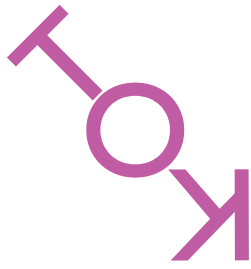


TOUR

DOSSIER PÉDAGOGIQUE



E.R. : Ultra Vagues - www.ultravagues.com



INTRODUCTION

En tant qu'adultes, aborder des questions liées aux réseaux sociaux et aux usages numériques des jeunes, c'est clairement considéré comme une démarche engageante. D'abord, parce que ça nous confronte à une réalité qui n'est pas la nôtre. Ensuite, parce que ça nécessite une remise en question de notre position et enfin, parce que ça touche à des enjeux souvent bien plus profonds que la soi-disant légèreté qu'inspirent ces divertissements.

Ce dossier pédagogique se veut être une ressource solide et pertinente pour entamer le jeu de cartes avec vos élèves (ou vos jeunes, selon la structure pour laquelle vous travaillez). Toutes ces bases théoriques et réflexives vous permettront de relancer le débat et d'aborder des questions essentielles dans le développement d'une éducation aux médias critique, citoyenne et responsable. Mais elles vous aideront également à assumer une certaine posture d'écoute et d'empathie pour permettre d'accompagner au mieux les jeunes dans l'expression de leur réalité.

Avec ce dossier pédagogique, l'idée est d'aller à l'essentiel, straight to the point comme on dit. Il sera donc divisé en 3 parties :

1. La présentation du jeu : les 3 «pourquoi?»
2. Quelle posture adopter ?
3. Les bases théoriques pour chacune des thématiques (LES FICHES)

POURQUOI CE JEU ?

Vous vous demandez certainement pourquoi nous avons décidé de développer ce jeu.

La première raison est une demande de terrain. Les enseignantes mais également toutes les personnes qui encadrent les jeunes sont confrontées à une réalité : les jeunes et leurs interactions avec les réseaux sociaux. C'est un fait. En tant qu'adultes, nous n'utilisons pas Instagram de la même manière qu'un ado de 15 ans. C'est un fait et ce n'est pas grave. Justement, c'est plutôt riche. Mais pour pouvoir les accompagner au mieux, il faut être outillées et formées. Et c'est ici que le bât blesse : les profs n'ont plus le temps de se former à toutes les nouveautés que la société impose. Entre l'éducation aux médias, l'environnement, le nouveau référentiel de compétences, les questionnements internes aux structures, etc., vous ne savez plus où donner de la tête et où mettre votre énergie. Ce jeu (accompagné de son dossier pédagogique) est une manière détournée et ludique de se former aux questions et enjeux de l'éducation aux médias.

Ensuite, on voudrait considérer les réseaux sociaux pour ce qu'ils sont : des outils. Et comme tout outil, si on ne l'utilise pas correctement, on se fait mal. Vous connaissez la métaphore du marteau ? Si je prends un marteau pour planter un

clou dans le mur, tout va bien (attention les doigts quand même). Si je prends ce même marteau et m'en sers pour me frapper la tête, qui blâmez-vous ? Le marteau ou vous ? Et bien, c'est un peu la même chose avec les réseaux sociaux. Instagram, TikTok et consorts sont de formidables vecteurs d'information et de divertissement. Et même s'ils ont des traits intrinsèques parfois inquiétants (comme le marteau qui peut faire mal si on tape à côté), l'objectif est avant tout d'accompagner les jeunes (et les moins jeunes aussi) à une meilleure connaissance et une utilisation plus citoyenne de ces plateformes.

On notera aussi qu'on voulait, avec ce jeu et surtout avec ce dossier pédagogique, permettre aux profs d'adopter une posture d'écoute, de bienveillance et de prévention. Nos jobs actuels et passés nous ont permis de comprendre une chose (entre autres) : quand on aborde ces questions avec les jeunes avec une posture anxigène, descendante et culpabilisante, les possibilités de discussion sont très limitées. Les ados, en plus de devoir gérer leur vie sociale, leurs notes scolaires, leurs relations amicales, amoureuses et familiales, leurs activités extra scolaires, etc. doivent aujourd'hui gérer leur identité numérique. S'ils sentent le jugement ou la réprimande, ils ne se sentiront pas dans un espace safe pour raconter leurs histoires et/ou leurs problèmes. D'ailleurs, si vous avez un souci dans votre vie et qu'en en parlant autour de vous, on vous rétorque « bah oui, je te l'avais dit », que ressentirez-vous ? De la culpabilité. Ça résout quoi ? Absolument rien. Ça amplifie le problème plutôt que de dépenser de l'énergie à trouver des solutions.

Enfin, on a aussi envie de dédramatiser les réseaux sociaux. Oui, Insta, TikTok, Snap et même Facebook (ok boomer), c'est fun ! La sur-médiatisation de ces plateformes les enferment dans des cases qui crient au

« danger » parce que leurs caractéristiques intrinsèques de diffusion massive, de partage et de réactions peuvent être mal utilisées, dans des contextes négatifs, voire très négatifs. Mais n'oublions pas que ces mêmes réseaux offrent de vraies opportunités de rencontres, d'informations, d'échanges, de découvertes et de communauté.

On aime montrer [cette vidéo d'archives de l'INA](#). Le présentateur du journal télévisé y va de ce commentaire: « Depuis 18 mois environ, on voit en France des hommes et des dames aussi bien, qui ont sur les oreilles un casque leur permettant d'écouter la musique même dans les bruits de la circulation : ce sont des walkmans. »

Chaque nouvel outil produit un cycle qui se répète : on découvre, on critique, guidé par la peur, on apprivoise l'outil, on l'intègre et le focus anxigène se porte sur une autre nouveauté. Il suffit de voir comment Snapchat et TikTok qui ont provoqué des tollés ont été évincés par l'arrivée de ChatGPT.

Alors, plutôt que de prendre peur et de critiquer, discutons avec celles et ceux qui les connaissent bien mieux que nous les connaissons. On va essayer de détricoter toute cette torpeur autour du grand méchant loup (aka, les réseaux sociaux et surtout les nouveaux).

POURQUOI CE NOM?

Quand on reçoit un message sur Whatsapp, un réel sur Insta, un Snap sur (roulements de tambours) Snapchat, on peut y réagir très rapidement avec un emoji, une réaction pré-enregistrée ou même un GIF. Une seconde, c'est le temps qu'il faut pour donner son ressenti vis-à-vis d'une information qui nous est envoyée. On répond très souvent du tac au tac. D'où le nom de ce jeu : TAKOTAK.

Mais que penser des emojis pour exprimer sa pensée ? En réalité, il y a 2 écoles. L'une pense que c'est réducteur et l'autre pense que c'est une nuance. Et nous, on est plutôt du second point de vue, à une subtilité près. On s'explique.

Parfois, cette réduction d'émotions à une simple image graphique est suffisante parce qu'aucune équivoque n'est permise : effectivement, si c'est drôle, répondre par un bonhomme qui pleure de rire semble plutôt pertinent. Si le message qu'on reçoit est doux, répondre par un emoji entouré de cœurs semble opportun. Mais il arrive que les emojis utilisés seuls soient polysémiques, c'est-à-dire qu'ils peuvent revêtir plusieurs sens. Un like veut-il dire « je suis d'accord » ou « j'aime » ? Un emoji tordu de rire signifie-t-il « trop marrant » ou « je me moque » ? Un cœur rouge est-il synonyme d'un amour ou d'une amitié forte ?

La panoplie d'emojis (3600 quand même) est porteuse de nuances lorsqu'elle accompagne une autre forme de communication. D'ailleurs, ceux-ci ne remplacent pas vraiment du texte mais plutôt une communication non verbale et gestuelle. Un « bonjour » écrit sans ponctuation d'émotion semble plutôt formel, voire fermé. Alors qu'un bonjour suivi d'un emoji souriant renvoie une image d'une personne accueillante et plutôt chaleureuse. Ces caractères imagés utilisés seuls sont plutôt limitants alors qu'associés à d'autres formes d'expression, ils véhiculent un surcroît de sens.

L'émoticône (ou l'emoji) ne remplace pas une verbalisation possible, elle remplace un geste susceptible d'accompagner un énoncé verbal pour le nuancer. Elle n'appauvrit pas la langue mais elle fonctionne en interaction avec la langue, comme nos gestes. La communication, ce n'est pas seulement quelque chose

de verbal, «c'est une interaction entre la langue, le geste, les mimiques.» (Pierre Halté, docteur en Sciences du langage).

C'est donc tout l'objectif de ce jeu : combiner l'oral et le visuel/gestuel pour permettre d'abord une expression plus nuancée de ses propos, ensuite, pour offrir un espace d'échanges pour tout le monde (chacun-e n'est pas toujours à l'aise pour prendre la parole et les emojis leur offrent donc un espace d'expression) et enfin, pour développer des compétences de débat et donc d'écoute et d'empathie.

LA LUDOPÉDAGOGIE AU SERVICE DE LA CITOYENNETÉ

Dans le document qui définit le socle de compétences en Fédération Wallonie-Bruxelles, un point concerne le cours d'éducation à la philosophie et la citoyenneté. En effet, ces leçons entendent « favoriser le vivre-ensemble. Elles doivent permettre à chaque élève de se développer en tant que personne et en tant que citoyen-ne et s'inscrivent dans les objectifs généraux du Décret « Missions » (article 6). L'objectif de l'éducation à la philosophie et à la citoyenneté est le développement de compétences et savoirs relatifs à l'éducation philosophique et éthique, à l'éducation au fonctionnement démocratique, ainsi qu'à l'éducation au bien être. »

QUE DE VISIONS !

Les compétences visées par notre jeu répondent précisément aux différents objectifs du référentiel :

1. construire une pensée autonome et critique
2. se connaître et s'ouvrir à l'autre
3. construire la citoyenneté dans l'égalité en droits et en dignité
4. s'engager dans la vie sociale et l'espace démocratique

TAKOTAK permet :

- d'énoncer un point de vue (compétence 2),
- d'exprimer sa pensée en la construisant pour qu'elle soit compréhensible aux autres de son groupe (compétence 1),
- d'écouter ses pairs et considérer leur point de vue pour l'intégrer à ses propres représentations ainsi que d'entamer un débat dans la bienveillance et le respect de chacun-e (compétence 3)
- de s'outiller au mieux en ce qui concerne l'éducation aux médias et de devenir, par conséquent, un-e CRACS (un-e citoyen-ne responsable, actif-ve, critique et solidaire).

POURQUOI 7 MINUTES DE DÉBAT ?

C'est le moment où on ressort nos vieux dossiers de l'unif sur les méthodologies. Mais promis, on va être rapide.

Il existe une théorie, développée en 1981 par Doise et Mugny, qui s'appelle le socio-constructivisme. En très bref, nos connaissances, nos compétences sont développées par nos interactions avec les pairs parce que leur point de vue va entrer en « conflit » avec nos propres idées de base. Ce qui va créer un déséquilibre inter-personnel et intra-personnel qui remettra en question notre positionnement. Et si les conditions sont favorables, on reconsidère son propre avis et celui des autres pour reconstruire une nouvelle pensée, plus riche et plus nuancée. On a dit qu'on allait résumer au mieux, c'est pas mal hein ?

Mais pour que cette prise en compte de l'autre se fasse sans s'oublier soi-même, l'environnement d'expression doit être optimal. Comment faire ?

Redéfinir le cadre du débat, c'est-à-dire un espace bienveillant d'échanges. Ce qui ne signifie pas qu'il s'agit de détruire les avis des autres et d'être dans le conflit. Nous ne sommes pas dans un tribunal où chacun-e tente de convaincre les autres.

On utilise dans ce dossier pédagogique le mot « débat » parce qu'il est plus connu mais la bonne terminologie voudrait qu'on parle de controverse, qui a une portée plus coopérative que compétitive. On rappelle donc que dans l'échange d'avis, il n'y a pas un-e gagnant-e, tous les avis sont les bienvenus. Il y aura certainement des rappels à la loi qui expliquent que certains comportements sont légalement punissables et éthiquement problématiques.

Des petits groupes hétérogènes dans lesquels chaque jeune se sent libre de s'exprimer. Si votre classe connaît des problèmes de harcèlement, il sera nécessaire de faire attention à la composition des sous-groupes. De la même manière, certaines personnalités et manières d'interagir prennent plus de place que d'autres. On vous invite à découvrir les 5 formes de gestion de conflit représentées par des animaux. Le requin a tendance à rivaliser, la tortue à éviter, l'ours à céder, la chouette à collaborer et le renard à user des compromis.

Les 7 minutes de diffusion permettent justement d'exprimer son point de vue sans que des schémas d'évitement ou de rivalité ne se mettent en place de manière structurelle. La parole est donnée à tout le monde ce qui entraîne quelques ping-pong de débat. Et puis, au-delà de 7 minutes de discussion autour d'un sujet, souvent on tourne en rond ou alors, on a bifurqué sur un autre sujet (ce qui est plutôt génial vu que tout est connecté).

Stimuler l'écoute active : il ne s'agit pas seulement de ne pas couper la parole (ce qui est essentiel) mais bien d'écouter réellement la personne qui parle et non, de la laisser parler pour permettre de retourner à sa propre pensée et de construire son argument. Des formulations de phrases telles que « J'entends ce que tu dis mais », « j'entends ce que tu dis et d'ailleurs ça me fait penser à... » témoignent d'une écoute plus active qu'un argument qui arrive 5 minutes plus tard.

Et ces manières de fonctionner sont résumées dans le jeu par la carte «charte» qui reprend 8 règles à respecter :

1. **Participation** : je participe de manière active et je suis personnellement impliqué-e dans le bon fonctionnement du jeu
2. **Sincérité** : je donne mon avis sincèrement et honnêtement, j'essaie de ne pas être trop influencé-e par le regard des autres
3. **Respect** : je respecte le point de vue des autres qui n'est pas forcément le même que le mien
4. **Bienveillance** : j'écoute, je réagis et je donne mon avis en douceur et avec gentillesse
5. **Empathie** : je m'efforce de me mettre à la place de l'autre, dans son contexte de vie et j'imagine les expériences qu'il ou elle a pu vivre
6. **Ecoute active** : j'écoute avec attention ce que les autres disent et je m'assure que j'ai compris leurs messages
7. **Liberté** : je me permets de ne pas répondre à toutes les questions si cela me gêne ou me stresse
8. **Fun** : je m'éclate quand même :D

LA POSTURE DE L'ENSEIGNANT·E ET DE L'ENCADRANT·E JEUNESSE

Les quelques phrases précédentes proposent un cadre à définir avec les jeunes pour qu'ils soient en confiance, dans un espace safe et bienveillant. Mais cet environnement n'est pas seulement défini par les pairs, il l'est également par vous, en tant que médiateur et médiatrice du contenu, des débats et des sujets traités.

● L'ouverture et le non jugement :

Dans une fiche pédagogique à propos de l'éducation à l'EVRAS, Pascal Minotte, psychothérapeute et chercheur au CRéSam (centre de référence en santé mentale) le dit parfaitement : l'ouverture

et le non-jugement définissent les bases de la posture du professionnel engagé (et de la professionnelle engagée) dans l'accompagnement et l'éducation des jeunes. Cette démarche compréhensive passe par une curiosité bienveillante et une reconnaissance du sens donné par les jeunes à leurs usages des outils numériques.

● La remise en question de ses propres pratiques :

Il y a une tendance générale des adultes à penser que leur génération était meilleure, leur musique moins répétitive (salut les Beatles), leurs hobbies plus sains, etc. Les smartphones et les réseaux sociaux font partie intégrante de la vie des jeunes et des nôtres également. Ne soyons pas hypocrites. Mais il est vrai que, ce que nous faisons, nous, adultes sur Whats'App ou sur Instagram pour les plus initié-es, ne ressemble en rien à ce qu'un-e ado de 15 ans utilise, envoie ou visionne. Il est essentiel de rappeler que l'animation porte sur les usages numériques des jeunes, leur expérience et leur vécu (mais on peut aussi profiter de certaines théories du dossier pédagogique sur le droit à l'image, par exemple, pour s'instruire nous-même et arrêter de faire des photos du bébé de nos meilleurs amis et de les envoyer sur WhatsApp ou de les publier en story sur Instagram).

