

Animation

« Menace d'influence »

Autour du spectacle *Menace Chorale*

de Gabriel Sparti

Public : S4-S6



Table des matières

Résumé de Menace Chorale + distribution	3
Présentation de l'atelier	4
Objectif.....	4
Déroulement de l'atelier – Fiche Pratique	5
a) Introduction de l'activité (5 min).....	5
b) Organiser le travail de groupe (30 min)	5
c) Réorganiser les groupes pour le débat suivant (15 min).....	5
d) Discussion collective (2 min)	6
e) Conclusion de l'activité (10 min).....	6
Conclusion.....	7
Point d'attention !!!.....	7
Quelques retours de l'animation :.....	8
Matériels de l'activité	9
Annexe 1 – Informations positives.....	10
Annexe 2 – Informations négatives.....	13

Menace d'influence

Animation autour du spectacle *Menace Chorale*

Durée : 1h00-1h30

Public : S4-S6

Résumé de Menace Chorale + distribution

1) Menace chorale

Une cheffe d'orchestre italienne, à la fois renommée et charismatique, arrive dans une petite ville pour diriger une chorale composée de 5 personnes. Grâce à sa prestance et son autorité naturelle, elle parvient rapidement à instaurer un climat de confiance et un esprit de groupe important.

Peu à peu, les membres de la chorale se mettent à la suivre sans remettre en question ses choix ou ses décisions. Cependant, certains éléments extérieurs, commencent à percevoir des aspects problématiques dans le projet et les messages véhiculés à travers les chants choisis.

Malgré ces signaux d'alerte, la chorale reste soudée autour de sa cheffe et tend à banaliser, voire normaliser, des choix pourtant discutables...

2) Distribution

Mise en scène : Gabriel Sparti - Jeu et écriture au plateau : Raphaëlle Corbisier, Karim Daher, Alain Ghiringhelli, Anne-Sophie Sterck, Laure Valentinelli, Audrey Bommier et Tara Veyrunes - Dramaturgie : Yann-Guëwen Basset - Écriture des matériaux préparatoires Yann-Guëwen Basset, Karim Daher, Gabriel Sparti Anne-Sophie Sterck et Laure Valentinelli - Assistanat à la mise en scène : Margot Dufeutrelle - Stagiaire à la mise en scène et dramaturgie : Nelly Pons - Direction musicale : Ségolène Neyroud et Audrey Bommier - Scénographie : Marie Szersnovicz - Création lumière : Nora Boulanger Hirsch - Création sonore : Laure Lapel - Création costume : Solène Valentin - Direction technique et régie générale : Antoine Vanagt - Construction décor : Wim Piqueur - Diffusion : Catherine Hance - Un remerciement particulier à Laurène Hurst - Merci à Françoise Bloch, Jules Puibaraud, Elena Doratiotto, Benoît Piret, Aloula Wattel, Emma Seine, Lucien Gabriel, Conchita Paz et Anna Thiriôt pour leurs regards et leur accompagnement tout au long du travail - Une création de Gabriel Sparti - Coproduction et accueils en résidence : Théâtre Les Tanneurs, Le Manège Maubeuge, la maison de la culture de Tournai, Le Théâtre des 13 vents CDN Montpellier - dispositif Seconde! - Coproduction : Théâtre Garonne – Scène européenne - Toulouse, la Comédie de Genève, La Coop asbl et Shelter Prod - Accueil en résidence : Théâtre de l'Élysée à Lyon - Production déléguée : Théâtre Les Tanneurs - Production exécutive : Prémises production - Avec le soutien de la Fédération Wallonie-

Bruxelles – section théâtre, de Wallonie-Bruxelles International (WBI), du Festival Factory à Liège, Taxshelter.be, ING et du Tax Shelter du gouvernement belge fédéral - Avec la participation du Centre des Arts Scéniques

Présentation de l'atelier

Cet atelier prolonge la réflexion proposée par le spectacle Menace Chorale en l'appliquant au monde numérique actuel : réseaux sociaux, algorithmes, polarisation des opinions et diffusion de fausses informations.

