Philéas & Autobule
LES ENFANTS PHILOSOPHES

101

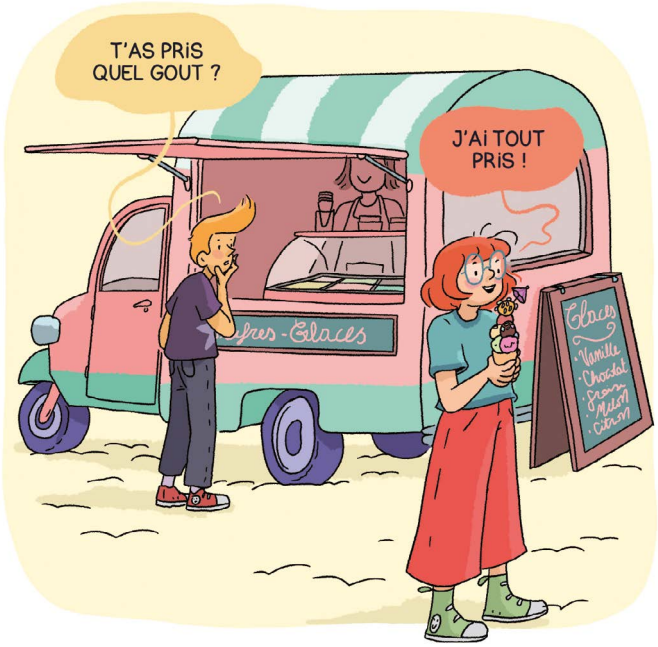
DOSSIER PÉDAGOGIQUE

Chacun ses gouts ?



AVEC LES COMPÉTENCES DES RÉFÉRENTIELS

- d'Éducation à la philosophie et à la citoyenneté
- d'Éducation aux médias



Auteur de la séquence philo - affiche « Chacun ses gouts ? » **Jean-Charles Pettier** (philosophe)

Autrice de la séquence médias « Fan un jour, fan toujours ? » **Golnousch Nematkhah** (journaliste diplômée en éducation aux médias)

Illustration de la couverture **Jean-Charles Baty** - illustrations de Philéas et Autobule **Pauline Spira** / Éditeurs Laïcité Brabant wallon et Entre-vues / Rédactrice en chef et coordinatrice **Catherine Steffens** / Chargée d'édition et de suivi artistique **Carine Simão Pires** / Chargé de rédaction et de contenus numériques **Niels Thorez** / Secrétaire de rédaction **Youry Zambrano** / Animations et formations **www.polephilo.be** / Responsable de la promotion et de la communication **Cassandra Chazel** / Responsable des abonnements et des ventes **Nathalie Marchal** / Graphisme et mise en page **Louise Laurent** (www.louiselaurent.be).

Septembre 2026 – Éditeur responsable : **Brice Droumart**

Contact rédaction redaction@phileasetautobule.com, tél : 0032 (0)10 22 31 91

Avec le soutien du Centre d'Action Laïque et de ses régionales

Ce dossier constitue l'accompagnement pédagogique de la revue *Philéas & Autobule*. Tous les dossiers pédagogiques sont téléchargeables gratuitement sur le site **www.phileasetautobule.com**.

Vous souhaitez être informé·e des outils pédagogiques *Philéas & Autobule* dédiés aux enseignant·es ? Inscrivez-vous à notre liste de diffusion en nous envoyant un e-mail à l'adresse **info@phileasetautobule.com**

Dans ce dossier

UNE SÉQUENCE PHILO
Chacun ses gouts ? ---- 4

- Définir le gout et ses domaines d'applications
- Problématiser l'éducation du gout
- Élargir la réflexion en passant de l'individuel au collectif

Mots-clés : gout école identité

Annexe ---- 17

UNE SÉQUENCE MÉDIAS
Fan un jour, fan toujours ? ---- 19

- Comprendre ce qu'est une communauté de fans et comment elle fonctionne
- Identifier les mécanismes des relations parasociales
- Développer un regard critique et lucide sur son propre rapport aux figures médiatiques

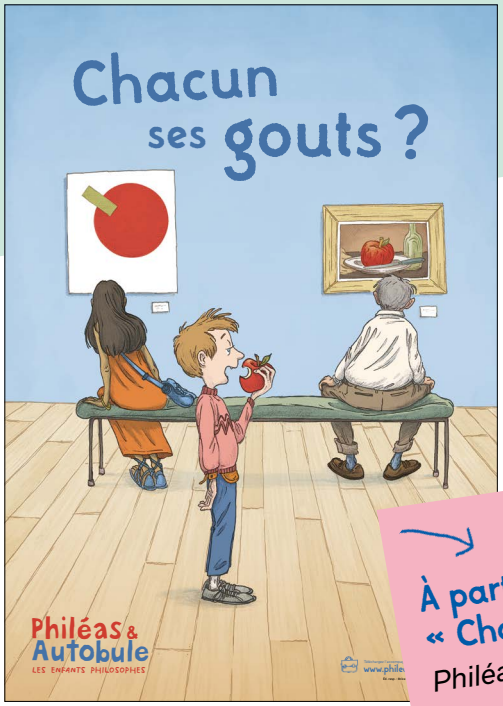
Mots-clés : amitié célébrité réseaux sociaux

Annexes ---- 31

SÉQUENCE PHILO

Chacun ses gouts ?

Auteur : Jean-Charles Pettier (philosophe)



À partir de l'affiche « Chacun ses gouts ? » Philéas & Autobule n° 101

Objectifs

- Définir le gout et ses domaines d'applications, d'expression et d'apprentissage.
- Examiner les lieux d'apprentissage et d'exposition comme source de changements individuels et d'évolution du gout.
- Problématiser l'éducation du gout en général et des différents gouts.
- Élargir la réflexion en passant de l'individuel au collectif d'une société démocratique aux gouts divergents.

Durée
2 x 50 minutes

Âge
De 8 à 13 ans

Matériel

- L'affiche parue dans la revue *Philéas & Autobule* n°101 « Chacun ses gouts ? »
- Par petits groupes d'enfants, une feuille A3 pour produire éventuellement une affiche
- Une feuille A3 pour produire éventuellement une affiche collective lors de la deuxième séance
- Un cahier de pensées personnelles par enfant (réutilisable d'une séance à l'autre)

Compétences du référentiel d'Éducation à la philosophie et à la citoyenneté[1]

1. ÉLABORER UN QUESTIONNEMENT PHILOSOPHIQUE

Savoir-faire

➲ À partir de l'étonnement et face à des réalités complexes du monde, formuler des questions à portée philosophique

- Formuler son étonnement à propos de situations, de problèmes… et en dégager une question (P3, P4).
- S'exercer à formuler une question pouvant servir de base à une réflexion de type philosophique (P5, P6).
- Comparer et confronter différentes alternatives (étape 3).

➲ Recourir à l'imagination pour élargir le questionnement.

- Exprimer un étonnement à partir de l'imagination (P3, P4).
- Questionner la réalité à partir d'alternatives (P5, P6).
- Comparer et confronter différentes alternatives (S1, S2).

Savoirs

➲ Questionnement philosophique – philosophie

- Identifier – exemplifier (P4, P5).
- Questionner – expliciter (P6, S1).
- Conceptualiser – problématiser (S2).

3. PRENDRE POSITION DE MANIÈRE ARGUMENTÉE

Savoir-faire

➲ Se positionner sur des questions philosophiques liées à la citoyenneté

- Expliquer son avis, clarifier sa pensée (P3, P4).
- Défendre son avis à l'aide d'un argument, d'une raison ou d'un exemple (P5, P6).
- Justifier sa prise de position par des arguments ; identifier différents éléments pour prendre position (S1, S2).

➲ Élargir sa perspective

- Questionner une situation depuis une perspective différente de la sienne (S1, S2).

1. Issues du *Référentiel d'éducation à la philosophie et à la citoyenneté* publié par la Fédération Wallonie-Bruxelles (2022) sur le site www.enseignement.be. La numérotation correspond aux titres et sous-titres du référentiel. Notre sélection, non exhaustive, indique les principales compétences mobilisées dans cette séquence.

PRÉPARATION

1. Prendre connaissance de cette séquence

L'animateur lit le déroulement présenté dans ces pages, ainsi que le document « Comment lire cette séquence » (annexe 1, p. 17) qui s'adresse plus particulièrement aux animateurs se préparant à animer pour la première fois ce type de séquence philo portant sur une affiche *Philéas & Autobule*.

2. Se poser personnellement les questions que découvriront les enfants pendant l'animation

L'animateur peut se préparer utilement en répondant aux questions grâce à leur examen personnel : l'animation permet de mobiliser une réflexion large parce qu'elle s'appuie sur des exemples connus des enfants où leurs gouts s'expriment.

Cette préparation lui permet d'une part de clarifier le champ de discussion auquel s'attendre, d'identifier les enjeux, les questions peu évidentes, etc., et d'autre part, d'identifier ses propres croyances et présupposés, pour s'offrir un pas de recul et animer dans une posture plus consciente des biais personnels ou professionnels qu'il pourrait être tenté de donner à la discussion.

Quelques pistes pour chercher à définir :

NB : Certaines des pistes sont directement fournies par l'observation commentée de l'affiche, d'autres pourront être suggérées dans les échanges.

Par opposition et comparaison :

C'est d'abord en **identifiant des exemples** (remobilisables ensuite avec les enfants) de situations où les gouts sont sollicités et s'expriment qu'on fera une **première approche** des caractéristiques individuelles ou collectives, sociales et culturelles du gout.

Cette approche sera précisée : quelle est la nature du ou des gouts sollicités dans chaque situation ? Traduisent-ils des différences et particularités entre les individus ou au contraire des similitudes, voire des identités, entre eux ? Sont-ils facteurs de clivages, hiérarchies voire discriminations ou, au contraire d'égalité et de fraternité ? Peuvent-ils être liés à une éducation, une culture, ou au contraire relever de dispositions naturelles et innées ?

L'examen de l'affiche et de la situation des personnages permettra d'établir des **similitudes** ou **différences** entre les personnages représentés : **similitudes** parce que des enfants pourraient « lire » l'affiche, en référence à leur expérience propre d'une visite au musée, comme présentant une famille au musée, similitudes parce que chacun des personnages exprime un gout commun pour l'art et le musée, que ces gouts s'expriment en relation avec un même objet, la pomme, qui pour deux d'entre eux s'envisage par une relation esthétique à cet objet et plus généralement à la peinture ; MAIS **différences** de gouts entre d'une part le gout en matière d'art pour deux d'entre eux et d'autre part le gout en termes de saveur pour le troisième ; différence entre appréciations d'un art abstrait ou d'un art figuratif, différence de gout concernant la façon de se vêtir aussi ou dans la coupe de cheveux (courte ou longue). Beaucoup de pistes à explorer donc !