● Être orienté-e positif/positive et solutions plutôt que problèmes et panique :

Les erreurs, tout le monde en fait. On l'a déjà évoqué plus haut dans les premières pages mais le climat de confiance nécessaire à ce type de jeu demande à celui ou celle qui modère d'être à l'écoute plutôt que de stigmatiser les comportements inappropriés. En d'autres termes, si une personne envoie un nude avec son visage à découvert, c'est un gros risque. Mais ne l'évoquez pas de cette manière: quelles

sont les solutions possibles? Que peut-on faire? En tant que victime mais aussi en tant que témoin ? Soyez orienté-es solutions plutôt que d'être focus sur le problème.

- S'adapter au public :

Ce jeu a été imaginé pour des jeunes de 13 à 15 ans mais on le sait, les thématiques abordées peuvent potentiellement concerner un public plus large. Si les POV ont été écrits et réfléchis avec un groupe de jeunes de 14 ans, vous êtes celui ou celle qui connaissez votre groupe. Vous pouvez donc retirer des thématiques pour n'axer le jeu que sur certains sujets. Il est de votre ressort de faire attention à la sensibilité de votre public.

- Jouer à l'horizontal :

Dans ce jeu, vous allez apprendre des élèves et les jeunes vont découvrir des concepts grâce à vous et à ce que vous allez lire dans ce dossier pédagogique. N'oubliez pas que votre rôle d'adulte suffit et que, bien que les théories évoquées dans ce document vous seront utiles pour relancer le débat et être bien préparé-es à d'éventuelles questions piège, en tant que bon-ne citoyen-ne critique, responsable et solidaire, vous êtes en mesure de gérer ce jeu. A l'inverse, soyez ouvert-es à vous instruire aux réalités de vos ados.

Bon, on rentre dans le vif du sujet maintenant !

LES FICHES

12 fiches, 12 thématiques. Elles ont été écrites en collaboration avec Action Médias Jeunes, organisation de jeunesse d'éducation aux médias, Florence Thomas, ancienne détachée pédagogique chez Action Médias Jeunes et enseignante de français aux Ursulines à Mons et Ultra Vagues (nous ;)

On aurait pu écrire un dossier pédagogique complet pour chaque thématique. Du coup, on a essayé d'être le plus concis-e possible sur l'aspect théorique et réflexif. Mais, on vous invite grandement à consulter les merveilleuses ressources produites par d'autres experts et expertes sur le sujet, dans ce tableau.

Fiche 1 - Tu veux un cookie ?

Fiche 2 - Public / privé

Fiche 3 - Gênce

Fiche 4 - Miroir, mon beau miroir

Fiche 5 - Digital Love

Fiche 6 - Cyb3r \$3cur1ty

Fiche 7 - Le loup, la chèvre et le chou

Fiche 8 - Coïncidence ?

Fiche 9 - Pigeon

Fiche 10 - La mifa

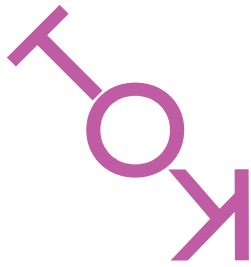
Fiche 11 - Gamers & gameuses

Fiche 12 - Diversity

On vous rappelle aussi que le dossier est scindé en thématiques qui se soutiennent et se répondent l'une l'autre. On vous renverra donc vers d'autres fiches à lire.



E.R. : Ultra Vagues - www.ultravagues.com



FICHE 1

TU VEUX UN COOKIE ?

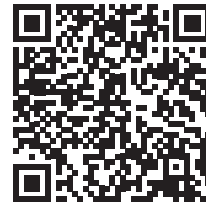
Vous serez peut-être surpris-es d'apprendre que l'âge légal pour s'inscrire sur TikTok (et sur les autres réseaux sociaux) est de 13 ans. Vous serez sans doute ensuite attendri-es d'entendre les jeunes vous expliquer que la raison de cette règle est vraisemblablement la maturité suffisante acquise à cet âge pour fréquenter les réseaux sociaux de manière sereine. Mais il est de votre responsabilité, enfin, de restaurer la vérité et d'éclaircir la raison pour laquelle l'âge minimum est fixé à 13 ans... Il s'agit en fait d'une décision issue de la législation américaine, le «Children's Online Privacy Protection Act» qui interdit la collecte des **données personnelles** avant cet âge. Cela signifie donc qu'il y a des **enjeux financiers** bien plus qu'humains derrière cette règle à suivre.

C'EST QUOI LA COLLECTE DES DONNÉES ?

Il s'agit de toutes les informations que nous laissons à propos de nous sur Internet et sur les réseaux sociaux. Celles-ci permettent de nous «**cerner**» en tant que profil particulier, afin de nous proposer du contenu et des publicités censé-es nous correspondre.

Ce procédé est interdit pour les moins de 13 ans mais, comme vous le savez certainement, il est très simple pour un-e jeune de s'inscrire sur un réseau social en indiquant une autre année de naissance que la sienne. Les réseaux sociaux ferment les yeux face à cela puisque, financièrement, cela les arrange!

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



COMMENT ÇA MARCHE?

Il reste compliqué de s'imaginer la manière de récolter ces fameuses informations.

VOICI QUELQUES EXPLICATIONS

- Les conditions générales d'utilisation et les cookies :

Quand on télécharge une application ou que l'on veut accéder à certains sites Internet, il nous est demandé d'approuver les conditions générales d'utilisation, c'est-à-dire les règles que vous acceptez si vous fréquentez ce site ou cette appli. Celles-ci sont en général terriblement longues à lire donc nous approuvons très rapidement, ce qui revient à dire que nous acceptons, par exemple, que nos données personnelles soient récoltées à des fins commerciales.

Le principe est le même pour les cookies. En quelque sorte, ils envoient un signal à chaque fois que vous visitez un site en particulier et cette récolte de données permet de comprendre vos **habitudes de navigation**. En acceptant ceux-ci, vos goûts sont enregistrés, analysés et partagés avec les partenaires commerciaux des sites visités. Et voilà des informations précieuses pour savoir quelle publicité nous conviendrait. Notez également que les cookies sont souvent inévitables car il faut impérativement les approuver (en totalité ou en partie) sous peine de ne pas pouvoir accéder au contenu souhaité!

- **Les algorithmes :**

Finalement, on pourrait s'imaginer qu'une personne nous suit et enregistre ce qui nous définit, ce qui nous plaît via notre comportement en ligne, afin de nous proposer d'autres contenus semblables à ceux qu'on aime. Or, il y a énormément de données à traiter au vu du nombre de personnes qui se trouvent sur Internet au même moment. C'est ici qu'interviennent les algorithmes. Il s'agit d'un système de calculs très savants (et opaques) qui traitent un nombre important de données afin de proposer des contenus susceptibles d'intéresser les utilisateur·rices. On parle d'algorithmes de recommandation.

Toute information est alors bonne à prendre: notre genre, notre date de naissance, notre historique, les contenus likés, ceux sur lesquels on passe très vite et ceux qui nous captivent, nos publications, nos achats en ligne...

ET DES CONSÉQUENCES

- **Les publicités ciblées**

Voici un exemple concret pour bien comprendre le processus expliqué précédemment : Imaginons qu'une marque de baskets veut augmenter ses ventes chez les femmes de 25 ans. Elle va alors donner une somme d'argent aux réseaux sociaux

les plus fréquentés par ce genre et cette tranche d'âge et leur demander de faire en sorte, grâce à l'algorithme, que leur pub soit vue par le public ciblé. La récolte des données personnelles permet aux réseaux sociaux de savoir qui est concerné: dans ce cas-ci, une femme, d'environ 25 ans, potentiellement intéressée par des baskets de cette marque (publications, achats en ligne passés, marques likées, etc.). En conclusion, vous n'avez pas donné d'argent au réseau social... mais vous avez donné des informations sur vous. Celles-ci valent beaucoup d'argent pour les réseaux car les marques les «achètent» afin de vous cibler.

L'expression bien connue «si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit» prend tout son sens avec cet exemple. Il suffit d'ailleurs de comparer vos publicités sur YouTube avec les publicités qu'ont vos élèves. L'exercice est bluffant.

- **Les contenus ciblés**

La logique est tout à fait la même avec du contenu autre que de la publicité. En effet, si vous nourrissez une grande passion pour l'escalade, vous verrez fleurir de nombreuses publications sur le sujet sur votre feed.

C'est ici qu'un débat intéressant peut être mené... En effet, on peut légitimement se demander en quoi c'est un problème de recevoir de l'information qui nous intéresse plutôt que de devoir fouiller dans les limbes sans fin d'Internet! En fait, ne lire que des avis qui ressemblent au nôtre peut nous enfermer dans une confortable «**bulle de filtre**», c'est-à-dire, un monde virtuel composé uniquement de contenu qui ressemble à ce que nous aimons déjà. Nous ne nous confrontons pas ou plus aux idées différentes des nôtres, jusqu'à oublier qu'elles existent... Ce manque d'ouverture peut même représenter un danger pour la démocratie! Si la pratique était connue, elle a littéralement explosé pendant la course à la présidence entre Donald Trump

et Hillary Clinton. The Guardian, un média britannique a proposé à 10 internautes d'échanger leur compte Facebook pendant le dernier mois de la campagne électorale. L'expérience plaçait donc d'un côté, 5 conservateurs-rices et de l'autre, 5 libéraux-ales. Le constat est effarant : aucune diversité d'opinions n'existait, qu'il s'agisse des statuts d'ami-es dans le fil, des suggestions d'articles à lire ou des événements auxquels se rendre.

Les algorithmes jouent donc un rôle important et expliquent que vous voyez certains contenus sur vos réseaux alors que vos amis en voient d'autres.

On en profite aussi pour dire qu'ils favorisent les contenus qui suscitent le plus d'émotions, surtout de l'ordre de la colère. Par exemple, le Washington Post a révélé en 2021 que les emojis valent des points (pour calculer les contenus à mettre en avant). Un like vaut un point mais l'emoji colère en vaut 5! Les faveurs des réseaux vont donc vers des contenus clivants, ceux qui feront le buzz, peu importe si la qualité du contenu est au rendez-vous...

● Comment tout cela nous pousse à scroller à l'infini?

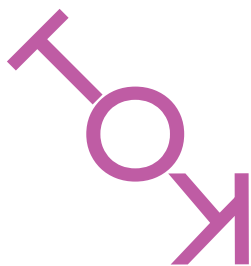
En vous proposant des contenus qui vous intéressent et qui répondent à vos valeurs et à vos goûts, vous risquez de prolonger votre temps d'écran. Et comme nous vous le disions plus haut «si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit». Donc, plus vous restez longtemps sur une plateforme, plus on a le temps de récolter vos données, plus vous rapportez de l'argent. On peut ainsi **monétiser le temps de cerveau disponible**.

On parle alors d'**économie de l'attention**, c'est-à-dire de stratégies manipulatrices qui suscitent notre attention. Elles se manifestent, par exemple, par :

- des notifications incessantes, qui nous donnent envie d'aller sur les réseaux;
- des petits points de suspension dans les titres qui attirent notre curiosité et dans les échanges de messages;
- des vignettes YouTube aguicheuses;
- des titres «putaclick» nous faisant passer par toutes les émotions;
- la lecture automatique des vidéos;
- un système de récompenses (comme les flammes sur Snapchat).
- etc.

REMARQUE

Depuis juillet 2023, la Norvège a interdit à Méta toute publicité ciblée (en fonction de notre emplacement présumé et de notre activité en ligne), invoquant la nécessité du respect à la vie privée quand on utilise des médias sociaux. Il semblerait que cette interdiction se généralise bientôt à l'Europe, le projet étant à plus long terme d'adopter une réglementation interdisant la publicité ciblée sur base des pratiques invasives de dépiantage. Affaire à suivre...



FICHE 2

PUBLIC



PRIVÉ

En voilà une thématique dichotomique : certain-es font très attention à mettre tous leurs comptes en privé alors que d'autres laissent à tout le monde l'opportunité de les suivre, parce qu'ils n'ont rien à cacher (comme ils aiment si bien le dire). Commençons déjà par définir certains concepts.

VIE PRIVÉE, VIE PUBLIQUE, INTIMITÉ, INTIME, ETC.

Il existe une gradation entre ces différents termes, du plus éloigné de soi, au plus proche. Bien entendu, ils entretiennent des relations étroites, leurs frontières sont poreuses. Un élément privé peut devenir public. Une pensée intime peut être révélée à certaines personnes, etc.

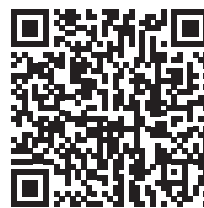
- Vie publique :

L'ensemble de nos activités et de notre identité qui sont exposées, volontairement ou non, dans la sphère publique. Ex : l'école dans laquelle nous étudions ou travaillons, nos loisirs, la manière dont nous nous habillons pour sortir de chez nous, nos différents profils sur les réseaux, ce dont nous décidons de parler aux autres, etc.

- Vie privée :

Tout ce que nous partageons ou qui est porté à la connaissance d'un groupe restreint de proches, essentiellement la famille. Ex : comment on s'habille quand on est chez soi, les posters sur les murs de notre chambre, l'état de santé d'un membre de la famille, une conversation durant le souper, un message en DM sur Insta, etc.

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



- Intimité :

Avant l'avènement du numérique et des réseaux sociaux, l'intimité est définie par un espace physique (un tiroir, une boîte fermée à clé, un journal, etc.) Avec les nouveaux espaces offerts par le numérique, ce concept a évolué pour se rapprocher davantage d'une posture personnelle. Chacun et chacune décide de ce qu'il veut partager, ou pas. Pour l'un-e, une information fera partie de sa sphère d'intimité. Pour un-e autre, elle pourra être partagée avec certaines personnes, voire avec le grand public. L'intimité se définit donc davantage par un choix que par un espace bien défini et commun à tous et toutes. C'est précisément cela qui rend si difficile la compréhension par certains adultes de ce qui relève ou non de la vie privée pour chaque jeune.

- Intime :

Ce qu'on ne dit à personne parce que ce n'est pas encore très clair pour nous, parce que nous avons décidé de ne le dire à personne ou parce que cela nous coûte trop. Ex : une attirance ou une orientation sexuelle, une opinion politique, une maladie grave, etc.

- Extimité :

Désigne le désir de partager une partie de son intimité et, donc, de prendre un risque, afin d'obtenir une validation par les pairs. On comprend comment les réseaux sociaux ont créé un espace propice pour assouvir ce désir.

COMMENT LA TÉLÉ RÉALITÉ A COMPLÈTEMENT CHANGÉ LE GAME

Un mouvement initié par les émissions de témoignages du milieu des années 90 (Bas les masques, ça se discute, c'est mon choix, y'a que la vérité qui compte, etc.) a été largement amplifié et élevé au rang de divertissement global avec l'apparition des émissions de télé-réalité au début des années 2000. L'intimité, ou la supposée intimité (puisque filmée h24), des participant-es est devenu le sujet principal de ces émissions. Et de manière encore plus spécifique, la révélation de cette intimité.

Big Brother, Loft Story, Secret Story, Les Anges de la télé-réalité, la Villa des cœurs brisés, etc. sont autant d'exemples qui, depuis plus de 20 ans, ont profondément modifié notre rapport à ce que la société définit comme relevant de l'intime. Néanmoins, cela ne signifie pas, comme on pourrait le penser à la vision de ces émissions, que la sphère de l'intime n'existe plus. Chaque personne face à cette offre télévisuelle massive est amenée à redéfinir pour elle-même, ce qui relève de l'intime.

...ET PUIS LES RÉSEAUX SOCIAUX

En ce sens, les réseaux sociaux ne sont qu'un prolongement de ce qui a été mis en place par la télévision. La différence, et elle est de taille, est que désormais, tout le monde, potentiellement, peut devenir le sujet de sa propre émission de «réseau-réalité». Néanmoins, sur le principe de mise en scène de la vie et du quotidien, les réseaux répondent aux mêmes codes que la télévision.

La notion d'extimité, définie plus haut, va prendre ici un sens nouveau. Même si le désir d'extimité a toujours existé, avec les réseaux, chacun-e va développer la capacité à l'assouvir au-delà de la sphère privée ou familiale. En effet, cela devient possible de partager une information personnelle en ligne, sans nécessairement en parler à son cercle intime. Cela permet, en particulier, de partager des informations qui auraient été plus compliquées à dire à l'autre, en face.

Cela explique que la notion d'intimité, qui avait déjà fortement évolué suite à l'apparition de la télé-réalité et du phénomène de vlogging sur YouTube, va devenir un concept très personnel, lié au choix de chacun-e de partager (ou non) des informations le-la concernant. Cette restructuration de ce qu'est l'intimité va également bousculer les définitions des sphères privée et publique, qui se croisent sans cesse dans les nouveaux espaces numériques.

