

Année 2025-2026
Support pédagogique de la formation :

**« Éducation aux médias : journaux d'information, jeux vidéo, YouTube et
Twitch »**

Code de la formation : 190302504 / 55970

Nom du formateur: Boris Krywicki

Organisme de la formation :



Collectif pour la Promotion de l'Animation Jeunesse Enfance

Rue Henri Maus, 29 | B-4000 Liège
Tél. : 04/223.58.71 | Fax : 04/237.00.31
Contact : inscription@c-paje.be (Henry LOUTSCH)
Assistant administratif
Site : www.c-paje.be

Le présent support pédagogique est protégé par la réglementation sur les droits d'auteurs et sur les autres droits intellectuels et ne peut donc pas être utilisé, sauf dans les cas prévus par cette réglementation, sans l'autorisation préalable et expresse des titulaires des droits et pour ce qui concerne les références du pouvoir adjudicateur sans l'autorisation préalable et expresse du pouvoir adjudicateur.



Éducation aux médias

19 et 20 janvier 2026 – Athénée Royal de Waremme

Pouvoir adjudicateur

Institut interréseaux de la Formation professionnelle continue

Rue Dewez 14 boîte D218

5000 Namur

info@ifpc-fwf.be

081 83 03 10



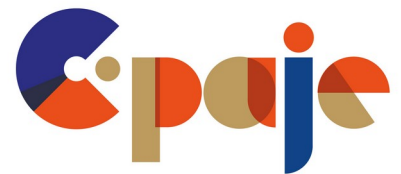
Institut interréseaux
de la Formation
professionnelle continue

Opérateur de formation

C-paje

Rue Henri Maus 29

4000 Liège



Collectif pour la Promotion de l'Animation Jeunesse Enfance

PLAN

I. Introduction

II. Les journaux d'information - Faut-il faire confiance aux journalistes... ou s'y substituer ?

- Le contexte
- Comment réagir ?

III. YouTube - Dans le même sac que la télévision ?

- Le contexte
- Comment réagir ?

IV. Twitch - La radio libre moderne ?

- Le contexte
- Et l'addiction ? Et la violence ?
- Une étude scientifique conteste le lien entre violence et jeu vidéo
- L'utilisation de jeux vidéo en centre de santé mentale

V. Jeux vidéo - Sont-ils là juste pour abrutir les jeunes ?

VI. Les activités vécues pendant la formation

VII. Liste de Youtubeurs intéressants

VIII. Ressources

Annexe I : C-paje, qui sommes-nous ?



Les traces de la formation

Vous trouverez dans ce portefeuille différentes activités vécues en formation. Nous vous invitons à les redécouvrir et à les décliner en modifiant les supports, l'âge visé, la technique, les modes de travail, les alternances dans ces modes...

Ce dossier reprend des questionnements et des réflexions autour de la place de l'éducation aux médias dans l'enseignement fondamental, mais ne pourra vous présenter une trace exhaustive de tout ce que nous avons pu aborder en formation.

Des questions en suspens ?

Le C-paje se tient à votre disposition pour répondre à vos **questions éventuelles** à la suite de la formation.
Vous trouverez aussi des idées à puiser sur notre site (www.c-paje.be)

C-paje

Rue Henri Maus, 29 | B-4000 Liège

Tél. : 04/223.58.71 | Fax : 04/237.00.31

Contact : Henry Loutsch – Assistant administratif
inscription@c-paje.be

I. Introduction

L'éducation aux médias...

« Comment éduquer et sensibiliser les enfants aux médias ? Comment construire une activité bien pensée, adaptée et déclinable autour des médias ? Au départ de quelle source, quel support ? Comment poser ces choix méthodologiques et techniques ?

Cette formation vous proposera de (re)découvrir des techniques et réflexions variées, facile à mettre en place dans les classes ... mais aussi, de réfléchir à l'aspect pédagogique de votre approche pédagogique en classe face à la sensibilisation aux médias. »

Les objectifs de la formation:

- Apprendre aux élèves à utiliser et décoder de manière critique les productions des différents médias dans une perspective citoyenne.
- Identifier, détecter et analyser les représentations et stéréotypes qu'ils véhiculent.
- Prendre connaissance des outils et informations en la matière pour accompagner l'expression et la production médiatique des jeunes de manière collective et individuelle.

II. Les journaux d'information – Faut-il faire confiance aux journalistes ou s'y substituer ?

Le contexte

À part quelques rares exceptions (Mediapart, Les Jours...), les journaux d'information sont de plus en plus possédés par de grands groupes financiers qui ont fait fortune dans des secteurs qui dépassent largement la presse. En France, par exemple, les quotidiens nationaux appartiennent à seulement cinq groupes différents (citons Le Figaro, propriété du groupe Dassault, fabricant d'avions militaires). En Belgique, le groupe Rossel (Le Soir, Métro, Sudpresse...) est détenu à 100% par la famille Hurbain ; même chose pour IPM (La Libre Belgique, La Dernière Heure...) et la dynastie Le Hodey.