Il permet aux élèves de comprendre concrètement comment **l'environnement informationnel peut influencer leur perception du réel**. En effet, une même information répétée à l'excès peut être banalisée, presque à en devenir une norme. À l'image de ce que l'on peut observer dans ce que vit la chorale du spectacle.

Objectif

L'objectif est de montrer concrètement comment les réseaux sociaux, créés le **système des algorithmes**, créent des bulles informationnelles, dans lesquelles les individus sont principalement exposés à des informations qui confirment leurs convictions. Cela peut renforcer l'impression que leurs idées sont valides ou représentent « la vérité ».

L'activité vise également à sensibiliser les élèves à l'importance de faire preuve **d'esprit critique** face aux informations qu'ils reçoivent (manipulation marketing, désinformation, etc.).

Pour finir elle sensibilise également à **l'influence du groupe**, c'est le fait qu'une personne peut être influencée par les autres dans ses choix ou ses opinions. Elle peut alors s'adapter au groupe, parfois sans s'en rendre compte.

Déroulement de l'atelier – Fiche Pratique

a) Introduction de l'activité (5 min)

Poser la question : « Selon vous, faudrait-il encourager le travail des influenceur-euse-s ou, au contraire, le limiter ? »

→ Laisser les élèves répondre oralement

Grouper les élèves par 4

Dans chaque groupe :

- 2 élèves reçoivent un dossier d'informations orientées positivement sur un sujet. (positif sur les influenceur-euse-s) -> voir annexe 1
- 2 élèves reçoivent un dossier d'informations orientées négativement sur le même sujet. (négatif sur les influenceur-euse-s) -> Voir annexe 2

Les élèves ne savent pas que les informations sont volontairement orientées.

b) Organiser le travail de groupe (30 min)

- Après la lecture poser cette question au centre de la table : « Selon vous, quel est l'impact des influenceur-euse-s sur les jeunes ou sur la société ? »
. les élèves débattent
- Pour encourager le débat, alimenter les groupes de ces 4 affirmations :
 - Les influenceur-euse-s sont une source d'inspiration, on peut vraiment leur faire confiance.
 - Adorer un-e influenceur-euse n'apporte que du négatif.
 - Les influenceur-euse-s peuvent être une source de réconfort.
 - Les influenceur-euse-s sont tou·te·s faux·fausses et sont là pour manipuler nos idées.

c) Réorganiser les groupes pour le débat suivant (15 min)

Diviser la classe en deux : Mettre tous ceux qui ont eu les informations négatives d'un côté et tous ceux qui ont eu les positives de l'autre.

Reposer la question :

« Selon vous, faudrait-il encourager le travail des influenceur·euse·s ou, au contraire, le limiter ? »

Chaque élève répond à la question individuellement sur un post-it. Ensuite, chaque groupe se met d'accord pour faire une réponse commune.

d) Discussion collective (2 min)

Après avoir donné leur réponse, laisser chaque groupe argumenter et échanger sur leurs idées.

e) Conclusion de l'activité (10 min)

Révéler aux élèves :

- Les informations distribuées étaient volontairement orientées.
- Dans chaque groupe, les informations reçues étaient négatives pour un même sujet. (Donner des exemples pour étayer le propos)

Ensuite, trois questions sont posées à l'ensemble de la classe afin de comparer les opinions des groupes et de discuter des arguments avancés.

1. À votre avis, la discussion aurait-elle été différente si tout le monde avait eu les mêmes informations ?
2. Qu'est-ce que vous pensez vraiment du sujet maintenant que vous avez lu tout cela ?
3. Est-ce que vous vous êtes sentis plus proche des personnes qui avaient les mêmes informations que vous pendant l'activité ? Pourquoi ?

Conclusion

Pour conclure, on peut voir que nos opinions ne se construisent pas seules : elles sont fortement influencées par les informations que nous recevons, notamment sur les réseaux sociaux, où nous sommes exposés chaque jour à une grande quantité de contenus.

Mais ces informations ne sont pas toujours fiables. C'est pourquoi il est essentiel de développer son esprit critique : prendre du recul, se poser des questions, vérifier ses sources et ne pas croire automatiquement tout ce que l'on voit ou entend.