Cette possibilité offerte par les réseaux de configurer très précisément le rapport à sa propre intimité va être exploitée de manière très fine par les jeunes. En paramétrant chaque réseau selon ses propres besoins, mais aussi en partageant chaque information sur une plateforme bien définie, à un groupe ou à un individu

choisi, la plupart des jeunes démontrent qu'ils sont globalement assez conscient-es de ce qu'ils font en ligne concernant la gestion de leur intimité, et aussi, et c'est très important, quant à la manière dont tout le monde ne montre qu'une partie choisie de sa vie.

INTIMITÉ ET RÉCOLTE DE DONNÉES

Là où une part de notre intimité, voire de notre intime, nous échappe, c'est quand tout ce que nous faisons en ligne est récolté par les grandes entreprises du numérique. Meta (Facebook, Instagram, Whatsapp), X (anciennement Twitter), Alphabet (Google, YouTube), Bytedance (TikTok), etc. (On vous en parle d'ailleurs dans la fiche 1 - Tu veux un cookie ?)

Nous n'avons plus la maîtrise totale de ce que nous partageons en ligne et il est devenu très compliqué, voire impossible, d'accéder à ce qui est récolté. On parle alors non pas de surveillance, comme dans une salle de cours pendant un examen par exemple, mais de sousveillance. Il s'agit d'une sorte de surveillance invisible. Nous nous savons théoriquement surveillés mais, pratiquement, c'est impossible de l'expérimenter. Cela a une influence assez directe sur la manière dont nous utilisons les réseaux, et plus généralement Internet, pour nous construire. Une partie de ce qui relève de l'intime nous échappe, nous le savons mais nous «jouons le jeu» car les réseaux sont une part importante de la construction identitaire et sociale de nos ados (et de nous).

INTIMITÉ ET DROIT À LA VIE PRIVÉE EN LIGNE

Afin de garantir une sécurité en ligne pour notre intimité, il y a deux champs d'action : l'action personnelle et l'action collective.

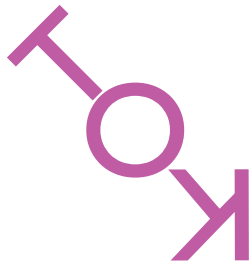
Individuellement, il est important de sensibiliser chacun-e à ce qui peut être fait,

partagé, dit en ligne et les conséquences que cela peut avoir pour les autres et pour soi. A ce titre, le droit à l'image est une base très importante qui permet à chacun-e de prendre conscience de ce qu'il peut faire pour protéger son intimité et celle des autres. Le site de l'Autorité de Protection des Données revient en détails sur les principes du droit à l'image (on vous invite à lire la fiche 3 - Gênance).

Ensuite, il est primordial de rappeler que, en ligne ou pas, la relation de confiance tissée entre deux personnes est centrale quant à la garantie de sécurité de notre intimité. Il ne s'agit pas tant de sanctionner le fait qu'un-e jeune ait pu partager ses identifiants avec un-e ami-e, mais plutôt d'insister auprès de la personne qui les reçoit sur la responsabilité que cela représente (coucou la fiche 5 - Digital Love).

Collectivement, il faut pointer deux initiatives européennes d'envergure. Depuis 2018, le Règlement général sur la protection des données oblige les entreprises et les autorités à faire preuve de plus de transparence quant à l'utilisation de nos données personnelles. Ensuite, depuis l'automne 2023, le Digital Service Act contraint ces mêmes entreprises à mettre une série d'actions en œuvre afin d'éliminer tous les contenus problématiques, dont ceux mettant en péril notre intimité, de leurs plateformes numériques. Mais aussi de rendre plus facile les actions que chacun-e peut mener face à ces contenus problématiques (signalement facilité et obligation des entreprises de répondre dans un temps court).

Cela a également une implication individuelle puisque ce nouveau règlement prévoit d'appliquer des sanctions face aux dérives de certain-es internautes sur base de la logique de «ce qui est interdit dans le monde réel l'est aussi dans le monde virtuel» (Thierry Breton, commissaire européen)



FICHE 3

GÊNANCE



On a quasiment toutes et tous une identité numérique : utiliser YouTube, regarder Netflix, envoyer des messages sur Whatsapp, faire des recherches sur Google sont autant d'usages qui constituent une identité numérique à chacun-e. La différence avec celles et ceux qui postent énormément, c'est que leur identité numérique est plus fournie, plus précise. Mais il est important de rappeler que l'identité numérique d'une personne est divisée en 3 composantes :

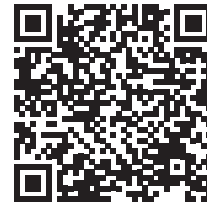
- L'identité déclarative :

Il s'agit d'informations que l'on donne sur soi de manière délibérée comme son prénom, son nom, sa date de naissance, son adresse de livraison quand on commande un produit en ligne, le lieu de sa salle de sport ou son adresse mail quand on crée un compte sur un site. Pour celles et ceux qui vont plus loin, ce sont les photos et les vidéos qu'on partage, les commentaires qu'on publie, etc.

- L'identité analysée/calculée :

C'est l'identité qui est déduite de ce que les algorithmes apprennent de nous (voir la fiche 1 - Tu veux un cookie ?). Faire une recherche sur un roadtrip en Italie laisse à penser qu'il s'agit d'une destination qui vous intéresse. Si vous n'avez pas délibérément poster un statut ou une story à ce propos, ce sont les algorithmes qui s'en chargent pour vous. On pourrait même aller plus loin : certaines banques accordent un prêt hypothécaire après avoir vérifié si vos achats en ligne sur Amazon et consorts ne sont pas trop fréquents et n'impliquent pas des sommes faramineuses. D'un coup, nous nous rendons compte que nous ne sommes pas les seul-es responsables à créer notre identité numérique et à la protéger.

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



- L'identité subie :

Ce sont les informations, les photos et les vidéos que les autres postent sur nous. Et c'est bien souvent ce qui relève du droit à l'image.

TU VEUX MA PHOTO ?

Pour expliquer facilement celui-ci, il faut prendre conscience que seule la personne prise en photo ou filmée peut décider si ces images peuvent être prises et diffusées. Le consentement est donc requis pour ces deux points différents. Concrètement, si vous prenez une photo de quelqu'un avec son accord, cela ne veut pas dire pour autant qu'il ou elle est d'accord qu'elle soit diffusée. Et pour aller plus loin, ce n'est pas parce qu'une personne vous donne son accord pour être diffusée sur un réseau social en particulier qu'elle est d'accord pour l'être dans d'autres contextes.

Au niveau de l'âge, on considère que les jeunes décident seuls à partir de 18 ans. Avant ce cap, ce sont les parents ou responsables légaux qui décident. Cependant, pour être plus cohérente avec les usages réels des jeunes, la jurisprudence accepte que les jeunes mineurs (à partir de 12 - 14 ans) aient la possibilité de donner leur propre consentement s'ils sont assez autonomes pour le faire, autrement dit, s'ils disposent d'une «**capacité de discernement suffisante**».

Au quotidien, on se rend bien compte qu'il n'est pas très naturel de demander dans chaque contexte : «je peux te prendre en photo»? «je peux la diffuser ?». Il existe quelques situations dans lesquelles l'accord ne doit pas être systématiquement requis verbalement:

- La personne photographiée marque son accord implicite en prenant la pose: vous avez son accord tacite pour la prise de photo MAIS vous ne l'avez pas pour autant pour la diffusion !
- La personne se trouve dans un lieu public ou dans une foule et n'est pas l'objet principal de la photo : aucun consentement n'est demandé ici pour la prise de photo et pour la diffusion tant que l'image de la personne reste un accessoire dans le décor (et pas son sujet principal).
- Une personnalité publique donne son consentement implicite tant qu'elle est dans l'exercice de ses fonctions (pas dans un cadre privé) ou que son image a une visée informative (et pas commerciale).
- Les photos familiales se limitent à un usage strictement privé ou domestique tant qu'elles ne sont pas postées sur Internet pour une audience plus large que les proches.
- Dans le cadre du journalisme, certaines photos peuvent être prises et diffusées dans la mesure où elles ont une volonté d'information et d'utilité publique.

APRÈS LA THÉORIE, LA PRATIQUE

Bien sûr, un cadre légal a été instauré. Mais dans la réalité, les choses sont parfois plus compliquées. Pas simple depuis que l'outil pour prendre en photo/vidéo, soit le même celui qui diffuse, aka, le smartphone. On pourrait même aller plus loin, en sachant que chaque réseau social permet d'utiliser directement la caméra interne à l'app pour en faciliter la publication.

Il est donc parfois très tentant de diffuser une photo ou une vidéo juste après la prise, sans réfléchir au consentement ou aux conséquences. Il arrive alors que certain-es jeunes (et moins jeunes!) ne soient pas d'accord avec la diffusion de leur image sur un réseau social. Dans la plupart des cas, une simple discussion peut permettre le retrait (rapide si possible !) de ces images. Mais dans d'autres cas, le retrait pose problème et peut engendrer des conséquences très problématiques comme le non-respect de la vie privée, les commentaires haineux en ligne, le cyber-harcèlement, le revenge porn, etc. (voir la fiche 5 - Digital Love).

QUE FAIRE ?

D'une part, la meilleure solution, c'est de sensibiliser au consentement, de tout type mais dans ce cadre-ci, et, au respect du droit à l'image de chacun-e. Pourquoi cela nous semble si improbable aujourd'hui de demander l'autorisation à quelqu'un avant de le prendre en photo et de diffuser l'image sur les réseaux sociaux ? Réintroduire cette pratique, c'est aussi remettre du sens derrière la prise en photo.

D'autre part, favoriser l'empathie des jeunes : «est-ce que ça te plairait toi aussi d'être affiché-e partout en train de te vautrer dans la cour de récré?». La réponse générale est souvent négative. En effet, on peut trouver ça drôle mais il ne faut pas oublier qu'une fois que c'est publié, même si les possibilités pour retirer une photo deviennent plus nombreuses (mais pas assez !), on ne sait

jamais qui l'a enregistrée et de quelle manière le cliché pourrait ressortir.

La dématérialisation des images et des vidéos ne rend pas toujours compte de la diffusion massive intrinsèque à Internet (ni de la pérennité des contenus dispos). Réfléchissez à ce que vous postez. Une vidéo de soi complètement saoul qu'on balance sur Insta ou sur TikTok n'a pas trop de conséquence à court terme (si ce n'est pour notre boss qui risque de nous tomber dessus si on n'est pas efficace au bureau le lendemain). Par ailleurs, les entreprises chassent de plus en plus les méandres d'Internet pour trouver les vieux dossiers de ses employé-es.

Enfin, les adultes sont censés être des exemples. Dans une autre fiche (fiche 10 - La mifa), on vous parlait du sharenting (partage de photos des enfants par les parents), un phénomène important. Cependant, ce n'est pas du luxe de rappeler que le devoir parental impose aux parents de tenir compte de l'intérêt de l'enfant quand on publie des clichés de lui. Idéalement, on évite donc des images dégradantes ou humiliantes... Songez également au fait que votre enfant va grandir et vous exprimera peut-être un jour son désaccord avec ce que vous avez posté. Prenons comme exemple une tendance actuelle de vidéo dans laquelle des parents cassent des œufs sur la tête de leur jeune enfant... L'attrait du buzz peut-il supplanter le bien-être futur de votre enfant? Une autre manière de le faire est de se demander: si c'était moi sur cette photo/vidéo, la partagerais-je ?

QUELS SONT ALORS LES RECOURS POSSIBLES?

- Le droit à l'information :

Au moment de la prise de la photo, la personne concernée a le droit d'être informée des raisons et finalités de la prise de photo et de sa diffusion. Cela veut dire que si on vous annonce un contexte précis, vous ne donnez pas votre autorisation explicite pour un autre.

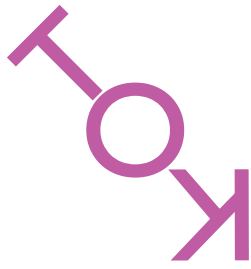
- Le droit d'oubli (ou droit d'effacement prévu par le RGPD) :

Il permet de demander la suppression de nos données à caractères personnels (par exemple une photo ou une vidéo) auprès du responsable du traitement du site en question. Cependant, cela ne se produit que dans des cas précis et argumentés, il faut prouver qu'il y a préjudice. Si vous êtes confronté-es à un refus ou n'êtes pas satisfait-es de la réponse, il est possible de porter plainte. Bien sûr, il semble important de faire comprendre aux jeunes que ce n'est pas un recours systématique car il relève de situations «de crise».

- Child Focus :

Dans le cas de mineurs et de photos ou vidéos à caractères sexuels, Child Focus offre deux possibilités. La première, Child Focus est considérée comme «trusted flagger» ce qui lui permet d'avoir des contacts privilégiés avec Facebook/Instagram, Google/YouTube, X (anciennement Twitter), TikTok et Snapchat. Les jeunes peuvent alors contacter le 116 000 pour demander qu'on retire leur image de ces réseaux : le dossier passe donc en priorité via la fondation. La deuxième s'appelle «Take it Down» de NCMEC (National Center for Missing & Exploited Children).

En bref, le projet attribue une empreinte numérique unique, appelée valeur de hachage aux images et vidéos de personnes de moins de 18 ans, nues, partiellement nues ou sexuellement explicites. Les plateformes en ligne peuvent utiliser les valeurs de hachage pour détecter ces images ou vidéos sur leurs services et supprimer ce contenu. Tout cela se fait sans que ni l'image ni la vidéo ne quittent votre appareil. Seule la valeur de hachage sera communiquée à NCMEC.



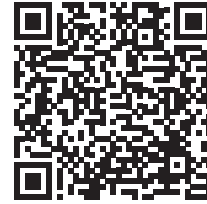
FICHE 4

MIROIR, MON BEAU MIROIR

Au moment de la découverte de Facebook par le grand public, nombre de personnes ne comprenaient pas l'intérêt de cette plateforme. Parler de soi ? Raconter sa vie privée ? Ses gestes du quotidien ? Pourquoi ? Qui cela intéresse ? Cependant, plus le réseau social grandissait, moins ses utilisateur·ices se posaient de questions, assimilant les codes des réseaux sociaux de plus en plus naturellement. Des chercheur·euses se sont alors interrogé·es: les réseaux sociaux rendent-ils narcissiques ? Et bien, il semblerait que non. Par contre, un narcissisme latent (pas forcément pathologique ou mauvais en soi, d'ailleurs), peut être révélé par les réseaux sociaux.

Les comportements narcissiques ont toujours existé, il n'a pas fallu attendre l'avènement du smartphone pour cela. Qui n'a jamais calculé sa pose devant un polaroïd ou un appareil photo numérique ? Et les outils actuels sont particulièrement efficaces pour tout qui souhaite se mettre en scène. Le design des smartphones et de leur panoplie d'applications ont tous été étudiés pour nous encourager à prendre et diffuser des photos. Si l'objectif de ces plateformes est avant tout de nous y maintenir captifs·ves, cela favorise forcément une attitude narcissique: des filtres qui mettent en valeur, un appareil photo placé sur le devant du téléphone, un selfie stick. Un véritable marché s'est construit autour de l'autoportrait. La particularité, c'est la facilité d'utilisation. Le temps entre la prise d'image et son partage est extrêmement réduit. Les espaces de stockage gagnent également en volume. Même le format du téléphone (en mode vertical) favorise la captation d'un portrait plutôt que d'un paysage, contrairement aux formats télé ou cinéma.

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



Les réseaux sociaux semblent créer des besoins de validation et d'appartenance à un groupe, pour y répondre ensuite. Et ces phénomènes psychosociaux sont particulièrement présents, voire nécessaires, chez les jeunes. Les plateformes matchent donc parfaitement avec un cerveau adolescent, en recherche d'identité.

BEAUTY PRIVILEGE ET INJONCTIONS

Le «beauty privilege» ou «pretty privilege» (privilège de la beauté) est «un concept qui définit le fait que l'on attribue plus de qualités sociales ou intellectuelles, d'opportunités, d'indulgence et d'affection à des personnes considérées comme attirantes plutôt qu'à celles qui ne le sont pas.» Dans une société de l'image, où les corps minces, jeunes, beaux et sains sont encore présentés comme standards de beauté dans la pub,

les films et sur les réseaux, les femmes, plus particulièrement, reçoivent énormément d'injonctions auxquelles elles choisissent ou non de se soumettre. Si la publicité véhicule des images sexistes, stéréotypées ou sexualisées de la femme, entre autres parce que les décisionnaires y sont encore majoritairement des hommes, sur les réseaux sociaux, personne ne somme les femmes d'opter pour de telles représentations.