Même similaire ou proche des autres, chacun des personnages se présente alors comme unique non forcément au regard de chacun de ses gouts (comme tel autre, il peut préférer ceci ou cela), mais peut-être davantage comme expression unique d'une conjonction de gouts qui le rendent particulier. On pourrait alors décrire chaque person-

nage en additionnant chacun de ses gouts, participant par-là de son identité unique : ses préférences culturelles, esthétiques, vestimentaires, de coiffure, de positionnement physique.

On pourra distinguer (ou au moins s'interroger sur ces distinctions !) selon les personnages, entre des gouts qui semblent être acquis comme résultats possibles d'une éducation (gout pour la fréquentation des musées, pour l'art), de l'impact d'une société (gout pour tels vêtements « féminins » ou « masculins »), d'un groupe social (les pratiques et gouts individuels traduisant sociologiquement un positionnement social), d'une culture (gouts pour ses productions, ou idée selon laquelle une culture est précisément l'expression de gouts communs), ou des gouts apparemment plus « naturels » ou spontanés (comme le gout ou l'attirance (ou pas) pour l'autre sexe, pour tel physique, pour tel aliment), etc.

L'examen des personnages dans cette situation conduira à se demander si les gouts et attitudes qui en résultent sont opposés entre eux ou simplement différents, voire complémentaires. On pourra se demander aussi s'ils sont définitifs ou s'ils peuvent évoluer.

On pourra aussi comparer, sur le long terme, la fluidité et la continuité des gouts : un même individu pourrait-il être à certains moments semblable à « tel » personnage en matière de gouts et à d'autres moments semblable à tel ou tel autre avec un gout différent ? Le lien avec l'expérience quotidienne des enfants permettra d'exprimer des ressentis différents d'une même situation, ou au contraire des ressentis identiques de situations pourtant très variées.

L'examen de la situation proposée est **riche d'interprétations**, de pistes de compréhension (de la diversité des gouts, de leur nature) et d'interrogations possibles sur l'évolution des gouts ou de leur enrichissement. Ainsi, on pourra se demander si amener un enfant ou un adulte au musée peut être, ou pas, de nature à lui faire apprécier ce lieu et ce qui y est proposé.

On pourra alors s'interroger à partir de ces exemples, interprétations, compréhensions, interrogations, d'une part sur ce que serait le gout au sens strict du terme comme appréciation des saveurs pour élargir l'interrogation aux différents gouts, c'est-à-dire les penchants qu'on peut avoir pour quelque chose, une activité, ou quelqu'un(e).



En justifiant :

Une remarque préalable : l'examen de cette affiche est l'occasion de faire des hypothèses de lecture et d'interprétation qu'il s'agira de justifier. Les choix retenus doivent alors être cohérents avec les indices qui sont fournis ou leur lien avec une réalité objective connue des enfants, ou des ressentis subjectifs des situations d'apprentissages ou d'expression des gouts.

Les justifications se feront en lien d'une part avec les indices fournis par la description de l'activité de chacun des personnages, son attitude, ce qu'on peut supposer qu'il pense à partir de l'observation de sa physionomie ou de son attitude. **D'autre part, avec la façon dont la situation est représentée** : on ne perçoit pas directement la

physionomie des personnages et cela conduit à devoir interpréter en termes de gouts similaires ou différents ce qui peut en réalité être simplement l'expression d'une réalité qui serait explicable autrement. Les questions de l'animateur permettront alors d'aller au-delà de l'observation pour favoriser l'examen d'hypothèses et favoriser la mise en lien entre la représentation et la réalité sociale, sociologique : qu'est-ce que l'auteur de l'affiche veut nous faire penser de : qui fréquente les musées et expositions, ce qui y est proposé, ce que chacun y fait, la façon dont on peut les ressentir. On étudiera :
- les différences d'attitudes entre les différents personnages et ce qu'elles peuvent traduire de leur activité intellectuelle ou de leurs gouts,
- la diversité des hypothèses de compréhension de ces attitudes,
- les différentes formes de gouts présentées (physiques ou intellectuelles),
- leurs conséquences possibles à l'échelle d'une personne ou du fonctionnement d'une société.

On pourra alors **problématiser** :

La problématisation peut être radicale : quels problèmes peut poser la façon dont on prend en compte les gouts, dont on en valide certains et en rejette d'autres (avec des risques de discrimination de certains par les autres) ? Qui valide le gout, ou le « bon » gout ? En quoi celui qui valide aurait-il, ou pas, le droit de le faire ? Aurait-il un « meilleur » gout que les autres personnes ? Au nom de quoi valide-t-on un gout ou bien un autre ? Est-ce légitime de le faire ?

Mais le gout est-il inné, acquis, ou construit à partir d'une base naturelle ? Plus largement, nos gouts sont-ils liés à des prédispositions ou bien sont-ils le fruit d'une éducation, transmis explicitement ou par imprégnation progressive et inconsciente, et par l'influence des autres (les parents, les enseignants, mais aussi les amis et le groupe des proches) ? Si chacun(e) peut avoir l'impression d'être original(e) dans des gouts qui lui seraient personnels, la psychologie indique qu'à l'adolescence en particulier, les gouts individuels se construisent en relation forte avec les gouts supposés validés par le groupe. La sociologie quant à elle montre dans le même temps que les gouts et les pratiques culturelles qui en résultent sont également, statistiquement parlant, en étroite relation avec les milieux socioculturels dont sont issus les individus. La fréquentation des musées, suggérée par l'affiche, en est un exemple frappant. Qu'est-ce que le « bon » gout ? Cette capacité de reconnaitre, identifier et éventuellement s'inscrire dans une pratique culturelle de qualité (du point de vue d'une élite), est en réalité elle-même produite par cette élite. En ce sens, certains enfants peuvent fréquenter des conservatoires ou écoles d'art (de musique par exemple) qui non seulement leur transmettent une pratique artistique, mais forment une éducation « du » et « au » gout. Ici, l'affiche ne suggère pas qu'il y aurait une œuvre de qualité et l'autre pas, ou bien qu'un des personnages aurait, ou pas, « bon » ou « mauvais » gout, mais une diversité de points de vue.

En est-il de même pour les gouts culinaires et l'appréciation des aliments ? Notre ressenti pourrait, là aussi, nous suggérer le contraire : « j'aime tel plat », n'est-il pas un jugement rendant compte de gouts purement personnels ? Pourtant nous savons que l'appréciation de certains mets est le fruit d'une éducation qu'une société exerce : ainsi d'une éducation à savourer le vin, par exemple, ou la finesse d'une cuisine, ou de tel ou tel type de cuisine « exotique ». La recherche scientifique indique par ailleurs que, contrairement à ce que l'on pourrait croire, on ne mange pas ce qu'on aime, mais on aime ce qu'on mange.

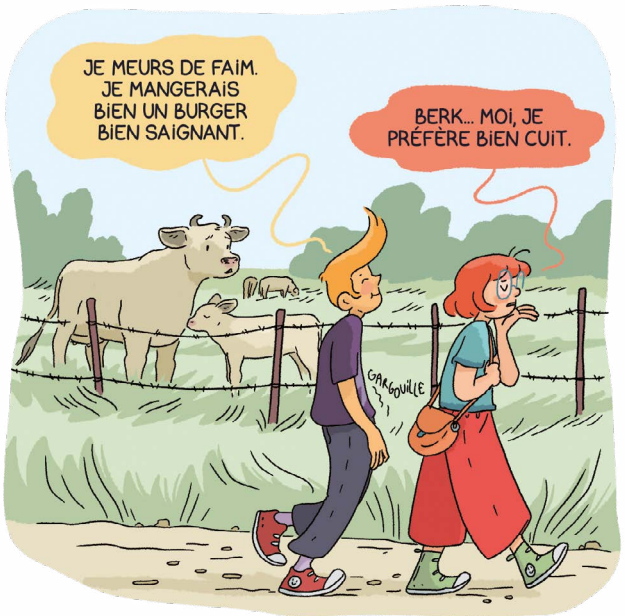
On tentera enfin d'**ouvrir les perspectives** :

On pourra relier la question du gout à des perspectives morales, sociales, politiques ou culturelles, connues par les enfants ou à rechercher. Ainsi, l'école et tous les lieux d'éducation (différents types d'écoles, mais aussi les musées, les concerts, etc.) peuvent être

valorisés dans l'éducation au gout que reçoivent les enfants : pourquoi ? Pourquoi forcer un enfant à les fréquenter s'agissant d'éduquer son gout ? Quels problèmes seraient posés à un enfant s'il n'y avait pas ce genre d'éducation : qu'y gagne-t-on, qu'y perd-on, du point de vue des gouts et de la façon dont on apprécie les choses ? Cela ne pose-t-il que des problèmes : tout gout (et l'éventuelle pratique culturelle à laquelle il peut conduire) est-il forcément estimable et acceptable, y compris s'il pouvait concerner des pratiques remettant en cause des principes fondateurs d'une société démocratique (aimer faire souffrir par exemple) ? Quel problème peut poser une éducation du gout : est-ce qu'on éduque et apprend à construire son gout, ou bien est-ce qu'on manipule pour « forcer à aimer » ? Mais cela peut-il aussi présenter des risques de contrôler les gouts, d'amener les enfants à ne plus apprécier de façon libre les choses, en particulier pour la liberté de chacun de penser ce qu'il veut et d'avoir les gouts qu'il souhaite ?

On pourra s'intéresser à des modèles de société où la possibilité d'exprimer librement des gouts originaux est différente de celle de l'idéal démocratique, ce qui permettra d'accentuer la compréhension de l'originalité de cet idéal et des évolutions qu'une démocratie peut connaitre en cette matière.

Rappelant les rôles d'une éducation pour les choix individuels, on pourra se demander si avoir une éducation des gouts donne réellement des choix plus nombreux et plus libres en cette matière (ouvrant des perspectives, mais peut-être en fermant d'autres).



DÉROULEMENT

1. Première approche du problème posé, ancrage dans le quotidien (séance 1 - 50 min)

1.1. Cadrer l'activité

Vous débutez ? La fiche « Comment lire cette séquence » (annexe 1, p. 17) rappelle quelques questions de cadre bien utiles en introduction de chaque séance.

1.2. Décrire l'affiche sans montrer la question

Les **objectifs** sont d'identifier les éléments du support ; donner sens à la question posée ; permettre aux enfants une première expression simple (des constats), puis plus complexe (des avis, des hypothèses).

L'animateur donne cette **consigne** : *« Nous allons examiner cette affiche, d'abord sans regarder la question écrite, pour pouvoir la décrire et tenter de la comprendre. »*

Exemples de questions pour faire décrire : Que voit-on sur l'affiche ? Quels sont les personnages visibles ? Combien sont-ils ? De quel genre de personnes s'agit-il ? Dans quelle position est chacun d'eux ? Que fait chacun d'eux ? Sont-ils tous en train de faire la même chose ? Sont-ils isolés ou en groupe ? Que voit-on sur l'affiche, à part les personnages ? Où cela se passe-t-il ?