MAIS AUSSI...



On a au moins 95 façons de faire parler de vous
nonantecinq.com

nongante cinq

Un oubli ? Une erreur ?
Contactez-nous
contact@nonantecinq.com

Sans tomber dans le complotisme et fermer les écoutilles en hurlant « journalistes = vendus ! », il semble important de garder à l'esprit ces logiques de concentration à plusieurs desseins.

- **Rester proche des réalités médiatiques :** Pour une majorité de lecteurs, par exemple, Le Soir incarne un journal de référence et La Meuse, elle, une feuille de chou indigente. Pourtant, au-delà de l'emballage éditorial, les articles de l'un se retrouvent régulièrement dans l'autre, et vice-versa. L'image du lectorat est tenace, mais trompeuse, et il convient de confronter continuellement le jugement que l'on se figure a priori d'un média à son contenu réel.
- **Se souvenir que l'autocensure existe :** Certains auteurs parlent de « censure invisible », d'autres de « mise à l'agenda », de théories « constructivistes » de l'information. Ces processus ont une conséquence commune : ce que racontent les médias n'est pas représentatif de « la réalité ». Les journalistes n'ont pas le temps de tout traiter, opèrent des choix en fonction de paramètres multiples (interdiction de certains sujets par la rédaction en chef, proximité d'un événement avec la situation géographique du lectorat...) et choisissent parfois arbitrairement d'ériger des faits en un événement.
- **Ne pas se contenter de blâmer les journalistes :** Ils se trouvent dans une situation de plus en plus précaire, sous le joug du temps médiatique inarrêtable. Une information est publiée avant d'être vérifiée dans la plupart des cas, surtout sur les médias en ligne, que nous consommons majoritairement. On se souvient de l'annonce à tort du décès de Martin Bouygues par l'Agence France Presse. Cette dépêche erronée a été reprise par tous les médias, avec un effet boule de neige notamment dû aux systèmes de notification en direct sur les smartphones, minute par minute, de l'info « chaude ». Ce genre de bourdes vient moins d'un je-m'en-foutisme des journalistes que d'une pression constante des éditeurs web, formulant des injonctions à publier le plus vite possible, quitte à transmettre une fake news involontaire. En parallèle, les modèles économiques favorisent la rentabilité des articles sensationnalistes et certains contrats retors lient la rémunération des journalistes à leur propension à attirer le plus de clics possibles.

Comment réagir ?

Explorer d'autres médias : On l'a dit, certains sites et magazines revendiquent une autonomie éditoriale permise par une détention de l'actionnariat par les journalistes eux-mêmes. Souvent, ce sont d'eux que proviennent les postures informatives les plus rafraîchissantes. *Les Jours*, par exemple, font travailler les journalistes sur des « obsessions » : une thématique qu'ils traitent à fond pendant des mois, à raison d'un « épisode » par semaine. Il peut être également salutaire de se plonger dans l'approche de « Reporters d'espoir » (<https://www.reportersdespoirs.org/>), récemment adapté en Belgique sous le nom « News 6 – acteurs du journalisme constructif » : plutôt que de fournir aux publics des articles anxigènes à tout-va, pourquoi ne pas envisager des solutions, élaborer des pistes de réflexion, rendre compte d'initiatives concrètes... Plutôt que de se contenter de s'apitoyer sur le réchauffement climatique et les conflits mondiaux ? On y reviendra, mais il existe enfin quelques chaînes YouTube qui sortent de ces sentiers qui n'en finissent plus d'être battus par les médias traditionnels,

S'outiller pour mieux régner : Popularisée par les plaintes autour de la véracité douteuse de l'information partagée en ligne, la pratique du « fact-checking » est devenue une véritable préoccupation de certains médias de qualité. Plusieurs plateformes se consacrent aujourd'hui à passer à la moulinette de l'objectivité les articles viraux qui le nécessitent : Les Décodeurs (et leur outil « Décodex » pour rester vigilant quant à la fiabilité d'un média), Checknews.fr (où l'on peut poser ses propres questions aux journalistes) ou encore Desintox (de Libération et Arte). Pour aller plus loin, nous pouvons nous réapproprier facilement toute une série d'outils utilisés par ces prescripteurs : la recherche par image inversée (de nombreux tutoriels existent en ligne), le recoupement des informations...

