

Analyse Itrameur (Impact des influenceurs)

HUANG Xiaomin
M1 TAL Projet encadré

L'outil Itrameur fournit des méthodes texométriques qui nous permettent d'observer des usages discursifs et des comportements linguistiques du mot. Puisque mon sujet consiste à découvrir l'impact des influenceurs dans des cultures différentes, je constate donc les mots suivis de mon motif "impact" (qui partage la même forme en français et en anglais). de trouver plus de résultats pertinents, j'utilise aussi les termes synonymiques "effet" et "influence". Il est intéressant de noter que ces trois termes peuvent être à la fois employés comme nom et comme verbe en français et en anglais:

	français	anglais
impact	Nom: avoir l'impact sur	Nom: have an impact on
	V: impacter	V: impact (on) sth/ sb
influence	Nom: avoir une influence sur	Nom: influence on , under the influence of ..
	V: influencer	V: influence sb
effet effect	Nom: avoir un effet sur	nom: effect on / upon
	v: affecter	V: affect

Je choisis mes corpus de dump comme données d'entrée, car il se peut que lorsque l'on discute les influences de quelques choses sans mentionner le mot "influence/impact/ effet" lui-même. Par exemple, nous pouvons discuter des perceptifs impactés par les influenceurs (décision d'achat, santé mentale, choix politique, etc.) sans utiliser directement le terme "impact". Le contexte du motif n'étant pas suffisant pour mon analyse, je prends en considération l'ensemble de corpus afin d'obtenir plus d'informations détaillées.

D'ailleurs, lorsque ces trois termes motifs existent, il est important d'étudier son usage grammatical. La préposition suivie est un indice linguistique aidant à distinguer les perspectives d'impact, comme le préposition "on (have an impact on sth)", "avoir de l'influence sur" etc.

La première étape de l'analyse consiste à télécharger mon corpus dans l'onglet :

Création d'une nouvelle base / Importation d'une base

Deux possibilités pour charger des données dans iTrameur :

1. Charger un fichier (nouvelle base) au format TXT brut, encodé en UTF-8, en ayant préalablement partitionné son contenu (cf onglet Aide).

2. Importer une base annotée déjà constituée (cf onglet Aide pour le format de cette base).

Une fois la base chargée, les données textuelles sont représentées sous la forme d'une *Carte des sections* (sections définies via le délimiteur de contexte choisi) qui apparaît au bas de cette page.

1. NOUVELLE BASE	Choisir un fichier	CORPUS_DUMP_1.TXT
1. IMPORTER UNE BASE	Choisir un fichier	AUCUN FICHIER CHOISI
2. DÉLIMITEUR DE CONTEXTE	§	(si cette zone est vide, contexte=ligne)
3. DÉLIMITEUR(S)	;~ &#@=-.?!%*\${}[]_~:~+~«»§V	
4. BI-TEXTE	<input type="checkbox"/>	(chargement d'un bitexte aligné cf Aide)
5. DÉPENDANCE	<input type="checkbox"/>	(chargement d'une base avec annotations en dépendance cf Aide)

Ensuite, je crée un stoplist : dans le dictionnaire, j'ai choisi les mots grammaticaux en cliquant sur l'onglet de la colonne "sélection".

Dictionnaire

Copy CSV Excel PDF Print

Recherche :

Item	Fq	Concordance	Ventilation	Carte	Sélection
the	4426				
and	4211				
of	3784				
to	3660				
a	2053				
in	1809				
that	1429				
on	1239				
for	1231				
or	1165				

Etant donné que les textes de mon corpus ne sont pas classés de façon chronologique, et que la répartition de motif n'attribue pas d'importance à mon sujet, je me focalise donc sur le paramètre "coocurent". On peut le localiser dans l'onglet "COOC" et la colonne "concordance" des résultats. Les résultats de la ventilation (fréquence absolue / relative) et la carte de répartition de motif ne sont pas détaillé ci-dessous.