Exemples de questions pour donner son avis concernant l'affiche : À votre avis, d'après les détails que nous avons observés sur l'affiche, qu'est-il en train de se passer (expliquer en donnant les détails auxquels on se réfère) ? En quoi ce que fait chacun des personnages peut-il poser problème aux autres ? De quel problème s'agit-il ? D'après vous, cette affiche représente-t-elle une situation qui pourrait être réelle, ou bien une situation qui ne peut pas exister dans la réalité ? Est-ce que cette situation est représentée de façon réaliste ? Si vous pouviez choisir, à la place de quel personnage aimeriez-vous être, et pourquoi ? D'après vous, qu'est-ce qui est le plus important dans cette affiche ? Sur quoi veut-on attirer l'attention ? Que pensez-vous que l'auteur de l'affiche veut faire comprendre à ceux qui la regardent ?

1.3. Passer de l'examen des problèmes soulevés par l'affiche à une problématique plus générale

Les **objectifs** sont de créer une dynamique de questionnement sur l'affiche ; permettre de comprendre le problème posé en faisant le lien entre question et dessin, pour donner au problème un sens concret et proche.

L'animateur donne cette première **consigne** (toujours sans dévoiler la question) : *« À partir de ce que nous avons décrit, nous allons essayer de trouver de quoi nous allons parler, la question que pose cette affiche. Attention, ce n'est pas facile et il est tout fait possible qu'on ne trouve pas la bonne réponse. »*

Exemples de questions pour permettre des hypothèses : Quel va être notre sujet ? Qu'est-ce qui nous y a fait penser sur cette affiche ? Quels sont les détails particuliers qui ont attiré notre attention ? Qu'y a-t-il de particulier qui pourrait nous faire comprendre le sujet ? Quelle pourrait alors être la question posée ?

L'animateur donne cette deuxième **consigne** (après avoir dévoilé la question) : *« Nous allons examiner le rapport entre l'affiche et la question. »*

Exemples de questions pour examiner le lien question/dessin : Avions-nous trouvé la question posée ? Quel est le rapport entre la question de l'affiche et ce qui est dessiné ? Quels sont les détails importants du dessin, compte tenu de la question posée ? Y a-t-il des réponses à la question qu'on ne peut pas avoir juste en observant l'image, mais qu'il faut essayer de deviner ? D'après vous, est-ce que cette question se pose de la même façon pour chacun des personnages dans cette situation (par exemple penser que les adultes peuvent vouloir éduquer le gout de l'enfant) ? Pour chacun des personnages, quels sont les genres de gouts qui pourraient être concernés par cette question (lier les possibilités examinées à la diversité des intentions possibles) ? Du point de vue du gout, qu'est-il en train d'exprimer dans la façon dont il se comporte, il s'habille, il se coiffe ? Éventuellement : faire des hypothèses quant à ce qui expliquerait que chacun des personnages soit dans cette situation à présent : du point de vue du gout, pourquoi venir au musée, regarder - ou pas - des tableaux, pourquoi tel tableau plutôt que tel autre, pourquoi préférer s'assoir pour regarder ?

L'animateur donne cette troisième **consigne** : *« Nous allons maintenant voir si vous aviez déjà parlé ou si vous aviez déjà réfléchi à vos gouts, d'où ils viennent, comment ils se construisent et peut-être changent. »*

Exemples de questions pour faire du lien avec la vie courante : De quelles façons peut-on se rendre compte de ses gouts dans la vie de tous les jours ? Avez-vous déjà été dans des situations qui font penser à celle de l'affiche ? Avez-vous déjà été dans des situations (à l'école, dans la vie de tous les jours, à la maison) où l'on vous a dit, ou bien où vous vous êtes rendu compte que vous aviez changé de gouts : que s'était-il passé ? Pouvez-vous décrire d'autres situations de la vie courante où l'on encourage les gens à changer de gout ? Des situations où on les laisse avoir les gouts qu'ils veulent, sans s'en mêler ? Connaissez-vous des situations où l'on ne peut pas exprimer ses gouts : à l'école ? Dans la vie de tous les jours ? Connaissez-vous des situations où on encourage les personnes, et en particulier les enfants, à exprimer leurs gouts ? Dans les situations où l'on exprime ses gouts, tout le monde est-il d'accord ou bien peut-il arriver que les personnes aient des gouts très différents ? Pouvez-vous décrire des situations où l'on préfèrerait pouvoir changer de gout : qu'est-ce qui pourrait nous donner envie de le faire ? Y a-t-il des situations où l'on préfèrerait pouvoir garder ses gouts : à l'école ? Dans la vie de tous les jours ? À la maison ? Dans le pays où nous vivons ? Y a-t-il des personnes qui sont en charge d'apprendre à des enfants à manifester leurs gouts : quelles sont ces personnes ? À quelles occasions cela peut-il se faire ? Y a-t-il des lieux spécialement faits pour éduquer les gouts des enfants ou des adultes ?

Connaissez-vous une situation dans laquelle on dit d'une personne qu'elle a « bon » gout, ou au contraire « mauvais » gout ? Quand on dit d'une personne qu'elle a « bon » gout, qu'est-ce que cela signifie ?

Connaissez-vous des exemples qui montrent qu'on a changé de gouts par rapport à « avant » ? Qu'est-ce qui, selon vous, est mieux qu'avant par rapport aux gouts, qu'est-ce qui vous semble moins bien qu' avant ?

Exemples de questions pour examiner ce lien : D'où viennent les gouts de chaque personne : le gout, est-ce une chose que nous avons « en nous », dès la naissance, est-ce une chose que nous apprenons ? À votre avis, est-ce que tous vos changements de gouts sont faits exprès : pourquoi certaines personnes voudraient-elles vous faire changer de gout ? Est-ce légitime ? Changer de gout peut-il arriver par hasard ? Les changements de gouts qui ont lieu à l'école ont-ils de l'importance juste pour les élèves : quelles sont les autres personnes pour qui cela peut avoir de l'importance ? À part ces personnes, permettre aux enfants d'évoluer dans leurs gouts, grâce à l'école ou dans tous les lieux où on apprend ou exprime nos gouts (musée, école de musique, peut-il

aussi avoir de l'importance pour (au choix) notre ville, pour notre région, pour notre pays, pour notre société, pour les enfants eux-mêmes ? Avez-vous un exemple d'un changement de gout qu'il est important pour notre société d'essayer de faire faire à tout le monde (par exemple, apprendre à apprécier les arts, les connaissances, etc.), ou bien n'y a-t-il rien qu'on aimerait que tout le monde apprécie ?

La situation que nous observons sur l'affiche montre-t-elle toutes les différences de gouts qui s'expriment lorsqu'on est dans un musée ? En général, quand on va dans un musée ou que l'on est dans une situation où nos gouts s'expriment, pourquoi nos gouts peuvent-ils parfois changer et évoluer : y a-t-il des personnes ou des situations qui vont y aider, qui sont parfois en charge d'éclairer ou de faire évoluer le gout des visiteurs ? Est-ce que ces personnes en charge d'éduquer les gouts des autres ont quelque chose de différent, du point de vue du gout, par rapport aux autres ? Est-ce toujours de la même façon que le changement se passe pour tout le monde ? Peut-il arriver que dans la même situation, des personnes aient envie de, ou parviennent à faire évoluer leur gout, et d'autres pas ? Pourquoi n'est-ce pas pareil pour chacune de ces personnes ? Si vous deviez faire évoluer le gout de quelqu'un dans un sens ou dans un autre, comment vous y prendriez-vous pour y parvenir ? Peut-il arriver qu'on ait envie de changer de gout : pourquoi ?

1.4. Caractériser le sujet et apporter des premières réponses à la question

L'animateur donne cette **consigne** : *« D'après ce que nous avons dit, nous allons essayer d'expliquer ce qu'est le gout et ce qui peut le former ou le faire changer. Et expliquer pourquoi c'est intéressant ou pas de changer, difficile ou pas. »*

Exemples de questions pour généraliser et définir : Quels sont les éléments que l'on trouve à la fois dans les exemples que nous avons pris et dans la situation proposée sur l'affiche, qui nous permettraient d'expliquer ce que sont les gouts ? Avons-nous tous les mêmes gouts ? D'où nos préférences peuvent-elles venir en matière de gout ? D'après nos exemples, existe-t-il autant de gouts que de personnes, ou bien y a-t-il des gouts qui sont les mêmes pour plusieurs personnes, voire pour tout le monde ? Si vous vouliez expliquer ou faire comprendre à un petit enfant pourquoi et comment on peut parfois changer de gout, aussi bien concernant la nourriture que pour d'autres sortes de gouts, que lui diriez-vous ? Que pourriez-vous lui rappeler, que pourriez-vous lui montrer, que pourriez-vous lui dire, pour qu'il comprenne ?

Quel est, selon vous, d'après ce que nous avons expliqué, le rapport qu'il y a entre les gouts de chacun et la façon dont il vit et dont il est éduqué : à la maison, avec ses amis, à l'école, dans d'autres lieux d'éducation ?

1.5. Identifier l'essentiel

Ce temps de retour sur les échanges et d'identification de ce qui parait important peut se faire **selon l'une des trois modalités suivantes** :

a. Une prise de parole individuelle, en retournant à l'affiche

L'animateur donne cette **consigne** : *« Chacun va essayer d'exprimer brièvement l'idée qui, dans tous nos échanges, lui a paru la plus importante par rapport à la question de l'affiche. Nous voterons ensuite pour retenir les quatre qui sont le plus choisies. Chacun pourra voter plusieurs fois. »*

L'animateur donne cette deuxième **consigne** : *« Nous allons tracer deux colonnes. Que placeriez-vous, dans la première colonne, comme idée sur le gout qu'il serait important de faire acquérir à toutes les personnes (on peut penser qu'il n'y en a pas) ? Que placeriez-vous dans l'autre colonne, comme idée sur le gout qu'on ne devrait au contraire surtout pas avoir ? »*

b. Un échange par petits groupes et un choix argumenté

L'animateur donne cette **consigne** : « *Dans chaque petit groupe, chacun va essayer de trouver un gout pour quelque chose dont il pense que tout le monde, s'il avait « bon » gout, devrait partager avec lui. Il faudra ensuite ne retenir qu'un seul gout parmi tous ceux proposés, par exemple s'il y en a un que plusieurs membres du groupe avaient trouvé. Vous devrez ensemble trouver un exemple d'une situation où ce gout se manifeste. Lors de la prochaine séance, le choix de chaque groupe sera réexaminé par tout le groupe.* »

c. Des idées pour faire examiner par la classe des propositions d'un type de gout, qu'on pourrait essayer de développer dans la classe

Cette troisième modalité, qui repose sur une démarche d'opérationnalisation, permet aux enfants de reformuler l'essentiel des échanges en le traduisant en actions concrètes.