En parallèle, l'effet de groupe joue aussi un rôle important. On a tendance à adopter plus facilement les idées des personnes qui nous entourent, surtout lorsqu'on partage déjà des points communs avec elles. Cela crée un sentiment d'appartenance, mais cela peut aussi influencer notre manière de penser sans que l'on ne s'en rende compte.

On le voit d'ailleurs dans le spectacle : les personnes qui font partie de la chorale sont à la fois influencées par le groupe, mais aussi par les informations qui leur sont données petit à petit, sans même s'en rendre compte.

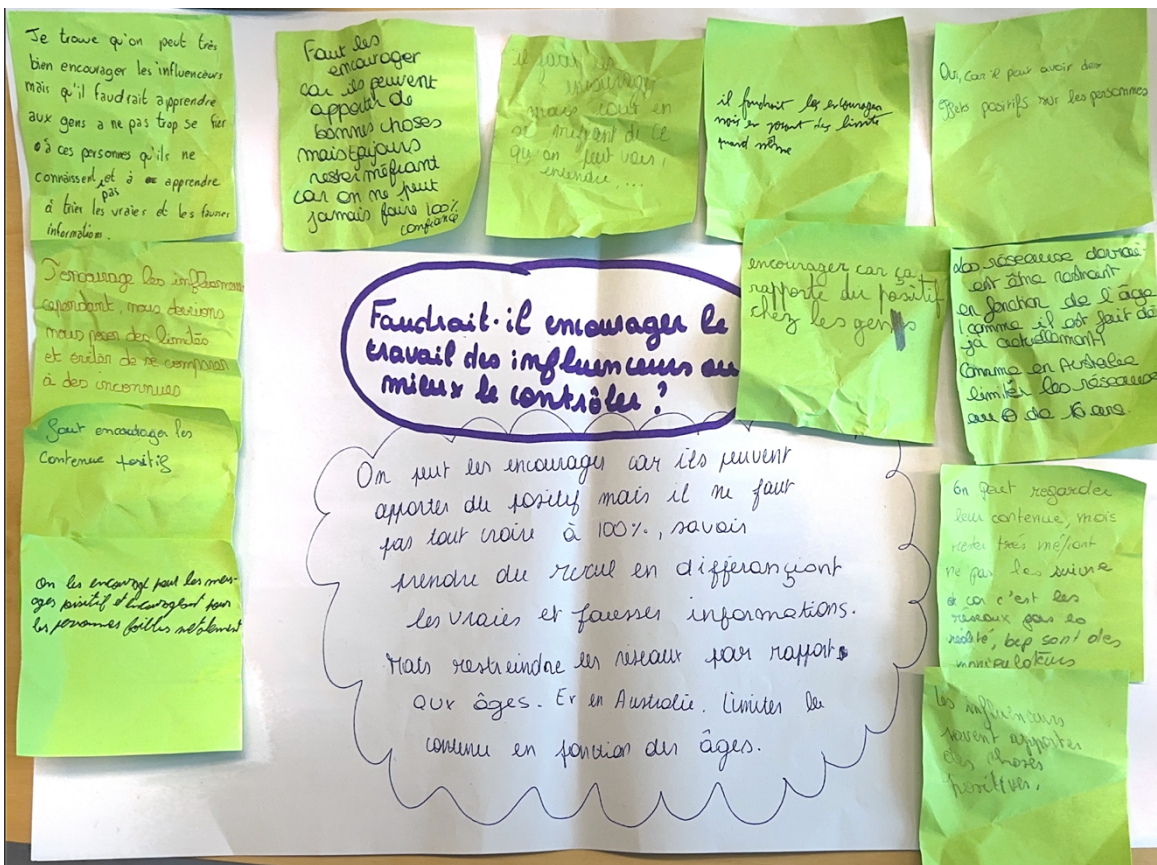
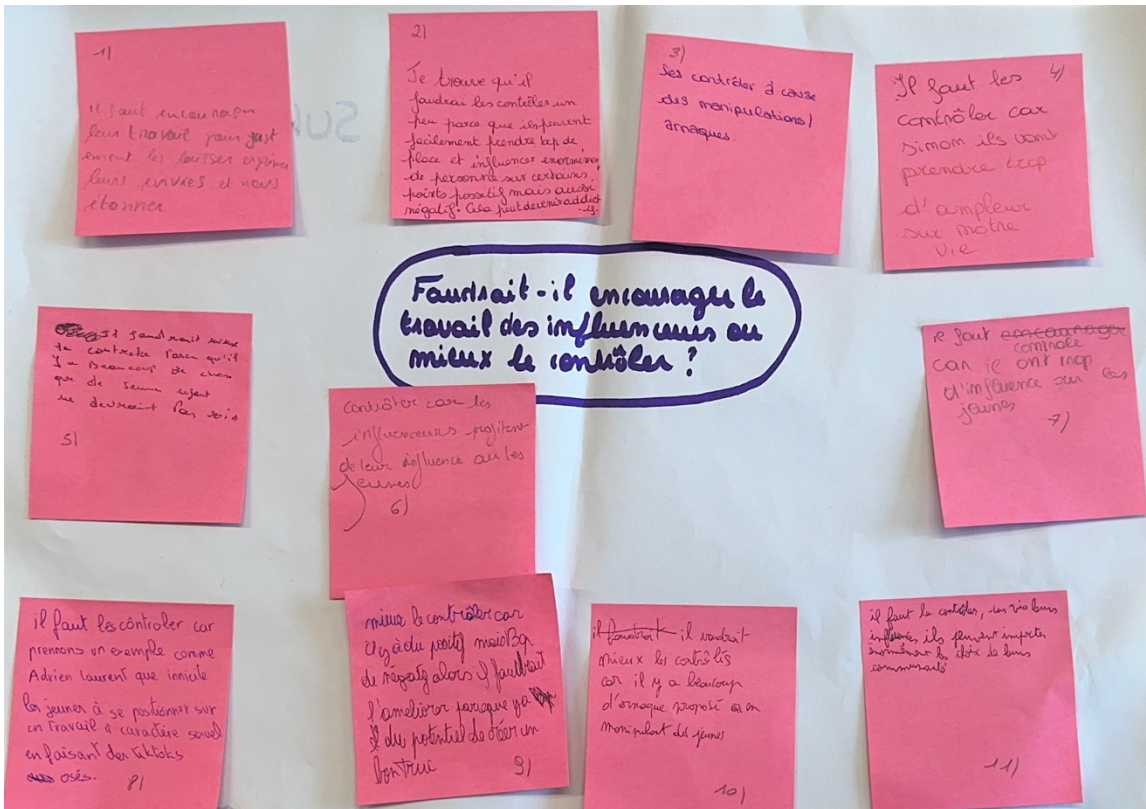
C'est donc important d'être conscient-e de ces influences, que ce soit celles des réseaux, du groupe ou de notre environnement, afin de pouvoir se forger sa propre opinion de manière réfléchie et autonome.



