



# BUZZ

## Out

## *La course aux likes*

BUZZ OUT - La course aux likes est un jeu de plateau éducatif dans lequel joueurs et joueuses sont confronté-es à un enjeu de taille : accroître leur visibilité sur un nouveau réseau social en menant une stratégie éditoriale sans failles, adaptée à leur profil. Quelles publications relayer sur son mur ? Comment jongler avec les algorithmes et les « tendances » pour faire pleuvoir les likes ?

# Contenu du jeu

## Cartes « rôles »

Dans La course aux likes, chaque joueur et joueuse incarne un profil caricatural : éducateur-riche de rue, élu-e politique, complotiste, entrepreneur-e, citoyen-ne engagé-e, artiste, troll, influenceur-euse lifestyle. Chacun a pour ambition d'accumuler les likes afin de gagner la partie. Chaque profil peut également obtenir des likes bonus en accomplissant une mission spécifique, tenue secrète jusqu'en fin de partie.



Cartes  
rôles

## Cartes « actions »

Trois cartes « actions » sont toujours visibles sur la table. Quand c'est leur tour, joueurs et joueuses peuvent choisir d'en prendre une (une autre carte est alors révélée sur la table, à côté des deux autres). Ces cartes dévoilent les paramètres du réseau social qui influent sur la visibilité d'une publication.

## Cartes « partage »

Les cartes partage sont colorées « par profils ». Elles sont à distribuer avant de commencer la partie.

## Jetons « like »

Les jetons like constituent un pot commun à tous les joueurs et joueuses. Ils seront exploités au fur et à mesure, indifféremment par l'un-e ou l'autre.

## Cartes « publications »

Une multitude de cartes « publications » sont disponibles. Chaque joueur-euse en pioche cinq en début de partie. Certaines publications intéressent spécifiquement un profil (car elles comportent un # permettant de recevoir un bonus de likes), d'autres sont génériques et peuvent permettre à n'importe quel profil de "faire des likes". Toutes les cartes publications détiennent un nombre de likes initial.

# But du jeu

Les geeks de tous poils sont en ébullition : un réseau social révolutionnaire vient d'être lancé. Son nom : Buzz-out. Il ressemblerait à s'y méprendre à Starter et Faceloop, mais avec quelques spécificités vraiment bluffantes, comme la photo de profil animée ou l'onglet « voir plus de pubs ». Tous et toutes n'ont qu'une ambition : exploiter ce canal pour porter leur voix, accentuer leur visibilité .

En exploitant les cartes publications, en les valorisant au mieux grâce aux actions et en faisant fi des paramètres imposés par la plateforme, chaque profil tentera de multiplier les likes sur son mur. Mais attention : au moment du décompte, chaque joueur et joueuse peut obtenir des likes bonus s'il a réussi la condition propre à son profil, et surprendre ses adversaires. Il collectionne aussi les likes de cartes publications posées par ses adversaires, en plaçant sur celles-ci une carte partage (voir encadré "Fin de partie et décompte des points").

# Installation du jeu

- Avant de débiter, l'animateur-riche de la partie campe le décor et explique le but du jeu (voir cadres suivants).
- Distribuez une carte rôle à chaque joueur et joueuse. Chacun-e prend connaissance de sa ligne éditoriale personnelle et des conditions pour obtenir un bonus final.
- Distribuez à chaque profil ses 4 cartes partage.
- Distribuez 5 cartes publications par joueur et joueuse. Chaque joueur et joueuse découvre ses cartes et en publie directement une sur son mur avant de commencer la partie. Les 4 autres sont gardées en main et pourront être exploitées au fil du jeu.
- Les cartes publications non distribuées constituent une pioche sur la table.
- Mélangez les cartes actions, tirez les 3 premières et disposez-les face lisible sur la table. Le reste des cartes constitue une pioche.
- Placez l'ensemble des marqueurs like en réserve, disponible pour tous et toutes.
- Placez le dé près des pioches de cartes.

## N'oubliez pas le dé!

Il sera joué au début de chaque tour. Son résultat imposera une nouvelle règle à tous-tes les joueurs et joueuses.