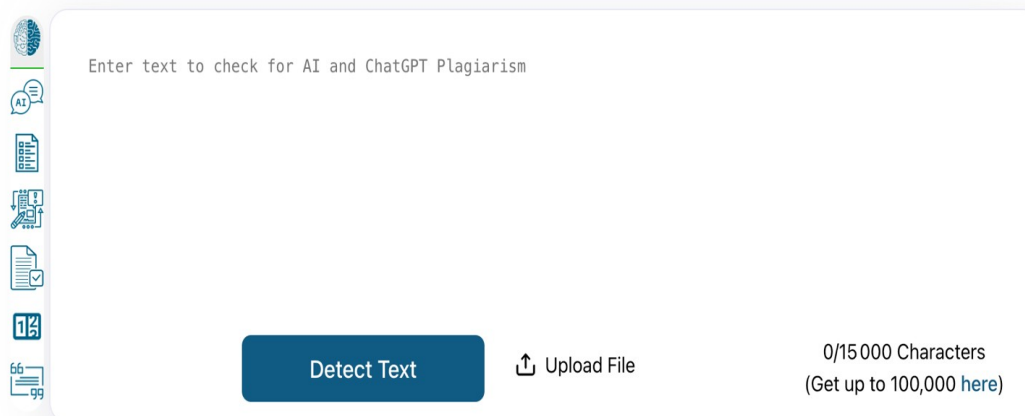


Devenir acteur de l'information à son tour : Grâce aux smartphones, il est désormais possible de devenir reporter de son quotidien à tout moment. Dans son ouvrage « Le sacre de l'amateur », Patrice Flichy décrit à quel point la posture d'horizontalité, par laquelle un producteur d'information se positionne comme l'égal de son public plutôt qu'en surplomb, permet de toucher les récepteurs de manière plus directe et positive. Le simple micro d'un téléphone peut devenir une porte d'entrée pour une interview orale d'une source que vous identifiez comme remarquable. Les « stories » d'Instagram ou de Snapchat peuvent être détournées de manière créative pour narrer l'exploration d'un lieu ou d'un événement, à la manière d'un reportage. Avec les plateformes Wordpress, Wiz, Tumblr ou Mixcloud, la création d'un espace personnel où l'on déploie sa propre information devient à la portée de tout le monde. On n'est jamais mieux servi que par soi-même.

Et Chat GPT ? « ChatGPT et les autres intelligences artificielles (IA) génératives sont en roue libre. Aucune législation n'encadre à ce jour leurs produits, notamment les élégants textes bourrés d'erreurs factuelles qu'elles rédigent, ouvrant la voie à la désinformation massive. À noter que leur utilisation par les journalistes est toutefois soumise au Code de déontologie. Quant aux livres et articles de presse dont ces IA ont abondamment été nourries, leur usage s'est fait sans consentement ni rémunération de leur auteur, faisant fi des droits de propriété. Alors que de profonds grondements de crainte et de mécontentement se font entendre, l'Union européenne tente de construire la toute première législation mondiale d'envergure en matière d'intelligence artificielle ».¹

L'outil ZERO GPT (zerogpt.com)

« L'outil le plus avancé et le plus fiable pour détecter les textes issus de Chat GPT »



« En janvier 2023, un scandale éclatait. Une enquête du magazine américain Time révélait qu'OpenAI avait recours à des Kényans sous-payés (moins de 2 euros par heure) pour filtrer les contenus toxiques de ChatGPT. En effet, celui-ci étant notamment alimenté par des contenus du web, il présentait de très forts biais sexistes, racistes et violents. Pour tenter de lui ôter cette tendance, les travailleurs africains devaient lire des textes contenant une litanie d'horreurs et les étiqueter. Ceux-ci étaient ensuite soumis à l'IA générative comme exemples de ce qu'elle ne devait pas faire. « Le plus important, c'est de se rendre compte que ChatGPT (et ses cousins, NDLR) peut partir en roue libre si on n'y prend pas garde », alerte Pr Frénay. "Ce processus de nettoyage des données est assez complexe. C'est la raison pour laquelle ChatGPT a arrêté ses lectures en septembre 2021. Par ailleurs, le langage n'ayant pas évolué en 2 ans, pas besoin de mettre le système à jour." »²

1. « UN CADRE JURIDIQUE POUR FREINER D'URGENCE LA FOLLE ACCÉLÉRATION DE LA DÉSINFORMATION », Laetitia Theunis, DailyScience

2. « FACE AUX IA GÉNÉRATIVES, LES JOURNALISTES SONT PLUS QUE JAMAIS ESSENTIELS », Laetitia Theunis, DailyScience