Paramètres

PARTITION	partie	PARTIES	utf8_1-1.txt	LOG CONTEXTE	20	Fq Max	5
GRAPHE H	40C	SEUIL	5	CO-FREQ	3	INDSPMIN	5
GRAPHE L	80C	SR LGMAX	12	SR FQMIN	10	NB SÉLECTION SECTION	1
ANNOTATION*	1:Forme	ANNOTATION SORTIE	1:Forme	RELATION	REL	ANNOTATION RELATION	4

PÔLE SOURCE: influence

Chargement Trame Cadre SR/Patron Section **Coocs** Bi-Texte Dépendance Sélection Export Aide

Calcul de cooccurents

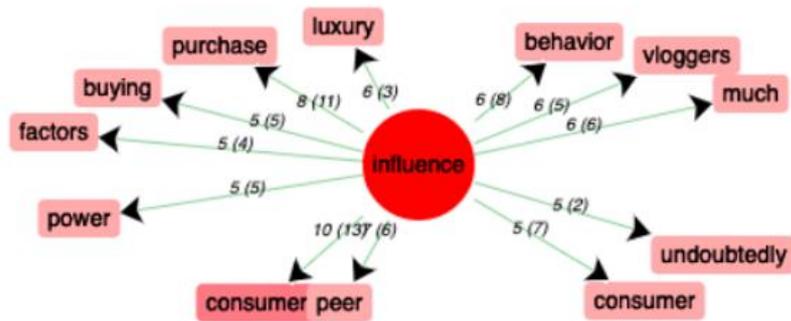
NB TERME GAUCHE 10 NB TERME DROITE 10

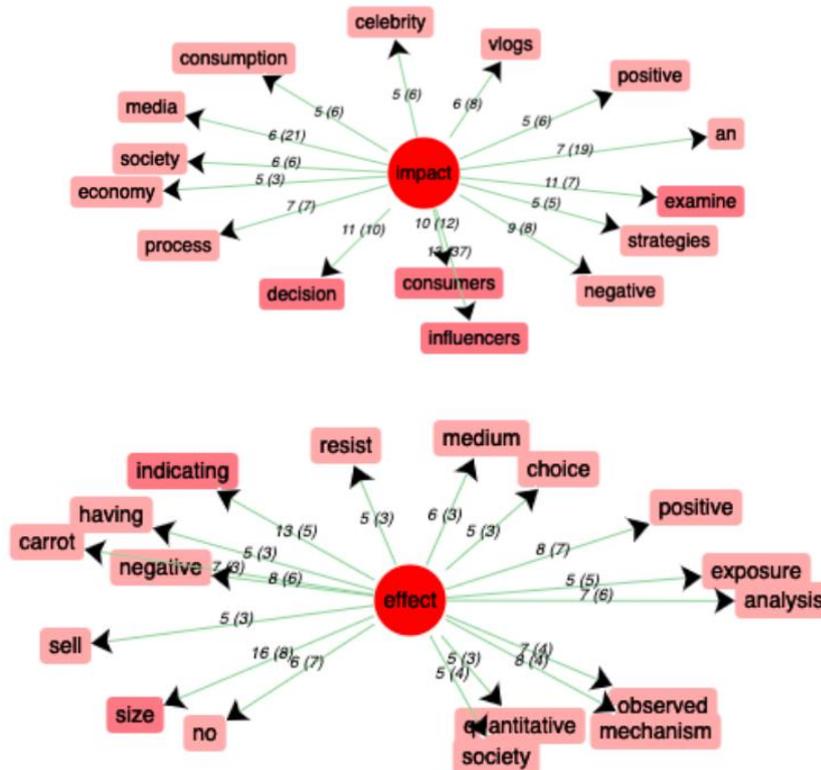
Cooccurents* » Cooccurents* sur partie sélectionnée

Réseau Cooccurents* Réseau Cooccurents* sur partie sélectionnée

STOPLIST="GESTIONNAIRE DE SÉLECTION"