### Réserve Like



### Pioche action

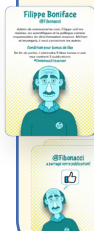


### 3 Cartes action actives



### Zone commune

### Rôle et cartes «partage»



### Main du joueur



### Publications du joueur



# Déroulement d'un tour de jeu

- Avant de commencer, s'assurer que chaque joueur et joueuse dispose de sa carte rôle avec ses 4 cartes partage, ainsi que de ses 5 cartes publications, dont une visible sur son mur. Disposer également 3 cartes action visibles, et les 3 pioches accessibles (pioche action, pioche publications et réserve de likes).
- Le joueur ou la joueuse ayant un compte sur le plus de réseaux sociaux (réels) commence la partie. On suit ensuite le sens des aiguilles d'une montre pour déterminer l'ordre de jeu.
- Avant le début de chaque tour, le dé est lancé (ceci n'est donc valable qu'après le premier tour)
- À son tour de jeu, le joueur ou la joueuse doit, dans l'ordre :
  - Tirer une carte publications pour la remettre dans sa main
  - Placer sur son mur l'une des cartes publications dont il ou elle dispose
  - Au choix, le joueur ou la joueuse peut :
    - Soit choisir une carte action sur la table et l'exécuter.
    - Soit utiliser une de ses cartes partage en la plaçant à côté de la publication sur le mur d'un autre utilisateur-riche.
  - Si une carte action a été utilisée, le joueur ou la joueuse en pioche une autre, la lit à voix haute et la place face lisible à côté des deux autres.

## Fin de partie et décompte de points

- Lorsqu'un-e joueur-euse pose sa 5ème publication sur son mur, la partie touche à sa fin. On termine le tour de jeu.
- Chaque joueur-euse compte ses likes comme suit :
  - Likes initiaux sur les publications de son mur
  - Likes reçus sur chaque publication de son mur
  - Chaque carte partage que d'autres joueur-euses ont posé sur le mur rapportent 1 like.
  - Chaque carte partage posée sur le mur d'un autre joueur-euse rapportent tous les likes de la publication concernée.
    - +5 likes bonus si les conditions au dos de la carte profil sont remplies.
    - +3 likes pour celui ou celle qui détient la publication ayant suscité le plus de réactions.
- Le profil qui remporte la partie est celui qui a récolté le plus de likes.
- En cas d'égalité, on compte le nombre de commentaires de chacune des publications du mur des joueur-euse concerné-es. Celui ou celle qui en a le plus remporte la partie.



## Vers Buzzout...Et au de là!

**BUZZ OUT** - La course aux likes met en question la quête perpétuelle de reconnaissance, intrinsèquement liée à notre vie connectée. Le jeu ambitionne également de dévoiler les dynamiques de hiérarchisation des contenus à l'œuvre sur les réseaux sociaux. Pourquoi certains posts disparaissent quand d'autres deviennent viraux ? Pourquoi certains semblent mieux valorisés que d'autres ? Selon quels critères ? Nos propres usages, ceux des autres internautes et le paramétrage de la plateforme sont les trois éléments déterminants : ils génèrent notre fil d'actu... pour le meilleur et pour le pire.

# Questionnement

## Les publications ayant reçu les plus de likes sont-elles celles qui sont le plus dignes d'intérêt ? Pourquoi ?

Sur les réseaux sociaux, remplir certains critères garantit à une publication d'avoir du succès, et "remonte" dans les fils d'actualité grâce aux algorithmes de recommandation de la plateforme. Le groupe peut tenter d'identifier ces critères, sur base du jeu ou de son expérience des réseaux sociaux.

- Les contenus vidéo sont plus appréciés
- Les images "choc" attirent le clic
- Les titres accrocheurs
- La concision des textes
- Les contenus qui génèrent le débat, le désaccord des internautes
- ...



## Quels mécanismes ont empêché des publications d'avoir du succès ?

Le clic amène le clic. Une publication qui est likée attire l'attention des autres internautes et est mieux valorisée par les algorithmes de recommandation. Un effet boule de neige (le fameux "buzz") se met en route quand une publication reçoit de l'attention, et cette attention est exponentielle.