L'animateur donne cette **consigne** : « *Chacun essaye de voir s'il peut proposer un type de gout pour quelque chose qu'on pourrait essayer de développer pour chacun dans la classe et qui ne se fait pas habituellement à l'école. Nous examinerons ensemble si cela parait possible, comment nous pourrions nous y prendre (l'enseignant a un droit de véto) et nous voterons pour voir si nous la retenons.* »

2. Problématiser, élargir et abstraire vers l'universel (séance 2 - 50 min)

2.1. Cadrer l'activité

Vous débutez ? La fiche « Comment lire cette séquence » (annexe 1, p. 17) rappelle quelques questions de cadre bien utiles en introduction de chaque séance.

2.2. Se rappeler la séance précédente avant d'approfondir

L'animateur donne cette **consigne** : « *Sans reprendre l'affiche, nous allons prendre un peu de temps pour nous souvenir de ce qui a été dit la dernière fois. Vous avez une minute pour y réfléchir, puis nous échangerons.* »

Exemples de questions pour se remémorer la séance précédente : Qu'y avait-il sur l'affiche, que montrait-elle ? Quelle était la question posée ? Puis, plus précisément : qu'y avait-il sur l'affiche qui faisait penser aux différents gouts ? Quelles sont les questions que nous nous sommes posées ? Qu'avons-nous fait à la fin de la séance ?

2.3. Examiner de façon critique certaines des réalisations précédentes, ou les mots essentiels sélectionnés en fin de première séance

L'objectif est d'approfondir et élargir le sujet, car l'interrogation sur les gouts peut aller dans des directions multiples (psychologique, sociologique, culturelle, politique, par exemple). On problématisera les réponses apportées en poursuivant le travail de compréhension et d'analyse des gouts, de la façon dont ils apparaissent spontanément et se construisent ou pas, dont ils peuvent se manifester et sont sollicités, puis acceptés ou pas, dont on peut les éduquer et les faire évoluer. On s'interrogera sur l'influence des autres en matière de gout, en examinant l'influence de l'écoles et des lieux d'éducation et d'exposition (les musées, salles de concert, conservatoires et écoles de musique, etc.), par rapport aux changements qu'ils peuvent apporter en matière de gout, à l'identification de leurs finalités et objectifs, pour examiner si ces lieux sont alors désirables et nécessaires ou pas, et les intérêts et problèmes que ces éducations peuvent soulever.

L'animateur donne cette **consigne** : « *Nous allons maintenant examiner un par un les choix des idées retenues la dernière fois, avec leur exemple, et en discuter.* »

Exemples de questions pour problématiser :

Questions générales : Ce qui vient d'être dit est-il toujours vrai ? Toujours faux ? Vrai (ou faux) : juste pour une personne ? Pour certains d'entre nous ? Pour tous les êtres humains ? Pour personne ? Connaissez-vous un exemple qui montrerait que ce qui a été dit n'est pas forcément vrai (ou faux) ?

Questions spécifiques à la notion de gout : D'après ce que nous avons vu la dernière fois, d'où nos gouts viennent-ils : est-ce que nous les avons dès la naissance, ou bien les apprenons-nous ? D'après ce que vous en savez, y a-t-il des choses que beaucoup de monde aimait avant, dans notre pays, et que nous n'aimons plus du tout maintenant ? Y a-t-il des choses que beaucoup de monde aime dans notre pays et que peu de gens aiment dans d'autres pays ? Est-ce que le gout, ça peut dépendre de l'endroit où on vit, des gens que l'on connait, de l'époque où on vit ? Pourquoi aime-t-on ce que l'on aime ?

Si une personne n'avait pas de gout du tout, pour rien, qu'aurait-elle de différent par rapport à vous ? S'il existait une société où personne n'avait de gout pour rien, serait-elle très différente de la nôtre : en quoi ? Avoir des gouts, c'est important, ou pas ?

Est-ce que les changements de gouts que nous avons sont voulus, d'après vous, ou involontaires ? Peut-on vouloir changer de gout ? Peut-on décider de changer de gout ? Peut-on décider de ne pas changer de gout ? Est-ce que le gout dépend de ce que l'on veut ? Qui pourrait vouloir changer le gout de quelqu'un ? Pour quelles raisons ? Y a-t-il parmi toutes les raisons que nous trouvons, des raisons que vous trouvez « bonnes », et d'autres que vous trouvez « mauvaises » ?

Chacun d'entre nous aime-t-il tout exactement de la même façon, ou bien y a-t-il des choses que nous préférons à d'autres ?

Y a-t-il des gouts « meilleurs » que d'autres : quand on dit que quelqu'un a « bon » gout, cela veut-il dire qu'il est plus intelligent, plus fort ? Pensez-vous, ou pas, qu'on devrait laisser ceux dont on dit qu'ils ont « bon » gout choisir pour les autres ce qu'il faut apprécier ?

Lorsque quelqu'un n'a pas du tout le même gout que vous, trouvez-vous que son gout est aussi bon que le vôtre, ou bien meilleur, ou bien moins bon ? Y a-t-il des personnes dont vous pensez que leur avis en matière de gout a plus d'importance ou de valeur que celui de n'importe qui ? Si l'on dit « chacun son gout », cela veut-il dire qu'on trouve qu'aucun gout n'est meilleur que les autres ?

Trouver vous que c'est une chose importante, ou pas, qu'on essaye d'apprendre aux enfants, à apprécier la musique, la peinture, la sculpture, mais aussi les sciences, le sport, etc. ? Plus tard, si vous choisissez d'avoir des enfants, aimeriez-vous qu'ils apprécient les mêmes choses que vous ou bien, au contraire, qu'ils aient des gouts très différents ?

Cela serait-il mieux si tout le monde avait les mêmes gouts : qu'est-ce qui serait mieux, qu'est-ce qui serait plus embêtant ?

Connaissez-vous un gout pour quelque chose que beaucoup de personnes ont et qu'on devrait essayer de faire changer pour que plus personne ne l'ait ? Connaissez-vous un gout pour lequel il est très important de dire : « Chacun son gout » ?

Si une personne avait un gout qui est dangereux ou qui nuit aux autres, pensez-vous qu'il faut respecter ce gout quand même ? Faudrait-il, au contraire, être prêt à faire n'importe quoi pour la faire changer ?

Exemples de questions pour conceptualiser, articuler certaines des idées :

Questions générales : Ce que tu dis là, est-ce forcément opposé à ce qui était dit avant ? Est-ce la même chose que ce que disait untel ? Qu'est-ce que cela a de pareil, de différent ? Est-il possible de combiner ce que tu dis avec ce que disait untel ?

Questions spécifiques à la notion de gout : D'après ce que nous avons dit aujourd'hui et l'autre jour, et les exemples que nous avons pris pour parler du gout de chacun, diriez-vous que quand on réfléchit à la question du gout, les réponses que l'on trouve ne valent jamais pour tout le monde, ou bien au contraire qu'il y en a qui peuvent valoir pour tout le monde ? Par rapport au gout, serait-il possible qu'une même réponse vaille à la fois pour tout le monde et soit en même temps différente pour chacun : en avez-vous un exemple (aimer « la » musique, « la » mode, « la » peinture, « les » jeux, etc., mais aimer des gouts différents en matière d'œuvre) ?

Concernant le gout, connaissez-vous des réponses qui seraient vraies pour tous les humains (on aimerait tous la même chose), depuis qu'il y a des humains et tant qu'il y en aura, ou bien est-il impossible d'en trouver ?

Y a-t-il un gout que beaucoup de monde semble avoir et qu'il serait préférable de voir disparaitre, selon vous (être attiré par ce qui relève de la vie privée des autres, par exemple) ?

Y a-t-il un gout que très peu de personnes ont et dont vous avez l'impression que ça serait un progrès pour l'humanité que tout le monde l'ait ?

Lorsqu'on considère tous les gouts, toutes les façons dont les gouts se manifestent, tous les « objets » des gouts, peut-on parfois regretter de ne pas avoir de gout pour une chose que d'autres apprécient ? Peut-il arriver de trouver injuste qu'une personne apprécie quelque chose que nous, nous n'apprécions pas ? Peut-on trouver injuste de n'être pas apprécié parce que l'on a des gouts différents des autres ? Peut-on s'en vouloir de ne pas arriver à apprécier une chose dont les autres disent qu'elle est géniale ?

Qu'est-ce qui ferait qu'un gout n'est pas un « bon » gout : par rapport à quoi, à qui ? Qu'est-ce qui ferait qu'un gout est un « bon » gout : qui en décide ?

2.4. Répondre à la question posée

Le premier **objectif** est de permettre au groupe de construire une réponse visant l'universel.

L'animateur donne cette **consigne** : *« Nous allons maintenant essayer de répondre à la question posée, en essayant d'avoir des réponses qui concerneraient le gout en général et tout le monde si possible ».*

Exemples de questions générales pour conceptualiser : Que proposez-vous comme réponse à la question posée sur l'affiche ? Telle et telle réponse veulent-elles dire la même chose ? Qu'ont-elles de pareil, de différent ? Ce que tu dis là, est-ce une définition ou bien un exemple ?

Exemple de consigne spécifique articulée au gout : « *Nous allons essayer d'expliquer, par rapport à tous les gouts, ceux par rapport auxquels on dirait « chacun son gout ! » Et ceux dont on dirait « ce gout ne doit pas dépendre de chacun ! »*

Le deuxième **objectif** est de permettre à chacun de se positionner par rapport à la question posée.

L'animateur donne cette **consigne** : « *Chacun, lorsqu'il en aura le temps cette semaine, pourra inscrire, dans son cahier de pensées, deux jugements de gout (un « j'aime », et un « je n'aime pas ») par rapport auxquels il pense que tout le monde pourrait penser comme lui. »*

2.5. Retour à l'affiche et proposition d'une activité de synthèse

Les **objectifs** sont de permettre à chacun de ressaisir certains éléments des échanges, apporter « sa » réponse et la communiquer ; identifier des suites possibles du travail.

L'animateur peut se référer aux **consignes** suivantes :
« À partir de nos échanges, nous allons (au choix) :
- expliquer un gout qui est travaillé à l'école et le noter sur un affichage spécialement fait pour ;
- noter chacun une ou deux idées ou questions concernant le gout que nous avons dû examiner ensemble pour réfléchir à la question posée sur l'affiche ;
*- oralement, expliquer les quatre activités faites (*1.1. *à* 1.4.*) ;*
- oralement, se rappeler les différentes réponses que nous avons trouvées ;
- oralement, expliquer deux idées que nous n'avions pas au départ sur ce sujet ;
- noter, sur l'affiche, des questions auxquelles nous n'avons pas encore répondu sur ce sujet. »

Ceux qui sont d'accord avec une proposition faite pourront noter leurs initiales sous la proposition affichée.

Exemples de questions pour valider : Pensez-vous que cette proposition de travail sur le gout pourrait poser problème : de quel genre de problème s'agirait-il alors ? Est-ce toute la proposition qui poserait alors problème, ou juste une partie ? Quelle est cette partie ? Qu'en pensez-vous ?