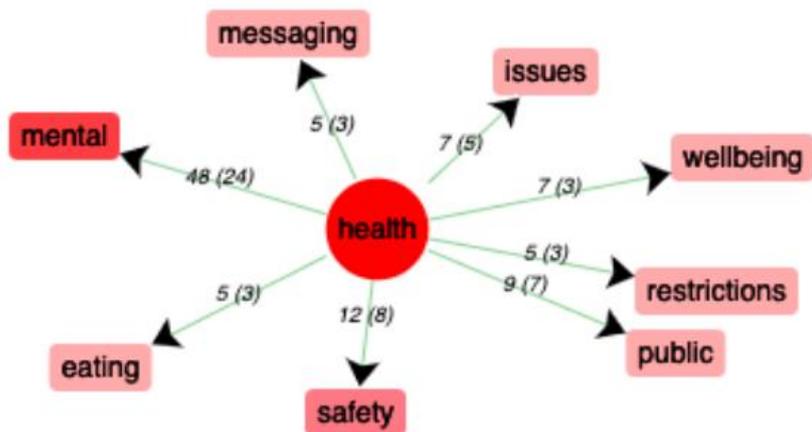
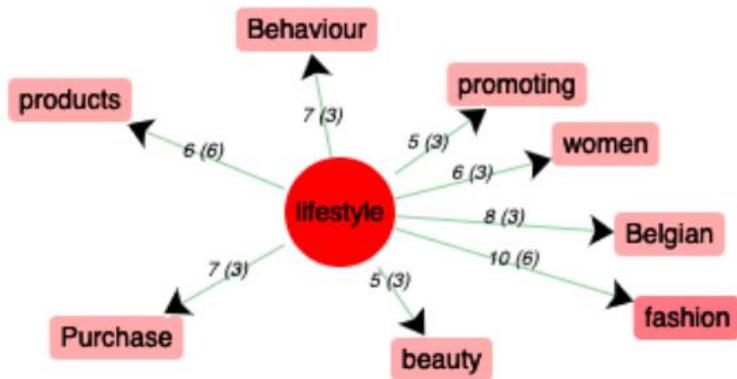
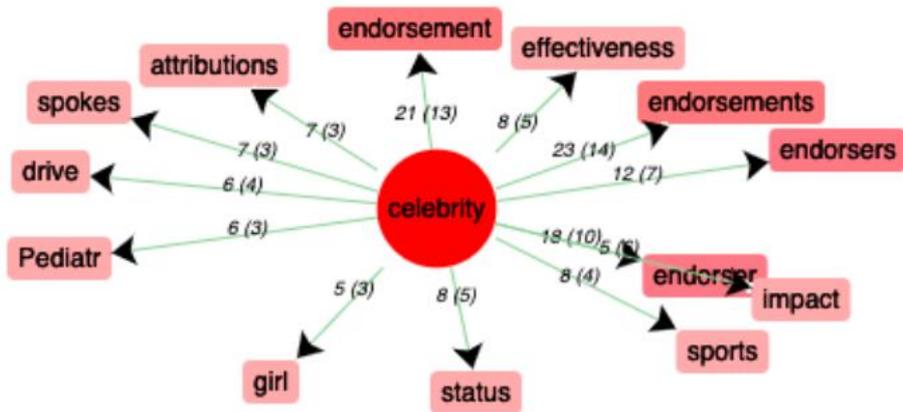
1. Résultats en anglais

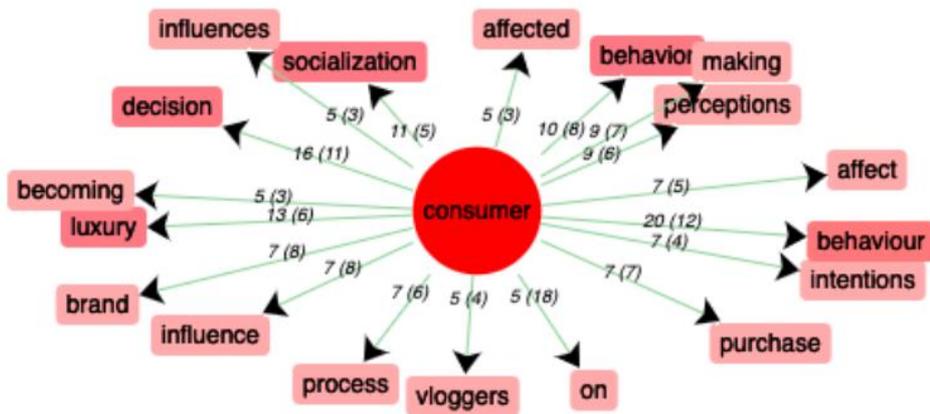




Au premier coup d'oeil, les résultats des trois motifs de connexe "influence/ impact/ effect" montrent que les impacts des influenceurs sont principalement économiques (marketing) : buying, purchase, luxury etc. Il s'agit aussi de mots intéressants qui méritent d'être étudiés: behavior, decision, power, négatif, positif. Quel comportement (politique? consommation?) ? Par rapport à qui ces impacts sont-ils négatifs? De quelle manière? Afin de chercher plus d'information, je clique sur les termes de concordance pour tracer son contexte. Voici quelques résultats présentant le contexte des termes de concordance:

Contexte
parents and has a positive effect on parents' perceptions
parents and has a positive effect on their perceptions
think influencers have a positive effect on our society?*
take every positive effect and counter it with a
is this really a positive effect of YouTube, or
s more of a positive effect of having a
a brand has a positive effect on the brand'



