

13<sup>e</sup> Semaine des médias à l'école - Fiche pédagogique

# BuzzFeed – L'information en se divertissant ?



**Public concerné :** 14-20 ans

**Lien avec le PER :**

**FG 31 MITIC** "Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations..."

**Temps nécessaire :**

1-2 périodes

**Matériel nécessaire :** connexion Internet, beamer, ou, à défaut, photocopies de la fiche de captures d'écran du site BuzzFeed (exemples en annexe)

**Mots-clés :** journalisme LOL, "infotainment" (info-divertissement), site Internet, contributeurs, sources, listes

**La référence :** le site [www.buzzfeed.com/?country=fr](http://www.buzzfeed.com/?country=fr)

## Résumé

"12 photos des derniers repas de condamnés à mort"... "17 choses qui se produisent après un coup d'un soir", "26 personnes qui sont de bien plus mauvais parents que vous"...

Le site de divertissement et "d'actualités sociales" BuzzFeed publie chaque jour de nouvelles listes de ce type, proposant essentiellement des images et vidéos. D'autres sujets sont issus de la rédaction new yorkaise ou de l'agrégation de contenus provenant des réseaux sociaux.

Fondé en 2006, implanté dans neuf pays au moins, BuzzFeed grandit rapidement. Il revendiquait en mai 2015 200 millions de visiteurs uniques par mois (dont 50 millions hors Etats-Unis). C'est

bien plus que n'importe quel média d'information, et ce sont en majorité des jeunes (pour moitié des 18-34 ans). Depuis novembre 2013, on accède à une version partiellement francophone du site.

Fondateur et directeur de BuzzFeed, Jonah Peretti affiche l'ambition de devenir un nouveau média de référence pour l'information. Il a engagé un rédacteur-en-chef prestigieux et développe le traitement de l'actualité sous forme de textes courts avec de nombreuses illustrations (seulement dans la version anglophone pour le moment).

Enjeu : l'information de demain passe-t-elle par des traitements courts et ludiques ?

## Objectifs

- Réfléchir au rapport entre information et divertissement dans les médias en général (quelle différence ? quelle complémentarité ?)
- Porter un regard critique sur un site d'info-divertissement spécifique. Analyser les rubriques spécifiques et la recette des contenus diffusés

- Déterminer l'origine (traçabilité de l'information) et les intentions d'un message
- Comprendre ce qui détermine l'importance et l'actualité d'une information, mais aussi sa fiabilité, en fonction de sa source

## Étapes suggérées

### Les listes

Distribuer aux élèves ou leur faire ouvrir sur Internet une liste que vous avez choisie pour ses vertus "instructives". Par exemple : "21 réalités dures à accepter".

<http://www.BuzzFeed.com/aweso-mer/21-realites-dures-accepter>

Laisser les élèves parcourir la liste. Demander ce qui les frappe, ce qui leur plaît. Puis poser quelques questions plus ciblées.

Qui a choisi ces images (et ces 21 "réalités") ?

*L'auteur de la liste est indiqué en haut à gauche. A-t-il fait son choix (et choisi ces "réalités") seul ? (Est-ce que ce sont des réalités ? Une image suffit-elle à établir une "réalité" ?)*

*Rien sur cette page n'indique comment est fait le choix dans la liste. En fonction des images, parce qu'elles sont amusantes ? Repérer les sources des images (en petit à gauche sous chaque image)...*

Ces informations sont-elles utiles ? Est-ce de l'information ou du divertissement ? Quelle est la différence entre les deux ? Cette différence est-elle claire ?

*Une différence capitale est la **hiérarchisation de l'information**. Il est légitime que du divertissement soit adapté aux goûts des consommateurs. L'information, en principe, est déterminée par d'autres critères, comme son **impact social** ou son **intérêt public**. Une information peut être indispensable alors*

*qu'elle déplaît.*

*Par nécessité commerciale, on voit déjà des médias dits traditionnels adapter leurs contenus informatifs aux goûts de leurs consommateurs (news "people", sensationnalisme). Avec des sites comme BuzzFeed, ce qui plaît au public sera-t-il le critère dominant de choix des informations à l'avenir ?*

*Eventuellement : voir sur la version anglophone le choix des informations (pour y arriver : en haut à droite de la page d'accueil, remplacer FRANCE par US EDITION, puis entrer dans NEWS en haut à gauche). Sujet de discussion possible : pourquoi ces informations ne sont-elles pas traduites pour la version francophone ? On observera au passage que le site n'est pas très explicite pour ses usagers francophones, avec un seul paragraphe de présentation en anglais.*

Si les élèves ont accès à la page d'accueil de BuzzFeed sur un ordinateur ou sur leur téléphone portable, leur proposer de choisir leur liste préférée. Puis comparer leurs choix.