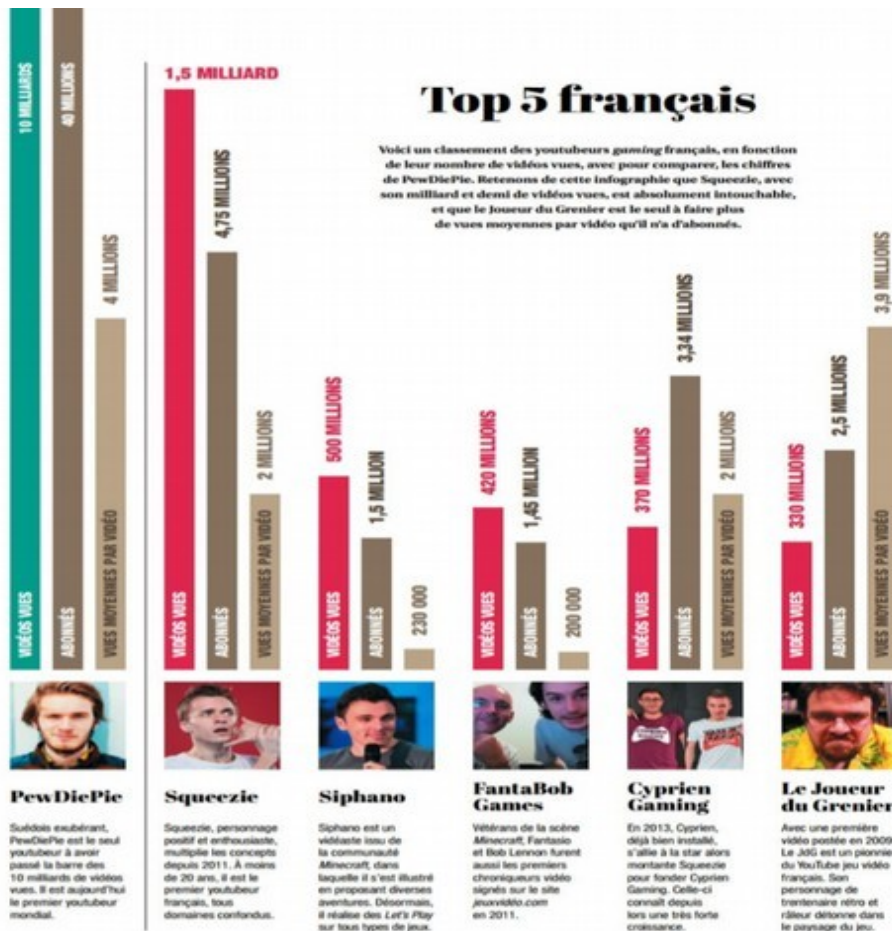
III. YouTube – Dans le même sac que la télévision ?

Le contexte

La plupart des jeunes ne regardent plus la télévision. YouTube, premier site d'hébergement de vidéo au monde en termes d'audience, leur assure un contenu à la carte, réalisée par des créateurs dont ils se sentent plus proches. Rachetée par Google en 2006 pour 1,6 milliard de dollars, la plateforme souffre de nombreux défauts, mais a le mérite d'accueillir de plus en plus des vidéastes qui parviennent à vivre à plein-temps de la création de programmes.

Quelques données : Dans une classe de première secondaire à l'Athénée Léonie de Waha, on a demandé à une quinzaine d'élèves ce qu'ils regardaient sur YouTube :

- ◆ Noémiemakeuptouch (*lifestyle*)
- ◆ Le Beld'Art (Jeux vidéo)
- ◆ Panormal (Jeux vidéo, frère du Beld'Art)
- ◆ Squeezie (Jeux vidéo)
- ◆ FarsAttack (Jeux vidéo)
- ◆ IbraTV (Canulars et défis)



Top 5 des Youtubers Jeux vidéo français comparé à PewDiePie, le vidéaste le plus influent (malgré qu'il se soit fait expulser récemment de son network « Maker Gen », propriété de Disney, à cause de blagues antisémites). Source : le magazine JV

Les jeux vidéo sont souvent les plus représentés, car très adaptés au format (vidéos courtes et divertissantes, répertoire de contenus quasiment infini).

La page « tendances » de YouTube met toujours en avant les mêmes types de contenus, les mêmes vidéastes. Si je me connecte sans compte, on va me proposer par défaut des choses déjà très connues, qui font beaucoup de vues ou ont énormément d'abonnés. Si je m'identifie avec mon compte, YouTube va me présenter des vidéos qui s'apparentent à des choses que j'ai déjà vues. On est incités par défaut à toujours rester dans sa zone de confort de spectateur.



Étude de Defy Media (network américain)

« Le temps consacré à la télévision n'arrive pas à la cheville du digital. Les jeunes de 13 à 24 ans regardent pendant moins d'heures la télévision traditionnelle que les contenus de sources digitales. La vidéo en ligne, regardée sur les réseaux sociaux ou des sites comme YouTube, est regardée par 96 % des jeunes, avec une moyenne de plus de 11 heures par semaine. La télévision traditionnelle, en comparaison, est vue par seulement 81 % d'entre eux avec une moyenne de 8 heures par semaine ». YouTube, c'est 400 heures postées chaque minute et un milliard d'heures de visionnage par jour.