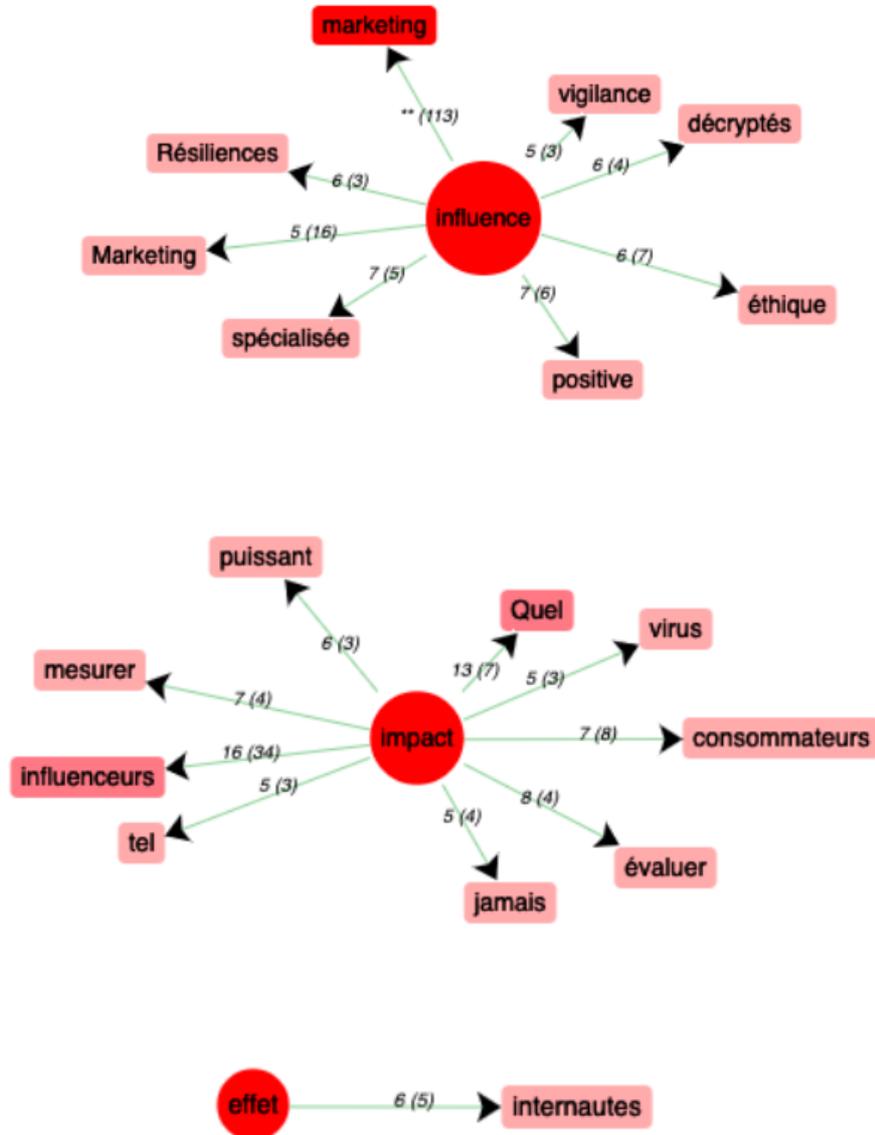


Pôle source	Résultats
impact, influence, effet	buying, purchase, luxury, behavior, consumer, consumption, strategies, desition, process, economy, society
health	mental, wellbeing, safety, eating, restrictions, public
lifestyle	fashion, beauty, behaviour, products, purchase
decision	buying, consumption, purchase,
behavious	consumption, dietary
identity	teenagers, online, development, formation
celebrity	endorsements, effectiveness, endorsers, status, drive, attributions, sports, girl;
consommer	brand, process, luxury, affected, perception, purchase, intentions etc.

A partir de ces résultats, je remarque que l'impact des influenceurs concerne non seulement le marketing (consommation, décision d'achat, perception sur le luxe et les marques), mais aussi la santé (santé mentale des adolescents, sécurité mentale, santé alimentaire), la façon de vivre, l'identité (la formation de soi des adolescents), la norme sur la beauté. A savoir, dans le monde anglophone, lorsqu'on discute des influences apportées par les influenceurs, on parle non seulement des impacts matériels mais aussi mentales et sociétaux.

