Les influenceurs et nous

*Thierry Soubrié, équipe e-lang citoyen*

# Fiche pour les enseignants

# Tâche

Vous pourrez proposer la tâche suivante à vos apprenants.

|  |
| --- |
| Vous allez créer, en groupes, une carte mentale sur le thème des influenceurs. Cette carte mentale doit vous aider à avoir une vue d’ensemble de ce phénomène actuel et à identifier les intentions de communication des vidéos.  Pour ce faire, vous allez observer des vidéos d’influenceurs et les analyser. |

# Sites

Les vidéos d’influenceurs se diffusent sur différentes plateformes : YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com/)), Instagram ([www.instagram.com](http://www.instagram.com/)), TikTok ([www.tiktok.com](http://www.tiktok.com)), Snapchat ([www.snapchat.com](http://www.snapchat.com)). Les vidéos peuvent être conçues dans différentes langues, c’est pourquoi le phénomène est connu et accessible aux apprenants de différentes langues.

Il existe différents outils de création de cartes mentales qui peuvent être explorés.

# Niveau du CECRL – À partir de B1

## Objectifs

### Citoyenneté et littératie numériques

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Dimensions couvertes par la tâche** | **Objectifs (potentiels) spécifiques** |
| Citoyenneté numérique | Informé | Connaître ce qu’est un influenceur. |
|  | Critique | Adopter une distance réflexive par rapport à ce qui est vu. |
| Littératie de la construction de sens | Littératie des médias | Comprendre ce genre numérique (vidéo) avec ses caractéristiques.  Identifier les intentions des vidéos des influenceurs. |
|
| Littératie de la construction de sens | Littératie informationnelle | Rechercher, évaluer, sélectionner et organiser des informations. |

## Activités langagières visées prioritairement

* Réception orale : comprendre et évaluer les vidéos.
* Production écrite : produire une carte mentale

# Étapes possibles

* Questionner les apprenants sur leurs pratiques médiatiques : quels sites et réseaux sociaux utilisent-ils ? Connaissent-ils et suivent-ils des influenceurs ? Pourquoi sont-ils abonnés à leurs comptes ? Ont-ils déjà été convaincus par un influenceur et, si oui, à quel propos ?
* Essayer d’élaborer ensemble une définition, par exemple : « un influenceur est une personne qui cherche à exercer une influence sur ses abonnés, parfois sur leur comportement en matière de consommation, voire sur leur opinion ».
* Regarder des vidéos d’influenceurs sélectionnées par l’enseignant. Les vidéos peuvent être sélectionnées sur des critères différents : sujet, nombre de followers, date de publication, genre etc. Il est également possible de constituer une liste de vidéos, dans différentes langues, sur la base de propositions faites par les apprenants.
* Répartir ensuite les apprenants par groupe et leur demander d’en faire une triple analyse :
  + Sur quelles thématiques portent-elles (beauté, sport, information, divertissement, environnement, voyage, etc.) ?
  + Dans quel genre s’inscrivent-elles (vlog, tutoriel, sketch, parodie, unboxing, « draw my life », stories, live, « Let’s play », etc.) ?
  + Et enfin, quelle est l’intention de communication des auteurs (vendre, convaincre, amuser, informer, sensibiliser, etc.) ? Y a-t-il des genres qui sont liés à des thématiques spécifiques et une intention (par exemple, unboxing + beauté + vendre, tutoriel + beauté + informer) ?
* Établir, en groupes, une carte mentale à partir de toutes les informations rassemblées.

Les influenceurs et nous

*Thierry Soubrié, Elke Höfler, équipe e-lang citoyen*

# Fiche pour les apprenants

# Tâche

|  |
| --- |
| Vous allez créer, en groupes, une carte mentale sur le thème des influenceurs. Cette carte mentale doit vous aider à avoir une vue d’ensemble de ce phénomène actuel et à identifier les intentions de communication des vidéos.  Pour ce faire, vous allez observer des vidéos d’influenceurs et les analyser. |

# Sites

Les vidéos d’influenceurs se diffusent sur différentes plateformes : YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com/)), Instagram ([www.instagram.com](http://www.instagram.com/)), TikTok ([www.tiktok.com](http://www.tiktok.com)), Snapchat ([www.snapchat.com](http://www.snapchat.com)).

Il existe différents outils de création de cartes mentales qui peuvent être explorés.

# Niveau du CECRL – À partir de B1

## Objectifs

### Citoyenneté et littératie numériques

Avec cette tâche, vous pourriez :

* vous informer sur un sujet d’actualité et de société important : les influenceurs ;
* en apprendre plus sur les caractéristiques de différents types de vidéos très populaires sur les réseaux sociaux ;
* identifier les intentions des influenceurs et comprendre les techniques qu’ils utilisent pour faire passer leurs messages.

# Conseils

## Gardez à l’esprit à qui vous vous adressez

Votre public cible sont vos camarades d’institution qui – contrairement à vous – ne se sont pas encore forcément penchés de manière approfondie sur le phénomène des influenceurs et de leurs intentions communicatives. Vous cherchez à les informer.

## Travaillez la dimension langagière

Pour l’élaboration du produit, il peut être utile de réviser le vocabulaire spécifique des vidéos et du film.

# Pistes de réflexion

En réalisant la tâche, vous pourriez réfléchir aux éléments suivants :

* Qu’est-ce qui caractérise les influenceurs ? Essayez de formuler une définition du terme.
* Qu’est-ce qui caractérise les vidéos des influenceurs ?
* Est-ce qu’il y a une information centrale dans ces vidéos ?
* Existent-ils des différences entre les vidéos publiées sur différents sites, par exemple Instagram, YouTube, Discord ? Si oui, comment ?
* Est-ce que vous avez déjà réfléchi auparavant sur les intentions (communicatives) des influenceurs ?
* Qui produit des vidéos ? Pour qui ? Et avec quelle intention (communicative) ?
* Est-ce que cette activité va influencer votre perception des vidéos des influenceurs ?