

14^e Semaine des médias à l'école - Fiche pédagogique

Sur le web, prescripteurs, modèles et imposteurs

STAR DU NET
UN VRAI MÉTIER,
RASSURE
TA MÈRE

Public concerné : 14-20 ans

Lien avec le PER :

[FG 31 MITIC](#) "Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations...en analysant les formes et les finalités de sites Internet et de supports électroniques...en vérifiant les informations reçues des médias et en en produisant selon les mêmes modes"

Temps nécessaire :

1 à 3 périodes

Matériel nécessaire :

connexion Internet, beamer, éventuellement photocopies d'articles mentionnés dans la fiche

Mots-clés : Youtubeurs, partenariats, placement de produit, monétisation, marques

Résumé

Ils donnent leur avis sur des jeux vidéo, la mode, le maquillage, parfois même l'actualité. Ce sont « *des idoles qui servent d'exemple* » (étude JAMES 2016). Mais les jeunes savent-ils que leurs Youtubeurs favoris sont payés par des marques pour placer leurs produits ? Se rendent-ils compte que l'information qui circule sur leurs réseaux préférés n'est pas toujours fiable ?

Le site préféré des jeunes, est désormais YouTube. Google vient en 2^e place, Facebook en 3^e, Instagram en 4^e. 75% des jeunes Suisses ont pu nommer leur Youtubeur favori (étude JAMES). Les plus cités sont les Français Cyprien (10 millions d'abonnés), Norman (8 millions) et Squeezie (7). Tous trois vivent de la notoriété acquise grâce à leurs vidéos. Norman, 29 ans, est ainsi devenu acteur et humoriste.

La plupart des Youtubeurs à succès ont des contrats de

«monétisation» ou de «partenariat» avec des marques. Certains ne s'en cachent pas et font appel à la complicité de leurs fans. Ils peuvent recommander des produits ou simplement les montrer. EnjoyPhoenix, spécialisée en mode et beauté, propose ses vêtements et «make-up» favorisés aux près de 3 millions d'abonnés à sa chaîne.

Selon Médiamétrie 2011, 88% des internautes sont influencés dans leurs achats par les recommandations trouvées sur le Net. Font-ils attention à la source ? Les entreprises intègrent désormais les blogueurs et Youtubeurs dans leurs stratégies de marketing (*lire les articles en lien*).

De fausses informations circulant sur le Net et en particulier les réseaux sociaux parviennent à piéger les internautes et les médias. Mais Facebook refuse de trier, déclarant n'être qu'une plate-forme. Comment évaluer la crédibilité d'une information partagée ?

Objectifs

- Apprendre à tenir compte des mécanismes économiques sur le web gratuit
 - Savoir prendre une distance critique, même avec les stars du web
 - Apprendre à vérifier une information qui circule sur les réseaux, même si elle a du succès
-

Étapes suggérées

Séance 1 – 1 ou 2 période(s)

Les Youtubeurs et les marques

A. Discussion générale : les YouTubeurs favoris

> Demander qui regarde des vidéos tous les jours sur internet. Comparer la proportion dans la classe aux résultats de l'étude JAMES 2016 (p. 33 : 79% des 12-19 ans en regardant tous les jours ou plusieurs fois par semaine).
Questions possibles : Combien de temps les élèves y consacrent-ils par jour ? Davantage qu'à regarder la télévision ? Quelles différences voient-ils entre ces médias ?

> Demander aux élèves s'ils suivent régulièrement les chaînes de certains Youtubeurs. Noter les noms au tableau.

Questions possibles : Pourquoi les suivent-ils ? Y a-t-il d'autres motifs que le divertissement ? Regardent-ils aussi des vidéos d'émissions télévisées ? Préfèrent-ils les chaînes personnelles sur YouTube ? Pourquoi ? Leur font-ils confiance ? Savent-ils pourquoi ces Youtubeurs produisent régulièrement des vidéos ?