Pourquoi alors ces modèles oppressifs continuent-ils à être proposés par certaines influenceuses ? En 2020, la journaliste Judith Duportail révélait les dessous des algorithmes d'Instagram, qui visibiliseraient davantage les corps dénudés et sveltes. Selon un article de Elle, des chercheurs britanniques ont réalisé une enquête dévoilant que les algorithmes d'Instagram suggéraient aux ados un florilège de publications de corps minces après qu'ils se soient engagés, pourtant très faiblement, un clic ou deux, sur des publications de fitness.

Instagram et TikTok, c'est le réseau de la promotion de soi: tout est fait pour que notre image soit sublimée et nos photos, réussies. Images lissées, léchées, retouchées, sans imperfection, des décors glamour, où tout est calculé et cadré au millimètre: au final, les contenus de certain-es influenceur-euses ne feraient que reproduire les codes surannés de la publicité des années 60, quand il ne s'agit pas de sexualiser les femmes comme dans les productions des années 90. On peut aisément imaginer les conséquences sur la santé mentale de certain-es jeunes, en quête d'identité: TCA (Troubles du Comportement Alimentaire), dysmorphophobie (distorsion de l'image de soi), anxiété, manque d'estime, complexes.

(BULLES DE) FILTRES ET DYSMORPHOPHOBIE

Mais alors, est-ce que les codes ont vraiment changé ? Et où se cache-t-elle, cette liberté d'expression et de parole que nous promettaient les réseaux ? Car si, elle existe. Sur les plateformes, tout et son contraire cohabitent, tout est question d'algorithmes et de bulles de filtre (voir la fiche 1 - Tu veux un cookie ?) Les comptes militants inclusifs sont légion sur la toile, encore faut-il les trouver (coucou la fiche 12 - Diversity).

En attendant, les images proposées par les contenus viraux et mainstream sont encore standardisées, formatées. Devons-nous voir ce phénomène comme une conséquence directe de la perméabilité et continuité entre les univers de la télé-réalité et des réseaux sociaux ? En tout cas, les modèles des jeunes sont aujourd'hui davantage TikTokeur-euses, YouTubeur-euses, influenceur-euses issu-es de la télé-réalité que stars de cinéma. Les ados, toujours dans cette volonté d'appartenance et d'identification, sont particulièrement réceptifs-ves aux phénomènes de mode.

Par définition, un-e influenceur-euse lance des tendances, qui sont pour la plupart dans l'ère du temps. Difficile alors pour les jeunes de ne pas souhaiter les fesses de Kim Kardashian, la bouche de Maëva Ghenam ou les sourcils de Nabilla. Quand bien même iels ne suivraient pas les people de Dubaï, iels seraient influencés-es par les canons de beauté en vogue, tout comme nous ! L'influence se fait en et hors ligne; les tendances se propagent mondialement par les câbles Internet. On pourrait postuler que ces modèles sont happés par les apps qui s'en inspirent pour designer leurs filtres. Gros sourcils, duck faces, yeux perçants, nez en trompette, pommettes saillantes, dents ultra blanches et cheveux lisses, les filtres qui nous font «glow up» vont bientôt nous faire ressembler à des prince-ses Disney.

Mais si c'était l'inverse ? Si c'était en réalité les filtres qui influencent les people, et non le contraire ? On sait que la réalité et le monde 2.0. s'influencent mutuellement. Le souci dans ce cas, c'est que pour ressembler à des images virtuelles considérées comme parfaites, surtout s'il s'agit de leur propre image filtrée, certain-es se sentent obligé-es d'avoir recours à la chirurgie esthétique. Cela peut être désastreux, si c'est pratiqué dans de mauvaises conditions. Pensons notamment à ces influenceur-euses qui font remplacer leurs dents saines par des facettes, des dents artificielles qui risquent bien de ne pas tenir sur la longueur.

BODY POSITIVE OU BODY NEUTRAL?

Une fois qu'on arrive à se dépêtrer de ces diktats de beauté standardisée, en reprenant le pouvoir sur nos algorithmes et en cassant nos bulles de filtre, la partie n'est pas pour autant gagnée. Parmi les comptes militants et tendances inclusives, il y a le «body positive». Il est de ces mouvements bienveillants qui offrent malheureusement leur lot d'effets pervers. Le body positive, soit le fait de nous encourager à aimer notre corps quel qu'il soit, et de faire l'éloge de tous les corps, a été décrié par certain-es féministes car il continue de mettre le focus sur le physique. Et puis, si les corps gros sont valorisés, est-ce le cas de personnes grosses dont le visage est ingrat, ou le look négligé? Les injonctions à prendre soin de son image y semblent encore bien présentes. N'entend-on pas encore souvent ce type de commentaires: «Elle est belle, pour une grosse.», «Oui, elle est grosse, mais elle a un beau visage».

On en revient à notre beauty privilege. Si on préfère bien entendu ce hashtag à ceux de #SummerBody ou #BikiniChallenge, le body positive encourage malgré tout à se valoriser par l'apparence extérieure. Un autre exemple d'effet pervers est le «privilege mince». Ce concept met en lumière un nouveau type de discriminations: alors que l'on va défendre

des filles attaquées sur leurs quelques kilos en trop, l'on défendra et visibilisera peu les personnes réellement obèses victimes tous les jours de grossophobie ordinaire. Le cas de Léna Situations est parlant. Cette YouTubeuse a subi des commentaires haineux lors de son apparition au Festival de Cannes. Elle portait une robe qui laissait apparaître son récent surplus pondéral. Beaucoup de voix se sont élevées pour la défendre. Qu'en est-il réellement des personnes obèses ?

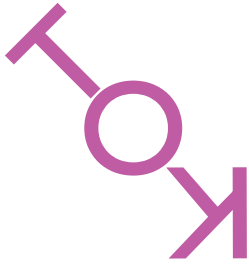
En réponse à cela, le «body acceptance» puis le «body neutral» ont vu le jour. Le body acceptance serait une sorte d'étape intermédiaire vers le body neutral. Le premier veut que l'on accepte son corps sans jugement, mais sans le célébrer non plus, là où le second souhaite que l'on n'accorde plus la moindre importance à l'apparence. L'idée est alors d'éviter tout commentaire sur le physique, qu'il soit négatif ou positif. Et de remettre l'attention sur la richesse intérieure de la personne. Pas évident, dans une société où l'on sociabilise beaucoup en ligne et donc, par l'image. Pour communiquer sur sa personnalité, ses idées et ses valeurs, cela demande du temps et du discernement, ce dont on ne dispose plus dans un monde régi par l'économie de l'attention.

«THAT GIRL» ET LA SANTÉ MENTALE

Et ben, cela en fait des termes anglophones.

Mais qui est cette «girl»? Mais si, vous la connaissez. C'est cette fille à qui toutes les femmes voudraient ressembler, mais qui la détestent en réalité. «That girl», c'est cette influenceuse qui partage avec nous ses «morning routines» parfaites, ses smoothies vitaminés, ses repas healthy, ses séances de yoga ou de Pilates devant sa piscine. Ici, les injonctions sont moins directement liées à l'image, et pourtant... Au final, «That girl» se met en scène dans un décorum savamment étudié, et le résultat de tous ses efforts nous sont communiqués par l'image.

Alors, même si un mode de vie sain et sportif est forcément à encourager, cette tendance n'est pas pour autant exempte de conséquences sur la santé mentale des jeunes. Tout le monde n'a pas les moyens, ni le temps, de prendre soin de soi, et de s'auto-centrer à ce point. On imagine la pression que cela peut engendrer auprès des followers qui souhaitent ressembler à leurs gourous. Il est dès lors primordial de leur rappeler que tout cela n'est qu'une construction médiatique. Que ces gens-là dédient une grande partie de leur temps à cela et sont probablement rémunérés pour le faire. Le milieu de l'influence fait rêver beaucoup de jeunes, mais la représentation qu'ils en ont est souvent à mille lieues de la réalité. Le métier de créateur.ices de contenu, car oui, il s'agit bien d'un job, qu'il soit à temps partiel ou temps plein, nécessite beaucoup de travail et d'énergie. Il y a beaucoup d'appelé.es et peu d'élus.es. C'est pour cela aussi que ceux qui le pratiquent préfèrent se définir comme créateur.ices que comme influenceur.euses, terme qui véhicule une certaine idée de chance et de passivité. Bien sûr, toutes ne sont pas à mettre sur le même pied, il est vrai que certain.es ont pu connaître la notoriété assez aisément, en ayant d'abord fait leur bout de chemin dans la télé-réalité, par exemple. Toutes ne fournissent pas la même qualité de contenu: là aussi, le pire côtoie le meilleur. Quoi qu'il en soit, il est important de déconstruire tous ces modèles avec les jeunes, afin de préserver leur bien-être physique et mental.



FICHE 5

DIGITAL LOVE

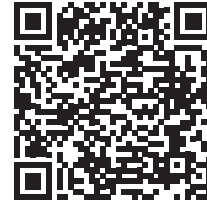
Une chose est un peu difficile pour les adultes aujourd'hui : prendre conscience qu'on ne parle plus de réel et de virtuel. Il est loin le temps où nous étions représenté-es par un avatar, cheveux bleus et peau verte avec un pseudo qui disait sûrement votre animal préféré (oui oui, ptitelicorne86 on te voit). Aujourd'hui, le réel et le virtuel (si on peut les appeler encore comme ça) fusionnent. Ce qu'on vit et dit via les réseaux est une extension de soi-même, que ce soient les gestes, les envies et les réactions.

La force de la communauté

La fiche 1 à propos des cookies et des algorithmes et la fiche 2 à propos de la vie privée et la vie publique sont des portes pour mieux comprendre le phénomène de «communauté». Les réseaux sociaux comme Insta ou Tik Tok vivent par les différentes communautés qui grandissent au sein des plateformes. On cherche du contenu qui rentre en adéquation avec ses valeurs, ses besoins et sa propre personnalité. Imaginons : vous êtes une personne d'origine africaine. La plupart des make-up sont aujourd'hui sont produits pour et par les blanch-es. Évidemment que si vous trouvez un influenceur ou une influenceuse beauté qui vous propose des produits intéressants selon vos recherches, vous vous sentirez plus à même de lui poser des questions plutôt qu'à des potes qui ne vivent absolument pas la même situation que vous.

Nous en parlons dans une autre thématique (Fiche 9 - Pigeon), pour les influenceurs-euses, la communauté a une importance capitale. Être proche d'elle aide clairement pour leur visibilité en ligne et donc pour l'aspect marketing de leur métier. Mais c'est aussi un jeu auquel joue les abonné-es. On décide

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



de suivre la vie d'une personne, de rentrer dans son intimité. On se sent proche d'elle, elle nous confie ses joies et ses peines. Pourquoi ne pourrait-on donc pas faire la même chose ? C'est ainsi qu'on se retrouve avec des milliers de messages envoyés de quidam vers des comptes vérifiés qui posent un tas de questions qui des fois sont très intimes. On pense aussi à des comptes de «body positive» (et on vous laisse déguster la fiche 12 à ce propos) comme TaniaMakeUp ou GingerChloé sur Insta. Elles véhiculent une image de femmes fortes qui assument les kilos que la société considère qu'elles ont en trop. Mais elles partagent aussi des bons plans, des enseignes marketing qui ne s'arrêtent pas au 38. Bref, ces instagrameuses sont inondées de MP leur demandant des conseils pour s'aimer, pour apprécier son corps, pour s'assumer nue devant son ou sa partenaire. Et peut-être que ces questions, les jeunes les poseraient moins à des ami-es ou des proches.

S'aimer en ligne, c'est s'aimer pour de vrai ?

Décrire ses sentiments sur une lettre en papier, se rencontrer via une appli ou se déclarer à son crush via la messagerie d'un réseau social, voilà des manières bien différentes pour une même action: avoir envie de vivre une relation. Dans tous les cas, cela pourrait être de l'amour. Ce qui change, ce sont les défis rencontrés en raison des nouveaux supports technologiques.

L'indispensable EVRAS

Pour ouvrir le dialogue à propos des «nouvelles» manières d'être en relation et accompagner les jeunes dans ces défis, on prévoit dans la scolarité et dans les milieux associatifs de l'EVRAS, c'est-à-dire une Éducation à la Vie Relationnelle, Affective et Sexuelle. Cela a fait couler beaucoup d'encre dans les médias en 2023 car cela a suscité des craintes chez les parents. Allait-on parler de contenus inappropriés à l'âge des jeunes? Allait-on leur donner de mauvaises idées? Il a fallu recentrer le débat pour prouver qu'il s'agit avant tout d'un accompagnement aux questionnements des jeunes, en adaptant le contenu et le discours à chaque âge, grâce à, globalement, une discussion autour du consentement, du respect de soi-même et de l'autre au fil des découvertes liées aux relations.

Pour les ados, deux éléments sensibles sont abordés dans les POV: **le porno et les nudes**.

Les jeunes ont accès très tôt à la **pornographie**, soit en cherchant à voir ce que c'est, par curiosité, soit par son irruption involontaire, par exemple lors d'un streaming. Dans les deux cas, cela peut légitimement piquer la curiosité naturelle d'un-e jeune. Mais dans les deux cas également, il y a de forte chance que le ou la jeune se sente comme pris-e en faute d'accéder à ce contenu. Iel éprouvera peut-être alors des difficultés à verbaliser les

questions qui pourraient émerger. Et c'est ici que se trouve l'intérêt d'en parler en amont afin de laisser le champ de la discussion ouvert. Cela permettrait d'expliquer que les pratiques vues dans le porno ne sont pas toujours semblables à celles de la vie réelle, qu'il s'agit d'une fiction qui s'efforce parfois de coller aux attentes d'un milieu qui peut véhiculer de fausses croyances à propos de ce dont ont réellement envie les femmes et les hommes... Et bien sûr, c'est aussi l'occasion de rappeler ce concept primordial qu'est le consentement.

Faire un nude consiste à envoyer une photo ou une vidéo de soi dénudé-e. Une fois de plus, il faut signaler que cela se pratique depuis longtemps (peintures, photos, etc.) mais que le support a changé, tout comme la potentielle audience! Le nude est indissociable du sexting que nous abordons à présent.

Le sexting, c'est normal?

Spoiler alert, la réponse est oui !

Le sexting est la contraction de «sexe» et «texting» (s'envoyer des messages). Cela consiste à s'envoyer et recevoir des propos explicites et/ou des photos/vidéos dénudées.

On distingue deux sortes de sexting:

- Le sexting **consensuel** : Les deux protagonistes sont consentants. On le pratique en signe de confiance dans une relation amoureuse, en guise de préliminaires ou encore par défi ou comme expérimentation sexuelle.
- Le sexting **non-consensuel** se pratique avec des intentions bien différentes : se venger d'une personne ou d'une situation, pour harceler quelqu'un ou pour attirer l'attention. C'est ce type de sexting est problématique et représente 38,6% des problèmes répertoriés par Child Focus en 2022.

Que dire à un-e jeune qui vous parle de sexting?

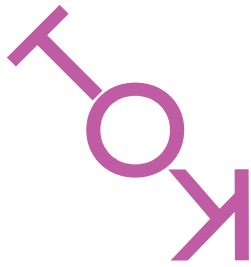
S'il souhaite vraiment le pratiquer, cela doit être dans un cadre assurément safe, de confiance et de consentement. Il doit être à l'écoute de son ressenti et ne rien faire contre son gré. Il est important aussi de préciser que le sexting peut être pratiqué avec certaines précautions, de manière à ne pas être reconnu-e : ne pas montrer son visage, ni de partie du corps ou d'arrière-fond reconnaissables.

Tristement et bien souvent, les victimes qui osent en parler à un-e adulte sont confrontées à du «victim blaming». Ce concept fait référence aux réactions qui donnent à la victime l'impression qu'elle est elle-même en faute. On entendra très souvent «mais, pourquoi t'as envoyé ça?», «et tu l'as envoyé sans être forcé-e en plus?» «Mais allez biche, ce gars se fait 100 meufs à la semaine, tu te doutais que ça arriverait non? Mais j'comprends, ça doit être horrible.» Ces réactions sont psychologiquement logiques car ils s'expliquent par des phénomènes bien précis : le monde doit être juste (et donc tout arrive pour une raison précise) et une telle chose ne peut pas nous arriver (et donc, on nie). Cependant, ces réactions sont à bannir ! En effet, quand des nues sont diffusés sans le consentement d'une personne, les coupables sont ceux et celles qui diffuseront les photos ou vidéo sans consentement. Dans tous les cas, le sexting non-consensuel est inacceptable et condamnable.

