



Cette année le Prix Farniente a 20 ans, et fait peau neuve à cette occasion ! Pour sa version 2.0, le jeu se modernise et passera désormais en partie via Instagram. Chaque équipe participante devra donc avoir un compte Instagram spécialement créé pour le Prix, et lui donnera accès à certaines informations et phases du jeu. Voici donc quelques explications quant à l'utilisation de ce réseau social !

## LE CÔTÉ TECHNIQUE

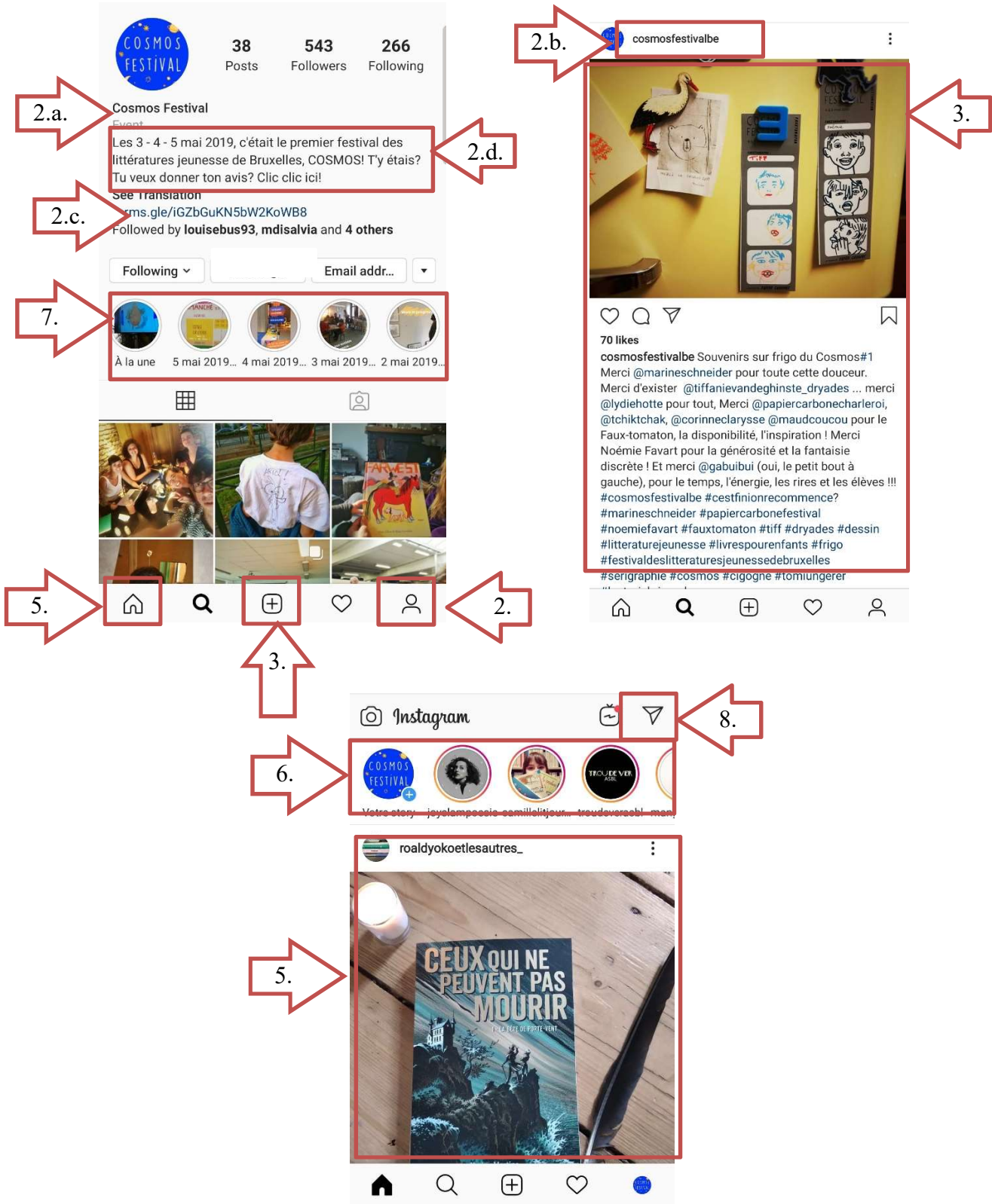
### Lexique

1. Instagram : Réseau social principalement basé sur le partage de photos et de vidéos, accessible sur ordinateur et sur smartphone. Plus d'un milliard d'utilisateur·trice·s dans le monde.
2. Compte/Profil :
  - a. Nom : Pseudo ou nom complet qui apparaît sur votre profil. Liberté complète dans le choix de celui-ci, et modifiable en tout temps.
  - b. Nom d'utilisateur (@) : Nom unique grâce auquel on peut vous retrouver, vous suivre, vous interpeller, vous contacter. Pas de majuscules, d'espaces ni de caractères spéciaux autorisés. Non-modifiable.
  - c. Site web : URL cliquable qui s'affiche sur votre profil. Les URLs ne sont généralement pas cliquables ailleurs, c'est-à-dire ni dans les posts ni dans les commentaires.
  - d. Bio : Courte description de qui vous êtes.
3. Post : Désigne les publications (texte et/ou image) postées sur les réseaux sociaux.
4. Hastag (#) : Précède des mots-clés liés au contenu des publications. Outil de recherche et de visibilité.
5. Fil d'actualité (cliquez sur la petite maison) : Page sur laquelle défile le contenu publié récemment par les autres utilisateur·trice·s d'Instagram auquel·le·s vous êtes abonné·e.
6. Story : Publication éphémère accessible uniquement pendant 24h.
7. Stories à la une : Compilation de stories accessibles en permanence depuis les profils des utilisateur·trice·s.
8. Messagerie instantanée (DM) : Direct Message, service de discussion privé.

*Consulter les captures d'écran légendées page suivante*

## Visite guidée

Exemple de profil : Cosmos Festival



**2.a.** Profile picture of Cosmos Festival

**2.b.** Username: cosmosfestivalbe

**2.c.** Profile bio: Les 3 - 4 - 5 mai 2019, c'était le premier festival des littératures jeunesse de Bruxelles, COSMOS! T'y étais? Tu veux donner ton avis? Clic clic ici!

**2.d.** Post caption: Les 3 - 4 - 5 mai 2019, c'était le premier festival des littératures jeunesse de Bruxelles, COSMOS! T'y étais? Tu veux donner ton avis? Clic clic ici!

**3.** Post image: Souvenirs sur frigo du Cosmos#1

**3.** Post caption: 70 likes  
cosmosfestivalbe Souvenirs sur frigo du Cosmos#1  