Point d'attention

L'activité peut très bien fonctionner avec un autre sujet mais le sujet des influenceurs fonctionne plutôt bien car les jeunes se sentent vraiment concernés. Attention cependant cette connaissance du sujet peut produire l'effet inverse que celui attendu par l'activité proposé.

Quelques retours de l'animation



Matériels de l'activité

- 10 enveloppes au total (pour un groupe de 20 à 25 élèves)
- 5 enveloppes vertes (contenant des informations positives)
- 5 enveloppes rouges (contenant des informations négatives)
- Des post-it verts
- Des post-it rouges
- Des feuilles A3

Annexe 1 – Informations positives



L'incompris Sage @IncomprisSage · Nov 16, 2025

Un **influenceur** doit savoir influencer, mais surtout influencer positivement. Lui, il a réussi. Il participe à la fabrique de l'être humain. ❤️



ont journalistes, entrepreneuses, coaches, stylistes, humoristes, activistes, et rayonnent sur les réseaux sociaux, d'Instagram à Twitter en passant par TikTok, Twitch ou YouTube. Aujourd'hui, « l'influence, ce n'est pas juste se prendre en selfie », explique **Lena Mahfouf**, elle qui se revendique créatrice de contenus. Tous ces talents-là le prouvent bien et leurs comptes nourrissent désormais notre quotidien. Là avec les derniers spectacles à ne pas manquer, ici avec leurs recettes véganes du moment. Mais aussi avec leurs décryptages de l'actu, leurs bons plans voyage, leurs coups de gueule féministes ou leurs alertes écolos. Mais comment s'y retrouver dans ce foisonnement de propositions parfois pas toujours à la hauteur de nos attentes ? Notre sélection influencée.