La diffusion seule (quand la victime a moins de 16 ans) peut encourir une peine de prison de 15 à 20 ans. Si elle est à but lucratif (site porno par exemple) ou par revenge porn, une grosse amende en plus. Si la victime a plus de 16 ans, on passe de 10 à 15 ans. Vous voilà prévenu-es !

Pour accompagner au mieux une victime de sexting non-consensuel, il faut s'assurer qu'elle n'est pas seule et qu'elle a quelqu'un à qui parler pour l'aider à prendre en main le problème (vous, des proches, un adulte de confiance, le PMS, le 116000 le numéro de Child Focus, la police, etc.).

Si vous le pouvez, adressez-vous à l'émetteur, au transmetteur et aux témoins du nude afin d'arrêter la diffusion. Sécurisez les réseaux sociaux en signalant, bloquant et réglant les paramètres de sécurité. Rassemblez des preuves (photos, vidéo, captures d'écran, etc.). Et surtout, on ne le répètera jamais assez : faites preuve d'empathie.



FICHE 6

CyB3R \$3cuR1Ty



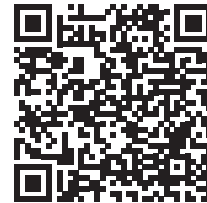
La cyber sécurité vous inquiète en tant qu'adulte et... elle effleure certainement l'esprit de vos élèves/jeunes qui, paradoxalement, se sentent assez experts en la matière. Même s'ils ont régulièrement tendance à se sentir suffisamment outillés par rapport à cette thématique, vous vous apercevrez assez vite qu'il n'en est rien. Il reste primordial de l'aborder (d'ailleurs la fiche 9 - pigeon est un beau complément).

Les POV rejoignent tous une problématique de base: le **mot de passe**. Leur mauvais usage a pour **conséquence** : le piratage, qui peut entraîner l'usurpation d'identité, les arnaques et le cyber-harcèlement... Voyons cela de plus près.

1234 OU PASSWORD... OU LA NÉCESSITÉ D'UN MOT DE PASSE FORT!

Peut-être pourriez-vous commencer par demander à vos élèves (et à vous-mêmes !): quels sont les pires mots de passe? Sachez que le trio de tête est composé par les suites logiques (chiffres comme 1234 ou lettres du clavier comme azerty), des mots usuels comme «password», «motdepasse», «coucou» et enfin, n'importe quel élément facile à trouver sur vous, via les réseaux sociaux, par exemple (adresse, date de naissance, 2ème prénom, surnom, passion, nom d'un animal de compagnie...). Dans tous ces cas, il faut moins d'une seconde à un hacker pour le forcer.

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



COMMENT FAIRE?

Après cette révélation qui suscitera peut-être la perplexité ou l'effroi dans les yeux de vos élèves/jeunes, il semble important de leur proposer des conseils pour créer un mot de passe fort.

- comporter idéalement **13 caractères** de 4 types différents (chiffres, lettres, signes de ponctuation et/ou caractères spéciaux)
- La technique du **Leet Speak** permet la mémorisation plus simple d'un mot de passe. Elle consiste à remplacer certaines lettres par des caractères spéciaux qui leur ressemblent. Par exemple: @ pour a, 3 pour E, 0 pour O, 1 pour le i

- être malgré tout **facile à retenir** (un slogan qui fonctionne bien: «facile à retenir pour toi, difficile à trouver pour les autres»)
- **ne pas avoir de «sens»**: associer par exemple 3 mots qui ont du sens pour nous mais qui n'ont pas de lien entre eux est utile pour complexifier la tâche du hacker. Par exemple: chien, barque, montagne (devenant avec le Leet Speak Ch13nB@rqu3M0nt@gn3)
- être **unique pour chaque compte**
- Cela se corse ici... Une méthode à proposer est de garder **la même association de mots mais d'y ajouter une abréviation** du compte auquel il est destiné. Par exemple:

Pour Instagram = Ch13nB@rqu3M0nt@gn3-IN

Pour Snapchat = Ch13nB@rqu3M0nt@gn3-SN

Pour Discord = Ch13nB@rqu3M0nt@gn3-DI

- **ne le révéler à personne**. C'est ici qu'une discussion sur la confiance peut s'intégrer...
- **ne pas enregistrer** son mot de passe dans **un ordinateur partagé**
- **changer** de mot de passe **régulièrement**

En plus de ces règles de base pour sa création, d'autres conseils sont les bienvenus pour l'usage quotidien (à aborder avec des élèves plus âgés ou déjà bien au fait des notions de cyber-sécurité) :

- utiliser **un gestionnaire de mot de passe** : c'est un service semblable à un coffre-fort pour tous vos mots de passe, vous l'ouvrez avec...un mot de passe! Mais cela n'en fait qu'un à retenir, et il ouvre l'accès à tous les autres.
- activer, quand c'est possible, **la double authentification** - ou authentification à 2 facteurs. il s'agit de s'identifier de deux manières plutôt que d'une, sachant que, globalement, nos possibilités sont les suivantes: un mot de passe, un code

envoyé par mail ou message, une empreinte digitale, une reconnaissance faciale ou une application comme itsme.

- Pour un exercice d'esprit critique, et au regard de tout ce que vous aurez dit précédemment, analysez ensemble le travail effectué par **un générateur de mot de passe en ligne** (celui du Cnil renseigné dans les ressources, par exemple)

Accorder tant d'importance à ses mots de passe, pour quoi faire ?

Tout simplement, pour se prémunir d'une série de problèmes liés au piratage. On parle aussi de se faire hacker, c'est-à-dire qu'un individu malveillant prend le contrôle, par exemple, d'un compte sur un réseau social dans le but de le détourner (dérober des données personnelles, professionnelles, bancaires, usurper l'identité ...). C'est évidemment tout à fait punissable par la loi.

Mais ces hackers ne sont pas tous des cyber-criminels, organisés et équipés de programmes informatiques perfectionnés pour vous pirater... Dans la réalité de vos élèves/jeunes, pirater le compte d'une autre personne peut leur apparaître comme une «blague». C'est ce qu'on entend dans le POV par le terme «pranker» qui signifie faire un canular, piéger une personne.

Identifions à présent les 3 piratages les plus fréquents:

● Le phishing

C'est un terme utilisé pour parler d'arnaques dans lesquelles de faux emails ou messages sont envoyés, par exemple avec un lien vers un site web ou une pièce jointe à ouvrir. Un virus qui peut entraîner la divulgation de vos données personnelles, dont vos données bancaires, peut s'installer. Un site Internet comme www.safeonweb.be vous explique clairement les procédures à suivre si vous êtes victime de phishing.

Même si c'est peut-être la première conséquence du piratage à laquelle penseront vos élèves, il y a de fortes chances qu'ils soient moins concernés par ce type de piratage que par les deux suivants.

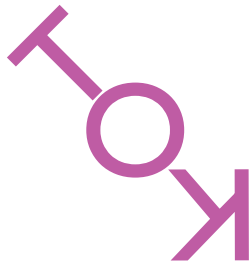
- L'usurpation d'identité

Il s'agit bien du processus dans lequel quelqu'un prend possession d'un compte qui n'est pas le sien, sans autorisation du propriétaire légitime, et se fait passer pour lui. Qu'il s'agisse d'un faux compte de star (pour profiter de l'image de la personne et faire de la publicité mensongère) ou pour en tirer des profits malhonnêtes, cette pratique est évidemment interdite par la loi. En effet, en plus d'être frauduleuse, elle n'est pas respectueuse du droit à l'image. Un conseil important pour les jeunes est de le signaler avant tout à la plateforme sur laquelle se présente le problème. Les réseaux sociaux rendent cet accès de plus en plus facile via leurs paramètres. Et si cette étape ne suffit pas, il est possible de porter plainte auprès de la police.

- Le cyber-harcèlement.

C'est ce risque qui semble le plus proche de la réalité des adolescent.e.s. Vous qui travaillez avec des jeunes, vous êtes certainement bien au clair avec les situations suivantes: la création d'un compte spécifique pour nuire à une personne (ou sa réputation), le vol de données personnelles (des photos ou des informations privées) ou encore la prise de contrôle d'un compte pour faire tenir des propos problématiques à une victime .

On vous en parle d'ailleurs dans la fiche 7 - le loup, la chèvre et le chou.



FICHE 7

LE LOUP, LA CHÈVRE ET LE CHOU

Cette thématique regroupe trois éléments régulièrement médiatisés, surtout dans leurs pires dérives aux issues dramatiques : les propos haineux en ligne, les challenges et le cyber-harcèlement. Il est important de les prendre au sérieux, bien sûr, mais il est surtout impératif de mieux les comprendre, au regard des usages des jeunes. Un conseil général pour ces trois problématiques ? Miser sur la prévention et l'accompagnement dans des espaces «saves» créés en amont.

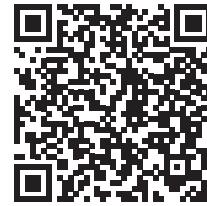
Le cyber-harcèlement

Sommet de l'inquiétude chez l'adulte, voici un phénomène dont on parle régulièrement dans les médias. Longtemps ignorée, cette problématique est à présent de plus en plus (et de mieux en mieux!) prise en main par les écoles et les associations qui la considèrent comme un point d'attention très important quand on encadre des jeunes. Cette très belle évolution dans la prévention ne doit pas nous empêcher de continuer à parler de ce sujet capital.

Il y a de nombreuses différences entre le harcèlement classique et le cyber-harcèlement. Voyons ça ensemble :

1. Là où le harcèlement «classique» pouvait être circonscrit au lieu où il se déroulait (l'école, un club de sport, etc.), le cyber-harcèlement a lieu tout le temps et partout via les réseaux sociaux. Il est donc largement plus invasif.

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



2. Il s'opère sur Internet au sens très large du terme. Souvent, on a cette impression que certaines plateformes sont plus propices à cyber-harcéler et on accuse rapidement les réseaux sociaux comme Instagram ou TikTok. Cependant, il est aussi possible d'utiliser Excel pour faire des classements de celles et ceux qu'on aime le moins dans la classe. Cessons donc de blâmer l'outil et développons de l'empathie chez nos jeunes.
3. Pour que le cyber-harcèlement soit considéré comme tel, il doit y avoir un effet de répétition. Pas forcément de la même personne. Et elle doit avoir l'intention de nuire!

4. Puisque cela se déroule en ligne, l'audience peut être beaucoup plus large et les contenus, reproduits à l'infini. La victime peut donc avoir l'impression que ça pourrait ne pas avoir de fin...
5. Enfin, on observe un déséquilibre des forces entre d'un côté la victime et, de l'autre, les harceleurs-euses et témoins.

Il est hyper important de sensibiliser les jeunes à leur rôle de témoins. En effet, si les témoins n'existent pas, le cyber-harcèlement pourrait prendre fin très rapidement. Le harceleur ou la harceuse cherche une audience et si elle ne répond pas présente, l'essai est un coup dans l'eau. C'est d'ailleurs une autre composante du cyber-harcèlement : la dissolution de la responsabilité. On entend souvent : «ouais mais c'est pas moi qui ai pris la photo», «mais moi je l'ai juste envoyée», "j'ai que liké c'est pas super grave". Toute personne impliquée dans le processus est donc considérée comme harceuse.

On rappelle tout de même le **cadre légal** : le droit à la tranquillité est protégé par la loi. Il n'existe pas de disposition pénale pour le cyber-harcèlement et il sera traité en fonction des circonstances et des intentions. On le sait : un-e mineur-e qui commet un fait qualifié d'infraction est soumis à des mesures protectionnelles. MAIS et on le met en grand, ça peut aller en justice si :

- le comportement est répétitif
- une atteinte grave à la tranquillité de la personne visée
- il y a un lien de cause à effet entre cette atteinte et le comportement répétitif
- le/la harceleur-euse savait ou devait savoir que son comportement porterait atteinte à la tranquillité d'autrui.

Les peines peuvent aller de 20 à 300€ d'amende et/ou d'un emprisonnement de 15 jours à 2 ans.

Quels conseils donner?

- En amont, et comme pour toutes les thématiques évoquées dans TAKOTAK, ouvrez le dialogue sur les usages d'Internet et des réseaux sociaux, en toute circonstance. Montrer que tous les sujets peuvent être discutés avec vous, dans un espace bienveillant et de confiance, fera que les jeunes n'hésiteront pas à venir vers vous en cas de problème.
 - Si vous gérez un groupe de jeunes, veillez à entretenir une ambiance positive au quotidien et insistez sur la notion de témoins (sans eux, pas de cyber-harcèlement).
 - On vient de le dire mais on le répète : sensibilisez au rôle de témoins positifs. Concrètement ça veut dire quoi ? En fonction des personnalités de chacun-e, de la proximité avec la victime, chaque personne peut réagir différemment : apporter son soutien à la victime, l'accompagner, en parler à un-e adulte de confiance. En sachant que la meilleure manière de soutenir c'est DE NE RIEN FAIRE. Ca peut paraître paradoxal mais c'est un fait. Pas un like, pas un commentaire de défense, rien. Ne pas être une audience réactive.
 - Concrètement, sensibilisez aussi à l'existence des paramètres de confidentialité sur les réseaux et aux possibilités de signalement de propos déplacés ou de comptes néfastes.
- Si malgré la prévention, un problème survient:**
- Invitez à parler avec une personne de confiance, que ce soit vous ou quelqu'un d'autre. N'hésitez pas à conseiller le numéro gratuit de Child Focus, le 116000, ou la discussion anonyme gérée par des jeunes, pour les jeunes sur le chat de www.cybersquad.be.

- Ne blâmez pas les réseaux sociaux. Un «je savais que ton Instagram causerait des problèmes» n'arrangera rien à l'affaire (et au pire, bloquera la conversation).
- Restez cohérent.e avec le cadre de discussion et la «safe place» instaurée auparavant, soyez à l'écoute et disponible.
- Signalez les comptes cyber-harceleurs auprès du réseau social concerné.
- Ayez conscience que, souvent, le cyber-harcèlement n'est pas l'unique problème rencontré par l'ado qui se confie à vous. Il peut aussi être la conséquence d'une accumulation d'éléments problématiques dans sa vie, qui méritent une attention particulière.
- **Abrège Frère accusé de propos misogynes** : le concept d'Abrège Frère c'est de résumer les vidéos jugées trop longues. Bien entendu, le TikTokeur le fait à la base pour rire. Cependant, avec un peu de recul, on se rend compte qu'il s'attaque très régulièrement à des femmes et que ces propos ouvrent la porte à de nombreux commentaires et attaques sexistes envers les femmes du milieu.
- **Ginger Chloe (et d'autres femmes) jugées trop grosses** : Ginger Chloe donc on parle dans la fiche 5 est une Instagrammeuse qui prône le body positive. Jugée trop grosse par la société pour s'afficher en maillot de bain, elle envoie balader les mauvaises langues. Mais il suffit de checker les commentaires qu'elle reçoit sous toutes ces photos. **Un autre exemple avec «avec militzayovanka»** qu'on vous donne ici.

Les propos haineux en ligne, balance ta crasse!

Une des branches du cyber-harcèlement, c'est la ligne des propos haineux. Toute insulte qui attaque les minorités : sexisme, racisme, validisme, âgisme, homophobie, et on en passe. Au même titre que pour le cyber-harcèlement, il existe un phénomène qu'on appelle l'effet cockpit.

L'effet cockpit, c'est quoi ? Et bien imaginez un.e pilote d'avion qui balance une bombe sur un territoire. Bien installé.e dans sa cabine, iel ne se rend compte de rien. Ni des hurlements, ni de la douleur. Les écrans, c'est la même chose. Nous voilà abrités.e.s derrière notre machine et nous ne nous rendons même pas compte que les mots et les propos sont blessants, dégradants voire, insultants !

On avait envie de vous présenter quelques exemples récents de propos haineux sur les réseaux sociaux. N'hésitez pas à les diffuser en classe pour décortiquer le problème avec vos jeunes.

- **Logfive, tiktokeur humoriste (déjà très limite)** a balancé une vidéo de sa mère en arrière plan qui tient des propos ultra racistes sur les bébés de couleur «J'ai horreur des bébés noirs, on dirait des gorilles.» Réaction de Logfive : hurlements de rire.

N'oubliez pas que la meilleure manière de faire est de signaler les comptes et commentaires haineux, de les bloquer et d'aller au bout de la procédure. Plus les signalements seront nombreux, plus grandes sont les chances de voir ces personnes bannies. Les réseaux sociaux ont des systèmes de modération bien faibles. Et même s'ils se targuent de développer des politiques anti-haine, le chemin à parcourir reste long. Il faut donc que les jeunes soient acteurs et actrices des plateformes sur lesquelles iels évoluent (et nous aussi, bien évidemment!).