Merci @marineschneider pour toute cette douceur. Merci d'exister @tiffanievandeghinste\_dryades ... merci @lydiehotte pour tout, Merci @papiercarbonecharleroi, @tchiktchak, @corinneclarysse @maudcoucou pour le Faux-tomaton, la disponibilité, l'inspiration ! Merci Noémie Favart pour la générosité et la fantaisie discrète ! Et merci @gabuibui (oui, le petit bout à gauche), pour le temps, l'énergie, les rires et les élèves !!!  
#cosmosfestivalbe #cestfinionrecommence? #marineschneider #papiercarbonefestival #noemiefavart #fauxtomaton #tiff #dryades #dessin #litteraturejeunesse #livrespourenfants #frigo #festivaldeslitteraturesjeunessedebuxelles #serigraphie #cosmos #cigogne #tomungerer

**4.** Grid of posts

**5.** Home icon

**5.** Search icon

**5.** Post icon (+)

**5.** Heart icon

**5.** Profile icon

**6.** Story highlights

**7.** Carousel of posts

**8.** Direct messages icon

**5.** Post image: CEUX QUI NE PEUVENT PAS MOURIR



## L'inscription

Pour s'inscrire sur Instagram, il suffit d'avoir une adresse e-mail. Si vous avez déjà un compte, pas de problème, il est possible de gérer plusieurs comptes depuis un même smartphone. Cependant, Instagram ne permet pas de créer plusieurs comptes à partir d'une seule et même adresse e-mail. C'est pourquoi nous vous proposons de créer une adresse e-mail par compte/équipe, qui ne servira que pour le Prix Farniente. Pour plus de facilité et de transparence, nous vous proposons que toutes les équipes choisissent un mot de passe similaire lors de la création du compte Instagram.

Si vous avez déjà un compte Instagram personnel, pour ajouter un nouveau compte allez sur votre profil puis cliquez sur votre nom d'utilisateur en haut à gauche (à gauche si vous utilisez un téléphone android, au centre si votre téléphone tourne sous iOS). Il vous est alors proposé d'ajouter un compte. La page de connexion et d'inscription s'ouvre. En bas de cette page, il vous est proposé de vous inscrire.

Il est possible de s'inscrire soit via mail soit via un numéro de téléphone. Il vous sera demandé si vous avez plus ou moins de 18 ans. Les lecteurs participants ayant majoritairement moins de 18 ans, nous vous conseillons de créer un profil adapté à leur âge.

