

## La transmission de l'information :

### Quelle hiérarchisation dans les supports numériques ?

**Introduction :** *Le flux de l'information a besoin pour être exploité efficacement d'une organisation qui permet aux lecteurs de se repérer. Aussi se construit une hiérarchisation de l'information propre à chaque support et correspondant à ses règles spécifiques de construction.*

#### Objectifs :

- Percevoir la construction d'une information
- Mettre en évidence les caractères de l'organisation de la page web
- Souligner les spécificités de la lecture en ligne

#### Déroulement

#### Séance :

Sur la page d'accueil du monde.fr, mettre en évidence la hiérarchisation de l'information.

- Quelles sont les trois informations principales contenues sur cette page ? Où sont-elles localisées ? Comment sont-elles mises en avant (*rôle des couleurs, de la taille de la police, présence d'image, etc.*) Emettre des hypothèses sur les raisons de cette organisation. (sens de lecture, capture de l'attention...)
- Dans un second temps, observer la page telle une image. La cacher et en effectuer un schéma sur une feuille séparée. Quels sont les éléments retenus ? Où se situent-ils ? Quelles en sont les caractéristiques visuelles ? (*couleurs, image, police, etc.*)
- Par groupe de deux, cheminer dans l'intégralité de la page, observer la façon dont se fait la lecture : où se situent les zones d'attention ? Quelle action physique a été opérée pour découvrir l'ensemble des contenus ? Dans quel sens se fait la lecture ? Par quels moyens raccroche-t-on l'attention du lecteur ? Proposer une hypothèse d'organisation de l'information en construisant un schéma de la page web.
- En synthèse, quels sont les critères définissant la hiérarchisation de l'information ? Quels sont les outils de valorisation de l'information ?

*Les zones de lecture prioritaires en contenu multimédia*

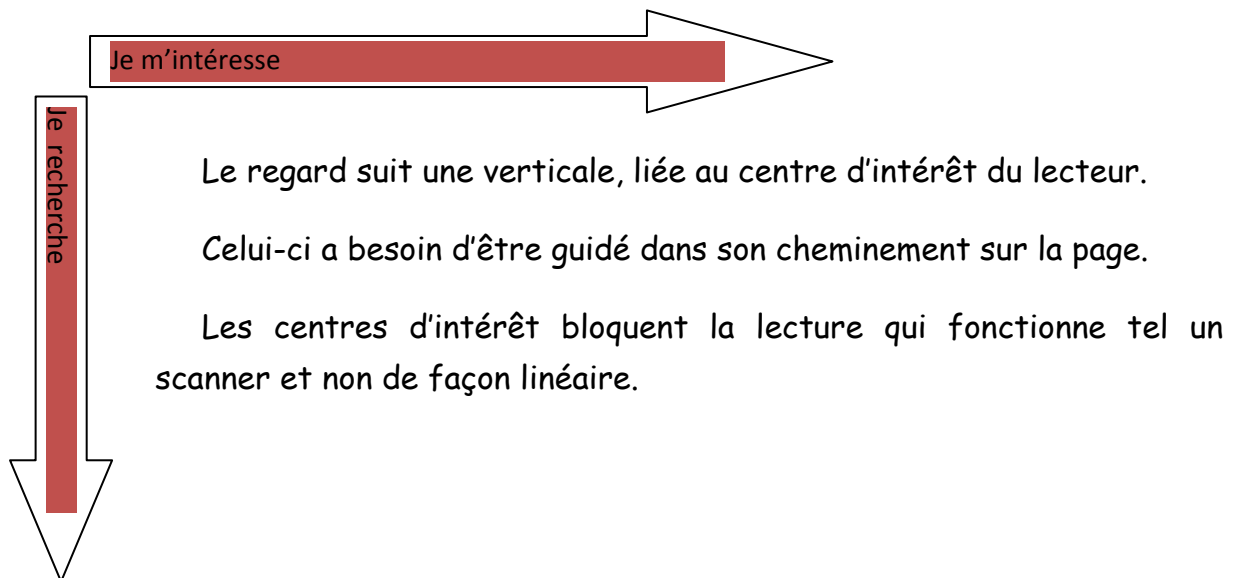


Priorité 1

Priorité 2

Priorité 3

**Mode de lecture d'un contenu multimédia**



**Documents d'appui :**

Xavier de Mazonod, Adverbe

Jakob Nielsen : <http://www.useit.com>

Laurent Goffin : <http://www.gwix.net>