> Eventuellement, montrer la vidéo où Cyprien évoque son métier de Youtubeur (durée 05'30), puis faire réagir :
<https://www.youtube.com/watch?v=rFb77GgN8Q>

B. Comment un Youtubeur gagne sa vie

> Montrer jusqu'à 02'45 cette vidéo diffusée sur France 4 :
<https://www.youtube.com/watch?v=vbB3Z0MKMZ4>
puis faire réagir les élèves et ouvrir la discussion.
Questions possibles : les élèves connaissent-ils ces pratiques ? Trouvent-ils normal ou choquant qu'un Youtubeur puisse gagner jusqu'à 100'000 francs pour placer un produit ? Faudrait-il des limites, des contrôles ?

> Montrer la suite de la vidéo, faire réagir les élèves.

> Eventuellement, distribuer un article sur EnjoyPhoenix (Youtubeuse spécialisée dans les conseils de mode et beauté), puis faire réagir les élèves :
<http://www.lesinrocks.com/2015/03/22/actualite/conspuee-au-lycee-idole-sur-youtube-portrait-denjoy-phoenix-11618153/>

Questions possibles : qui regarde des vidéos pour des conseils d'achats ? Les élèves croient-ils que les Youtubeurs sont toujours sincères ?

> Eventuellement, montrer la vidéo de Jojol (durée 7'45) : <https://www.youtube.com/watch?v=rZVts0w2lZk>

Questions possibles : les élèves le croient-ils sur parole ? Pourquoi ?

C. Le point de vue du marketing

> Distribuer aux élèves des articles de conseils en marketing. Par exemple :
- Conseils de marketing pour utiliser des prescripteurs web : <http://www.conseilsmarketing.com/fidelisation/identifier-les-prescripteurs-pour-lancer-un-nouveau-produit>

- Comment les marques courtisent les Instagramers : <http://www.e-marketing.fr/Thematique/Direct-Digital-1003/Breves/Les-Instagramers-nouveaux-influenceurs-courtises-marques-249255.htm#yUsrM2PjkT9PyCxd.97>

Questions possibles : ces articles changent-ils le regard des élèves sur les Youtubeurs, Instagramers ou blogueurs à succès ? Une telle activité économique tenterait-elle des élèves ?

> Définitions : le prescripteur a acquis par ses prestations (vidéo, photo) un pouvoir de recommandation auprès d'un grand nombre de consommateurs. A différencier des leaders d'opinion, qui l'ont acquis par la force de leurs avis.

Séance 2 – 1 période

Attention aux imposteurs et fausses informations

A. Ouvrir par une discussion sur les informations circulant sur les réseaux sociaux.

Questions possibles : Quels élèves en reçoivent ? Qui les lit ? Quelle confiance leur accordent-ils ? En fonction de quoi ? De la personne qui les a partagées ? De la source de l'information ? Vérifient-ils parfois en cherchant une autre source ? Savent-ils qu'il circule des canulars et des fausses informations ? En ont-ils vu passer ? Savent-ils que la majorité des contenus sont produits par des « bots », programmes informatiques se faisant passer pour des humains ?

> Donner l'exemple des sites pro-Donald Trump créés en

Macédoine. Lire ou faire lire des extraits de cet article, puis faire réagir :

<https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/comment-la-macedoine-sest-retrouvee-au-coeur-de-la-desinform>

B. Proposer la lecture d'un canular par projection ou par distribution de photocopies (sans préciser qu'il s'agit d'un canular) :

> Par exemple cet article d'*El Manchar* :

<https://el-manchar.com/2016/12/21/urgence-terroriste-annule-projet-dattentat-apres-oublie-carte-didentite-chez-lui/>

Questions à poser : que pensent les élèves de cet article ? Le partageraient-ils ? Le croient-ils ? Ont-ils remarqué la source ?

> Puis projeter ou faire lire cet autre article sur *El Manchar* :

http://www.lemonde.fr/m-moyen-format/article/2015/11/13/el-manchar-le-site-algerien-qui-se-moque-de-tout-ou-presque_4809356_4497271.html

Puis faire réagir les élèves.

C. Proposer un cas de fausse information qui a eu du succès sur le web.

> Faire lire par exemple cet article :

<http://www.slate.fr/story/10391/une-bande-dimposteurs-trompe-la-presse-allemande>

Ouvrir la discussion.