Le nom/pseudo que vous choisirez devra se terminer par \_PF2020, et il faudra nous taguer (mentionner/identifier) (@leprixfarniente) dans la description du compte.

## Compléter votre profil

Cliquez sur le bouton en bas à droite (raccourci Compte/Profil) de votre page Instagram. Il vous est ensuite proposé de modifier le profil.

1. Veillez à ce que le nom (attention, nom et nom d'utilisateur ne sont pas la même chose) contienne bien les indications \_PF2020. Si ça n'est pas le cas, ajoutez-les !
2. Dans la bio, vous pouvez écrire quelques mots sur l'endroit d'où vous venez et parler du prix Farniente, à vous de voir. N'oubliez cependant pas de nous taguer en écrivant dans cette description @leprixfarniente
3. Et voilà, votre compte est presque prêt ! Il est temps de lui ajouter une photo de profil. Pour cela, faites une photo de votre groupe. !!! Attention, chaque élève doit avoir une autorisation écrite de ses parents !!! Appuyez ensuite sur le cercle avec un personnage se trouvant juste au-dessus de votre nom, il vous sera proposé d'ajouter une photo de profil.
4. Vous y êtes presque ! Nous vous demandons maintenant de suivre le compte Instagram du Prix Farniente. Vous pouvez tout à fait le suivre avec votre compte personnel (et les lecteur-trice-s aussi!) mais pour valider votre participation au jeu nous avons besoin que le compte que vous venez de créer nous suive. Pour cela, cliquez sur le sigle loupe se trouvant au en bas, au milieu. Vous nous trouverez en écrivant le nom du prix ou en utilisant notre nom d'utilisateur (@leprixfarniente). Abonnez-vous et hop, c'est bon, votre participation est complète ! Si vous avez le moindre doute vous pouvez toujours nous contacter par mail ou même via message privé sur Instagram, on vous répond le plus vite possible !



## Profils et hashtags

Sur Instagram, vous pouvez suivre des comptes : ceux de vos ami-e-s, du Prix Farniente, de la bibliothèque du coin, d'influenceur-euse-s mais aussi des hashtags (aussi appelés mots-dièses au Québec). Les hashtags sont ces mots que l'on peut mettre en description, dans le texte ou à la fin, précédés d'une dièse. Ces mots sont une façon de classer les photos postées selon les thèmes abordés. Ainsi, si vous publiez une photo de livre avec une tasse de thé et un plaid, peut-être voudrez-vous classer cette photo dans la catégorie « #lecture », mais aussi « #tempslibre » et pourquoi pas « #bestplacetoread » (meilleur endroit où lire), peut-être aussi en dire plus sur le roman en question et le taguer comme « #romanado ». Peut-être faites-vous l'un des nombreux défis lecture proposé sur Instagram et que vous mettez le nom de ce défi lecture aussi. Les possibilités sont infinies.

Ces hashtags peuvent faire l'objet d'une recherche sur Instagram. Donc, un-e utilisateur-trice qui est intéressé-e par le hashtag « #bestplacetoread » fera une recherche et verra tous les posts – dont le vôtre - qui ont été publiés sur des comptes publics à ce sujet. Peut-être l'utilisateur-trice voudra-t-il/elle en commenter certains ou simplement aimer certaines photos, ce qu'il/elle fera alors en cliquant sur l'icône cœur ou en double-tappant sur la photo qui lui plaît.

En résumé, le hashtag est à Instagram ce que les sujets-matières sont aux catalogues des bibliothèques. #bibliothécaire #déformationprofessionnelle #librarian #Ithinklikethis

## Accès au compte

Vu que vous aurez créé ce compte ensemble, vous pourrez tou-te-s y avoir accès. Vous pouvez le lier à toutes les applications des téléphones des lecteur-trice-s que vous supervisez et même y avoir accès vous-même.

Vous n'avez pas l'application Instagram sur votre téléphone ? Vous ne la voulez pas mais voudriez garder à l'oeil l'activité sur le compte créé ?

Vous pouvez tout à fait avoir accès à Instagram via un ordinateur. Pour cela, il vous suffit encore une fois de vous munir de l'adresse mail et du mot de passe puis de vous rendre sur l'adresse [www.instagram.com](http://www.instagram.com) . Attention, vous aurez alors accès à un peu moins de fonctionnalités que depuis l'application mobile. Il vous sera en effet impossible de poster du contenu. Mais cela ne vous empêchera pas de suivre ce qui se passe sur ce compte, d'aimer des publications ou de les commenter. N'oubliez pas que vous serez connecté-e via l'équipe. Tout ce que vous commenterez ou aimerez sera au nom de l'équipe... même la photo de la petite dernière de tonton Michel ;)

## LE CÔTÉ ETHIQUE : QUELQUES PRINCIPES DE BASE

Instagram, tout comme Facebook, est un réseau social qui permet aux personnes de tout âge, de toute culture, de tout horizon de communiquer, de partager entre elles des informations issues de leur quotidien. Ces sites permettent de favoriser la socialisation. Malheureusement, comme dans toutes les technologies, le négatif côtoie le positif. En ce sens, il faut veiller aux informations qui sont partagées.