PROLONGEMENT

Faire une enquête pour essayer de comprendre l'importance de sa famille, de ses parents et grands-parents, de ses amis et connaissances, pour construire et développer son gout ? Comparer les résultats obtenus du point de vue des habitudes selon les familles.

Annexe · Comment lire cette séquence

Une structure récurrente et des questions propres à chaque affiche

La structure de nos séquences prenant une affiche Philéas & Autobule pour support de discussion est toujours identique. Cette structure est augmentée d'éléments portant sur l'affiche propre à chaque numéro.

La séquence est constituée de deux séances de discussion, qui débutent chacune par un temps de cadrage.

Nous offrons ensuite un très large panel de questions et d'activités portant sur la problématique illustrée sur l'affiche. L'animateur n'hésitera pas à s'en affranchir pour sélectionner les étapes et questionnements en fonction de la situation du groupe dans lequel il intervient. Il est parfois plus commode de regrouper, abréger une phase ou au contraire insister sur une phase cruciale.

Les questions sont données à titre indicatif. L'animateur ne devrait jamais hésiter à en inventer d'autres, les inverser, en supprimer, les formuler différemment, et bien sûr, accueillir les questions des enfants.

Certaines activités font appel à un « cahier de pensées personnelles » par enfant. Le recours à cet outil est laissé à l'appréciation de l'animateur. Il prend plus particulièrement sens s'il est réemployé plus tard dans de futures activités philo.

Quatre règles sont souvent mises en avant dans les échanges. Il est important de les faire rappeler régulièrement, elles garantissent aux enfants les plus craintifs qu'ils auront accès à la parole sans moquerie. Les voici :
- Chacun a droit à la parole.
- On doit essayer d'expliquer ce que l'on veut dire, l'argumenter.
- On ne se moque jamais.
- Celui qui a moins parlé peut obtenir la parole en priorité.

Pourquoi une structure récurrente ?

Cela permet à **l'animateur** de se familiariser avec les dimensions successives d'un travail d'échanges philosophiques avec de jeunes enfants.

Pour **les enfants**, dont les plus en difficulté, cela offre des points de repère, un cadre assuré à partir duquel les risques intellectuels de l'examen d'une problématique avec les autres (donner son avis, faire des hypothèses, proposer des réponses, etc.) seront plus facilement accessibles.

Le cadrage de l'activité

Ce temps de cadrage permet de rappeler la nature de l'activité et les conditions de l'échange, ses règles. L'animateur débute donc chaque séance de la façon suivante : *« Pour commencer cette activité, il faut se souvenir de ce que l'on y fait. Nous allons donc rapidement le dire (ou le rappeler). »*

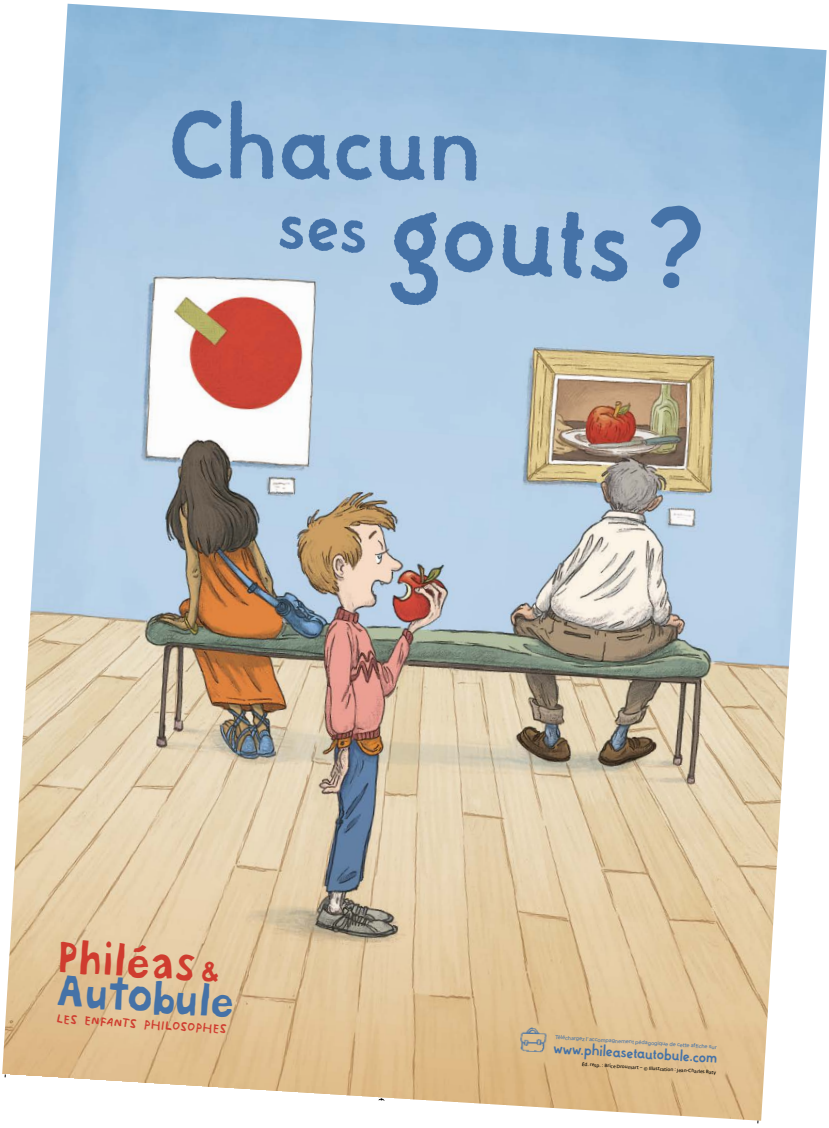
« Pourquoi sommes-nous ensemble en ce moment ? » Par exemple : faire de la philosophie, penser, réfléchir.

« Qu'allons-nous faire ? En quoi cette activité consiste-t-elle ? » Par exemple : observer l'affiche, la décrire, dire ce à quoi elle nous fait penser, s'interroger sur la question qui est posée.

« Quel est mon rôle pour vous y aider ? » Par exemple : « Tu nous poses des questions, tu demandes des précisions, tu rappelles ce qu'on a dit. »

« Quelles règles allons-nous suivre durant nos échanges ? » L'animateur s'assure que les règles indiquées ci-dessus sont citées, et anime la discussion si d'autres propositions sont faites. Par exemple : *« Ne pas se couper la parole : est-ce une de nos règles de discussion ? Est-ce tout de même important, même si ce n'est pas une de nos règles ? »*

« En général, comment procédons-nous quand nous échangeons ? » Par exemple : « On prend le temps de réfléchir, quelqu'un distribue la parole, etc. »



SÉQUENCE MÉDIAS

Fan un jour, fan toujours ?

Autrice : Golnousch Nematkhah (journaliste diplômée en éducation aux médias)



MÉDIAS

Les FANS et la STAR

On connait toutes ses chansons, toutes ses vidéos, on a même son poster ou d'autres produits de sa marque à la maison. Mais est-ce qu'on serait toujours aussi fans si on était les seuls au monde à l'aimer ?

Texte Golnousch Nematkhah

Communautés de fans

Swifties, ARMY, Potterheads ◆... Être fan, c'est rarement une aventure solitaire. Aimer la même chose que quelqu'un, c'est une façon rapide de se sentir proches. On se partage des vidéos, on débat des mêmes sujets et, surtout, on fait partie d'une communauté de fans (aussi appelée *fandom*).

Ces communautés représentent de vraies forces collectives pour les stars qu'elles soutiennent. Elles font la promotion des artistes gratuitement, créent du contenu, font monter les vues, remplissent les salles... Les fans travaillent, souvent sans le savoir, pour faire connaitre et enrichir leur idole. Lorsque ces fans deviennent extrêmement investis et s'attaquent, parfois avec violence, à ceux qui critiquent leur idole, on parle alors de *stan culture*.

PORTRAIT D'UNE *FANDOM* : LES SWIFTIES

Les Swifties, c'est le nom des fans de Taylor Swift. Et c'est l'une des *fandoms* les plus puissantes et les plus organisées !

Leur force vient d'abord de leur capacité à agir ensemble. Concrètement, les Swifties se coordonnent pour faire grimper les chansons dans les classements, défendent Taylor Swift face aux critiques, et peuvent se mobiliser en quelques heures. En 2023, lorsque la chanteuse annonce sa tournée, leur élan collectif fait même planter les sites de vente de billets, tant ils sont nombreux à se connecter en même temps.

Mais les Swifties, c'est aussi une culture interne très particulière. Taylor Swift elle-même glisse volontairement des indices dans ses clips, ses tenues ou ses publications, qui annoncent parfois un nouvel album ou une surprise à venir. Trouver ces indices avant les autres est devenu un vrai jeu, et chaque sortie donne lieu à des heures d'analyse collective.

Cette complicité se prolonge jusque dans les salles de concert, où les fans s'échangent des bracelets d'amitié comme signe de reconnaissance.

© Christopher Polk/Getty Images/AFP

Une relation à sens unique ?

Lorsqu'on est fan et que l'on suit l'actualité de sa star préférée, on a parfois l'impression de vraiment la connaître, presque comme un ami ou une amie. On a même des infos sur sa vie intime et ses habitudes.

Mais en sait-elle autant sur nous ? En général, non. Ce lien que l'on ressent et qui est bien réel, ne va souvent que dans un seul sens. On appelle ça une relation parasociale.

Mais cela ne signifie pas que les stars se désintéressent totalement de leurs fans : beaucoup y font attention, interagissent avec eux et les remercient pour leur soutien.

Être fan, ça a un prix

Tout commence souvent par un simple pull ou un sac à l'effigie de notre star préférée. Porter du merch ❷, c'est la façon la plus simple d'afficher qu'on fait partie du fan-club et le meilleur moyen de repérer d'autres fans qui font pareil. Sur des plateformes, on peut par exemple acheter une vidéo personnalisée de 30 secondes, qui coute parfois 200 euros. Aux conventions ❸, un t-shirt atteint facilement les 60 euros et une photo avec son idole dépasse souvent les 100 euros. Être fan, ça peut donc couter cher !

T'EN PENSES QUOI ?

Pourquoi devient-on fan de quelqu'un ?

Qu'est-ce que cela change d'être fan ?

Une séquence pédagogique accompagne ces pages. Elle est téléchargeable gratuitement sur www.phileasetautobule.com.

◆ Swifties, ARMY, Potterheads : communautés de fans, respectivement de Taylor Swift, du groupe de K-pop BTS et de l'univers d'Harry Potter.

❷ Merch : produits dérivés associés à une marque, un artiste, une œuvre, etc.

❸ Conventions : événements de grande ampleur qui rassemblent des passionnés.

20

À partir de l'article « Les fans et la star » *Phiéas & Autobule* n° 101, pp. 20-21.

