

Master of Arts en enseignement pour le degré secondaire I

Synthèse du Mémoire de Master

Et si les réseaux sociaux devenaient nos alliés ?

Comment l'usage pédagogique de *Tabagram*© peut-il transformer les réseaux sociaux en leviers de développement de l'esprit critique chez les adolescent·es ?

Auteur	MESSERLI Julien
--------	------------------------

Superviseure	Spicher Pascale
--------------	-----------------

Date	11.06.2025
------	------------

Introduction

Le présent document constitue la synthèse de mon travail de mémoire réalisé sous la supervision de la D^{re} Pascale Spicher. Il est rédigé à l'intention des autorités scolaires, mais également de la direction de l'établissement, des enseignant·es et des participant·es ayant autorisé, facilité ou pris part à la recherche. Son objectif est double : remercier les personnes impliquées pour leur collaboration, et présenter les principaux résultats et apports de l'étude menée.

Le mémoire de Master s'inscrit dans un questionnement particulièrement actuel au sujet de l'accompagnement des adolescent·es dans le développement de leur esprit critique dans un contexte numérique saturé d'informations, de contenus manipulatoires et de sollicitations publicitaires. Plutôt que d'adopter une posture strictement défensive face aux réseaux sociaux, ce travail propose d'en

explorer les potentialités éducatives, à travers un dispositif pédagogique spécifique développé par Unisanté Lausanne : **Tabagram**©.

Tabagram© est un jeu pédagogique qui simule le fonctionnement du réseau social **Instagram**© en reproduisant le format de *stories* à défiler. Les élèves sont invité·es à endosser le rôle de modérateur·trices de contenus et signaler les publications contenant des références (explicites ou implicites) au tabac. L'activité est chronométrée et attribue un score final (0 à 100), calculé automatiquement via l'application.

Cela m'a donc mené à m'interroger sur la problématique suivante : *Comment l'usage pédagogique de Tabagram© peut-il transformer les réseaux sociaux en leviers de développement de l'esprit critique chez les adolescent·es ?*

Plusieurs constats ont guidé cette réflexion. Tout d'abord, l'esprit critique n'est pas inné : il doit être défini, construit et exercé. Si cette compétence permet de lutter contre les biais cognitifs inhérents à la nature humaine (Kahnemann, 2012 ; Gauvrit, 2016), la nécessité de la développer réside sans doute, plus encore, dans le fait qu'elle constitue un socle fondamental de toute démocratie. Un·e citoyen·ne informé·e, capable de discernement, d'argumentation et de remise en question, est essentiel·le à la vitalité démocratique (Pasquinelli et al., 2020 ; Wagner-Egger, 2021).

Cette exigence est d'autant plus cruciale lorsqu'il s'agit des adolescent·es. En pleine construction identitaire, exposé·es à une forte pression sociale et à une quête de reconnaissance, d'appartenance, les jeunes sont particulièrement sensibles aux contenus qu'ils et elles rencontrent au quotidien. L'esprit critique joue alors un rôle protecteur face aux multiples influences qui s'exercent sur eux et elles, en particulier dans l'univers numérique.

Les adolescent·es grandissent en effet dans un monde numérique dense, dans lequel les réseaux sociaux occupent une place centrale. Ces plateformes, conçues pour capter l'attention et susciter l'engagement, exposent les jeunes à des contenus très influents : désinformation, stéréotypes sociaux, appels à l'émotion, etc. (Kuss & Griffiths, 2017 ; Carpenter, 2019). L'adolescence, période de grande perméabilité sociale et de quête identitaire, rend les élèves particulièrement vulnérables à ces formes d'influence (Bashir & Shabir, 2017).

Parmi ces formes d'influence, ce mémoire met l'accent sur les nouvelles stratégies publicitaires qui ont investi les réseaux sociaux, dissimulant parfois leurs intentions commerciales de manière très subtile. Ces techniques – reposant sur la rareté, la validation sociale ou la sympathie – ont été

largement décrites dans les travaux de Cialdini (2001) ou Campbell (2021) et s'avèrent difficiles à repérer sans un minimum de recul critique.

C'est à l'intersection de ces trois dimensions – cognitive, sociologique et médiatique – que s'inscrit ce mémoire. Il explore de quelle manière un outil pédagogique innovant tel que *Tabagram*© peut être mobilisé pour développer l'esprit critique des adolescent-es en classe.

Méthode

Le mémoire s'appuie sur une approche quantitative visant à évaluer l'effet du dispositif pédagogique numérique *Tabagram*© sur le développement de l'esprit critique des adolescent-es, plus particulièrement en ce qui concerne la reconnaissance et l'analyse de publicités liées au tabac sur les réseaux sociaux.