2. Résultats en français

Les résultats de cocourants en français apportent moins d'informations , car les mots cocourants sont moins variés :



Contexte
virus » : L'impact des influenceurs pendant
virus » : L'impact des influenceurs pendant
virus » : L'impact des influenceurs pendant la crise

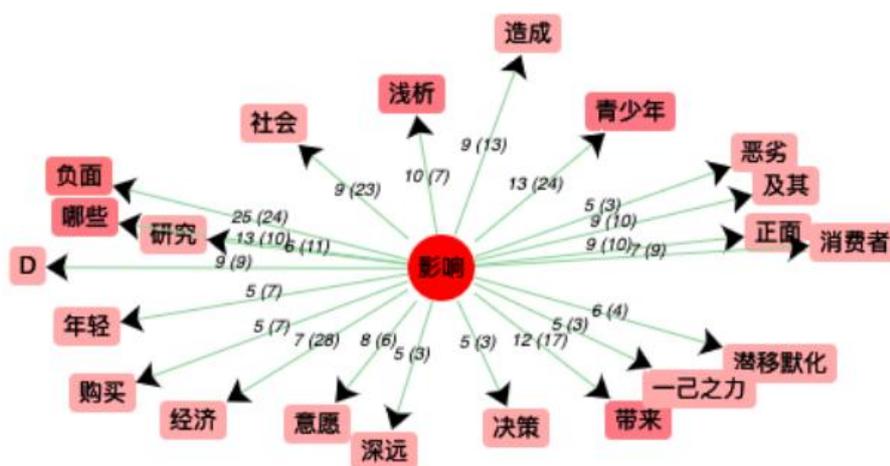
Je ne prends pas le terme "effet" en compte car son résultat n'est pas intéressant. Pour le terme "impact" et "influencer", l'attention est focalisée sur les aspects marketing (consommation) et éthiques. Ce qui est intéressant dans le contexte français, c'est que l'on parle de l'impact des influenceurs sous la crise du Coronavirus et de son aspect éthique. Puisque ces figures de coocurents ne me permettent pas de saisir plus d'information, j'entre le mot "impact" dans le dictionnaire afin de chercher les impacts. Mise à part l'impact sur les consommateurs, les résultats présentent aussi les influenceurs qui ont un impact positif sur le public pendant la pandémie de la Covid-19 et sur l'environnement. Ce qui n'est pas mentionné dans le monde anglophone.

N° ▲	Partie ↕	Contexte Gauche ↕	Pôle ↕	Contexte Droit ↕
5	utf8_3-1.txt	impact qu'un influenceur pouvait avoir sur la société. C'est à cela que nous nous intéressons dans cet article. L'	impact	des Influenceurs sur la consommation Qu'il travaille dans le domaine de la mode, de la beauté, de la décoration ou
6	utf8_3-1.txt	80% des consommateurs ont déjà acheté un produit ou un service grâce à un influenceur. Un chiffre impressionnant qui prouve l'	impact	des influenceurs sur notre société de consommation, mais surtout sur le business des marques. Lunch Metrics a révélé lors d'une
9	utf8_3-17.txt	commerce * Email * Social Media * Tribunes * Ressources [INS: :INS] Mobile Logo Mobile Logo Social Media Réseaux sociaux : les influenceurs ont-ils un	impact	sur les consommateurs ? 17 octobre 201728 septembre 2018 Ils sont suivis par des centaines de milliers de fans, réunissent autour d
10	utf8_3-17.txt	collaboration avec IPSOS afin de mesurer l'attrait des internautes français pour les influenceurs et par ce biais, d'évaluer l'	impact	des posts publiés sur les comportements d'achats des consommateurs français. Un tiers des internautes français suit un ou des influenceurs
11	utf8_3-18.txt	commerce * Email * Social Media * Tribunes * Ressources [INS: :INS] Mobile Logo Mobile Logo Social Media Réseaux sociaux : les influenceurs ont-ils un	impact	sur les consommateurs ? 17 octobre 201728 septembre 2018 Ils sont suivis par des centaines de milliers de fans, réunissent autour d
12	utf8_3-18.txt	collaboration avec IPSOS afin de mesurer l'attrait des internautes français pour les influenceurs et par ce biais, d'évaluer l'	impact	des posts publiés sur les comportements d'achats des consommateurs français. Un tiers des internautes français suit un ou des influenceurs
13	utf8_3-2.txt	LinkedIn * RSS * Insights * Digital * Data * E-commerce * Email * Social Media * Tribunes * Ressources [INS: :INS] Mobile Logo Mobile Logo Social Media L'	impact	des influenceurs confirmé par une étude 2 octobre 201818 octobre 2018 L'Observatoire des comportements de consommation mené par Odoxa et
14	utf8_3-2.txt	2 octobre 201818 octobre 2018 L'Observatoire des comportements de consommation mené par Odoxa et Emakina confirme l'importance de l'	impact	des influenceurs sur les consommateurs, principalement sur les jeunes de 18 à 24 ans. 1 Français sur 4 (26%) a déjà
21	utf8_3-23.txt	d'une marque, une nouvelle étude publiée mardi par Odoxa et Emakina, montre l'inverse que les influenceurs ont un	impact	sur le comportement des consommateurs et qu'ils sont considérés comme crédibles dans certains cas. L'authenticité supérieure au nombre de