*75% des visiteurs de BuzzFeed y parviennent depuis des réseaux sociaux ; 75% des visiteurs y cherchent des informations qu'ils pourront partager sur leurs réseaux sociaux (chiffres cités dans "une étude interne", sans plus de précisions).*

*Qu'a-t-on envie de partager ? Pourquoi ? A-t-on d'autres critères de choix si on cherche seulement pour soi ?*

## Comprendre BuzzFeed

Ouvrir ou montrer la page d'accueil du site BuzzFeed. Ouvrir la discussion. Qui connaît ce site ? Qu'en pensent les élèves qui le consultent ? Qu'est-ce qui attire leur attention ? Pourquoi ?

Mettre d'abord en évidence les deux entrées proposées :

NEWS : [les informations](#)  
BUZZ : [ce qui fait le buzz](#)

Demander aux élèves quelle distinction ils font entre les deux. Les laisser d'abord s'exprimer sans jugement. Puis introduire la notion de hiérarchie de l'information ([une nouvelle peut être très importante, sans pour autant faire le buzz ; à l'inverse, un buzz planétaire peut être divertissant mais n'avoir aucun intérêt public, aucun impact social](#)).

S'intéresser aux pastilles de couleur jaune qui annoncent les **rubriques du site**. Sont-elles explicites pour des plus de 30 ans ? Comment les élèves les traduisent-ils eux-mêmes ? Quel genre d'information s'attend-on à trouver dans chaque rubrique ?



LOL : de l'anglais "Laugh outloud" (de la bonne rigolade)

WIN : des trucs gagnants, des trucs qui font mouche, de l'info positive ?

OMG : de l'anglais "Oh my God !", de l'insolite, des trucs à peine croyables

CUTE : de l'anglais "mignon", des chatons et autres images pour s'attendrir

FAIL : de l'anglais "échec", donc des ratés retentissants, des râteaux que se sont pris les autres (stars, politiciens ou anonymes),

alimentant la "Schadenfreude"...

WTF : de l'anglais "what the fuck ?..." ("qu'est-ce qu'on en a à foutre ?") : des informations insolites ou carrément barrées, dont aucun média sérieux ne voudrait a priori...

Puis orienter la discussion sur la nature et la provenance des contenus. Y a-t-il des informations qu'on trouverait dans la presse suisse ? Au téléjournal ? Est-ce de l'actualité ? Les élèves savent-ils comment chercher la provenance des informations publiées sur BuzzFeed ?

### Choisir un article spécifique.

Par exemple, "25 tentatives de drague pourries" :

<http://www.BuzzFeed.com/laurene/daycard/25-tentatives-de-drague-pourries>

Interroger les élèves : qui est l'auteur de cette contribution ? Que veut dire "contributor" ? Est-ce un(e) journaliste ? Si son nom est francophone, qu'est-ce que ça signifie ? (*BuzzFeed avait engagé un dispositif ultra-léger pour le lancement de sa version francophone, en novembre 2013 : une journaliste à Paris, une autre à New York*).

Y a-t-il des indications sur l'origine des images montrées ? Est-ce que ça inspire confiance ?

(Pour les 25 tentatives de drague pourries, l'auteur Laurene Dracyad dit seulement ceci : "La plupart de ces SMS ont été trouvés [ici](#), [ici](#), [ici](#), ou encore, sur [Paye ta shneck](#)." Est-ce précis ?)

**Discussion** : BuzzFeed est-il un site d'information ?

Si la classe est connectée, montrer la différence entre la version francophone et la version anglophone. (*Pour y arriver : en haut à droite de la page d'accueil, remplacer FRANCE par US EDITION, puis entrer dans NEWS en haut à gauche*).

Dans un [article](#) de son édition des 8-9 février 2015, le quotidien "Le Monde" nous apprenait qu'une nouvelle rédactrice en chef, Cécile Deshedin (27 ans), allait entrer en fonction le 24 février 2015. Elle était chargée de recruter trois personnes (des "viral news reporters" qui "prennent le web comme terrain") pour porter l'effectif de l'équipe à six personnes. La version anglophone mérite-t-elle davantage d'être qualifiée de site d'information ?

Dans [une interview vidéo](#) du "Monde" du 4 mai 2015, la rédactrice en chef revendait une part "d'expérimentation" et énonçait ainsi l'ambition du site : "On essaie d'écrire de façon pédagogique et pas condescendante". Faut-il y voir un reproche adressé aux médias traditionnels ? Débattre !