Souvent, le public des youtubeurs dit d'eux qu'ils sont comme « une grande sœur » ou « un grand frère » : cela passe par une impression de proximité avec la communauté. On parle de soi ouvertement, on expose son couple (les vidéos « boyfriend tag », où l'on s'affiche avec son conjoint, cela marche généralement beaucoup mieux que les autres), on montre ses sentiments au grand jour ou raconte sa rupture (voir EnjoyPhoenix Vlogmas 21). Paradoxalement, lorsqu'ils rencontrent ces Youtubeurs en vrai, les jeunes y ont accès par le biais d'un dispositif de « starification » classique : ils font la file pour un autographe et sont chanceux s'ils peuvent échanger quelques mots avec eux.

Pour s'enrichir sur YouTube, beaucoup de Youtubeurs passent par le contenu sponsorisé, parfois sans le mentionner très clairement (« Merci à telle marque » ci-dessous) ou en ne l'indiquant que tardivement (ci-contre). Bien sûr, ce n'est pas autorisé par la loi, mais YouTube reste encore un support jeune et n'est pas encore aussi réglementé que la télévision. En France, la répression des fraudes s'est intéressée récemment à ce cas (voir l'article du Monde « La répression des fraudes s'intéresse à la publicité déguisée chez les youtubeurs »), ce qui a abouti à la « Loi influenceur ».

La loi influenceur :

« Promotion de remèdes dangereux, accusations de fraudes... Pour lutter contre les abus de certaines stars des réseaux sociaux, le Parlement a définitivement adopté jeudi 1er juin un texte transpartisan pour réguler la jungle des influenceurs. Après l'Assemblée mercredi, c'est une nouvelle unanimité de 342 sénateurs de tous bords politiques qui a marqué l'adoption du texte des députés Arthur Delaporte (Parti socialiste) et Stéphane Vojetta (apparenté Renaissance, majorité présidentielle). « Nous pouvons nous féliciter de cet accord inédit », a salué la rapporteure au Sénat Amel Gacquerre (Union centriste).

Pour le gouvernement, qui soutient l'initiative, la ministre déléguée au commerce Olivia Grégoire a salué « *l'engagement des parlementaires* » et « *la qualité de ce travail* ». Les influenceurs sont estimés à 150 000 en France, mais les agissements d'une partie d'entre eux les ont placés sous le feu des critiques.

Des plaignants ont lancé des actions collectives, une étude accablante a été publiée par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), et le rapporteur Booba a également joué un rôle de caisse de résonance par ses offensives sur les réseaux sociaux. Depuis mercredi les influenceurs Illan Castronovo et Simon Castaldi sont contraints d'afficher sur les réseaux sociaux un message de la DGCCRF alertant contre certains de leurs contenus.

Beaucoup d'influenceurs ont une audience modeste, mais certaines stars aux millions d'abonnés peuvent peser sur les comportements de consommation, en particulier des jeunes. « Les influenceurs continueront d'exercer. Les "influvoleurs" existeront toujours mais sauront que la loi est là pour les punir », insiste Arthur Delaporte. Le texte « protégera les consommateurs, notamment les plus jeunes », promet Stéphane Vojetta.

Le texte commence par donner une définition légale de cette profession encore en construction : il s'agit des personnes qui, contre rémunération ou avantages en nature, « mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer » en ligne « des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque ».

Le texte prévoit d'interdire la promotion de certaines pratiques, comme la chirurgie esthétique ou « l'abstention thérapeutique ». Il interdit ou encadre sévèrement la promotion de plusieurs dispositifs médicaux. Il prohibe la promotion de produits contenant de la nicotine, et rappelle la soumission à la loi Evin. Mais l'Association Addictions France regrette qu'il n'aille pas plus loin en interdisant la promotion d'alcool.

Il s'attaque aussi aux paris sportifs et aux jeux de hasard : les influenceurs ne pourront plus faire la promotion d'abonnements à des pronostics sportifs, et la promotion de jeux de hasard et d'argent sera cantonnée aux plates-formes qui permettent techniquement d'interdire l'accès à la vidéo aux mineurs.

Les peines prévues en cas de manquement iront jusqu'à deux ans de prison et 300 000 euros d'amende. La proposition de loi interdit aussi les mises en scène avec des animaux dont la détention est prohibée. Lorsque des images de promotion, pour des cosmétiques par exemple, sont retouchées par le biais d'un filtre pour les rendre plus attrayantes, il devra en être fait mention ».