N° ▲	Partie ↕	Contexte Gauche ↕	Pôle ↕	Contexte Droit ↕
8	utf8_3-11.txt	newsletter (BUTTON) S'inscrire Spécial RSE [neufli3e_3.jpg?itok=mUVRTuan] De plus en plus d'entrepreneurs sont sensibles à l'	impact	social et environnemental de leurs investissements Découvrir notre dossier Spécial Banque et Assurance [logo_gt_hp_bloc_partenaire_2.jpg?itok
45	utf8_3-37.txt	marketing pour sensibiliser à la consommation éthique Des followers aux influenceurs, aujourd'hui, de plus en plus d'individus réalisent l'	impact	de leur consommation sur l'environnement et désirent mettre un coup de pied dans la fourmière ! N'est-ce pas l
46	utf8_3-37.txt	des meubles produits localement et pensés pour durer. Cette marque déplore le Black Friday, synonyme d'achats inutiles et à l'	impact	conséquent sur l'environnement. Depuis trois ans, l'entreprise essaie de combattre ce maudit jour en instaurant plusieurs actions. Cette année
63	utf8_3-42.txt	le duo d'écolos Bénédicte et Jérémie, autrement connus sous le nom « la famille zéro déchet », ont décidé de réduire leur	impact	sur l'environnement en supprimant au maximum les déchets. Cela passe par des achats en vrac dans les magasins bio, mais
66	utf8_3-44.txt	publiez une photo de votre récolte sur les réseaux sociaux. "Avec cette action, l'idée est de prendre conscience de l'	impact	du plastique sur l'environnement", indique le jeune entrepreneur. Au-delà de cette initiative citoyenne, il publie des pastilles vidéos engagées
74	utf8_3-48.txt	sur la planète ?17 décembre 2020 Même si surfer sur Internet ou échanger des messages sur smartphone paraît complètement virtuel, l'	impact	du numérique sur l'environnement, lui, est bien réel ! Le point sur le numérique responsable et quelques idées reçues, en partenariat

N° ▲	Partie ▼	Contexte Gauche ▼	Pôle ▼	Contexte Droit ▼
33	utf8_3-30.txt	Actualités Marketing, Communication et Numérique RSS Feed Isarta Infos Actualités Marketing, Communication et Numérique » « Propage l'info, pas le virus » : L'	impact	des influenceurs pendant la crise de la COVID-19 Flux des commentaires Ergonomie : Quelles postures adopter en télétravail ? Coronavirus : Un quart
34	utf8_3-30.txt	Communication * Web – Réseaux sociaux * RH * Carrière * Échos de l'industrie * Fil de presse « Propage l'info, pas le virus » : L'	impact	des influenceurs pendant la crise de la COVID-19 Reviewed by La Rédaction on Mar 23. [caption id="attachment_74265" align
35	utf8_3-30.txt	des influenceurs a pris conscience du rôle qu'elle avait à j Rating: 0 « Propage l'info, pas le virus » : L'	impact	des influenceurs pendant la crise de la COVID-19 Par La Rédaction Vincent Bronner : « La communauté des influenceurs a pris conscience
48	utf8_3-39.txt	BUTTON) * influence * Marketing Influenceurs et confinement : adaptation, résilience et communication de valeur Le CEO de Reech, Guillaume Doki-Thonon décrypte l'	impact	de la crise pour les influenceurs Par Benjamin Terrasson - @BenTerrasson Publié le 10 juillet 2020 à 09h49 erreurs commises par les
49	utf8_3-39.txt	sur l'influence erreurs commises par les marques sur l'influence Photo de Steinar Engeland sur Unsplash. Quel a été l'	impact	de la crise sanitaire sur le business des influenceurs ? Comment se sont-ils adaptés à la situation ? Quelles sont les prochaines

3. Contexte en chinois



En chinois, tout comme en français et en anglais, les cooccurrents de motif "影响(influence)" touchent principalement l'aspect économique: 消费 consommer, 购买 achat, 经济 conomie. On a aussi les cooccurrents "正面 positif" et "负面 négatif"; "年轻 les jeunes, 青少年 les adolescents", "社会 société".