Un contenu peu liké lors de sa publication tombe en général dans l'oubli et n'est plus visible sur le mur d'actualité.

## Quel est le rôle joué par la plateforme en tant que telle dans la hiérarchisation des contenus ?

À différents moments de la partie, la plateforme a édicté des règles qui ont conditionné la visibilité d'un profil ou d'un type de publication.

Le groupe peut se rappeler de ces différents moments (notamment les actions ou les effets du dé) et faire un parallèle avec son expérience réelle des réseaux sociaux.

## Ce "fil d'actualité" est-il identique pour tous-tes les utilisateur-rices de la plateforme ?

En réalité, l'expérience d'une personne sur un réseau social est personnalisée par la plateforme : elle lui rend visible les contenus qui semblent coller à ses goûts ou à ceux des utilisateur-rices qui lui ressemblent.

C'est de cette manière qu'une plateforme tente de nous maintenir connecté-es le plus longtemps possible.

## Qu'est-ce que cette "course aux likes" dit de notre société ?

Le jeu a mis en évidence l'élément central souvent reproché aux réseaux sociaux depuis leur naissance : ils matérialiseraient notre soif de visibilité, boosteraient nos égos ou les mettraient à mal, seraient une sorte de paradis artificiel dont les zones d'ombre peuvent être dangereuses.

Les réseaux sociaux pousseraient aussi à se doter d'une personnalité de façade, et détourneraient du "vrai".

Quels risques court-on quand on accepte les "codes" de nos réseaux sociaux ? Comment exploiter l'opportunité de visibiliser nos points de vue ou nos actions sans subir les risques de cette utilisation ?

## Abécédaire du clic

- **Abonné-e** : Utilisateur-riche d'un réseau social qui «suit» un contenu ou un compte spécifique, un YouTubeur ou un média par exemple. Se dit également follower en anglais.
- **Ami-e** : En langage réseaux sociaux, un-e ami-e est simplement une personne avec qui on a lié un contact grâce à la plateforme. On peut ainsi être ami avec le premier ministre sur le réseau social sans nécessairement l'inviter pour l'apéro.
- **Algorithme** : Méthode de calcul informatique générant des résultats sur base de croisement de variables. Ces variables sont étiquetées par les résultantes d'utilisations passives ou actives. Souvent, les algorithmes s'inspirent des recherches que nous avons précédemment faites sur Internet pour nous proposer de nouveaux contenus. Exemple : Quand je like une image de chat, j'ajoute une étiquette à la variable chat. Quand je like un animal qui glisse dans un évier, j'ajoute une étiquette à la variable chute. Quand je recherche des images de chats amusants, j'ai des résultantes aux variables suivantes : Chat + chute = liste de contenus étiquetés comme tels.
- **Awkward** : Moment défini comme embarrassant, apparaît souvent comme commentaire.
- **Blog** : Définition préhistorique d'un site internet personnel dont la page d'accueil affichait toujours la dernière publication (Ces sites faisaient la transition du web vers le web 2.0). En 2023, ce terme est presque obsolète : les blogs ont été délaissés au profit d'un profil sur un réseau social.
- **Buzz** : "faire le buzz" signifie avoir du succès en ligne grâce à une publication sur les réseaux sociaux. Un buzz est donc un contenu largement partagé, liké, commenté.
- **Communauté** : Un YouTubeur par exemple constitue autour de lui une "communauté". Elle est constituée de tous ses "followers".
- **Cringe** : sentiment de malaise ou de gêne que l'on peut ressentir face à une situation qui nous paraît embarrassante.
- **Croissance** : Croyance irrationnelle ("La terre est plate"), qui s'accorde particulièrement bien avec le verbe "Savoir".
- **Influenceur-euse** : Utilisateur-riche dont la publication de contenu a tellement généré de vues/abonné-es qu'il ou elle a été approché-e par des marques pour tirer profit de leur notoriété. Plus généralement, personne qui a au minimum 5000 abonné-es.
- **Ferme à clic** : Entreprise (douteuse) dont le business s'appuie sur la création de comptes ou contenus fictifs, générant de faux likes et valorisant ainsi des contenus au bénéfice d'un client (Voir aussi travailleur du clic).
- **Fil d'actu** : Sur un réseau social, c'est une liste de nouvelles ou d'informations mise à jour en temps réel, provenant des relations de l'utilisateur-riche (ses "ami-es") ou des pages

auxquelles il ou elle est abonné-e.