Objectifs

- Comprendre ce qu'est une communauté de fans (fandom) et comment elle fonctionne
- Analyser des contenus de célébrités pour identifier les mécanismes des relations parasociales
- Découvrir comment les fans sont ciblés par des stratégies commerciales (à travers l'analyse d'un site web officiel)
- Développer un regard critique et lucide sur son propre rapport aux figures médiatiques

Durée
2 x 50 minutes

Âge
De 11 à 13 ans

Matériel
- L'article « Les fans et la star », *Phiéas & Autobule* n°101, pp. 20-21, un exemplaire par enfant
- Un écran et une connexion internet pour les deux séances
- Grille d'analyse des relations parasociales (annexe 1, p. 31), un exemplaire par enfant
- Capture d'écran de Bubble (annexe 3, p. 33), un exemplaire par enfant

Compétences d'éducation aux médias dans les référentiels du tronc commun[1]

FRALA

- Évaluer/donner un avis sur les procédés utilisés par les autrices et auteurs (P5, P6
- Évaluer/donne un avis sur la présentation visuelle (P5, P6)
- Repérer les paramètres de la voix : débit ; intonation ; volume ; pauses (P5, P6)
- Repérer les paramètres du corps : posture et position du corps ; gestuelle ; maintien du regard ; expressions faciales ; déplacements (P5, P6)
- S'interroger sur l'intention de l'auteur (P5, P6)

Langues

- Identifier le type de support et ses caractéristiques principales (P5 à S2)

EPC

- Questionner les effets des médias sur ses jugements, ses comportements et ceux des autres (P5)

FMTTN

- Participer au sein d'un espace collaboratif numérique, en entretenant une relation sociale de qualité (P5)

1 Issues de « L'éducation aux médias dans les référentiels du tronc commun », publié par le Conseil supérieur de l'éducation au médias, juin 2022.

PRÉPARATION

1. S'approprier le contenu de l'article

L'animateur lit attentivement l'article « Les fans et la star », *Philéas & Autobule n°101*, pp. 20-21 et se prépare à introduire oralement les concepts suivants (fandom, stan culture, relation parasociale et merch) de façon simple et accessible. L'objectif est d'avoir ces notions en tête pour pouvoir les nommer spontanément au fil de la discussion.

Conseil à l'animateur

Ne pas porter de jugement sur ces notions ni les présenter comme des pathologies. Le but n'est pas de "soigner" les enfants de leur passion, mais de les aider à y voir plus clair, avec curiosité et bienveillance.

2. Contenus à préparer

2.1. Séance 1 - Analyse de la relation parasociale

Plusieurs contenus sont proposés (annexe 2, p. 32). L'animateur en choisit un seul ou adapte la grille d'analyse des relations parasociales. Les contenus proposés pour cette séance ont été sélectionnés parce qu'ils sont accessibles, documentés et susceptibles de parler aux enfants de 9 à 12 ans en Belgique francophone / France. L'animateur reste cependant libre d'en choisir d'autres, à condition qu'ils correspondent aux trois types de contenus sur lesquels repose l'analyse : un post ou une story aux apparences de spontanéité sur les réseaux sociaux, un contenu vidéo parlé face caméra qui simule l'intimité du quotidien, et un contenu impliquant une dimension payante dans la relation fan / idole. Le plus important est que les références choisies s'ancrent dans la culture médiatique réelle des enfants du groupe.

a) Une story ou un post Instagram d'une célébrité

Choisir un post récent d'une célébrité que les enfants sont susceptibles de connaitre (Taylor Swift, un artiste K-pop, un footballeur, une youtubeuse…). Idéalement un post qui simule la proximité : photo de coulisse, message personnel au public, partage d'un moment intime du quotidien. Le projeter au tableau ou le montrer sur un écran.

b) Un extrait de vlog (ex : Lena Situations - Les Vlogs d'aout)

Qu'est-ce qu'un vlog ?

Un vlog (contraction de *video blog*) est une vidéo dans laquelle quelqu'un filme son quotidien comme un journal intime filmé. La caméra est souvent tenue à bout de bras ou posée face à la personne qui parle directement à l'objectif, comme si elle s'adressait à un ami. Le vlog donne l'impression d'assister à la vraie vie de quelqu'un (ses journées, ses doutes, ses sorties, ses amis) sans filtre apparent. C'est précisément pour cela qu'il est si efficace pour créer un sentiment de proximité.

Qu'est-ce que les « Vlogs d'aout » de Lena Situations ?

Depuis 2017, chaque été, Lena Situations (influenceuse) publie une vidéo par jour pendant tout le mois d'aout : 31 épisodes, mis en ligne chaque soir à 20h50. Le principe ressemble à une série : on retrouve les mêmes personnages d'une année à l'autre (ses amis, son copain, quelques invités surprise), les mêmes lieux, les mêmes rituels d'été. Les fans qui la suivent depuis le début ont l'impression de grandir avec elle, de connaitre

son entourage, de faire partie de son été. C'est devenu un rendez-vous annuel : en 2025, chaque épisode réunit en moyenne 1,5 million de spectateurs sur YouTube.

c) Une capture d'écran de l'application Bubble

Weverse et Bubble sont des applications payantes où les fans peuvent recevoir des messages de leurs idoles K-pop. L'animateur montre aux élèves une conversation fictive (annexe 3, p. 33) inspirée du fonctionnement de l'application Bubble. Cette conversation a été créée à des fins pédagogiques afin d'illustrer les mécanismes qui peuvent donner l'impression d'une relation personnelle entre une idole et ses fans.

Si le matériel le permet, l'animateur peut également télécharger l'application directement sur une tablette ou un téléphone, et montrer son fonctionnement en direct. Cela permet de montrer concrètement l'interface qui ressemble à une messagerie personnelle, comme si l'idole écrivait directement à chaque fan.

D'autres captures d'écran (non traduites en français) sont facilement trouvables sur Google Images en tapant « *Bubble message idol* ».

2.2. Séance 2 - Le commerce des fandoms : analyse d'un site officiel de star

Le site officiel de Taylor Swift (https://storeeu.taylorswift.com/fr) est particulièrement adapté : il est visuellement riche, facilement accessible, et la proportion entre l'espace consacré à la musique et celui consacré à la merch est frappante.

D'autres options : le site de Jul (https://www.doretdeplatineshop.com), le site d'un footballeur célèbre, ou tout artiste que les enfants du groupe connaissent bien.

3. Instaurer un climat de confiance

Cette séquence touche à des gouts personnels et à des appartenances identitaires. Certains enfants sont fans de quelque chose, d'autres pas et tous doivent se sentir respectés, quelle que soit leur passion. Il est fréquent que des enfants soient fans de choses très différentes, parfois très éloignées des références dominantes : un sport de niche, un jeu vidéo, une série peu connue. Ces passions sont tout aussi légitimes que les grandes fandoms médiatiques.

Avant de commencer, l'animateur rappelle quelques règles essentielles : ne pas se moquer des gouts ou des passions des autres, accepter que l'on puisse être fan de choses très différentes, et veiller à ce que chacun puisse s'exprimer, y compris ceux qui ne se considèrent pas du tout fans.



DÉROULEMENT

1. Qu'est-ce que ça fait d'être fan ? (SÉANCE 1 - 50 min)

1.1. Exploration : Être fan, c'est quoi pour toi ? (10 min)

Objectif : *Partir du vécu des enfants pour construire collectivement une première définition vivante de ce qu'est un fan, avant d'introduire tout concept.*

L'animateur commence par mettre les enfants en position d'experts de leur propre expérience. Ce sont eux qui ouvrent la réflexion.

La question de départ est volontairement large : elle n'impose pas que les enfants soient fans d'un artiste musical. Un enfant passionné de football, de Minecraft (jeu vidéo), d'une série animée ou d'un auteur de BD est tout aussi bienvenu dans cette discussion.

« Est-ce que vous êtes fan de quelqu'un ou quelque chose ? D'un artiste, d'un personnage, d'une série, d'un sport, d'un jeu ?
- Pourquoi êtes-vous fan de cette personne ou de cette chose ? Que ressentez-vous ?
- Comment est-ce que vous le montrez ? Qu'est-ce que vous faites quand vous êtes fan de quelque chose ?
- Est-ce que vous faites partie d'une communauté de fans ? En ligne ou ailleurs ? »

L'animateur note les réponses des enfants au tableau en les organisant spontanément en deux colonnes : d'un côté ce qu'on ressent (admiration, joie, fierté, appartenance, tristesse quand la star est critiquée), de l'autre ce qu'on fait (acheter, partager, poster, défendre, collecter, écouter en boucle, aller à des concerts). Ce tableau sera un point d'ancrage pour toute la séquence.

1.2. Lecture et découverte de l'article (15 min)

Objectif : *Introduire les quatre concepts clés de la séquence : fandom, relation parasociale, stan culture, merch.*

L'animateur distribue l'article « Les fans et la star », *Philéas & Autobule* n°101, pp. 20-21 et invite les enfants à le lire à voix haute en alternant les lecteurs. La lecture collective permet de s'arrêter ensemble sur les passages surprenants et de vérifier la compréhension au fil du texte.

Conseil à l'animateur

S'arrêter après chaque concept clé (fandom, merch, relation parasociale, stan culture) pour vérifier la compréhension avant de continuer. Une question simple suffit : « Quelqu'un peut me dire avec ses propres mots ce que ça veut dire ? »

Une fois la lecture terminée, l'animateur reprend les quatre notions clés à l'oral, en s'appuyant sur les exemples que les enfants viennent de donner lors de l'activité 1.1. L'idée est de faire le lien entre leur vécu et les mots-clés de l'article.

Les quatre notions simplifiées

La fandom (ou fan-club) : la communauté de fans d'une même idole ou d'un univers. Être dans un fandom, c'est partager des codes, des références, une passion commune.

La relation parasociale : on a l'impression de vraiment connaitre une star (sa vie, ses habitudes, ses émotions) mais cette relation ne va que dans un sens. Elle est bien réelle, mais à sens unique (du fan vers son idole).

La stan culture : désigne des communautés de fans extrêmement dévouées qui défendent leur idole à tout prix. Parfois, l'admiration devient si intense qu'elle pousse certains fans à s'attaquer violemment aux personnes qui critiquent leur star préférée.

La merch : les produits dérivés (t-shirts, casquettes, posters…) qui permettent d'afficher son appartenance à un fandom et qui coutent souvent beaucoup d'argent.

