



I – COMPRENDRE le document


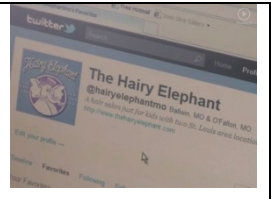

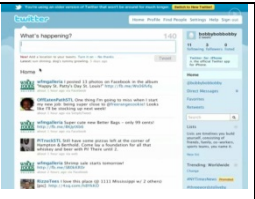

Compréhension
orale : fiche
individuelle (1 page)

Voir la vidéo : <http://tinyurl.com/qfoqaun>

- Remue-méninge** : Avant de regarder la vidéo, donnez une définition du mot « twitter ». Qu'est-ce que cela évoque pour vous ? Faites une liste de mots qui vous viennent à l'esprit.
- De quoi s'agit-il** ? Regardez la vidéo et complétez le tableau suivant.

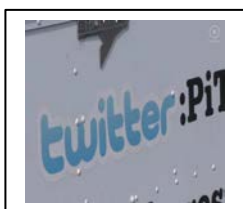
Quoi ?	Depuis quand ?	Où ?	Comment ?	Pourquoi ?	Pour qui ?

- Qui dit quoi** ? Regardez à nouveau la vidéo et associez à chaque image, l'information donnée. Attention, il y a deux intrus.

- Ce sont les clients qui s'inscrivent volontairement pour recevoir les informations.
- Le site Twitter est plus intéressant qu'un site de blog.
- Si on a faim ... il suffit de regarder sur Twitter.
- Utiliser Twitter est très simple, il suffit de créer un compte.
- J'ai tout lancé sans rien dépenser grâce aux médias sociaux.
- 300 000 internautes suivent ses conseils de coiffure et reçoivent des réductions.
- Aujourd'hui, les réponses sont immédiates et on est très contents.

- Vrai ou faux** ? Regardez encore la vidéo. Indiquez si les affirmations suivantes sont vraies (V) ou fausses (F)



Affirmations	V	F
a. Twitter est un outil de promotion très fort.		
b. Seuls les restaurants font leur promotion sur le site Twitter.		
c. Avant, la propriétaire du salon de coiffure utilisait les formes classiques de publicité.		
d. Il y a 500 personnes qui suivent Angela, la critique gastronomique sur Twitter		
e. Une des règles d'or de Twitter est d'écrire et d'envoyer des messages plusieurs fois par jour de façon immodérée.		

- Travail sur la langue** : lexic. En vous aidant du contexte trouvez la signification de l'expression soulignée.

Le réseau social est un outil pour des entreprises (...) qui dépendent du bouche à oreille.
 d'informations publiques d'informations entre personnes d'une rumeur négative

Les salons de coiffure ne peuvent plus s'en passer.

vivre sans Twitter passer des informations sur papier ne s'intéresser qu'aux internautes

« Je twitte, tu twittes, nous twittons »

Niveau préconisé (A2) Durée de l'activité : 30 mn.

Objectif : approfondir le thème traité



II – UTILISER la langue

1- En français, on utilise très souvent des anglicismes, notamment dans le domaine informatique. Dans le tableau suivant, reliez chaque mot à sa définition. Connaissez-vous d'autres anglicismes liés à l'informatique ?

Un link		Un pare-feu
Un email		Un ordinateur portable
Site en streaming		Bavarder à l'aide d'un clavier
Un fire-wall		Un site pour voir des films en ligne sur Internet
Un lap top		Un lien vers une autre adresse Internet
Chatter		Une adresse électronique ou courriel

2- Twitter : une plateforme de microblogging

Faites des recherches sur internet sur Twitter et répondez aux questions :

- D'où vient le nom Twitter ? Qu'est-ce que cela veut dire ?
- Sur Twitter, que veulent dire les mots : tweet ? home ? following ? followers ? retweets ? et trending topics ?
- Quel pays bloque l'accès à Twitter ?
- Dans quel pays Twitter devient-il un outil de résistance ?
- Dans quels continents utilise-t-on le plus Internet ou le moins ?

« Je twitte, tu twittes, nous twittons »
Niveau préconisé (A2) Durée de l'activité : 30mn.
Objectif : approfondir le thème traité



III – AGIR avec la langue

Twitter

Inventer la suite d'une histoire avec une contrainte comme dans Twitter : ne pas utiliser plus de 40 mots.

En groupe, écrivez une histoire qui commence par : « Elle était tranquillement chez elle, quand soudain... »

- Contraintes :

Chaque groupe va devoir inventer la suite de cette histoire avec deux contraintes :

- La suite de l'histoire ne devra pas dépasser 40 mots (minimum 30). Par exemple, un élève commence à écrire un mot et passe la feuille à son voisin.
- Dans la classe, chaque groupe présentera une histoire avec une atmosphère différente (exemple : raconter sous forme de roman de science-fiction / de terreur / d'action / romantique...)

- Evaluation de l'activité :

Chaque groupe lit sa création. Les autres étudiants vérifient que les 2 contraintes ont bien été respectées !

Le saviez-vous?