## Éduquer aux médias

La Commission européenne définit ainsi l'éducation aux médias : il s'agit de développer une « capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes ». Le réseau social permet de développer son sens critique. Tout n'est pas bon à partager. Les publications doivent être analysées afin qu'elles ne présentent pas un danger, un risque pour l'adolescent·e. Plusieurs enjeux sont possibles : l'atteinte à la vie privée, la consultation de sites indésirables, les arnaques, le cyber harcèlement, les atteintes aux droits d'auteur (comme citées plus haut), la désinformation, les usages chronophages et les effets pathologiques possibles.

## L'interaction

Le réseau social ouvre les portes de la communication moderne. Les adolescent·e·s peuvent ainsi s'exprimer plus librement que dans la vie réelle. Ils s'y construisent un monde, certes, virtuel, mais réel dans la manière dont ils interagissent les uns envers les autres. Elle facilite la validation de soi à travers les photos publiées (ex:selfie) ainsi que grâce aux commentaires qui y sont joints. En dehors de l'interaction créé dans le cadre du Prix Farniente, il faut également veiller à l'ajout des « ami·e·s ». Peut-être vos étudiant·e·s voudront-ils suivre et être suivi·e·s par d'autres comptes. Gardez toujours bien en tête que, via le compte que vous allez créer, toutes les publications seront publiques. Tout sera donc toujours accessible par n'importe qui, n'importe où et n'importe quand.

## Photos et droits d'auteur.

Instagram est un réseau social qui utilise l'image comme vecteur de communication. Nous allons donc demander au groupe de poster différentes photos. Attention, il y a plusieurs choses à garder en tête lorsque vous le ferez :

1. Si vous comptez partager des photos des ados, assurez-vous que vous avez bien la permission de leurs parents. Le compte que vous avez est en effet public, ce qui signifie que tout le monde peut voir les photos partagées. De plus, nous vous avons demandé de nous taguer pour pouvoir nous aussi partager vos contenus, ils auront donc une certaine visibilité. Si vous n'avez pas l'autorisation parentale, il est important que les ados ne soient pas directement reconnaissables. Vous pouvez les flouter, les prendre en photo de dos, etc.
2. Si vous partagez des couvertures de roman et/ou des extraits, n'oubliez pas que la notion de droit d'auteur s'applique aussi en ligne ! Il est donc important de citer l'ouvrage d'où est tirée la citation, de taguer les maisons d'édition et les auteur·trice·s lorsque vous partagez la couverture d'un livre. Vous serez sans doute étonné·e·s de voir combien certain·e·s auteur·trice·s sont réactif·ve·s lorsqu'on les tague, il est donc possible qu'ils et elles commentent ou « likent » (« aiment ») vos publications ! Bref, n'hésitez pas à faire un petit point « droit d'auteur » avec votre groupe lorsque vous lancerez votre profil !



## La durée des publications

Instagram et Facebook proposent deux sortes de publications :

- Les articles/posts/publications. Ils apparaissent de façon permanente sur votre profil, et de façon temporaire sur le fil d'actualité des personnes qui vous suivent ou sont abonnées à votre page.
- Les stories. Il s'agit ici d'un contenu qui disparaît après 24h. Ce sont donc des publications éphémères.

Cela dit, dans les deux cas et comme toute information publiée sur internet, les publications publiées sur Facebook ou Instagram seront présentes dans la base de données ad vitam æternam. De ce fait, il faut faire attention à ce qui y est présenté. Toute personne peut y avoir accès (ex : famille, ami-e-s, camarades de classe...) et personne ne peut être certain qu'une photo est totalement supprimée des serveurs des réseaux sociaux. De plus, même si une publication n'apparaît plus sur le réseau social, cela ne veut pas dire qu'une personne n'aura pas fait une capture d'écran (screen shot) de la publication. Celle-ci peut donc continuer à être partagée même si elle ne semble plus apparaître sur le réseau social.

