

## UNITÉ DE COURS

# L'AUTOREPRÉSENTATION SUR INTERNET A QUEL POINT LES INFLUENCEURS(-EUSES) SONT-ILS SINCÈRES?

### Introduction:

Que ce soit sur Instagram, TikTok ou YouTube, les influenceurs et influenceuses sont omniprésents dans le quotidien des enfants et des jeunes. Sur les plateformes de médias sociaux, de nombreux jeunes jouent le rôle de modèles incontournables. Les influenceurs et influenceuses offrent un aperçu apparemment authentique de leur vie privée et deviennent rapidement des guides dans le quotidien des enfants et des jeunes. Ce sont des stars que l'on connaît presque aussi bien que des amis. Dans la rubrique «commentaires» des plateformes, les utilisateurs(-trices) peuvent échanger avec leur modèle et communiquer avec d'autres membres de la communauté. Alors que les influenceurs(-euses) jouent un grand rôle dans la vie des enfants et des jeunes, ils ne sont généralement pas très importants aux yeux des adultes. Et pourtant, le rôle de modèle que jouent les influenceurs, mais aussi leur avis, valeurs et représentation doivent être observés de manière critique.

Dans cette unité d'enseignement, des pistes seront proposées pour apprendre à observer de manière critique les modèles du monde numérique.

### Contenu et objectifs d'apprentissage:

Discussion à propos des différents aspects de l'autoreprésentation des influenceurs (-euses)

Apprendre à identifier les stratégies de commercialisation des influenceurs (-euses)

Exercice de présentation



### Groupe cible

à partir du cycle 4.1



### Durée

60 – 90 min



### Matériel

Internet, un projecteur, le questionnaire «A quel point est-ce authentique?», un tableau, du papier, des crayons, le vidéo «



### Méthodes

Questionnaire, analyses, discussions, vidéos, présentations



### Référence au guide de référence pour l'éducation aux et par les médias

1.2 Analyser et évaluer les données, les informations et les contenus numériques

5.2 Utiliser les médias numériques de manières responsable et créative

## 1 Phase 1:

En guise d'introduction à la thématique, on demande aux élèves s'ils connaissent une chaîne YouTube qu'ils apprécient. Il doit s'agir de chaînes de personnes et pas des chaînes abstraites (comme des clips musicaux, vidéos de vulgarisation, dessins animés, etc.).

Lors d'un premier screening, on diffuse pour la classe environ 2 minutes des chaînes citées, puis on note le nom des Youtubeurs et YouTubeuses sur le tableau. Enfin, les élèves forment des groupes de 4-5 personnes. Chaque groupe ne peut choisir qu'un seul YouTubeur à analyser.

Pour le travail de groupe, vous pouvez utiliser une tablette ou PC, ainsi que **le questionnaire «A quel point les influenceurs(-euses) sont-ils sincères?»**.

## 2 Phase 2:

Les élèves disposent d'environ 30 minutes pour compléter le questionnaire et pour se faire un avis sur le YouTubeur ou la YouTubeuse. En plus de compléter le questionnaire, chaque groupe doit préparer une petite présentation pour les autres élèves.

La présentation s'articule autour de ces questions :

- **Comment cette personne se représente-t-elle sur YouTube ?**
- **Pourquoi penses-tu que cette personne est sur YouTube ?**
- **Penses-tu que la manière dont cette personne se représente correspond à la réalité ?**
- **As-tu parfois acheté, fait ou pensé quelque chose en suivant les recommandations d'un YouTubeur(-euse) ?**

## 3 Phase 3:

Les groupes doivent maintenant présenter l'analyse terminée aux autres élèves. En guise d'introduction, un court extrait de la chaîne YouTube peut être montré à la classe. Chaque groupe doit présenter les réponses du questionnaire. La présentation doit surtout reposer sur les questions-clés. Grâce à cela, les élèves seront poussés à réfléchir à l'autoreprésentation des YouTubeurs et à l'influence possible qu'ils peuvent avoir sur le propre comportement et sur les plateformes de médias sociaux.

Les réponses à la question «Pourquoi penses-tu que cette personne est sur YouTube ?» seront probablement «... gagner de l'argent avec YouTube». A la fin de cette phase, on pourra d'ailleurs demander directement aux élèves s'ils connaissent les différentes possibilités qu'ont les influenceurs(-euses) pour gagner de l'argent et s'ils peuvent les expliquer.