« Influenceurs : la première loi encadrant le secteur définitivement adoptée par le Parlement », *Le Monde avec AFP*



Exemple d'Aymeric Pierre (alias Aypierre, Youtubeur jeu vidéo)

PowerPoint disponible sur <http://www.aypierre.fr/Documents/youtubeur.pdf>

Quelques exemples de vidéos sponsorisées :

- ◆ Cyprien Gaming – « On s’fait un FIFA » (une chanson dédiée à la promotion du célèbre jeu de football) : https://www.youtube.com/watch?v=AA-gbKy_ke4&t=4s
- ◆ Les Questions Cons – « Quelle distance peut-on coller avec un tube de colle ? » (qui inclut, littéralement, une coupure publicitaire pour un jeu vidéo Star Wars) : <https://www.youtube.com/watch?v=DK8wQR8pZQ8&t=22s>
- ◆ Sananas – « What’s in my bag ? J’ai ma maison dans mon sac » (contiens un placement de produit pour une imprimante HP, l’air de rien) : <https://www.youtube.com/watch?v=a3eevho0heU&t=332s>

Le lexique des Youtubeurs

- **Buzz** : Faire beaucoup + de vues que d’habitude avec une vidéo
- **Challenge** : relever un défi demandé par les abonnés
- **Cover** : vidéo de reprise musicale
- **Draw my life** : biographie en dessin
- **Fail** : échec, ratage
- **Fake** : faux
- **IRL** : dans la vraie vie
- **Les Top** : Vidéos qui classent les choses
- **Meetup** : une rencontre en vrai avec les abonnés
- **Noob** : débutant (en jeu vidéo)
- **Prank** : canular
- **Putaclic** : les titres racoleurs
- **Spammer** : Surcharger quelqu’un de messages
- **Spoiler** : Raconter la fin à des gens qui ne la connaissent pas
- **Strike** : avertissement de *Youtube* pour avoir utilisé du contenu non-libre de droits
- **Tipeur** : personne qui soutient financièrement le youtubeur sur la plate-forme *Tippee.com*
- **Troll** : Quelqu’un qui fait semblant exprès pour faire enrager les autres
- **Tuto** : Vidéo qui montre comment faire quelque chose
- **Viewer** : spectateur (souvent utilisé dans le cadre d’une vidéo diffusée en direct)
- **Vlog** : blog en vidéo
- **Youtube money** : quand un youtubeur gagne beaucoup d’argent grâce à ses vidéos

Comment réagir ?

Devenir un détecteur de publicités : La plupart des utilisateurs d'Internet ont tendance à baisser leur garde depuis l'arrivée des bloqueurs de publicité, ces extensions du navigateur Internet qui empêchent les bannières et autres images issues d'un autre serveur d'apparaître sur leur écran. Malheureusement, il est impossible que ces dispositifs bannissent les partenariats commerciaux, beaucoup plus insidieux, car non séparés du contenu que le spectateur visionne. Un premier réflexe à intégrer relève de l'attitude critique : les vidéastes, tout comme les influenceurs Instagram, peuvent cocher une case pour spécifier que leur publication inclut une communication commerciale ou un partenariat avec une marque. Lorsqu'on les prend, la main dans le sac, le tribunal populaire du NET peut dénoncer cette malhonnêteté, moins pour couvrir le vidéaste de honte que dans un souci d'avertir les utilisateurs plus naïfs. Dans un second temps, il est possible de repérer toute une série d'indices de la publicité cachée : les « merci à [nom de la marque] pour son aide », les liens raccourcis de type « bit.ly », les éléments extérieurs à l'angle de la vidéo qui apparaissent de façon impromptue... C'est en décryptant si une vidéo est sponsorisée ou non que l'on aguise son radar à publicités dissimulées, évitant de rester dupe.



Regarder et soutenir les vidéastes éthiques : YouTube se dédouane complètement de la problématique de la publicité cachée sur sa plateforme : il s'affiche comme hébergeur, donc récuse toute responsabilité éditoriale. Sur un modèle très libertaire, le site américain laisse chaque producteur de contenu gérer sa politique commerciale comme il l'entend. S'il existe donc certains créateurs peu scrupuleux, YouTube abrite également une foule de talents, d'autant plus méritants qu'ils refusent la publicité. Certains font vivre leur chaîne bénévolement, d'autres vivent de la vidéo à temps plein grâce au mécénat de leurs spectateurs (par exemple, via le site Tipeee). Parmi la frange des « vulgarisateurs », qui rendent accessible au jeune public une série de savoirs dans des disciplines variées (science, économie, histoire...), la plupart abordent leur transmission avec beaucoup de sérieux. Par exemple, Manon Bril, de la chaîne « C'est une autre histoire », est docteure en histoire contemporaine, tandis que l'animatrice de SciLabus est doctorante en biologie. En plus de s'avérer dynamiques et attractives pour les jeunes, leurs vidéos font donc preuve d'une rigueur scientifique remarquable.