1.3. Les relations parasociales (25 min)

a) Faire des liens avec son expérience personnelle (5 min)

Objectif : *Nommer et apprivoiser la notion de relation parasociale à partir de l'expérience vécue des enfants, sans dénigrer ni dramatiser leurs attachements.*

Dans un premier temps, l'animateur revient sur les stars citées plus tôt par les élèves (1.1. Exploration : Être fan, c'est quoi pour toi ?). Il demande à certains d'énumérer le maximum d'informations qu'ils savent à propos de leur idole : « *Pouvez me citer un maximum d'informations sur votre idole ? Par exemple, ce qu'elle fait dans la vie, ce qu'elle aime, où elle se trouve actuellement, qui sont ses amis, ce qu'elle a fait ce weekend…* »

L'animateur écoute les réponses sans les commenter. Les enfants citent souvent beaucoup de choses : son petit ami, son chien, ce qu'elle a mangé la veille, sa dispute avec telle autre célébrité, ses voyages. L'objectif est d'identifier la source via laquelle les enfants ont acquis ces informations : « *Comment savez-vous tout ça ? Votre idole vous l'a dit ? Comment ?* »



Après quelques réponses (les réseaux, YouTube, les articles, les stories) l'animateur pose la question suivante : « *Et elle (l'idole), pourrait-elle citer une information sur un de ses fans ?* »

C'est à ce moment-là que l'animateur introduit la notion de relation parasociale en demandant aux enfants de faire le lien avec un des nouveaux concepts découverts lors de la lecture de l'article. Une fois la réponse amenée par les enfants, l'animateur développe :

« Lorsqu'on suit régulièrement une star sur les réseaux sociaux, qu'on regarde ses interviews, qu'on connait sa vie privée, ses gouts, ses relations, son quotidien, on finit par développer une forme d'attachement réel. On ressent de la joie quand elle annonce quelque chose de positif, de la tristesse quand elle traverse une épreuve, parfois même de la jalousie ou de la colère.

La relation ne va que dans un sens, d'où le terme "parasocial" : elle ressemble à une relation sociale ordinaire, mais elle n'en est pas une. Les industries culturelles le savent, et certaines en jouent délibérément. Les réseaux sociaux permettent aux artistes de simuler une proximité avec leurs fans : stories du quotidien, lives improvisés, réponses à des commentaires, partage de moments intimes.

Il est important de noter que ce n'est pas toujours un manque de considération de la part de l'idole qui peut être réellement attachée à sa communauté de fans. »

Quelques exemples concrets pour alimenter la discussion

- Taylor Swift glisse volontairement des indices dans ses clips, ses tenues et ses publications pour que ses fans aient l'impression de percer ses secrets. Cela crée un sentiment de complicité et de jeu collectif.

- De nombreux artistes de K-pop publient des photos de leur vie quotidienne sur des applications dédiées (comme "Weverse" ou "Bubble"), où les fans paient un abonnement mensuel pour avoir accès à ces contenus "personnels".

- Quand une célébrité annonce une rupture, un deuil ou une maladie, certains fans vivent une vraie détresse émotionnelle comparable à celle qu'ils ressentiraient si un proche traversait la même épreuve.

Conseil à l'animateur

L'animateur ne cherche pas à démystifier ou à diminuer les émotions des enfants. Il veille à ne pas diaboliser les idoles.

b) Analyse de contenus (20 min)

Objectif : *Observer et analyser directement des contenus de célébrités pour identifier les mécanismes qui construisent la relation parasociale.*

L'animateur propose aux élèves de réfléchir à leur relation avec leurs idoles et à ce qui peut leur donner l'impression d'être proches d'elles. Il leur distribue ensuite la **grille d'analyse des relations parasociales** (annexe 1, p. 31).

L'animateur projette ou montre successivement les contenus préparés en amont. Après chaque contenu, il laisse un temps pour que les enfants complètent leur grille individuellement avant de passer à la discussion.

L'enjeu n'est pas de savoir si les enfants aiment ou non la célébrité, mais d'analyser ensemble ce que le contenu fait : quelles émotions cherche-t-il à déclencher ? Quelles techniques utilise-t-il pour créer un sentiment de proximité ?

Afin de gagner du temps sur la séance et si l'animateur estime cela pertinent avec son groupe, il peut proposer aux enfants d'analyser seulement deux contenus sur trois.

Contenu 1 - Une story ou un post Instagram d'une célébrité

L'animateur projette un post choisi parmi ceux proposés (annexe 2, p. 32) (coulisses ou partage d'un moment du quotidien). Il laisse les enfants observer en silence quelques secondes avant de les interroger :

« Qu'est-ce que vous voyez sur ce post ?
- Qu'est-ce que vous avez appris sur cette personne en le regardant ?
- Est-ce que vous avez l'impression de mieux la connaitre après l'avoir vu ? Pourquoi ?
- Pensez-vous que ce que vous avez vu correspond réellement à qui est cette personne dans sa vie privée ?
- Selon vous, qu'est-ce qui est mis en œuvre dans ce post pour vous rapprocher de cette star ? »

Pour aller plus loin, l'animateur peut proposer une comparaison entre un post aux apparences spontanées (photo floue prise à la va-vite) et un post plus travaillé, avec une mise en scène soignée. La question est alors : *« Lequel vous donne le plus l'impression de la connaitre vraiment ? Et lequel est probablement le plus travaillé ? »*

Point de réflexion à introduire : Les stories et posts « intimes » de célébrités sont presque toujours soigneusement sélectionnés, parfois mis en scène par des équipes de communication. La spontanéité apparente est souvent le résultat d'un travail de construction de l'image.

Contenu 2 - Des interactions entre une star et ses fans

L'animateur projette un ou deux extraits montrant une star en interaction (directe) avec son public. L'objectif est d'analyser ensemble ce que ces moments produisent comme effet et comment ils sont construits pour créer un sentiment de relation personnelle.

Les vlogs au quotidien : l'exemple de Lena Situations

L'animateur peut projeter l'intro d'un épisode des vlogs d'aout (les premières minutes suffisent) et poser les questions suivantes :

« Qu'est-ce que vous ressentez en regardant cette vidéo ?
- Est-ce que Lena semble vous parler personnellement, ou à tout le monde en même temps ?
- Qu'est-ce qui crée l'impression qu'on la connait bien ? Qu'est-ce qu'on sait sur elle après avoir regardé quelques minutes ?
- Est-ce que le fait qu'elle publie chaque jour change quelque chose dans votre façon de vous sentir proche d'elle ?
- Pensez-vous que ce que vous voyez correspond à ce qu'elle est vraiment dans sa vie privée ou est-ce qu'il y a une part de mise en scène ? »

Point de réflexion à introduire : Ce qui rend ces vlogs particulièrement efficaces pour construire une relation parasociale, c'est la répétition et la régularité. On a l'impression de vivre avec quelqu'un. Mais même le vlog le plus spontané est filmé, monté, et publié de façon calculée. Lena se présente comme *« une fille normale de 27 ans »*, partage ses angoisses, ses petits bonheurs, ses journées et pourtant la série est aujourd'hui une production professionnelle avec générique soigné, teasers parodiques et partenariats commerciaux intégrés.

Contenu 3 - La relation payante

Avant de montrer la capture d'écran fictive (annexe 3, p. 33), l'animateur prend deux minutes pour situer le contexte, notamment pour les enfants qui ne connaissent pas la K-pop : *« Est-ce que vous connaissez la K-pop ? Est-ce que certains d'entre vous sont fans de K-pop ? »*

Qu'est-ce que la K-pop ?

La K-pop (pour *Korean pop*) désigne la musique pop produite en Corée du Sud. Ce n'est pas simplement un genre musical : c'est un système entier de production de stars. Les artistes, souvent appelés *idoles*, sont recrutés très jeunes, formés pendant plusieurs années dans des agences avant de faire leurs débuts. Leur image, leurs tenues, leurs chorégraphies, leurs déclarations publiques, et même parfois leurs relations amoureuses sont soigneusement gérées par leur label. Des groupes comme BTS, BLACKPINK, aespa ou Stray Kids ont des dizaines de millions de fans dans le monde entier dont beaucoup en Europe et en Belgique.

Ce qui distingue les fandoms de K-pop des autres fandoms, c'est l'intensité de la relation entre les idoles et leurs fans. Les labels ont développé des outils spécifiques pour entretenir cette relation au quotidien et pour la monétiser.

Qu'est-ce que Weverse ou Bubble ?

Weverse (lancée en 2019 par HYBE, le label de BTS) et Bubble (lancée en 2020) sont des plateformes conçues délibérément pour commercialiser l'intimité parasociale. L'interface de Bubble ressemble à une messagerie personnelle ordinaire, ce qui renforce l'illusion d'une relation individuelle avec l'idole, alors qu'il s'agit de messages envoyés à l'ensemble des abonnés.

L'animateur montre ensuite une capture d'écran de l'interface Bubble, une application payante utilisée par les fans de K-pop pour recevoir des messages personnels de leurs idoles. L'interface ressemble à une messagerie ordinaire, comme si l'idole écrivait directement à chaque fan.

« À votre avis, l'idole écrit-elle vraiment ce message à chaque fan individuellement ?
- Comment est-ce que cette application crée l'impression d'une relation personnelle ?
- Quels messages donnent l'impression que Jihoon s'adresse personnellement à chaque fan ?
- Savez-vous que cette application est payante, environ 4 à 5 euros par mois par artiste ? Que pensez-vous de ça ? »

Point de réflexion à introduire : L'interface de Bubble reproduit exactement l'apparence d'une messagerie personnelle ordinaire. C'est un choix de design intentionnel, qui renforce l'illusion d'une relation individuelle avec l'idole, alors qu'il s'agit de messages diffusés à l'ensemble des abonnés en même temps. Les idoles n'écrivent pas à chaque fan : elles publient un message qui arrive dans la boite de réception de chaque abonné comme s'il lui était adressé personnellement.

1.4. Synthèse des trois contenus et transition vers la séance 2 (10 min)

Une fois les trois contenus analysés, l'animateur invite les enfants à formuler ce qu'ils ont observé ensemble.

« En regardant ces trois types de contenus (les posts, les vlogs, les applications payantes) est-ce que vous avez repéré des points communs ?
- Quelles techniques/formules similaires reviennent pour créer l'impression d'être proche d'une star ?
- Est-ce que savoir que cette proximité est en partie construite change quelque chose à ce qu'un fan pourrait ressentir ? »

L'animateur peut noter au tableau les mots que les enfants utilisent (ex. : *spontané, mis en scène, intimité, illusion, vrai, faux, payant*) sans trancher. Ces mots seront le point de départ de la séance 2.

2. Le commerce des fandoms - analyse d'un site de star (séance 2 - 50 min)

2.1. Enquête sur le site officiel de Taylor Swift (25 min)

Objectifs :

- Comprendre que l'achat de merchandising répond à deux logiques souvent mêlées une logique personnelle (ce que l'objet signifie pour soi) et une logique sociale (ce que l'objet signale aux autres). Le but de l'activité est de déconstruire le cliché du fan idéal.

- Analyser directement le site https://taylorswift-store.fr/ pour comprendre comment l'espace consacré à la musique et celui consacré à la vente sont organisés ; et comprendre que la relation émotionnelle évoquée en séance 1 et la stratégie commerciale ne sont pas deux choses séparées.

Qui est Taylor Swift ?