Et n'hésitez pas à rappeler que la haine en ligne est punie par la loi. La liberté d'expression n'est pas absolue et a de nombreuses limites.

Les challenges, cap'ou pas cap'?

Se mettre au défi ou se mettre en danger?

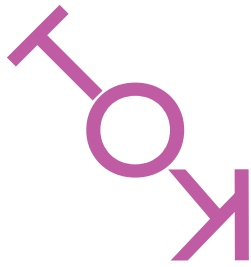
Se renverser de l'eau sur la tête, faire un défi sportif ou reproduire une chorégraphie, etc. Voici quelques exemples de challenges drôles et/ou innocents, même si ça ne semble peut-être pas toujours très malin aux yeux des adultes. Le principe des challenges n'est pas nouveau, songez aux «cap' ou pas cap'» de votre jeunesse... Mais depuis quelques temps, ils font les beaux jours des réseaux sociaux. On se filme, on met en ligne et on attend de voir les réactions que cela suscite.

Ne nous voilons pas la face, en dehors des exemples cités plus hauts, certains sont dangereux. Leurs issues potentiellement dramatiques sont, elles aussi, médiatisées régulièrement, contribuant par là à leur réputation sulfureuse.

Comment gérer cela avec des jeunes?

Avant tout, il faut les amener à prendre conscience de l'importance d'évaluer la situation avant de se lancer. Dans quel(s) but(s) faire ce challenge? S'amuser, se dépasser, OK. Mais céder à la pression d'un groupe et se mettre en danger, non! C'est dans ce deuxième cas de figure que résident principalement les dérives. Voici les conseils principaux destinés à aider le jeune à évaluer si un challenge est intéressant à faire ou pas (parce que oui, cela peut aussi être juste amusant...).

- Que dit ton intuition? C'est important d'être à l'écoute de soi-même pour sentir si on a envie de le faire ou non, en se demandant surtout pourquoi on veut le faire: juste pour rigoler ou pour trouver à tout prix une place dans un groupe? La participation est-elle libre ou contrainte (voire sous la menace)? Rappelons que rien ni personne ne peut jamais obliger quelqu'un à participer à un challenge.
- Cela amène à une autre difficulté: résister à la pression du groupe si on n'a pas envie. Cette démarche demande du courage et est d'ailleurs souvent plus difficile que le défi en lui-même.
- Cela induit également la question du respect de soi-même et des autres: quelles sont mes limites et celles des autres? Sont-elles respectées? Très concrètement, on peut se demander si ce défi peut entraîner une douleur physique ou psychologique causée par le challenge. Si la réponse est oui, c'est un signe évident qu'y participer n'est pas une bonne idée.
- Dans le prolongement du questionnement sur la douleur, on peut se demander si ce challenge occasionne des conséquences et des dangers, pour soi et pour les autres. Afin de vérifier s'il est anodin ou dangereux, il faut avoir le réflexe de se renseigner et bien sûr d'en parler si on a besoin d'aide.



FICHE 8

COÏNCIDENCE



?

LES MÉDIAS DE MASSE

L'expression francisée de «**mass media**» désigne les moyens de diffusion, rapides et auprès d'un très large public, d'information, de publicité et de culture. Un même message est donc transmis rapidement à un nombre très important de personnes.

Parmi tous ces médias, on compte traditionnellement **4 médias d'information** : la presse écrite, la radio, la télévision et Internet. Ceux-ci permettent, chacun à leur manière, un accès à l'information. Actuellement, c'est le média Internet qui remporte le plus de succès quand il s'agit de s'informer rapidement et facilement, auprès des jeunes et des moins jeunes.

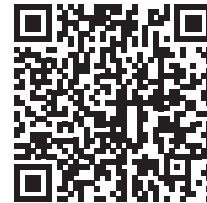
MÉDIAS EN LIGNE

Si la presse écrite est en perte de vitesse, les médias en ligne, eux, prolifèrent. De nombreuses questions se posent alors, à commencer par celle-ci: comment faire le tri face à ces innombrables sources d'informations ?

- Certains médias d'information existent en version «papier» et connaissent un prolongement en ligne (par exemple: le journal «Le Soir» et son appli)
- D'autres n'existent que sur Internet.

Pour se pencher sur ces derniers, il faut s'interroger sur la ligne éditoriale de chacun. C'est-à-dire qu'il faut prendre conscience que chaque média définit son identité, se fixe une ligne directrice et, en

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



fonction de cela, oriente la manière dont l'information sera traitée. Le public se dirigera vers tel ou tel média en fonction de ses affinités avec la **ligne éditoriale** (et évidemment, sous l'influence probable de l'algorithme qui le lui aura suggéré).

LES DÉFIS POUR LES MÉDIAS EN LIGNE!

Les journalistes sont confrontés à un nombre impressionnant d'informations à transmettre chaque jour. Comme ils ne peuvent pas parler de tout, ils doivent faire des choix et... ils font ceux-ci en fonction de la ligne éditoriale du média pour lequel ils travaillent! Sur Internet, on leur demande aussi du contenu sur des **formats courts, à produire en peu de temps**. C'est une fameuse contrainte.

A l'heure actuelle, certains médias brouillent un peu les pistes en mixant information et divertissement pour attirer les gens. C'est que la concurrence est rude pour attirer l'attention des utilisateur.rices... et l'**info-divertissement** (appelé aussi infotainment) a trouvé une formule qui fonctionne bien (Konbini par exemple)! Mais est-ce encore de l'information ? Peut-on lui faire confiance, sachant qu'il y a également des contenus sponsorisés par des marques ? Voilà un débat intéressant à mener avec des jeunes.

Les journalistes et les médias subissent une **crise de confiance** de la part des utilisateur.rices depuis quelques temps. En effet, sur des plateformes où tout le monde peut être journaliste et poster de l'information, comment et à qui faire confiance? Et avec le rythme effréné auquel les journalistes doivent faire face, comment garantir que toutes les informations sont vérifiées?

Nous en parlons à la fiche 1 - Tu veux un cookie?, les **algorithmes** conditionnent ce que nous voyons sur nos réseaux. Cela peut nous enfermer dans une **bulle de filtre**. Ce processus renforce complètement les adeptes des théories du complot, c'est-à-dire des récits pseudo-scientifiques ayant pour ambition d'expliquer des faits réels par une conspiration menée par un groupe malveillant.

AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE L'INFO SUR INTERNET

Les avantages les plus évidents sont la **rapidité** et la **facilité d'accès** de ces informations. Notons également leur mise à jour rapide au fur et à mesure que l'info évolue. Hop, il suffit de sortir son Smartphone et chercher de l'info en ligne. Ou plus vraisemblablement, comme le montre les enquêtes les plus récentes (comme Génération 2020), l'info arrive jusqu'à l'utilisateur.rice via les réseaux sociaux (et de nouveau, notons ici le rôle des algorithmes). A première vue, la **gratuité** peut constituer un atout majeur.

Bien sûr, comme chaque médaille a son revers, les trois atouts cités ci-dessus ont leur pendant négatif. La rapidité et la nécessité de mises à jour constantes rendent le travail des journalistes difficile. Une vérification acharnée de la fiabilité de l'information est nécessaire mais compliquée en fonction du temps imparti. Des erreurs de bonne foi peuvent se glisser, on parle alors de **mésinformation**. D'autres infos non fiables peuvent être publiées à des fins idéologiques parfois malveillantes, on parle alors de **désinformation**.

La gratuité, quant à elle, est également un aspect à explorer davantage. En effet, on peut se demander pourquoi payer l'accès à l'information en ligne là où on peut lire «la même info» gratuitement sur un autre site. La différence se situe ici: un média qui se présente comme «gratuit» a des objectifs de rentabilité qui peuvent être atteints, entre autres, grâce à la publicité. On rejoint alors la logique du temps de cerveau disponible et de **l'économie de l'attention**.

LES DEUX GRANDES TERREURS : WIKIPÉDIA ET CHAT GPT

Wikipédia, l'encyclopédie collaborative en ligne bien connue, a longtemps fait l'objet d'une méfiance absolue de la part de l'école particulièrement. A présent, face aux enjeux suscités par l'apparition des IA génératives, sa réputation tend à s'améliorer. Il n'en reste pas moins que, même si les méthodes de vérification des infos ajoutées sont régulières et fonctionnelles, utiliser Wikipédia a surtout du sens en début de recherche, quand on veut s'intéresser globalement à un sujet. Cette première recherche doit évidemment être complétée par d'autres et les différentes sources doivent être comparées, confrontées et donc, recoupées, selon le jargon consacré.

C'est finalement le même conseil qui peut s'appliquer à l'utilisation des IA. Nous n'en sommes qu'aux balbutiements de

l'utilisation des chatbots conversationnels comme [Chat GPT](#) à l'école et avec des jeunes de manière générale. Les progrès fulgurants de cette technologie sont tels que les propos écrits à son égard peuvent vite être caducs. Cependant, même si elle fait peur, l'IA peut être un outil intéressant pour débiter une recherche. Et c'est également l'occasion d'adopter un recul critique sur celle-ci en comparant la réponse qu'elle apporte à une question face à ce qu'en disent d'autres sources.

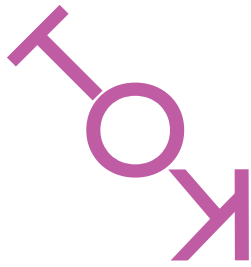
Deux conseils pour clôturer cette thématique :

Premièrement, suivez des comptes infos Insta, YouTube et TikTok adaptés aux jeunes :

- [Hugo Décrypte](#) (YouTube - Instagram - TikTok - Twitch)
- [Keys Actus](#) (Instagram - Facebook)
- [Decod'Actu](#)
- [Arte Junior](#)
- [Ceux des médias nationaux traditionnels](#) (afin de comparer les lignes éditoriales)

Deuxièmement, vérifiez vos sources :

- Faire une bonne recherche initialement (en formulant bien sa requête par exemple)
- Identifier clairement l'auteur-riche de la source (et donc se positionner quant à sa fiabilité)
- Remonter à la source initiale si possible
- Comparer plusieurs sources différentes (et vérifier que les médias traditionnels en parlent)
- Partir du principe que, plus c'est étonnant, plus cela doit être vérifié!



FICHE 9

PIGEON



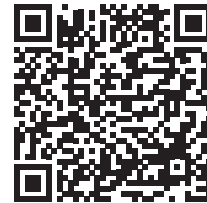
Internet, le royaume de l'escroquerie?

Dans la thématique sur la cybersécurité (fiche 6), nous vous parlions de piratage (appelé aussi hacking), cette manoeuvre au cours de laquelle un individu malveillant prend le contrôle d'un compte sur un réseau social, par exemple, dans le but de le détourner (dérober des données personnelles, professionnelles, bancaires, usurper l'identité, etc.). Des données sont donc manipulées à des fins malveillantes. Dans le cadre d'une arnaque, c'est bien souvent une personne qui est manipulée. Par exemple, quelqu'un peut abuser de votre confiance pour vous soutirer de l'argent. Tout autant punissable par la loi que le piratage, l'arnaque peut prendre de multiples formes.

C'est quoi le Phishing ?

Appelé également le **hameçonnage**, le phishing se présente le plus souvent via les mails indésirables, les spams mais aussi via des messages directs sur les réseaux sociaux ou sur votre téléphone. Bah oui, c'est bien pratique de savoir à quelle heure va passer le livreur Amazon. Mais du coup, la porosité entre un réel message d'organisation et des arnaques est de plus en plus grande. Concrètement, vous recevez d'une manière ou d'une autre une incitation à cliquer sur un lien, ouvrir un email, télécharger une appli sous un faux prétexte. Vos données sont alors «volées». Cela peut occasionner des dégâts importants comme une perte financière importante (en ayant accès à vos données bancaires) ou une usurpation d'identité (en ayant accès à vos dossiers personnels).

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



Il existe depuis peu une nouvelle invention : le **quishing**, contraction de QR code et phishing. C'est une technique pour voler de l'argent via de faux QR codes. Sachez que si vous êtes victimes de cette arnaque, votre banque peut vous rembourser si l'opération s'est faite automatiquement. En revanche, si vous avez encodé votre code, aucun remboursement n'est prévu.

Les influenceur.euses peuvent-ils arnaquer?

C'est quoi, un-e influenceur-euse? Il s'agit de personnes qui partagent des contenus via les réseaux sociaux sur des thématiques et leur mode de vie. Leur succès se mesure à la communauté qui les suit, le but étant qu'elle soit la plus nombreuse possible à

suivre régulièrement ce qu'ils postent. En toute logique, les marques ont vu dans ces influenceur-euses l'opportunité de faire de la publicité via **des partenariats rémunérés, des collaborations ou des parrainages**. C'est donc l'influence exercée par l'influenceur-euse sur sa communauté, grâce à sa popularité, sa proximité, son rôle de «modèle accessible», qui va avoir un impact sur la consommation des followers. Plus largement, on peut parler de **marketing d'influence** quand l'influenceur-euse reçoit une contrepartie financière ou en nature et que l'annonceur a son mot à dire sur la communication.

Quel cadre légal pour les contenus sponsorisés?

Un cadre a été imposé aux influenceur-euses à propos des contenus sponsorisés (c'est-à-dire quand ils reçoivent une contrepartie): la publicité doit toujours être identifiable comme telle et il en va de leur responsabilité de communiquer de manière claire et transparente qu'il s'agit d'un message commercial. L'expression «partenariat rémunéré» ou le hashtag «collab» ou «pub» sont des indices très clairs, par exemple.

Le problème, c'est que ces mentions sont écrites en minuscule sur des publications photo ou vidéo ou mentionnées en début de vidéo.

Le dropshipping

Il arrive régulièrement aux influenceur-euses de pratiquer le **dropshipping**, c'est-à-dire de proposer des produits en ligne sans en détenir les stocks. Ceux-ci sont chez un fournisseur qui peut se situer à l'étranger (un délai de livraison très long en est un indice). Et souvent, ils proposent des produits médiocres vendus 80 à 200 fois plus chers.

Aucune obligation légale n'impose au vendeur ou à la vendeuse de dire au client-e qu'il pratique le dropshipping. Tout cela est donc légal mais source de nombreuses

arnaques (colis défectueux, non-conformes, jamais envoyés, sans délai de rétractation...). La plus grande prudence est donc requise! On vous invite à regarder la **vidéo d'Un Créatif** à ce propos.

Et les autres types d'arnaques?

Il y a encore beaucoup à dire, malheureusement, sur les différents types d'arnaques qui existent en ligne et ailleurs... Nous ne pouvons que vous inciter à rester vigilant-es et à vous renseigner régulièrement à ce sujet. Sachez aussi qu'avec les progrès de l'intelligence artificielle, les arnaques peuvent prendre encore une autre dimension: qu'elle imite la voix, l'image ou le style d'écriture d'un-e de vos ami-es, elle a beaucoup de cartes en main pour vous duper. Mais n'oubliez pas non plus que des arnaques courantes existent aussi via SMS. De plus en plus de techniques commerciales se font via ce canal (La Poste, des entreprises de livraisons, Vinted, etc.) donc il est logique que des arnaques y fleurissent également, souvent en vous incitant à cliquer sur un lien.

A quoi être attentif-ve?

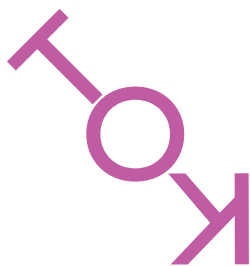
Pour éviter le piratage ou les arnaques, il n'y a pas de formule magique. Tout le monde est susceptible de se faire avoir. Nous ne sommes pas des pigeon-nes pour autant. Loin de là ! Les techniques se professionnalisent. A l'époque, de grosses fautes d'orthographe nous mettaient la puce à l'oreille. Aujourd'hui, déceler le vrai du faux devient très compliqué. Mais on peut limiter la casse.

Pour éviter de se faire pirater, déjà, on utilise des bons mots de passe (on vous renvoie vers la fiche 6 - Cyb3r \$3cur1ty). N'oubliez pas non plus d'activer l'authentification à deux facteurs. En d'autres mots, pour vous connecter, on vous demande de confirmer votre identité via un autre canal. C'est loin d'être une perte de temps quand on sait le nombre de tentatives de piratage par jour.