IV. Twitch : la radio libre moderne

Twitch est une plateforme de streaming en direct lancée en 2011. Initialement axée sur les jeux vidéo, elle a évolué pour inclure une diversité de contenus. Les utilisateurs, appelés "streamers", diffusent en direct leurs activités, que ce soit en jouant à des jeux, en créant de l'art, en faisant de la musique, en cuisinant, et bien plus encore.

À ses débuts, Twitch était principalement fréquenté par des passionnés de jeux vidéo, créant ainsi une communauté où les joueurs pouvaient partager leurs expériences en direct. Au fil du temps, la plateforme s'est élargie pour accueillir des créateurs de divers domaines artistiques.

Ce qui distingue Twitch, c'est son aspect interactif. Les spectateurs peuvent commenter en direct, poser des questions aux streamers et interagir avec d'autres membres de la communauté. Cette interactivité crée une expérience immersive, où le public peut influencer le déroulement de la diffusion.

Le lexique de Twitch :

De par l'historique de la plateforme, il contient beaucoup de termes dits « gaming » qui sont aujourd'hui entrés dans le langage quotidien d'une majorité de jeunes.

Ad : opération commerciale

No backseat : interdit au chat de donner des conseils

Ban : bannissement temporaire ou permanent de quelqu'un du chat

Bits : don en monnaie virtuelle

Choke : en « gaming », rater son coup

Clutch : retournement de situation

Tilt : rager

Speedrun : terminer un jeu vidéo le plus vite possible

Clip : extrait du stream

Follow : suivre une chaîne

Host : héberger une autre chaîne

Raid : rediriger ses spectateurs vers une autre chaîne lorsqu'on rend l'antenne

Sub : s'abonner

Chat : discussion en temps réel avec les « viewers »

VOD : rediffusion

Viewer : personnes qui regardent le stream

Stream : contenu vidéo diffusé en direct

Modo : personne qui gère la modération

Train de la hype : moment propice aux dons

Emote : emoji spécifique

S/O : dédicace à quelqu'un

Flex : être fier de quelque chose et le montrer

Des sources documentaires.

-Merci pour le sub (France Télévisions) : <https://www.france.tv/slash/twitch-merci-pour-le-sub/>

-Good Game (RTBF Ixpé) : https://www.youtube.com/playlist?list=PLMJdTKAQZwh0fkC5ryOaJkJU3k0n_NIPS

Les dérives potentielles. Comme toute plateforme en ligne, Twitch n'est pas à l'abri de certaines dérives potentielles. Parmi les préoccupations fréquemment soulevées, on trouve parfois des contenus explicitement adultes ou à caractère sexuel qui enfreignent les directives de la communauté. Certains streamers peuvent également être tentés d'utiliser des tactiques d'incitation aux dons jugées manipulatoires. Cela peut inclure des situations où des streamers suggèrent ou promettent des actions spécifiques en échange de dons, pouvant parfois entraîner des comportements non appropriés. Twitch a mis en place des règles strictes pour maintenir un environnement respectueux et sûr, mais la gestion constante de ces problèmes reste un défi. Les discussions autour de la modération et de la régulation des contenus sur Twitch sont en cours, avec des ajustements réguliers des politiques pour répondre aux préoccupations émergentes.

Un autre problème potentiel posé par ce genre de plateforme sont les relations parasociales. Cela se manifeste en ligne lorsque des spectateurs développent des liens unilatéraux avec des streamers ou des créateurs de contenu. Ces liens peuvent sembler authentiques et intimes du point de vue du spectateur, alors qu'en réalité, ils reposent souvent sur une illusion de proximité construite à travers les interactions en ligne.

Sur Twitch, les streamers deviennent des figures centrales autour desquelles se forme une communauté virtuelle. Les spectateurs peuvent passer des heures à regarder leurs diffusions en direct, à participer au chat et à interagir avec d'autres membres de la communauté. Au fil du temps, cette immersion constante dans la vie du streamer peut conduire à un sentiment de familiarité et de connexion chez les spectateurs.

Les streamers eux-mêmes jouent un rôle essentiel dans le renforcement du lien parasocial. En partageant des détails personnels de leur vie, en répondant aux commentaires des spectateurs et en créant un environnement accueillant et interactif, ils alimentent l'illusion de relation personnelle. Pour beaucoup de spectateurs, le fait de regarder un streamer préféré peut devenir une expérience quasi-intime, presque comme passer du temps avec un ami.