Les 3 personnes célèbres les plus suivies sur Twitter sont :

- Lady Gaga : 8,396,568 qui la suivent
- Justin Bieber : 7,579,988 qui le suivent
- Britney Spears : 6,948,499 qui la suivent

Comprendre le français avec les médias

« Je twitte, tu twittes, nous twittons »

Corrigé



I – COMPRENDRE le document








1. **Remue-méninge** : Avant de regarder la vidéo, donnez une définition du mot « twitter ». Qu'est-ce que cela évoque pour vous ? Faites une liste de mots qui vous viennent à l'esprit.

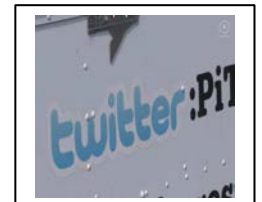
2. **De quoi s'agit-il ?** Regardez la vidéo et complétez le tableau suivant.

Quoi ?	Depuis quand ?	Où ?	Comment ?	Pourquoi ?	Pour qui ?
Twitter (microblogging)	Depuis 5 ans	Sur Internet / Aux Etats-Unis	Envoyer des petits messages de 140 caractères	Pour faire de la promotion ou de la publicité pour des commerces	Pour une pizzeria, un restaurant ou un salon de coiffure

3. **Qui dit quoi ?** Regardez à nouveau la vidéo et associez à chaque image, l'information. Attention, il y a deux intrus.

				
c	f	g	a	e

- Ce sont les clients qui s'inscrivent volontairement pour recevoir les informations.
- Le site Twitter est plus intéressant qu'un site de blog.
- Si on a faim ... il suffit de regarder sur Twitter.
- Utiliser Twitter est très simple, il suffit de créer un compte.
- J'ai tout lancé sans rien dépenser grâce aux médias sociaux.
- 300 000 internautes suivent ses conseils de coiffure et reçoivent des réductions.
- Aujourd'hui, les réponses sont immédiates et on est très contents.



4. **Vrai ou faux ?** Regardez encore la vidéo. Indiquez si les affirmations suivantes sont vraies (V) ou fausses (F)

Affirmations	V	F
a. Twitter est un outil de promotion très fort.	X	
b. Seuls les restaurants font leur promotion sur le site Twitter. (d'autres entreprises au niveau local)		X
c. Avant, la propriétaire du salon de coiffure utilisait les formes classiques de publicité.	X	
d. Il y a 500 personnes 300 qui suivent Angela, la critique gastronomique sur Twitter		X
e. Une des règles d'or de Twitter est d'écrire et d'envoyer des messages plusieurs fois par jour de façon immodérée. (écrire avec modération)		X

5. **Travail sur la langue** : lexique. En vous aidant du contexte trouvez la signification de l'expression soulignée. Le réseau social est un outil pour des entreprises (...) qui dépendent du bouche à oreille.

d'informations publiques d'informations entre personnes d'une rumeur négative.

Les salons de coiffure ne peuvent plus s'en passer.

vivre sans Twitter passer des informations sur papier s'intéresser qu'aux internautes

« Je twitte, tu twittes, nous twittons » Transcription

Transcription :
pour une lecture
après les activités

Transcription

Une pizzeria itinérante. C'est le concept de cette camionnette, qui change tous les jours de lieu de stationnement...

Pour la trouver, il faut se rendre sur le site Twitter.

Russel W Woelfel (Client de la camionnette à pizza « Pi ») : Si on a faim et on ne sait pas où aller, ou si on est dans un bar avec des amis, il suffit de regarder sur Twitter et tout d'un coup on lit : 'la camionnette à pizza est là'.

Ici, dans cette petite ville du Midwest américain, les restaurants ne sont pas les seuls à faire leur promotion sur des médias sociaux : ce salon de coiffure pour enfants a ouvert ses pages Facebook et Twitter à la fin 2010.

Aujourd'hui 300 fidèles internautes suivent ses conseils de coiffure et reçoivent des réductions.

Laura Diekemper (Propriétaire du salon de coiffure Hairy Elephant) : J'avais utilisé des formes traditionnelles de publicité, mais je n'avais pas beaucoup de retour. Aujourd'hui les réponses sont immédiates. On est très contents.

Contrairement à la publicité classique, ce sont les clients qui s'inscrivent volontairement pour recevoir des informations.

Ils sont par exemple 3000 à suivre Angela, une critique gastronomique, sur Twitter.

Sa spécialité : recommander des combinaisons de plats et de vins en moins de 140 caractères par message, la limite imposée par le site.

Angela Ortmann (Critique gastronomique STL Winegirl) : Je n'avais aucun capital, aucun investisseur, rien pour ouvrir mon entreprise. J'ai tout lancé sans rien dépenser grâce aux médias sociaux.

Mais Angela respecte la règle d'or d'un compte Twitter professionnel : écrire avec modération, privilégier le dialogue et ne jamais inonder les internautes de publicité.

Car sur internet, la popularité peut se perdre aussi vite qu'elle a été gagnée.

Mots-clés : Réseau social – promotion commerciale – Twitter – internautes – clients

Découvrez le site et les vidéos de l'Agence France Presse (AFP) : <http://www.afp.com/>