Pour éviter les arnaques:

- on repère les **comptes officiels** des personnalités sur les réseaux sociaux. Par exemple, sur Instagram, il s'agit d'un badge V bleu à côté du nom de la personnalité. A présent payante, cette fonctionnalité "Méta verified" indique que la maison mère s'est assurée de l'identité de la personne concernée. De cette manière, vous pouvez davantage faire confiance à un compte officiel qui souhaiterait faire la promotion d'un produit. Même s'il est évident que nous vous conseillons de garder votre esprit critique en toute circonstance ;-)
- De manière générale, on suit **son intuition** et on fait appel à **son bon sens**. Ne cliquez pas sur un lien qui vous semble étrange, survolez-le avant d'éventuellement cliquer afin de voir vers quoi il renvoie, ne croyez pas que vous avez gagné un concours auquel vous n'avez pas participé, soyez très vigilants face à un mail qui vous demande de divulguer des données personnelles, vérifiez que votre connexion est sécurisée (avec le cadenas ou https dans l'url), utilisez des sites officiels pour les paiements.

Enfin, si on remarque des messages qui semblent suspects, on contacte suspect@safeonweb.be ou la ligne "pour un Internet plus sûr" de Child Focus, le 116000 (gratuit et accessible 24h/24)



FICHE 10

LA MIFA



La carte WOW et les POV des jeunes montrent en filigrane une réalité très importante: les écrans sont régulièrement sources de conflits entre adultes (parents, enseignant-es, éducateur-rices) et jeunes. Est-il possible de faire en sorte qu'ils deviennent plutôt un atout dans cette relation intergénérationnelle ?

Il n'existe évidemment pas de réponse toute faite et universelle. Cependant, il est intéressant de faire le point sur les conseils généralement donnés dans le domaine de l'éducation aux médias.

LES USAGES NUMÉRIQUES DES JEUNES

Que font les jeunes sur les réseaux sociaux ? Eh bien, avant tout, ils se socialisent. Oui, tout comme vous peut-être à leur âge en passant un petit mot discrètement à un-e ami-e pendant un cours ou quand vous parliez de tout et de rien, des heures, au téléphone fixe de la salle à manger, à l'instant même où vous déposiez votre sac à dos à la fin des cours. Mais évidemment, à l'heure actuelle, les possibilités sont beaucoup plus nombreuses, l'audience, potentiellement plus élargie et les enjeux, par conséquent, différents. Rapidité, instantanéité et réactivité sont les maîtres mots de la communication actuelle! Regarder des vidéos, aller sur les réseaux sociaux, écouter de la musique, discuter en ligne avec des ami-es, jouer à des jeux en ligne sont autant d'activités variées qui font partie de l'espace social des jeunes.

C'est peut-être bien différent des socialisations des adultes, quoique... Se poser des questions sur les usages numériques des jeunes nous

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



pousse également à interroger les nôtres. Combien de temps y passons-nous ? Arrivons-nous à «décrocher» facilement ? Comment entretenons-nous les contacts avec nos ami-es, notre entourage ? Pour bon nombre d'adultes, les réseaux sociaux sont chronophages. Avez-vous déjà vérifié le temps d'écran passé sur votre téléphone ?

ET POURQUOI TOI, TU PEUX?

Comme le montrent les POV du jeu, les jeunes, pour qui le sens de la justice est souvent important, pointent volontiers les incohérences entre ce que l'adulte prescrit comme règle et l'usage que lui en fait. Cela traduit bien la difficulté de l'adulte, dans sa volonté de bien faire, à se positionner face à toutes ces technologies.

Nous vous le disions plus haut, il n'y a pas une seule réponse dans la mesure où chaque famille ou chaque groupe créent ses propres règles. Et voici quelques pistes.

- S'intéresser aux usages numériques des jeunes

Demander aux jeunes ce qu'ils font sur les réseaux sociaux, sans une once de jugement, est primordial dans une perspective d'accompagnement et de discussion. Ce n'est pas grave si on ne sait pas tout, c'est même un atout dans la relation que de laisser le ou la jeune être un-e expert-e de ce domaine et d'apprendre de lui et d'elle, en toute bienveillance. En s'intéressant sincèrement aux usages des jeunes, vous ouvrez un espace de communication et vous laissez les portes ouvertes pour le jour où il y aurait éventuellement un souci.

- S'interroger sur nos propres usages

Les enfants et les adolescent.e.s peuvent reprocher à leurs parents de pratiquer le sharenting (voir fiche 3 - Gêneance). Cette contraction des mots anglais «share» (partager) et «parenting» (parentalité) désigne la tendance à publier sur les réseaux sociaux des images de ses enfants. Sans nécessairement penser à mal, le parent expose son enfant (ou celui des autres) dès le plus jeune âge sans son consentement, ce qui peut occasionner de la gêne plus tard et par ailleurs, une distorsion avec ce qu'on attend légitimement de son enfant: respecter le droit à l'image des autres.

Et n'oublions pas que WhatsApp (ou autres espaces de messagerie instantanée) est une application comme les autres : on retrouve beaucoup de groupes privés dans lesquels on envoie les photos des enfants à la plage, qui viennent de naître, etc. Ces photos sont aussi collectées dans les serveurs de nos apps préférées!

- Accompagner

Afin de préserver un «safe space» où les jeunes pourront s'exprimer (en cas de problème ou au quotidien), soyons à l'écoute et dans l'ouverture, même quand les usages qu'ils partagent avec nous, nous semblent à mille lieues de nos intérêts. Autre principe important: ne soyons pas anxieux outre mesure. Certes, il existe des dérives bien connues (et largement relayées par les médias) de l'usage des réseaux sociaux mais il y a aussi des avantages au numérique dans la famille: communiquer, s'informer ensemble, favoriser la créativité, trouver une motivation, varier les contextes de développement de l'identité, aborder l'accompagnement scolaire autrement.

En accompagnant les jeunes que vous côtoyez, vous pouvez les responsabiliser quant à leurs usages de ces espaces numériques et également les autonomiser.

- Poser et garder le cadre

Il appartient à l'adulte d'exprimer clairement ce qu'il est permis ou pas de faire dans les usages numériques (droit à l'image, respect de la vie privée,...), et, dans la perspective de l'accompagnement dont nous parlions plus haut, pourquoi ne pas fixer ces règles ensemble... Bien sûr, elles seront différentes pour chaque milieu en fonction des valeurs en vigueur et du contexte. Ce cadre pourra être rediscuté en fonction de l'âge des enfants.

Quels seraient les sujets à aborder pour poser un cadre?

- En tant que responsable d'un-e jeune, on peut mettre en avant l'importance de favoriser son équilibre en l'amenant à adopter des habitudes de vie saine : nourriture, sommeil et... temps d'écran! Définissez ensemble les moments opportuns pour utiliser les écrans et ceux qui ne le sont pas (en essayant, par exemple, de trouver un équilibre entre temps d'activité physique et sédentaire).

- Il est possible de le faire aussi pour les lieux (par exemple, pas à table pendant les repas). On peut aussi aborder l'importance de l'ergonomie quand on utilise un écran (les yeux, le dos, la nécessité d'une vie active à côté de la sédentarité liée souvent aux écrans).
- Le comportement en ligne : la gestion de son identité (la sienne et son prolongement en ligne) que va-t-il montrer de lui en ligne ? Comment va-t-il gérer son intimité ? (voir thématique sur ce sujet) Comment s'adresser aux autres en ligne ? Comment s'assurer d'un respect mutuel ? (voir la fiche 2 - Public / privé).
- Des règles d'utilisation : partage du mot de passe ? Que faire en cas de perte/casse? Qui assume les conséquences en cas de problème et comment ? (voir la fiche 6 - cyber-sécurité).

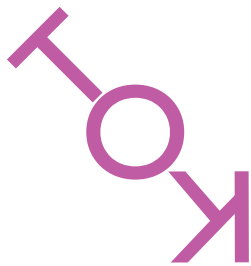
Si le cadre est fixé pour les enfants, il peut aussi l'être pour les adultes, qu'il s'agisse des parents et/ou des enseignant-es. Si le téléphone est interdit en classe, pourquoi le ou la prof a le droit de «check ses messages ou ses mails» ? Soyons donc l'exemple, réfléchissons à notre posture et à ce qui est cohérent avec nos valeurs éducatives!

UN EXEMPLE CONCRET?

Stéphanie Dionne de l'École Branchée au Canada propose un modèle d'entente d'utilisation d'appareil numérique au sein de la famille, qui peut être adapté à la classe. Le canevas est divisé en 2 parties : la première revêt la forme de texte continu qui évoque le contexte dans lequel ce contrat prend vie et les raisons qui poussent les parents/enseignant-es à le faire. La deuxième est un ensemble de règles à respecter. Il s'agit ensuite de faire «signer» toutes les personnes concernées.

Le modèle, plutôt à destination des parents, est tout à fait applicable dans le cadre d'une classe ou d'un groupe en informel (les mouvements de jeunesse, les maisons de jeunes, etc.). Il faut bien entendu l'adapter en fonction du contexte, de l'événement, de l'âge des enfants, etc.

On aime rappeler que ces règles, bien qu'insufflées par les adultes, doivent être comprises et réellement acceptées par les jeunes. C'est justement le moment de créer de la discussion et de l'accompagnement, voire de l'adhésion, plutôt que du contrôle.



FICHE 11

GAMERS & GAMEUSES

Parfois très méconnus de certains adultes, les jeux vidéo sont pourtant multifacettes: un business florissant, une passion d'ado (et pas seulement...), un sport de compétition (esport) et enfin, le lieu de cristallisation de conflits familiaux! Bref, ils font parler d'eux, tant chez les adultes étrangers à ce domaine que chez ceux et celles, gamers-euses de longue date, qui se posent des questions sur leurs usages en voyant ceux des jeunes...

ETAT DES LIEUX

Les jeux vidéo peuvent être classés dans des catégories. Nous vous proposons un état des lieux, très loin d'être exhaustif, qui pourrait malgré tout vous aider à appréhender ce monde peut-être inconnu. (Mais vous commencez à connaître notre rengaine, la meilleure manière de s'informer à ce sujet reste de demander à vos jeunes ;-))

- Les **jeux de plateforme**: ils reposent sur la simplicité: un héros ou une héroïne saute d'élément en élément pour éviter des obstacles (ravins, lave, etc.) et change de niveau à la fin de chaque partie réussie pour faire avancer le jeu. Par exemple: Super Mario Bros et Sonic.
- Les **FPS** (First Person Shooter): ce sont des jeux vidéo de tir en 3D très immersifs (on peut voir l'action à travers les yeux du héros ou de l'héroïne, sauf

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



dans la variante des TPS où l'on voit la scène «derrière» le personnage). Ils demandent de la concentration et de la précision pour abattre rapidement l'adversaire avant d'être touché. Par exemple: les Counter Strike et Call of Duty.

- Les **RPG** (Role Playing Game ou «jeu de rôle» en français): inspirés initialement des jeux de rôle sur table (comme Donjons et Dragons), ils permettent à un-e joueur-euse d'incarner un rôle qui évolue dans une aventure. Grâce aux multiples possibilités de scénario et aux dialogues, ces jeux offrent immersion et attachement aux personnages. Par exemple: Final Fantasy, la licence Zelda.

- Les **MMORPG**: ils associent jeux de rôle et jeux en ligne multijoueurs-euses. C'est donc une variante des RPG et leur succès est dû à cette interaction, à la collaboration avec d'autres joueurs-euses et au fait que ce jeu n'a jamais de fin! Le terme «raid» qui apparaît dans les POV fait d'ailleurs référence à la possibilité de lutter en groupe contre les créatures du jeu. Par exemple: World of Warcraft, Final Fantasy XIV
- Les **MOBA**: ces Multiplayer Online Battle Arena mettent en scène un arène multijoueurs où le but est «simplement» de vaincre l'adversaire. Cela demande donc de la coopération, ce qui explique que ce soit la référence pour l'Esport. Stratégie, anticipation et esprit d'équipe sont les maîtres-mots de cette catégorie. Par exemple: League of Legends

Il existe une multitude d'autres catégories que nous vous citons ici: Party game (Among Us, Just Dance), jeux de simulation, jeux de sport (FIFA), jeux de combats, jeux d'horreur, jeux sandbox, Battle royal (Fortnite), jeux d'action et d'aventure, puzzlers, jeux de réflexion, etc. N'hésitez pas à consulter les deux articles indiqués dans les ressources pour aller plus loin.

Le jeu vidéo est donc un média vidéoludique. Il permet aux utilisateur-ices de jouer, de communiquer, de se montrer créatif-ve et de développer potentiellement des aptitudes positives.

SES ATOUTS

Vous le comprenez, l'univers des jeux vidéo présente des atouts peut-être insoupçonnés.

- **Un lien social**: pendant le confinement lié à l'épidémie du Covid-19, l'OMS (organisation mondiale de la santé) en a conseillé l'usage aux jeunes pour briser leur isolement. Bon, même si c'est un peu contradictoire à leur envie de

reconnaître «l'addiction» au jeu vidéo comme maladie mentale (et vous vous doutez qu'on est complètement contre cette idée!). Cependant, les jeux vidéo créent un lien très fort de collaboration, d'entraide et de communication.

- **Les nombreuses compétences développées** : l'agilité intellectuelle (rapidité d'analyse et de décision) et l'intelligence spatialisée (repérer très rapidement dans un espace ce dont on a besoin pour l'action) sont surtout mises en avant. On peut aussi discuter de la résolution de problèmes, de la coordination main-oeil, etc.
- **Se changer les idées**: être un-e adolescent-e n'est pas facile tous les jours... S'évader quelque temps dans un jeu vidéo peut donner un répit appréciable pour mieux affronter ensuite les éventuels problèmes rencontrés.
- **Profiter de merveilles technologiques et l'exploration de mondes imaginaires** : les jeux vidéo offrent souvent des mondes fantastiques qui peuvent stimuler l'imagination des joueurs et des joueuses.
- **Passer un bon moment** : les jeux vidéo sont loin d'être des médias qui éloignent. Tout au contraire, ils peuvent rapprocher des générations. Des jeux utilisés sur la Wii par exemple sont de formidables moments passés entre ami-es ou en famille.

N'oublions pas non plus qu'il existe, à côté des jeux vidéo plus «classiques», ce qu'on appelle des serious game. Des jeux qui ont des portées éducatives à la base dans une démarche ludique. Et on ne parle pas seulement d'activités pour apprendre l'orthographe en s'amusant, non non. Pour une anecdote un peu cocasse mais bien réelle, certains jeux vidéo sont utilisés en maisons de repos pour freiner l'évolution

de certaines pathologies. Neuroracer est un jeu de voitures où la personne doit réaliser 2 actions en même temps, ce qui offre à nos aînés la possibilité de développer des fonctions cérébrales spécifiques. X-TORP, est un jeu vidéo d'aventure pour les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer.

ET ALORS, LA VIOLENCE DES JEUX VIDÉOS !?

On entend souvent «mais les jeux vidéo violents rendent nos jeunes violents».

FAUX. Voilà.

Bon, on pourrait s'arrêter là mais on ne va pas le faire. Il est vrai que le réalisme proposé dans certains jeux vidéo peuvent faire peur, surtout quand il s'agit de jeux où les actions sont violentes (foncer dans d'autres voitures, tuer des gens, etc.). Mais la causalité entre «jouer aux jeux vidéo violents» et «être violent» est une légende urbaine. On vous explique. *En réalité, une étude réalisée en 2014 à l'Université de Rochester montrait que le fait de ne pas atteindre un nouveau niveau pouvait rendre le joueur ou la joueuse plus agressive et lui faire ressentir une forme de colère. Richard Ryan, le psychologue à la base de la recherche, explique que la présence de la violence n'apparaissait pas comme un facteur déclencheur. C'est tout un contexte autour qui pourrait mener à de la violence : un contexte familial, personnel, scolaire.*

D'ailleurs, un autre psychologue de Floride, Christopher J. Ferguson soutenu par les recherches d'une sociologue Karen Sternheimer, souligne que les taux de crimes violents commis par des mineur-es a baissé de 77% dans les 10 années qui ont suivi la sortie de plusieurs jeux vidéo en 3D dont les objectifs étaient de «shooter» d'autres personnes. Les jeux vidéo peuvent devenir un exutoire. Selon une étude de

l'ALD (Association canadienne du Logiciel de Divertissement), 85 % des joueuses et joueurs interrogés ont affirmé que les jeux vidéo atténuent le stress; 84 % considèrent que cette activité leur apporte de la joie.