Et il y a les véritables influenceurs. Ceux qui ont un effet positif sur la société, qui inspirent, qui incitent à mieux, qui se servent de leur rôle et de leur réputation pour nous tirer collectivement vers le haut.

Une influence positive : comment les créateurs de contenu brisent-ils les tabous ?

Par Lea Pruvost 10 janvier 2024 En collaboration avec Tribu





lara @laradelmu · Feb 9, 2020



je crois que j'ai rarement vu une fille qui me donnait autant envie **de croire** en mes rêves que **lena situations**, vraiment elle m'a tellement montré que tout est possible si on s'en donne les moyens, elle a rien à voir avec le **makeup de base** mais elle m'a vraiment aidé à me battre



Kely Péripiéties 🇺🇸 @kelyagl · Oct 14, 2020



La dernière fois je regardais des vidéos **de Lena Situations** pour me rendre compte **de** ce qu'elle fait un peu sur YouTube. Je suis restée une heure sans rien faire à enchaîner les vidéos. Le taff est trop propre, le montage est bien fait, les transitions... Je comprends la hype.

8

355

3.7K



Monsieur voyage

Monsieur Voyage est un véritable virtuose des périples autour du monde ! Avec plus de **370 000 abonnés sur TikTok** et une communauté de **303 000 followers sur Instagram**, il ne se contente pas de partager de simples photos de voyage, mais offre un véritable trésor d'astuces, de conseils et d'inspiration pour des aventures inoubliables.

Que ce soit pour **découvrir des lieux insolites**, **dénicher les meilleurs hôtels** ou simplement **trouver des conseils pratiques pour voyager en toute sérénité**, Monsieur Voyage est là pour vous guider à chaque étape de votre aventure.

[@monsieur.voyage](#)

5 destinations : 3 surcotées et 2 sous-cotées ✈️ #voyage #voyageur

Pour ceux qui s'intéressent aux performances sportives, aux recettes de cuisine saines et aux modes de vie équilibrés, les réseaux sociaux de Juju Fitcats offrent une source riche et variée de contenu. Active sur pratiquement toutes les plateformes de médias sociaux, cette influenceuse du Sud de la France excelle dans la création de contenus diversifiés.

Que ce soit à travers son application de fitness [@shapeyou](#), ou via sa série YouTube "[Balance ton frigo](#)" (dans laquelle [Norbert était récemment invité](#) par exemple) où elle explore les cuisines de ses invités, Juju Fitcats affiche une polyvalence remarquable pour satisfaire sa communauté.

Avec une passion pour [la mode](#) et les nouvelles tendances, Léna Situations ne se cantonne pas à ces thèmes. Elle s'aventure également dans le développement personnel, les voyages et la culture, enrichissant ainsi sa panoplie de contenus toujours plus appréciés. Son authenticité et son accessibilité font d'elle plus qu'une simple influenceuse ; elle est devenue une amie virtuelle pour beaucoup.

Ses abonnés la suivent fidèlement dans ses vlogs chaque été ([les vlogs d'août](#)) et ses divers projets, établissant un lien profond et durable qui dépasse le cadre traditionnel de l'influence. Mention spéciale pour ceux qui aiment les montages créatifs, Léna Situations (ou Mahfouf de son vrai nom) fait partie de celles qu'on adore suivre !



avatardc @avatardc · Mar 6



Replying to @jeremstar

Bravo à **Nasdas**. La force tranquille. Toujours généreux, il essaie d'apporter un peu de fond et de casser les clichés **sur** son quartier. 💪



1.5K



Marilyn_tyronn_taylor ❤️🌞🚗

@Leanemarts elle est incroyable elle est good vibe je l'adore tellement ça donne envie d'être amis avec elle