L'affiche «Verdienstmöglichkeiten» de klicksafe pourra aider à compléter les lacunes. Celui-ci peut être imprimé dans le cadre de l'unité d'enseignement et affiché en classe.

(Téléchargez-le via : [www.klicksafe.de/youtube](http://www.klicksafe.de/youtube))

## 4 Phase 4:

Avec l'analyse des YouTubeurs et la discussion à propos des manières de gagner de l'argent, nous proposons d'aborder dans cette dernière phase la compétitivité et la pression psychique des YouTubeurs et YouTubeuses. A l'aide de quelques questions simples, les élèves peuvent être orientés vers le sujet :

- **Penses-tu qu'il est facile de gagner de l'argent avec YouTube? Pourquoi?**
- **Quels sont les sources de stress ou de pression qui touchent les YouTubeurs et Youtubeuses?**
- **Quels sont les dangers d'Internet auxquels les YouTubeurs et YouTubeuses s'exposent?**

Après avoir mis en commun quelques réponses, vous pouvez montrer la vidéo «Inside of Emptiness» (voir le lien ci-dessous) aux élèves. Le clip en anglais sous-titré en allemand dépeint une jeune femme nommée Jess qui produit régulièrement des vidéos pour YouTube avec la devise «Jessys Lifestyle».

Ce court-métrage est introduit par une compilation de plusieurs salutations identiques («Hey Guys!») que Jess adresse à sa communauté. Peu de temps après, il s'avère que Jess n'est pas aussi heureuse qu'elle le montre dans ses vidéos. Elle est triste et fatiguée car filmer des vidéos demande beaucoup de travail (symbolisé par la scène en accéléré qui représente le rangement de son set-up de tournage dans sa chambre). De plus, son manager la met sous pression : elle devrait filmer encore plus de vidéos car son nombre de clics («stats») baisse. Ce stress provoque chez Jess une dépression nerveuse, elle est ensuite emmenée à l'hôpital. Naturellement, on trouve une vidéo enregistrée au smartphone qui est utilisée sur une autre chaîne YouTube pour des «Clicks&Likes». Après 3 mois, Jess publie une dernière vidéo. On voit ensuite que des amies viennent la chercher à son appartement et qu'elle quitte la pièce en souriant. Après le visionnage, les élèves sont invités à raconter le contenu du film. Ils peuvent alors commenter le côté sombre du business et voir que le clip correspond au slogan de BEE SECURE : «Et ass net alles Gold wat blénkt!» (Tout ce qui brille n'est pas or)



### Liens utiles:

[Cahier thématique] KOSMOS YOUTUBE

[https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe\\_Materialien/Lehrer\\_Kosmos\\_Youtube/klicksafe\\_Kosmos\\_Youtube.pdf](https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_Kosmos_Youtube/klicksafe_Kosmos_Youtube.pdf)

[Vidéo] INSIDE OF EMPTINESS

[https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/video/Kosmos\\_YouTube/Inside%20of%20Emptiness.mp4](https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/video/Kosmos_YouTube/Inside%20of%20Emptiness.mp4)

[Matériel divers sur le sujet]

<https://www.klicksafe.de/materialien/#s|Selbstdarstellung%20im%20Internet>

[Articles de blog sur le sujet]

[https://www.handysektor.de/?id=665&tx\\_kesearch\\_pi1%5Bsword%5D=Influencer](https://www.handysektor.de/?id=665&tx_kesearch_pi1%5Bsword%5D=Influencer)



**Editeur :**  
**Service National de la Jeunesse (SNJ)**  
B.P. 707 · L-2017 Luxembourg  
[www.snj.lu](http://www.snj.lu)  
[www.bee-secure.lu](http://www.bee-secure.lu)



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère de l'Éducation nationale,  
de l'Enfance et de la Jeunesse  
Service national de la jeunesse



Co-financed by the Connecting Europe  
Facility of the European Union



Consultez :  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr>

ISBN: 978-2-919796-20-5

Version digitale  
UE\_Autorepresentation\_FR - v.1 - 03.2021