«NOS ADOS SONT ACCROS AUX JEUX VIDÉO»

Il faut utiliser cette idée avec énormément de vigilance. On préfère parler de pratique excessive plutôt que d'addiction. Ça vient d'ailleurs de l'OMS (dont on parlait au début de cette fiche). En anglais, l'Organisation Mondiale de la Santé a parlé de «gaming disorder» et ça a été traduit en français par «addiction aux jeux vidéo». Grande erreur car cela a fait peur à tout le monde. Il s'agit plutôt d'un trouble. Et pour qu'il y ait un trouble, il faut qu'il y ait un surinvestissement des écrans **AU DÉTRIMENT** des autres aspects de la vie personnelle du jeune ou de la jeune et ce, pendant au moins 12 mois. Vanessa Lola, *psychologue clinicienne et spécialiste des comportements numériques annonce qu'au niveau des études, on a 1 à 2% de la population qui pourrait avoir un trouble du jeu vidéo, ce qui est extrêmement faible.*

MAIS ALORS QUE FAIRE?!

Vous avez l'impression que les jeunes passent leur temps sur Fortnite? sur le nouveau GTA6? Il faut sortir de ces usages d'adultes! Vanessa Lalo explique "en ce qui concerne le jeu vidéo, si on ne joue qu'une heure par semaine mais qu'on ne pense qu'à ça toute la semaine, ça va être potentiellement très compliqué et générer un trouble. Si en revanche, on joue 12, 13, 14 heures par jour parce qu'on est un joueur professionnel, on n'aura aucun trouble parce que c'est cadré, on s'entraîne d'une manière sportive avec une équipe, avec une hygiène de vie. On se lève à heure fixe, on mange à heure fixe, on dort bien, on fait du sport..."

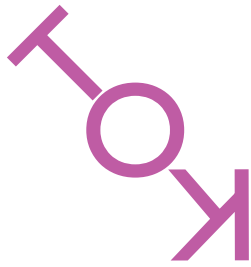
- Comme nous l'avons déjà dit dans plusieurs autres thématiques, misez sur **l'accompagnement**. Intéressez-vous aux pratiques des jeunes et adoptez un point de vue a priori **positif**. Pour les plus jeunes surtout, informez-vous sur les jeux auxquels ils jouent. Les normes PEGI peuvent vous donner une indication intéressante à propos de l'âge requis et du contenu du jeu. Cette recommandation ne vous donnera malgré tout pas ce conseil: considérez le jeu vidéo comme une source de loisirs et d'apprentissages et non pas comme un-e baby-sitter!
- En parlant justement de la gestion du temps: **discutez-en** ensemble et fixez plutôt un nombre de parties (quand c'est possible dans la structure du jeu) plutôt qu'un temps précis qui pourrait obliger à stopper en plein milieu d'une action. Vous n'apprécieriez pas qu'on interrompe votre série en plein climax, non?
- Soyez **un-e modèle** pour vos jeunes. Il sera difficile de limiter leur temps de jeu si vous-mêmes, vous scrollez sans fin sur votre téléphone.

PAR CONTRE, LE SEXISME ET LA MISOGYNIE SONT BIEN PRÉSENTS

Bon déjà, il ne faut pas être un-e feru-e des jeux vidéo pour se rendre compte que les personnages des jeux vidéo sont sexistes et hypersexualisés. Les personnages masculins sont du genre macho, gros muscles et j'ai tout envie de péter ! Les personnages féminins ont des attributs qui correspondent aux standards de ce qu'aime (dans la norme) les hommes. Elles sont souvent représentées à moitié nue ou dans des tenues hyper suggestives. On pourrait déjà questionner la représentation des femmes dans les jeux vidéo.

Mais on a aussi envie de parler des voix qui s'élèvent depuis quelques temps autour des propos sexistes, misogynes, dégradants et insultants que vivent les meufs qui jouent aux jeux vidéo. Elles essayaient déjà de parler mais la situation a réellement éclaté lorsque Maghla a dénoncé une vague de cyber-harcèlement sexiste auquel elle est confrontée, et ce depuis des années. Le mouvement a pris de l'ampleur et des centaines de joueuses, streameuses ont trouvé un (petit malheureusement) espace pour se faire entendre. Menaces, deepfakes, usurpation d'identité, etc. Elles vivent un enfer, tout ça, parce que ce sont des femmes sur un terrain créé par et pour les mecs. Certaines vont même jusqu'à utiliser de faux pseudos et ne jamais parler dans des jeux vidéo collaboratifs en ligne, pour éviter qu'on ne reconnaisse qu'elles sont des femmes et donc qu'on les nie pendant le jeu (au mieux) et qu'on les insulte et les menace (au pire!).

On vous invite à regarder quelques vidéos à ce propos qui se trouvent dans les ressources.



FICHE 12

DIVERSITY



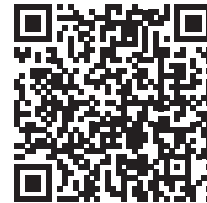
C'EST QUOI, UN PRIVILÈGE?

Selon Wikipédia, on définit le privilège comme un «avantage particulier considéré comme conférant un droit, une faveur à quelqu'un-e, à un groupe». Sur notre planète, il semblerait que les personnes qui détiennent cet avantage soient blanches de peau, de genre masculin, cisgenres (dont le genre correspond à celui assigné à la naissance), hétérosexuelles et valides. Elles constituent le groupe dit dominant, non en nombre mais en pouvoir.

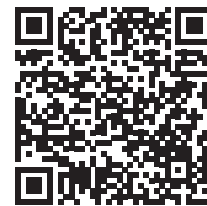
Mais comment est-ce possible, dans une société où les êtres humains sont censés, si on en croit la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (à remplacer aujourd'hui par «humains», et vous comprendrez bientôt pourquoi), naître libres et égaux en dignité et en droit? Et bien, parce que cela fait belle lurette que nous vivons dans une société dite «patriarcale». Cela n'a certes pas toujours été le cas. Mais aujourd'hui la société semble dominée par le genre masculin. Ne nous dit-on pas depuis notre enfance que le masculin l'emporte sur le féminin? Ajoutez à cela une société occidentale régie par le capitalisme, et vous obtenez un monde dans lequel il est difficile de vivre avec dignité et confort si l'on ne correspond pas à la norme véhiculée par les médias, la publicité, et autres outils de ce paradigme.

Mais revenons à nos critères d'intégration: si une personne blanche, cisgenre, hétérosexuelle, valide, financièrement et socialement aisée naît avec un capital réussite maximal, les personnes qui ne répondent à aucun de ces critères risquent

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



à l'inverse de rencontrer de nombreuses difficultés au cours de leur vie. Ainsi, une femme noire, transgenre et homosexuelle cumule ce que l'on pourrait appeler de nombreuses «tares sociales». On parle dans ce cas d'«intersectionnalité», une notion sociologique et politique qui désigne «la manière dont les différentes formes d'oppression comme le racisme, le sexisme, le classisme, le validisme, l'homophobie, la transphobie, et d'autres, s'articulent et se renforcent mutuellement. Ou encore, «la situation de personnes subissant simultanément plusieurs formes de stratification, domination ou de discrimination dans une société».

Comme nous l'avons vu dans la fiche 4 - Miroir, mon beau miroir, le «beauty privilege» est un biais humain qui veut que nous soyons plus avenant-es avec

des personnes considérées comme belles, attirantes. Il peut aussi donner lieu à des comportements et remarques racistes, comme le traditionnel «elle est belle pour une noire». Racisme qui peut même s'opérer au sein de minorités ethniques. Les personnes afro-descendantes auraient créé (inconsciemment ?) une hiérarchie au sein de leur communauté: plus leur peau est claire, plus elles sont valorisées. Les acteur·ices aux traits fins semblent également privilégié·es dans les castings des fictions audiovisuelles. En fait, le formatage semble toujours s'opérer selon ce même modèle blanc de type dit «caucasien-ne». Un effet renforcé par l'utilisation des filtres qui amèneraient à une standardisation des corps et visages. Vous avez dit diversité?

La question à se poser alors, c'est : comment favoriser l'accès à ces comptes plus positifs et inclusifs? Question d'algorithmes, nous direz-vous (vu que vous avez dévoré la fiche 1 - Tu veux un cookie ?). Et oui, d'autant plus que nous allons nous rendre compte dans le point suivant que ceux-ci ne sont pas tout à fait neutres, à partir du moment où ce qui est considéré comme neutre est le masculin blanc.

NEUTRES, LES ALGOS?

Les débuts des recherches sur l'intelligence artificielle datent de 1956. Ce sont principalement des chercheurs blancs qui les ont menées. Les algorithmes ne sont pas racistes ni sexistes en tant que tels, mais le fait qu'ils aient été entraînés sur des images représentant des hommes blancs, et uniquement ce groupe démographique, rend leur fonctionnement discriminatoire. Les personnes qui les développent y diffusent leurs préjugés inconscients.

Pas étonnant dès lors de constater que les algorithmes, encore aujourd'hui, donnent de meilleurs résultats sur des visages masculins que sur des visages féminins,

sur des visages clairs que sur des visages foncés. Ainsi, en 2021, l'algorithme de Facebook confondait des hommes noirs avec des singes. Il est en réalité impossible de séparer le social du technique. Les algorithmes utilisés aujourd'hui ne prennent pas de décisions éthiques, mais mathématiques. Il n'y en a aucun pour définir ce qui est juste. Si elles sont censées représenter et servir l'avenir, les intelligences artificielles intègrent notre histoire, y compris ses pages les plus sombres. Les machines se basant sur les représentations inégalitaires du passé et le monde s'éduquant via ces machines, on comprend assez vite dans quel cercle vicieux l'on peut s'emprisonner, empêchant ainsi tout progrès social.

Un bon exemple est celui du peu de diversité qu'offrent le cinéma et la télévision. D'aucun·e rétorquent : «Oui, mais la société est comme ça, ce n'est qu'un reflet de celle-ci». Peut-être, mais pourquoi ne pas un peu booster ces représentations virtuelles pour que la société réelle se diversifie à son tour et soit plus inclusive ? Pour rappel, le racisme est institutionnalisé et systémique, ainsi que le sexisme. En fait, les représentations ne sont pas une histoire de potentielle vexation de la part de minorités. Pour les jeunes, il est important d'avoir accès à un monde virtuel qui leur propose des modèles auxquels s'identifier, des modèles qui leur ressemblent, et qui légitiment simplement leur place dans la société. Comment évoluer et grandir sereinement dans un monde servi par des outils numériques qui renient votre existence? Ou la dénigrent en la relayant à l'arrière-plan, aux seconds (voire aux mauvais) rôles ?

Qu'ils soient utilisés à des fins commerciales ou de surveillance étatique, les algorithmes creusent chaque jour le fossé des inégalités sociales. La question serait dès lors de savoir comment rendre les algorithmes plus empathiques. En attendant, voyons comment l'on peut nous-mêmes reprendre le pouvoir sur nos outils numériques pour bénéficier d'une vision du monde plus diversifiée.

SORTIR DE SA BULLE

Revenons à nos algorithmes. On l'a compris: nos données personnelles sont utilisées à des fins mercantiles. Mais les conséquences ne se font pas sentir que sur le plan de la vie privée ou de la consommation. Ce dont les jeunes ont peut-être moins conscience, c'est que l'exploitation de nos données a également une incidence sur la manière dont nous percevons le monde.

A l'assertion «Grâce à Internet, j'ai une meilleure vision du monde», iels ont tendance à se positionner favorablement. S'il est vrai que dans la vie réelle, nous allons peu opérer ce mouvement d'ouverture spontané (car oui, «qui se ressemble s'assemble»), il est pourtant pertinent de se prêter à cet exercice sur les réseaux sociaux. Il s'agit alors de faire découvrir aux jeunes des contenus militants (féministes, écolos, anti-racistes, body positive, etc.) et leurs opposés (comptes de masculinistes, d'extrême-droite, etc.). Il est plus qu'intéressant de leur faire comparer les arguments de ces contenus et les faire dialoguer virtuellement, ou encore, d'observer combien de temps ou de clics, l'algorithme peut prendre pour glisser d'une idéologie à l'autre.

En fait, les réseaux sociaux sont un formidable espace de visibilité pour tout qui peut les utiliser avec discernement.. Des médias très en vogue comme des pure players (médias créés pour et sur Internet) favorisent particulièrement une certaine libération de la parole - notamment sur des sujets intimes et sensibles : la sexualité, l'identité, des vécus difficiles, etc. Les personnes s'y expriment face caméra, visage découvert; elles sont ancrées et assument totalement leurs propos. Le mouvement #MeToo et le féminisme en général n'y sont certainement pas étrangers. Le fait de témoigner sur Internet

est peut-être également plus simple que face à un public physiquement présent. Sans doute là aussi, l'effet cockpit (voir fiche 7 - le loup, la chèvre et le chou) opère, mais inversement. A voir ce qu'il en est réellement au moment de la découverte des commentaires laissés sous la vidéo.

MAUVAIS GENRE

Aujourd'hui, les médias sont un reflet de la société et la société est un reflet des médias, dans cette même mécanique vicieuse dont nous parlions au début. Ainsi, les réseaux sociaux sont un terrain favorable à la circulation et à la prolifération des stéréotypes de genre et des comportements sexistes.

Leur modèle économique se base sur l'économie de l'attention, et met en avant les publications qui suscitent la polémique, ce qui renforce la polarisation de la société numérique et réelle (voir la fiche 8 - Coïncidence?). Un monde où tout doit être rapide et rentable laisse en effet peu de place à la nuance : il faut rapidement choisir son camp et les idées courtes y sont légion. On imagine dès lors les conséquences que ces mécanismes peuvent engendrer: rejet, discours de haine, cyberharcèlement, notamment chez les femmes.

Un petit détour sur Twitch, plateforme de «livestreaming» très fréquentée par les jeunes, et l'on se retrouve vite confronté-es à des comportements misogynes très violents. Les «streameuses» y sont sexualisées, agressées et menacées verbalement, moquées, harcelées. Elles doivent parfois avoir recours à d'ingénieuses techniques de camouflage pour dissimuler leur genre lorsqu'elles jouent. Twitch ferme les yeux sur ce harcèlement, lorsqu'il provient de créateur-ices influent-es. La plateforme n'investit pas dans la modération, qui est à la charge des streamer-euses.

C'est initialement un réseau social de gaming, ce qui pourrait expliquer cette virulence à l'égard des femmes, même si on la retrouve dans tous les médias. C'est un exemple concret du continuum qui démarre avec les stéréotypes de genre «les jeux vidéo, c'est pour les mecs !», et qui se poursuit par du rejet et se termine par des messages haineux et du harcèlement. Une idée reçue absurde, quand on sait qu'à la base, il s'agit d'un divertissement familial mixte, et qu'aujourd'hui la majorité des personnes qui jouent à des jeux vidéo sont des femmes.

Le harcèlement des gameuses et streameuses est un exemple particulièrement violent du sexisme qui peut s'opérer sur les réseaux sociaux, mais il peut prendre des formes plus ordinaires et sournoises et ce, dans tous les médias: les dessins animés et la promotion pour des jouets genrés (notamment les figurines des valeureux héros masculins et blancs) la publicité en général et le marketing genré, les stéréotypes de genre au cinéma et la vision «male gaze» encore présente dans certains films (devant et derrière la caméra; dans l'écriture et la réalisation), les plateaux télé où règnent les hommes blancs, sans parler des nombreux comptes de masculinistes qui propagent la culture du viol, camouflée en technique de drague pseudo-bienveillante. Bien sûr et heureusement, les mentalités changent. Les séries, notamment, sont aujourd'hui une safe place pour le progressisme. On y fait la part belle aux représentations diversifiées, on y respecte les personnes LGBTQIA=+, on y dénonce le racisme, la grossophobie, et toute forme de rejet, on y libère la parole. Mais certain-es voient ces évolutions comme une menace, «attention aux dangereux wokes», clameront quelques médias.

Pas étonnant, dans cette société polarisée, où l'on finit par nous demander de choisir notre camp entre les «on ne peut plus rien dire» de droite et les «islamo-bisounours» de gauche. Pourtant, la place faite à la diversité et aux minorités ne devrait-elle pas être un enjeu collectif, une thématique citoyenne à aborder avec réflexion, temps, nuance et discernement tout simplement?

On parlait de Male Gaze: Le Male gaze ou «regard masculin», est un concept théorisé en 1975 par la critique de cinéma et réalisatrice anglaise Laura Mulvey. Le concept de Male gaze désigne le fait que le regard masculin hétérosexuel nous est imposé par la culture dominante, à travers le cinéma, les jeux vidéo, la publicité, la littérature... Produit de notre société patriarcale, ce regard transforme les femmes en objets de désir.



E.R. : Ultra Vagues - www.ultravagues.com