2025-1-1 Répondre



Rhey Elric

mou perso en terme de créatrice de contenu c'est Emma graziano, elle est incroyable et elle m'a appris à m'aimer et en terme de célébrité c'est cornaline fargat

2025-1-13 Répondre



rina

@superlumos il ma appris tellement de chose cette personne est incroyable aller les suivre

2021-10-14 Répondre



Glace et pissée

si vous voulez sur Twitch y a maghla qui est très drôle et fait très souvent des discours de positivité c est fou comment ça fait du bien :)

2021-10-14 Répondre



fleuretange

@Tata Gamze 🌞 un modèle une réussite un mentor avec un cœur énorme et du caractère comme on aime

2025-6-13 Répondre

Annexe 2 – Informations négatives



lavenir.net

2 mars à 11:17 ·

Des voix se lèvent aussi pour dénoncer "l'hypocrisie de certains influenceurs qui font de l'arnaque leur business"



LAVENIR.NET

Les cris de détresse des influenceurs français sous les bombes de Dubaï: "La France, protégez-nous"

75 Secondes @75secondes · Feb 14
Tout juste de retour sur Snapchat, **Nasdas** surprend ses 9,2 millions d'abonnés avec du contenu politique mettant en avant le RN



122 388 2.2K 1.9M



Avec 40% d'arnaque, est-ce fiable de faire appel à des influenceurs?

Maha Karim-Hosselet

Fondatrice de MKKM • 13-11-2019, 14:43 • Mise à jour le: 20-07-2022, 09:16 • Source: None • 3 min. de lecture

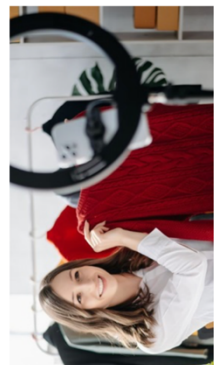
Très à la mode, le marketing basé sur les influenceurs se répand auprès de toujours plus de marques et d'entreprises. Mais pas mal d'études démontrent un gros pourcentage d'arnaques. Faut-il pour autant rejeter cette méthode de marketing sur les réseaux sociaux ?

Les influenceurs impactent nos décisions d'achats : méfiez-vous!

SUIVRE - Droits des consommateurs

11 juin 2024

Les influenceurs sont partout sur les réseaux sociaux et beaucoup d'entre eux pratiquent du **marketing d'influence** pour des marques tiers, et **influencent** ainsi **sur nos choix d'achat**. Comment reconnaître un **influenceur qui fait de la publicité** ? Que dit la loi ? Et **quels sont les dangers** du marketing d'influence ? Gare aux arnaques !

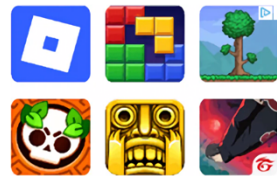
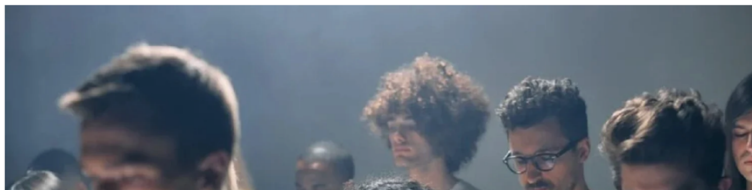


Réseaux sociaux : comment les influenceurs et les algorithmes vous manipulent ?

Un livre revient sur les conséquences funestes des réseaux sociaux sur le débat public.



Publié le 11 septembre 2024 à 12 h 57 min
Par **Jean-Yves Alric**



Yohan @YohanIsBack · Dec 29, 2024



Quand un **influenceur** essaye de se défendre en disant « vous me connaissez » c'est systématiquement de la **manipulation** affective car ils savent que certains les idolâtrent



Profils AD Laurent, Nasdas, Julien et Manon Tanti : quatre influenceurs problématiques devant la commission d'enquête sur TikTok

◆ **Réservé aux abonnés** Les quatre créateurs de contenu ont fait du sexisme, de la violence ou du mensonge leur business, grâce à leurs énormes et souvent jeunes communautés. Ils seront auditionnés mardi 10 juin par les députés qui souhaitent une meilleure régulation des réseaux sociaux.