Taylor Swift est une chanteuse et compositrice américaine née en 1989 en Pennsylvanie. Elle commence sa carrière à Nashville à 16 ans dans la musique country, avant de devenir l'une des artistes pop les plus écoutées au monde. Ce qui distingue Taylor Swift des autres grandes stars de la pop, c'est la façon dont elle entretient une relation très intense avec ses fans, qu'elle appelle les *Swifties*.

En 2023, sa tournée mondiale *The Eras Tour* est devenue la première tournée de l'histoire à dépasser le milliard de dollars de recettes. Elle est régulièrement citée parmi les personnes les plus influentes au monde.

L'animateur ouvre le site en plein écran. L'analyse se déroule en trois temps. Si le matériel le permet, les enfants peuvent naviguer seuls ou en groupe sur le site internet.

a) Rappel de la première séance

Au début de cette deuxième séance, l'animateur rappelle les notions découvertes précédemment : la fandom, le merch, la stan culture, les relations parasociales. Il demande aux enfants de citer les types de contenus qui avaient été analysés et d'en dire quelques mots.

b) La page d'accueil

L'animateur interroge les enfants sur ce qu'ils observent :
« Regardez la page d'accueil. Qu'est-ce qui prend le plus de place : la musique ou les produits à vendre ?
- Quels sont les premiers mots, les premières images que vous voyez ?
- Est-ce que vous avez l'impression d'être sur le site d'une artiste ? »

Point de réflexion : Le site https://taylorswift-store.fr/ est avant tout une boutique. La musique (les albums, les paroles, les clips) n'est pas la partie centrale. Ce qui est mis en avant, c'est la collection de produits organisée par *"ères"* : chaque album a sa propre section de merchandising.

c) La section « shop » (boutique)

L'animateur navigue dans la section Shop. Il laisse les enfants explorer les catégories et s'arrête sur plusieurs articles représentatifs : un vinyle disponible en plusieurs versions, un article estampillé *« édition limitée »*, un objet du quotidien (gobelet, tote bag) à l'effigie de l'artiste. Il les interroge :
« Quels sont les types d'objets vendus ?
- Est-ce qu'il y a des choses qui vous surprennent ? Regardez les descriptions. Quels mots sont utilisés pour vous donner envie d'acheter ? Y a-t-il des mentions « édition limitée », « exclusif », « collection spéciale » ? Pourquoi ces mots, selon vous ?
- Vous remarquez que certains albums sont vendus en plusieurs versions. Pourquoi selon vous ?
- Qu'est-ce que vous seriez tentés d'acheter ? Pourquoi celui-là plutôt qu'un autre ?
- Comment appelle-t-on tous ces objets à l'effigie de l'artiste ? »

Point de réflexion : Les vinyles de Taylor Swift sont souvent vendus en quatre ou cinq versions exclusives : même musique, pochettes différentes, contenus bonus différents. Ce système pousse les fans à acheter plusieurs fois le même album pour posséder la collection complète. Les mots *« édition limitée »* et *« exclusif »* créent un sentiment d'urgence : si tu n'achètes pas maintenant, tu rateras quelque chose que les autres fans auront. Selon des chercheurs de la Willamette University, les stratégies commerciales de Taylor Swift *« créent un sentiment de communauté et d'appartenance chez les fans, ce qui est au cœur de son empire commercial »*.

2.2. Fandom, relation parasociale et économie (15 min)

« Lors de la dernière séance, on avait regardé trois types de contenus : des posts sur les réseaux, des vlogs, et des applications comme Weverse ou Bubble. Et on cherchait à comprendre comment une star crée l'impression d'être proche de ses fans. Est-ce que quelqu'un se souvient d'une technique qu'on avait repérée ? Une façon de faire qui donnait l'impression d'une relation personnelle ? »

L'animateur note chaque réponse au tableau en colonne de gauche, sous le titre « Ce qui crée la proximité », sans les commenter. Si les enfants sont silencieux ou hésitants, il peut relancer avec des questions très ciblées qui rouvrent des souvenirs précis. : *« Dans les posts qu'on a regardés : qu'est-ce qui donnait l'impression que la star partageait quelque chose de vrai sur elle-même ? Dans les vlogs de Lena Situations : pourquoi est-ce qu'on avait l'impression de la connaitre comme une amie ? Dans Weverse ou Bubble : pourquoi on avait l'impression que l'idole vous écrivait directement ? »*

L'animateur demande alors aux enfants de choisir un objet de la merch de Taylor Swift parmi ceux affichés : *« En tant que fan de TS, qu'est-ce que vous ressentiriez en le portant ou en l'ayant chez vous ? »*

L'animateur laisse les enfants répondre librement. Les mots qui émergent sont souvent : fierté, appartenance, proximité, être fan, faire partie de quelque chose. Les noter en colonne de droite, sous le titre **« Ce que l'objet procure »**.

« Et si vous croisiez quelqu'un dans la rue qui portait le même hoodie, quelqu'un que vous ne connaissez pas, qu'est-ce qui se passerait ? Si cet objet ne sert pas qu'à se tenir chaud ou à décorer votre chambre. À quoi d'autre il sert, selon vous ? »

L'animateur pointe les deux colonnes au tableau **« Ce qui crée la proximité »** et **« Ce que l'objet procure »** et pose la question centrale : *« Est-ce que vous voyez un lien entre ce qui est à gauche et ce qui est à droite ? »*

L'animateur laisse les enfants répondre librement, mais cherche à faire émerger l'idée que la création d'une relation parasociale peut parfois être utilisée à des fins commerciales. La star utilise alors la relation de confiance qu'elle a créée avec sa communauté pour vendre sa merch, les produits de sa marque…

Si les enfants n'y arrivent pas seuls, l'animateur peut les guider avec ces questions :

« Est-ce que TS vendrait toute sa merch si elle n'avait pas de fans ? Qui sont les principaux acheteurs de la merch de TS ? Pourquoi ? »

L'animateur peut également faire référence à Lena Situations qui a créé sa marque, Hôtel Mahfouf, en posant les mêmes questions.

2.3. Clôture de l'exercice (5 min)

Une fois que les enfants ont formulé le lien eux-mêmes, l'animateur pose une dernière question : *« Est-ce que vous avez déjà acheté quelque chose, ou demandé à vos parents de l'acheter, parce que ça vous rapprochait d'une passion ou d'un groupe ? Un t-shirt de foot, un objet d'une série, un jeu… »*

Conseil à l'animateur

L'objectif de ce temps n'est pas que les enfants arrivent à une conclusion négative sur Taylor Swift ou sur le commerce des fandoms. C'est qu'ils formulent eux-mêmes le mécanisme.

2.4. Conclusion générale (5 min)

L'animateur prend un temps pour revenir sur l'ensemble du chemin parcouru pendant les deux séances. Il fait participer les enfants :

« Au tout début, on avait listé ce qu'on savait sur nos stars préférées, leurs gouts, leurs habitudes, leur vie. Est-ce que quelqu'un se souvient de ce moment ?
- Et maintenant, après tout ce qu'on a analysé (les posts, les vlogs, les applications, le site de Taylor Swift), est-ce que vous regardez ces choses de la même façon qu'au début ? Comment percevez-vous les fans ? Comment vous percevez-vous en tant que fan ?
- Y a-t-il quelque chose que vous avez appris durant cette séance qui vous a surpris ? Que vous ne saviez pas sur les relations fan/idole ?
- Est-ce que vous êtes le même fan qu'au début de ces deux séances ?
- Est-ce qu'un fan averti (qui connait les mécanismes) reste un vrai fan ? »

Annexe 1 · Grille d'analyse des relations parasociales

Questions	**Posts et stories** Photos ou vidéos sur les réseaux	**Vlog** Journal filmé au quotidien	**Relation payante** Bubble (K-pop)
1. Ce que je vois			
Décris ce contenu en une phrase.			
Est-ce que ça semble spontané ou préparé ?			
2. Ce que j'apprends sur cette personne			
Qu'est-ce que tu as appris sur elle ?			
As-tu l'impression de mieux la connaître ? Pourquoi ?			
3. Ce que ça me fait ressentir			
Quelle(s) émotion(s) as-tu ressentie(s) en regardant ce contenu ?			
4. Comment cette proximité est-elle construite ?			
Qu'est-ce qui te donne l'impression d'être proche de la star ?			
5. Ma conclusion			
Parmi ces 3 contenus, lequel t'a donné le plus l'impression de connaître la star ? Pourquoi ?			

Annexe 2 · Story ou post Instagram d'une célébrité

	Inoxtag @inoxtag (Instagram) Story à la une « 1 jour 1 film »	Theodora @theodorabosslady (Instagram) Carrousel de photos	So Kahina @souk.henna (TikTok) Mukbang / storytime « On mange ensemble »
1. Qui est-ce ?			
Profil	**YouTubeur / streamer français, 23 ans** › 9,4 M d'abonnés YouTube, 20 M au total › Connu pour Kaizen (2024) - documentaire sur l'ascension de l'Everest - 40 M de vues › Débute à 11 ans sur Minecraft	**Chanteuse** › Compte Instagram mêlant photos soignées et tranches de vie personnelles › Ton direct, assumé - « bosslady » › Oscille entre image travaillée et témoignage brut	**Créatrice franco-marocaine, 26 ans** › 2,3 M d'abonnés TikTok, 112 M de likes › Concept phare : « On mange ensemble » - mukbangs et storytimes › Jack, son chien hyperactif, est devenu une mascotte de ses vidéos
2. Le contenu à analyser			
Format	**Story à la une** = story Instagram sauvegardée en permanence sur le profil › Inoxtag face caméra, décor quotidien (salon / chambre) › Ton décontracté, comme un conseil donné entre amis › Une recommandation de film par jour	**Carrousel** = publication de plusieurs photos à faire défiler › Première photo spontanée › Format narratif : on swipe pour découvrir « la suite » › Légende personnelle	**Mukbang** = vidéo où l'on mange face caméra en parlant › So Kahina mange les plats de sa mère en regardant l'objectif › Parle directement à sa communauté, humour et autodérision › Personnages récurrents : Jack le chien, « la petite dame » (sa mère)
3. Ce que ça produit comme effet			
Effet sur le spectateur	› Impression d'un rendez-vous quotidien intime › Sentiment de partager ses gouts, de le connaitre personnellement › L'éphémère de la story crée une urgence à ne pas manquer	› Impression de voir les « vraies » photos, les plus intimes	› Sensation de partager un repas avec elle, compagnie simulée › Impression d'une amie proche, sans filtre › Les personnages récurrents créent un sentiment de « série » qu'on suit

Vlog (Lena Situations - Les Vlogs d'aout) :

- La fin d'un cycle - s9 ep1
www.youtube.com/watch?v=P8Xtsyvhcu8&list=PLPoyv69NjArU-NjC34KlugYvNvx42n7A_&index=29

Annexe 3 - Reconstitution d'une capture d'écran de l'application Bubble