## Le contenu des publications et les commentaires

Une publication peut donc être décontextualisée et diffusée à plus large échelle. Une image peut être détournée de son contexte habituel (pour créer un meme, par exemple, avec ou non l'intention de nuire). Parfois, des personnes s'abonnant à votre compte Instagram, ne le feront pas de façon gratuite parce qu'elles aiment votre contenu. Il sera proposé de s'abonner en retour, de commenter sur la page de quelqu'un ayant fait un commentaire sous l'une de nos publications.

De façon générale, les comptes Instagram les plus visibles montrent des influences mettant leur vie en scène. Ils feront des selfies dans des lieux paradisiaques, montreront une vie parfaite et inaccessible et retoucheront toutes les photos avant de les poster pour lisser les visages, ajouter de la luminosité, etc. Il est important de rappeler aux adolescent-e-s que la vie des influenceurs et des influenceuses n'est pas la vraie vie !

Une autre forme de publication est le défi en ligne, souvent visible sur Facebook et dans les stories. Il s'agit d'un effet de mode qui permet la médiatisation de l'adolescent-e auprès de ses ami-e-s. Ainsi il peut se rendre populaire, repartager le défi et se socialiser davantage. Au fil des années, nombre de ces défis ont été pointés du doigt pour leur dangerosité, entre autre. Pour leur caractère excluant parfois aussi (homophobe, grossophobe, etc). Ces défis partent de la même phrase que dans la « vraie vie » : « t'es pas cap de... ». Il est important que les adolescent-e-s se souviennent qu'il n'est pas nécessaire de toujours prouver qu'on est capable et que ça peut être dangereux.





## Un outil éducatif

Lorsqu'il est utilisé correctement, n'importe quel réseau social peut devenir un atout éducatif important. C'est un moyen efficace de partager des informations et de créer une communauté. Mais faire cela signifie trouver les bonnes personnes à suivre. Selon vos intérêts, cela peut être plus compliqué qu'il n'y paraît. Il y a tellement de gens et d'organisations sur ceux-ci, qu'il est parfois difficile de trouver les plus intéressants.

YouTube, Instagram et Snapchat sont les plates-formes en ligne les plus populaires parmi les adolescents. Une grande majorité des adolescents qui ont accès à un smartphone sont en ligne « presque tout le temps ». Certains l'utilisent uniquement à des fins de divertissement, mais cela peut également promouvoir des activités positives et utiles. Par exemple, les élèves l'utilisent pour trouver des informations, promouvoir une histoire positive, partager quelque chose d'utile, collaborer à des projets ou non.

*Les élèves réagissent également de manière très positive lorsqu'un enseignant est prêt à utiliser leurs méthodes et à les adapter dans le cadre du processus éducatif. Et cela est parfaitement logique, car un devoir a une certaine rigueur, mais une discussion en ligne sur un livre en particulier donne aux étudiants la possibilité de s'ouvrir et de partager leurs opinions <sup>1</sup>*

## Le cyber-harcèlement

Tout comme dans la vie réelle, l'adolescent-e est susceptible de se faire harceler. Ce harcèlement peut se développer par différents moyens : l'omniprésence de l'agresseur, toucher un vaste public, persister dans le temps, le possible anonymat du harceleur et lever les inhibitions créées par la distance matériel. Afin de lutter contre ce problème, il est vital d'identifier les tenants et les aboutissants, les rôles de tout un chacun et de cerner les responsabilités de chaque participant-e. Nous tendons tous et toutes à oublier que ce qui se passe sur Internet ne reste pas sur Internet. Derrière son écran se trouve une personne de chair, d'os et de sentiments qui lira des commentaires désobligeants parfois jusqu'à tard le soir. Il est important de rappeler que le harcèlement n'est pas moins grave lorsqu'il s'organise en ligne. Des mots tapés sur un téléphone n'ont pas moins d'impact, loin de là. En effet, en passant par Internet, les réseaux sociaux et media de messagerie, le harceleur s'imisce dans la vie privée du harcelé. La notion de safe space n'existe plus alors qu'avant un jeune pouvait se sentir en relative sécurité chez lui.

## POUR ALLER PLUS LOIN : WEBOGRAPHIE

- Le site de Medianimation : vous pourrez trouver dans leurs publications et ressources toute une section sur l'éducation aux médias (<https://media-animation.be>)
- Le site de la fédération Wallonie-Bruxelles regroupe certaines ressources pour lutter contre le cyber harcèlement (<http://www.enseignement.be/index.php?page=27461>)
- Marion Seclin a réalisé un TED talk à propos du cyber harcèlement (<https://youtu.be/sphZS8JVwNc>)

---

<sup>1</sup> Carla Dawson – Digital Marketing Professor at the Catholic University of Cordoba  
<http://www.socialmediaimpact.com/the-positive-impact-of-social-media-on-education/>