Un segment répété est une suite de formes dont la fréquence est supérieure ou égale à 2 dans le corpus. Quand je regarde les résultats de l'onglet "segments répétés", je trouve qu'il existe un phénomène intéressant par rapport aux contextes anglais et français. Il semble que le mot "influenceur 网红" en chinois a tendance à correspondre plus facilement avec un autre mot. Cette combinaison facilite la formation d'un nouveau terme pour décrire un phénomène:

économie d'influenceur:

网红 经济	72	2			
-------	----	---	--	--	--

effet d'influenceur :

网红 效应	41	2			
-------	----	---	--	--	--

culture

d'influenceur

网红 文化	21	2			
-------	----	---	--	--	--

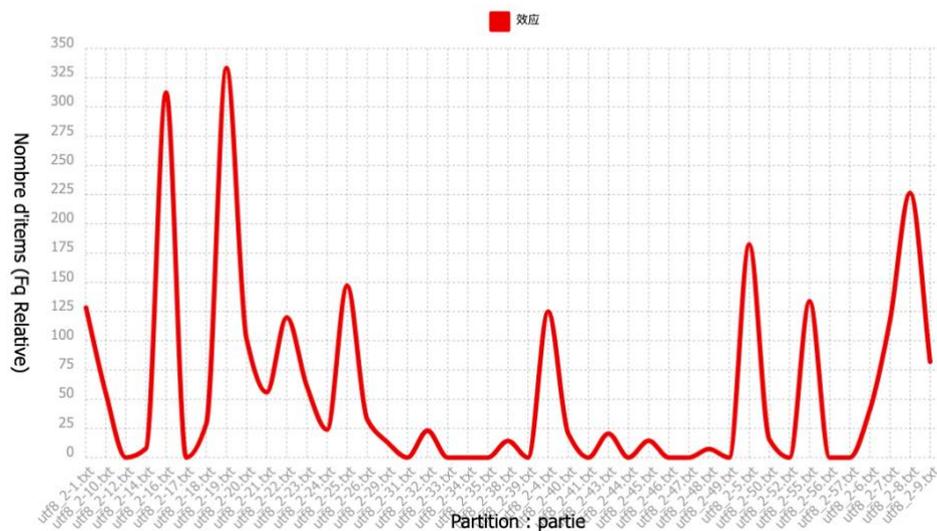
animal domestique d'influenceur :

宠物 网红	22	2			
-------	----	---	--	--	--

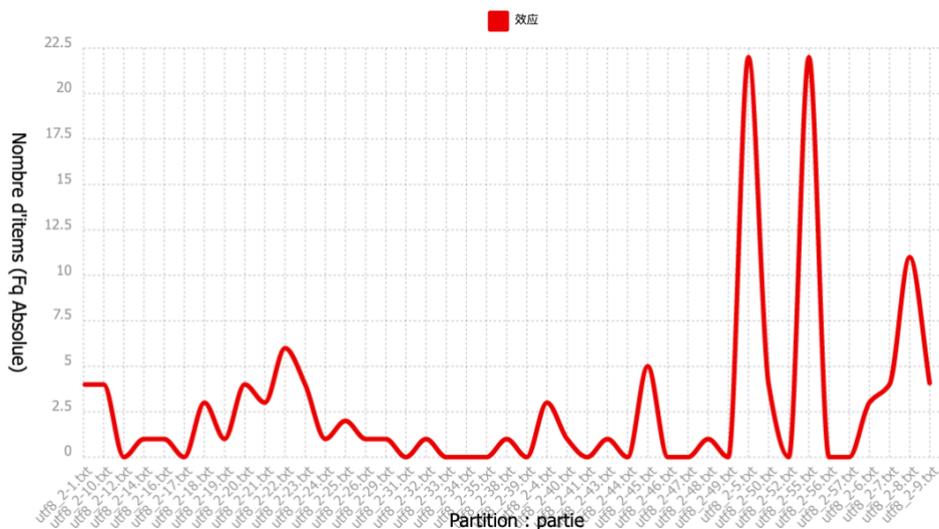
Pour ces nouvelles formations de terme, je note que le nom "网红 influenceur" a été employé comme adjectif, placé devant un nom ("librairie, culture, effet, économie"), pour décrire l'apparition de phénomène sous l'impact des célébrités en ligne. De plus, les influenceurs ne se limitent plus au cadre "humain", des animaux domestiques sont aussi devenu des célébrités animales en ligne.