[Le fondateur de BuzzFeed, Jonah Peretti, a de hautes ambitions \(ou le sens de la provocation ?\). Voici ce qu'il disait dans un message publié sur le site le 4 septembre 2013 \(en anglais\) :](#)

*"Le monde a besoin de producteurs de contenus durables, rentables et dynamiques, dotés de professionnels dévoués. En particulier des contenus pour les*

*gens qui ont grandi avec le web, et dont les intérêts pour le divertissement et l'actualité sont largement négligés par la télévision et les journaux. C'est pourquoi BuzzFeed a un rôle majeur à jouer dans les années à venir en produisant de l'excellent journalisme et du divertissement incontournable. Nous avons le potentiel d'être une entreprise de référence, le même rôle qu'ont joué les médias traditionnels il y a plusieurs décennies."*

Si la classe est connectée, montrer la différence avec le site Romandie.com, composé de dépêches d'agences.

<http://www.romandie.com/news/>  
Discuter des différences. Quel site inspire davantage confiance ? Pourquoi ? Profiter d'évoquer le rôle des agences de presse, qui nourrissent les médias abonnés d'informations aussi objectives que possible, citant toujours leurs sources. Qui connaît l'ATS ? (Voir la fiche pédagogique e-media "[Comment fonctionne une agence de presse ? L'exemple de l'ats](#)").  
L'Agence télégraphique suisse : siège à Berne, environ 175.000 dépêches en trois langues par an. L'AFP = Agence France-Presse. La moitié environ des articles publiés dans le quotidien 20 Minutes sont des dépêches d'agence - qui l'a remarqué ?)

---

## Pour aller plus loin

Une bonne description de BuzzFeed sur le site du Nouvel Observateur :

<http://tempsreel.nouvelobs.com/vu-sur-le-web/20131015.OBS1173/5-infos-sur-buzzfeed-que-vous-ignoriez-peut-etre.html>

Sur son blog, le "social media editor" du journal *Le Monde* voit aussi des vertus à BuzzFeed :

<http://rezonances.blog.lemonde.fr/2013/11/08/pourquoi-certaines-recettes-de-BuzzFeed-sont-aussi-bonnes-a-prendre/>

"L'article faux qui a rapporté 1,4 million de visites à BuzzFeed", à lire sur slate.fr :

<http://www.slate.fr/story/80751/article-faux-BuzzFeed>

"Buzzfeed promet plus d'info, moins de LOL". Article du "Monde" des 8-9 février 2015 :

[http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/02/07/buzzfeed-promet-plus-d-info-moins-de-lol\\_4571944\\_3236.html?xtmc=buzzfeed\\_promet\\_plus\\_d\\_info&xtcr=1](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/02/07/buzzfeed-promet-plus-d-info-moins-de-lol_4571944_3236.html?xtmc=buzzfeed_promet_plus_d_info&xtcr=1)

"Chez BuzzFeed, il y a une grosse philosophie de l'expérimentation", interview vidéo (6min40) avec la rédactrice en chef France Cécile Deshesdin, 4 mai 2015 :

[http://www.lemonde.fr/videos/video/2015/05/04/l-interview-numerique-chez-buzzfeed-il-y-a-une-grosse-philosophie-de-l-experimentation\\_4627017\\_1669088.html?xtmc=dehesdin&xtcr=2](http://www.lemonde.fr/videos/video/2015/05/04/l-interview-numerique-chez-buzzfeed-il-y-a-une-grosse-philosophie-de-l-experimentation_4627017_1669088.html?xtmc=dehesdin&xtcr=2)

Autres sites de buzz français :

Melty : <http://www.melty.fr/>

Minutebuzz : <http://www.minutebuzz.com/>

---

**Alain Maillard**, journaliste, responsable du magazine EDITO, février 2014. Actualisation par Christian Georges (collaborateur scientifique CIIP), novembre 2015.

# Annexes

Page d'accueil du site BuzzFeed le 19 février 2014



"12 photos des derniers repas de condamnés à mort"

1,078,568 3.2X  
TOTAL VIEWS SOCIAL LIFT

## 12 Pictures Of Death Row Prisoners' Last Meals

Photographer [Henry Hargreaves](#) re-created them for his series *No Seconds*.  
posted on February 18, 2014 at 5:54am EST

**Alan White**  
BuzzFeed Staff

[Follow @ajwhite](#)

Share 6K
 Like 25k
 Tweet 890
 Email
 Pin it
 Partager

**1. Henry tells BuzzFeed: "When I first came across all the requests, I found it to be such a fascinating insight into the minds of these soon-to-be executed individuals."**



**Teresa Lewis**

- 41 yrs
- Virginia
- Murder, Conspiracy and Robbery
- Lethal injection
- Fried chicken
- Peas with butter
- Apple pie
- Dr Pepper

Henry Hargreaves / Via [henryhargreaves.com](#)



## Fries

McDonald's Ad  
Circa 1996

Commercial Reality

0:41 / 1:42 YouTube