- **Friend request** : Opération consistant à proposer à un profil de devenir notre “ami-e”, voir ainsi son profil et interagir sur le réseau social.

- **Gamer / gameuse** : Passionné-e de jeux vidéos. Se dit de manière péjorative de quelqu'un-e qui passerait trop de temps sur ce hobby.

- **Geek** : Terme péjoratif désignant une personne passionnée par tout ce qui touche au numérique.

- **Hashtag** : Mot précédé d'un dièse (#), le transformant ainsi en mot-clé. Il permet de marquer un contenu, de le lier à d'autres traitant de la même thématique.

- **Mème** : Image banale que les internautes s'approprient selon leur actualité, détournent à l'aide de courts textes et diffusent sur les réseaux sociaux. Le mème permet de résumer un message de manière cocasse, et trouve son sens en regard de la multiplicité de ses variantes.

- **Modération** : Veille effectuée par un réseau social (ou par le “community manager” d'une page) pour vérifier les publications des internautes. La modération permet au responsable d'une page de supprimer les contenus problématiques, offensant, ou simplement s'écartant de sa ligne éditoriale.

- **Se faire unfriender** : Littéralement, se faire “désamifier”. C'est en gros quand quelqu'un vous vire de ses “amis” sur le réseau social.

- **Se faire Ban** : Se faire bannir, éjecter d'un jeu, d'un groupe, d'une page.

- **Mur** : Espace personnel d'expression sur le réseau social. Chaque profil dispose de son “mur” pour y placer des contenus. Les contenus postés sont également visibles sur le “fil d'actualité” du réseau social.

- **Nerd** : Geek1000

- **Neurchi** : (Origine : Chineur) Utilisateur-riche qui collectionne des images/documents/ Mèmes sur une thématique donnée. Prend tout son sens sur des groupes (parfois confidentiel) sur Facebook, rassemblant des passionné-es d'un même sujet.

- **Partager** : Action de placer sur son “mur” un lien ou une publication que l'on souhaite rendre visible pour nos “ami-es”. “Chaque fois que je vois une annonce de chaton disparu, je partage”.

- **Prank** : Tour, farce dont l'action est souvent filmée pour arriver à la résultante cocasse et youtubienne.

- **Profil** : Espace personnel d'un-e utilisateur-riche d'un réseau social. “Regarde, j'ai mis mes photos de vacances sur mon profil”.

- **Pseudo** : De “pseudonyme”. C'est le nom que l'on a choisi pour rester incognito sur les réseaux sociaux.

- **Publication** : Contenu que l'on place sur notre mur. Il devient public, et donc visible pour toutes mes ami-es. Également appelé “post”.

- **QR code** : Littéralement, c'est un “code à réponse rapide”. Cela ressemble à un code barre : on le scanne grâce à la caméra du Smartphone afin d'accéder à un contenu, une page Web. C'est une forme graphique du “lien”.

- **Screamer** : Principe qui recourt à un changement brutal intégré dans une image, une vidéo ou une application pour effrayer brutalement le spectateur.

- **Stalker** : Manière d'espionner quelqu'un. Méthode facilitée par l'expression personnelle des utilisateurs des réseaux. “Je stalker mon ex par pure curiosité”.

- **Travailleur du clic** : Employé d'une entreprise dont l'occupation est de gérer des centaines de comptes différents pour générer du trafic sur une page spécifique, afin qu'elle génère du revenu et gagne en visibilité (friend, like, comments,...).

- **Troll** : Utilisateur-riche des réseaux sociaux, dont la passion est de faire n'importe quoi, tourner en dérision des contenus sérieux, s'incruster dans des discussions en ligne pour entraver les échanges.

