant que tous les Français prennent le train (et donc que l'interview concerne tout le monde), mais la présentation de « Quotidien » est plus axée sur l'invité, PDG de l'entreprise, celle de « Face à face » plus anglée sur l'entreprise qu'il représente. Enfin, l'enseignant amène les élèves à s'intéresser à la façon dont le PDG est interrogé sur un même sujet (le prix des billets de train) : alors qu'il a peu de contradiction sur TMC (de 7 min 07 s à 8 min 34 s), la critique est plus présente sur RMC (de 3 min 06 s à 4 min 30 s). L'enjeu n'est pas de privilégier une interview au détriment de l'autre, mais bien de montrer que ces interviews ne répondent pas aux mêmes objectifs et que la ligne éditoriale des deux émissions est différente.

L'enseignant clôt la séance en demandant aux élèves ce qu'ils préfèrent comme type d'émission ; ils doivent justifier leur réponse. Leurs points de vue font ainsi émerger les avantages et les inconvénients de l'infodivertissement : si les informations sont moins nombreuses, la forme moins sérieuse et si certaines séquences semblent plus anecdotiques que dans une émission d'information traditionnelle, on peut réfléchir aussi au fait que le ton plaisant rend l'information plus accessible au grand public.

Maud Moussy, formatrice CLEMI
et Sébastien Rochat,
responsable du pôle Studio du CLEMI