Tibo InShape @TiboInShape · Jan 23, 2025



Ne vous comparez avec la **vie** de vos influenceurs préférés sur les réseaux. Derrière l'argent, les grosses voitures, les vêtements de luxes et les « sourires », la réalité n'est pas toujours ce qu'elle laisse paraître. Le bonheur n'est pas que matériel. Bien sûr que l'argent évite beaucoup de problèmes mais il n'achète pas tout. Concentrez-vous sur vos projets, vos relations humaines et votre réussite



RÉSEAUX SOCIAUX

Deux tiers des influenceurs ne vérifient pas si ce qu'ils disent est exact, révèle une étude de l'UNESCO

27 nov. 2024 à 22:22 - mise à jour 27 nov. 2024 à 23:40 · 2 min

Partager

Écouter

INFO Par Belga



Les Makers  @lesmakers_fr · May 11, 2025



LES INFLUENCEURS NE SONT PAS DES CRÉATEURS DE CONTENU.
CE SONT DES MACHINES À ARNAQUE

Des millions d'euros de préjudice en France rien qu'en 2023

Une seule formation bidon peut rapporter 100 000€ en 48h.

Et 60 % de leurs pubs sont illégales.

Voici comment ils te manipulent :



Jessica 

Les gens sont parfois trop attachés à leurs "idoles" (un peu fort..) pour avoir assez de recul. Ce n'est pas de la manipulation au sens négatif du terme, mais au sens "marketing". Il faut vendre !

2024-9-26 Reply 

 314



lulu

sérieux ça me dépasse pourquoi tout le monde devrait rentrer dans le moule de la bonne conduite dicté par le gourou Squeezie ou n'importe quelle autre youtubeur c'est bon a un moment

2025-12-19 Reply



 38



Luna Sweet Pain | AuDHD 

Qu'est-ce qui n'est pas transparent dans "influenceurs" ?
C'est bien profiter de sa proximité émotionnelle pour influencer un choix


2024-9-26 Reply 


 30

Ceux qui réussissent sur les réseaux sociaux sont-ils des idoles, des modèles ou – comme leur nom l'indique – des influenceurs, voire des manipulateurs?

Les stars semblent généralement déconnectées de la réalité et «intouchables». Elles évoluent dans d'autres sphères que le commun des mortels. Anja Zeidler, j'ai plutôt l'impression qu'elle incarne pour beaucoup de jeunes «la fille d'à côté», fraîche, sympathique et performante. Elle s'adresse à ses fans de façon très extravertie, mais d'égal à égal, en abordant des problèmes qui préoccupent aussi les autres jeunes femmes. En ce sens, elle représente un modèle, une conseillère facile d'accès. Pour ce qui est de manipuler les esprits, c'est ce que fait la publicité en général. L'abondante promotion commerciale à laquelle se livrent tous les grands influenceurs sur les réseaux sociaux ne fait pas exception à la règle.

Voici les principaux points qui rendent Nasdas "problématique" selon les informations récentes :

- **Audition parlementaire sur TikTok** : En juin 2025, il a été entendu par la commission d'enquête sur les effets de TikTok sur les mineurs, notamment concernant les "dramas", le harcèlement et les contenus violents.
- **Mise en scène de vulnérabilités** : Il a été critiqué pour avoir filmé des personnes dans des situations de détresse (la "team Nasdas") dans sa villa, s'en moquant parfois, ce qui a été assimilé à une télé-réalité problématique.
- **Comportements avec des mineurs** : Des signalements ont été faits concernant des mineurs fuyant leur domicile pour le rejoindre, Nasdas ayant été accusé de jouer le rôle de "ramasse-misère" plutôt que de protéger les jeunes.
- **Contenus et incivilités** : Ses stories ont été critiquées pour leur contenu parfois marqué par des insultes et des incivilités.
- **Débordements en public** : Ses rencontres avec ses fans (notamment à Bordeaux) ont provoqué des mouvements de foule et des scènes de chaos, dénoncés par la suite.  YouTube +8