Lorsque je clique sur les nouveaux termes composés et examine son contexte, je constate que le terme "效应 effet" est récurrent dans le contexte. Je saisis donc ce terme dans l'onglet "dictionnaire" pour obtenir plus d'observation. Voici ses fréquences :

Fréquence relative:



Fréquence absolue :



Sa fréquence absolue et relative montre que ce mot est fréquemment employé dans l'ensemble des sites présentant l'impact des influenceurs. Puisque le mot "effet" a une nuance par rapport aux "influence, impact". Lorsque l'on parle d'une influence ou d'un impact, on parle de résultats négatifs et positifs portée à quelque chose. Mais le mot "effet" indique non seulement le résultat d'un acte/ produit/ comportement lui-même, il s'agit aussi d'autres domaines concernés en raison de ce phénomène. A savoir ce phénomène pourrait reproduire d'autres séquences / phénomènes. Dans les résultats en chinois, le mot "effet 效应" englobent principalement trois combinaisons "马太效应 Effet Matthieu, 网红效应 effet d'influenceur, 经济效应 effet d'économie ". L'observation sur les "segments répétés" mentionnés plus haut me permet de poser une question : existe-il un lien logique entre les nouveaux termes combinés avec "influenceur" et ces "effets" ?

Je cherche la concordance des nouveaux termes avec "influenceur" et les cooccurrents de mon motif "impact", je remarque que, comme dans le contexte anglophone et francophone, les influenceurs affectent en premier temps la consommation, car leur activité se développe sur des plateformes numériques, telles que les réseaux sociaux afin de présenter et de vendre des produits . Ceci est aussi le cas en Chine, surtout avec le développement des vidéos en direct et des applications comme Tik tok ou Wechat. Ces plateformes de communication médiatique offrent aussi de nouvelles façons de diffuser des informations sur les bons restaurants et sur les bons endroits pour sortir.

Néanmoins, au lieu de focaliser sur la puissance d'influence des célébrités en ligne, je pense que c'est le nombre considérable d'internautes qui compte. En Chine, les jeunes fréquentent souvent les boutiques de "Buble tea", les cafés et librairies conseillés par des internautes (pas nécessairement par les influenceurs). Avec la diffusion des avis postés sur les réseaux sociaux, la visibilité de ces boutiques accroît. Ces boutiques deviennent rapidement célèbres. On appelle aussi ces boutiques "网红店(boutique d'influenceur) ".

Ici, le mot "influenceur" perd son sens originel. Il n'indique plus simplement les célébrités d'Internet. Il devient un adjectif, avec un sens " populaire, conseillé et très bienvenu en ligne". A savoir, un épithète qualifiant quelque chose qui est populaire en ligne grâce aux influenceurs et aux internautes. On a encore comme exemples: "网红书店" ("librairie d'influenceur", si

on le traduit mot à mot, indiquant les libraires-café bien décorés, agréables et célèbres), "网红红城市"("ville d'influenceur", indiquant des villes qui sont très conseillées en ligne car elles sont idéales pour la visite touristique), etc.

La formation de ces termes me permet de conclure que ce phénomène linguistique est le résultat d'un phénomène de société initié d'effets d'influenceur. L'impact des influenceurs ne se limite plus aux cadres économiques, son côté culturel et linguistique sont aussi concernés. Par conséquent, le sens du terme "influenceur" en chinois a été enrichi et l'usage des nouveaux termes manifestent jusement des résultats des effets "influenceur".

4. Conclusion

En un mot, dans les trois cultures, l'impact des influenceurs concerne d'abord l'aspect d'économie et de consommation.

Dans le monde anglophone, l'impact touche aussi le comportement alimentaire et la façon de vivre. Au terme de perspectives mentale et sociale, il s'agit aussi de formation de l'identité personnelle, norme de beauté et la reconnaissance des autres.

Tandis que dans le monde francophone, les influenceurs sont relativement plus "engagés": ils jouent un rôle d'influence important pendant l'épidémie de Covid-19 et dans des événements de protection environnementale.

En chinois, le mot "influenceur" a plus développé, car son sens a été enrichi au cours de l'évolution d'influenceur. Une série de résultats a été portée par les effets d'influenceurs au niveau culturel et linguistique. Des nouveaux termes ont donc été composés avec le mot "influenceur", qui est aujourd'hui employé aussi comme adjectif et prend un nouveau sens d'extension.