Questions possibles :
Comment les élèves réagissent-ils à ce canular ? Se seraient-ils « fait avoir » ?

D. Comment vérifier une information sur internet ?

> Faire lire l'un et/ou l'autre de ces deux articles :

- Les conseils d'Action innocence pour vérifier l'information sur le web :

<http://www.actioninnocence.org/news/info-ou-intox-comment-verifier-linformation-sur-internet/>

- Les « cinq réflexes pour ne pas se faire avoir » selon letudiant.fr :

<http://www.letudiant.fr/college/6e/5-choses-a-faire-avant-de-croire-tout-ce-que-vous-lisez-sur-internet.html>

Puis demander aux élèves de résumer les recommandations essentielles.

Pour aller plus loin

L'étude JAMES (les youtubeurs préférés sont en page 31) :

https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Rapport_JAMES_2014.pdf

Comment les youtubeurs gagnent leur vie (article):

http://www.challenges.fr/challenges-soir/norman-cyprien-enjoyphoenix-les-youtubeurs-nouvel-eldorado-pour-les-grandes-marques_16245

Comment les youtubeurs gagnent leur vie (vidéo):

<https://www.youtube.com/watch?v=vbB3Z0MKMZ4>

« Les bonnes affaires des youtubeurs » (Le Monde) :

http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/11/09/cyprien-norman-enjoyphoenix-les-bonnes-affaires-des-youtubeurs_4805990_4408996.html

Cyprien (10 millions d'abonnés) évoque son métier de youtubeur:

https://www.youtube.com/watch?v=_rFb77GgN8Q

Jojo explique ses revenus :

<https://www.youtube.com/watch?v=rZVts0w2lZk>

Portrait d'EnjoyPhoenix :

<http://www.lesinrocks.com/2015/03/22/actualite/conspuee-au-lycee-idole-sur-youtube-portrait-denjoy-phoenix-11618153/>

Un exemple de citation de produits, le tour de chambre d'EnjoyPhoenix (3 millions de vues) :

<https://www.youtube.com/watch?v=Jtg5fpNHbxg>

Youtubeurs prescripteurs, l'exemple des «Booktubeurs» :
<https://mediathequemargueriteduras.wordpress.com/2016/12/01/les-booktubeurs-ces-prescripteurs-des-temps-modernes/>

«Les blogueurs, nouveaux prescripteurs» (Le Monde) :
http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/02/18/les-blogueurs-nouveaux-prescripteurs_1645244_3234.html#7SWupaPvVupFpBXf.99

Le marketing conseille l'utilisation des prescripteurs du web :
<http://www.conseilsmarketing.com/fidelisation/identifier-les-prescripteurs-pour-lancer-un-nouveau-produit>

Comment les marques courtisent les instagramers :
<http://www.e-marketing.fr/Thematique/Direct-Digital-1003/Breves/Les-Instagramers-nouveaux-influenceurs-courtises-marques-249255.htm#yUsrM2PjkT9PyCxd.97>

Pourquoi Facebook ne censure pas les fausses informations :
http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/12/16/facebook-annonce-une-serie-de-mesures-pour-lutter-contre-les-fausses-informations_5049975_4408996.html

Les sites pro-Trump créés en Macédoine :
<https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/comment-la-macedoine-sest-retrouvee-au-coeur-de-la-desinform>

Les conseils d'Action innocence pour vérifier l'information sur le web :
<http://www.actioninnocence.org/news/info-ou-intox-comment-verifier-linformation-sur-internet/>

Dix conseils pour débusquer les fausses informations sur Internet (Le Temps) : <https://www.youtube.com/watch?v=OQzQLtsHcLc>

Trois conseils pour débusquer les photos mensongères sur Internet (Le Temps) : <https://www.youtube.com/watch?v=SkEDb540pWA>

Les «cinq réflexes pour ne pas se faire avoir» selon letudiant.fr :
<http://www.letudiant.fr/college/6e/5-choses-a-faire-avant-de-croire-tout-ce-que-vous-lisez-sur-internet.html>

Alain Maillard, journaliste, responsable du magazine EDITO, décembre 2016.