- **Objectifs et hypothèses** : La recherche s'articule autour de six questions de recherche, chacune correspondante à une hypothèse formulée. Celles-ci portent sur l'écart entre compétences perçues et compétences réelles, inspiré du *Dunning-Kruger effect* (Kruger & Dunning, 1999), l'effet de l'activité sur la confiance en soi (Kellner & Share, 2007), l'évolution des intentions comportementales futures face aux contenus sponsorisés (Bronner, 2013), l'amélioration des connaissances réglementaires liées à la publicité pour le tabac, le lien entre la perception de la difficulté et la motivation à progresser (Vygotski, 1978) et, enfin, l'impact global de l'activité sur le développement de l'esprit critique.
- **Protocole expérimental** : L'expérimentation a eu lieu en janvier 2025, dans un *Cycle d'Orientation* fribourgeois, durant des cours de *Formation Générale*. 164 élèves de 11^e HarmoS y ont participé (89 filles, 75 garçons), issus des trois types de classe (PG, G, EB). Le protocole s'est déroulé en trois temps :
 - Un pré-questionnaire : distribué en début de séance pour recueillir les représentations initiales des élèves concernant leurs capacités à identifier des contenus publicitaires liés au tabac sur les réseaux sociaux.
 - L'activité *Tabagram*© : à l'aide de tablettes fournies par Unisanté Lausanne, les élèves ont individuellement participé au jeu et ont obtenu un score final (de 0 à 100) à la fin du temps imparti (3min). Un score qu'ils et elles devaient ensuite indiquer sur le haut de la page du post-questionnaire.

- Post-questionnaire : administré immédiatement après l'activité pour évaluer l'évolution des perceptions, des attitudes, des connaissances et de la confiance en soi des élèves.
- **Outils de mesure** : Les pré- et post-questionnaires comprenaient chacun 10 items (sur une échelle de Likert à 6 niveaux : de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord ») organisés autour de plusieurs dimensions : les compétences perçues en matière de détection de publicités liées au tabac, les habitudes de vigilance face aux contenus sponsorisés, la confiance en soi face à la reconnaissance de contenus problématiques et les connaissances générales sur la réglementation de la publicité pour le tabac. Le post-questionnaire ajoutait des items sur le ressenti vis-à-vis de la performance obtenue dans le jeu et les intentions comportementales futures. Par ailleurs, le dispositif *Tabagram*© offrait une mesure objective de la compétence effective, à travers un score prenant en compte les signalements corrects, incorrects et oubliés.

Résultats

Les résultats confirment l'impact globalement positif de l'activité *Tabagram*© sur plusieurs dimensions de l'esprit critique chez les adolescent·es.

D'abord, une discordance notable a été observée entre les compétences perçues par les élèves et leur performance réelle, indiquant une surestimation fréquente, en lien avec l'*effet Dunning-Kruger*. Ensuite, l'activité a généré une hausse significative de la confiance en soi, ainsi qu'une intention accrue de vigilance face aux contenus sponsorisés.

Les élèves ont également déclaré avoir amélioré leurs connaissances sur la législation entourant la publicité pour le tabac, bien que cet aspect n'ait pas été abordé de manière approfondie. Cela a néanmoins permis de mettre en lumière le potentiel du jeu pour aborder certaines notions plus complexes. De plus, celles et ceux ayant perçu l'activité comme difficile ont montré un désir plus marqué de progresser, confirmant le potentiel formateur du défi cognitif.

Dans l'ensemble, *Tabagram*© apparaît comme un outil non seulement pratique et simple sans être simpliste, mais également efficace pour mobiliser les élèves autour d'une réflexion critique, en combinant immersion, pertinence et engagement actif.

Conclusion

Le mémoire défend l'idée que l'éducation à l'esprit critique est une nécessité éducative, politique et éthique, particulièrement dans un monde numérique saturé d'images et d'influences. Il met clairement en évidence qu'il ne s'agit pas de rejeter les réseaux sociaux, mais de les intégrer de manière critique dans l'enseignement.

L'analyse théorique a permis de cerner la complexité de cette compétence, façonnée par des dimensions philosophiques, psychologiques et éducatives. L'expérimentation menée avec *Tabagram*© montre que les adolescent·es peuvent développer de réelles capacités d'analyse et de recul, à condition d'être confronté·es à des dispositifs rigoureux, interactifs et contextualisés.

Ces résultats plaident pour une intégration systématique de l'éducation aux médias dans les curriculums, notamment en *Formation Générale*, non pas dans une logique strictement préventive, mais pour former des individus capables de discernement, de doute et de résistance à la manipulation. Il s'agit de faire du numérique non une barrière, mais un levier vers la compréhension de soi et du monde.

Bibliographie

- Bashir, H., & Shabir, A. (2017). Effects of Social Media on Mental Health: A Review. *The International Journal of Indian psychology*, 4(3), pp. 125-131.
- Bronner, G. (2013). *La démocratie des crédules*. Presses Universitaires de France.
- Campbell, D. (2021). *L'art de la manipulation - Décoder votre entourage*. Indépendant.
- Carpenter, J., Morrison, S., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, pp. 1-14.
- Cialdini, R. (2001). The Science of Persuasion. *Scientific American*, 284(2), pp. 76-81.
- Gauvrit, N. (2016). Comment avoir moins souvent tort ? Le biais de confirmation. *Progressistes*, pp. 42-43.
- Kahneman, D. (2012). Two Systems in the Mind. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 65(2), pp. 55-59.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy is not an option. *Learning Inquiry*, 1(1), pp. 59-69.
- Kruger, J., & Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it : How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), pp. 1121-1134.

Kuss, D., & Griffiths, M. (2017). Social Networking Sites and Addiction : Ten Lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), pp. 1-17.

Pasquinelli, E., Farina, M., Bedel, A., & Casati, R. (2020). *Définir et éduquer l'esprit critique*. Institut Jean Nicod.

Vygotski, L. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological*. Harvard University Press.

Wagner-Egger, P. (2021). *Psychologie des croyances aux théories du complot : Le bruit de la conspiration*. Presses universitaires de Grenoble.