Cependant, il est crucial de reconnaître que le parasocial en ligne comporte des limites et des risques. Bien que les spectateurs puissent ressentir une connexion profonde avec un streamer, cette relation reste essentiellement unilatérale. Les streamers peuvent ne pas connaître personnellement leurs spectateurs et peuvent avoir des motivations commerciales ou de divertissement derrière leurs interactions en ligne.

De plus, le parasocial en ligne peut parfois conduire à des attentes irréalistes de la part des spectateurs et à des déceptions lorsque la réalité ne correspond pas à l'image idéalisée du streamer. Les incidents de désillusion ou de trahison de la part de streamers ont parfois des répercussions importantes sur les spectateurs qui avaient investi émotionnellement dans la relation parasociale.

En fin de compte, le parasocial en ligne sur des plateformes comme Twitch est un phénomène complexe et fascinant qui participe également du succès et de l'intérêt de la plateforme. Il témoigne de la capacité des êtres humains à former des liens significatifs, même à travers des interfaces numériques. Cependant, il est important pour les spectateurs de garder à l'esprit les limites de ces relations et de maintenir un niveau sain de discernement entre la réalité et la représentation en ligne.

V. Jeu vidéo – Sont-ils là juste pour abrutir les jeunes ?

Le contexte

Qu'on le veuille ou non, les jeux vidéo pèsent lourd. Financièrement, ils brassent des dizaines de milliards de dollars à l'échelle mondiale. Socialement, ils sont pratiqués par des couches de plus en plus variées de la population, notamment grâce à l'explosion du jeu sur smartphones et tablettes. Culturellement, ils sont ancrés désormais dans les pratiques des jeunes et des adultes dans énormément de sociétés occidentales et orientales, comme en Corée où le jeu vidéo Starcraft est reconnu comme un sport national. De loin, on a l'impression qu'il n'existe que des jeux vidéo réalistes, de guerre, compétitifs. En réalité, ce sont ceux qui émergent aux yeux des néophytes parce que ce sont eux qui coûtent le plus cher et investissent dans des budgets astronomiques de communication. Mais le paysage vidéoludique s'avère extrêmement diversifié, rempli d'œuvres aux velléités artistiques ou pédagogiques. Et il ne constitue pas, du moins dans sa globalité, une machine à rendre les têtes blondes violentes.

De la récurrence du discours sur la violence



Toutes les cultures populaires ont toujours été à un moment ou à un autre décriées par le grand public et considérées comme néfastes. C'est le cas du cinéma, dont on disait qu'il était une fenêtre sur le monde des morts, la bande- dessinée et l'univers violent des *comics*, etc. Stigmatiser l'expérience des jeux vidéo comme aliénante, c'est entretenir la convoitise qu'ils suscitent. Réguler ne veut pas dire diaboliser. Par ailleurs, les publics du jeu vidéo s'élargissent de plus en plus, surtout ces dernières années (Delbouille, 2013). Les œuvres vidéoludiques s'invitent même dans des musées de renom, comme le MOMA de New York.

Représentation des joueurs au sein du grand public (2012)

D'après le Syndicat national du jeu vidéo :

- le jeu vidéo concerne plus de 55% des Français
- la pratique a connu une forte évolution au cours des 5 dernières années
- le public vidéoludique comporte pratiquement le même % d'hommes et de femmes
- l'âge moyen des joueurs aurait augmenté

Mais il faut rester prudent avec ces données :

- évolution des pratiques (jeu mobile)
- méthodologies floues
- marché avec des hauts et des bas



D'autant que de nombreux jeux vidéo sont élaborés comme des œuvres d'art qui cherchent à exprimer des sentiments ou à faire réfléchir le joueur. Le documentaire Indie Game : the movie, sorti en 2010, part à la rencontre de créateurs de jeu vidéo indépendants. Ils développent leurs œuvres la plupart du temps seuls ou en duo. Il s'agit de l'un des premiers films grand-publics à donner la parole à des créateurs. En conséquence, il ressort de leurs jeux un propos personnel, dont l'ancrage remonte parfois à l'enfance. On comprend également qu'il s'agit de personnes cultivées aux multiples sources d'inspiration.

Il semble indispensable d'arrêter de stigmatiser les jeux vidéo et leur utilisation : oui, il est possible d'en abuser et certaines œuvres sont moins malignes que d'autres. Cette affirmation semble valable pour tous les arts : être accro au cinéma ou à la bande dessinée n'est pas moins nocif qu'un abandon de soi face à la console ou l'ordinateur. De nombreux jeux vidéo sont désormais utilisés à but thérapeutique ou pédagogique, y compris à l'école. D'autres, plus modestement, incarnent des œuvres d'art réflexives ou poétiques qui, au même titre qu'un roman de qualité, permettent au public de s'évader, de réfléchir, de mieux comprendre le monde, de rêver. Ou, parfois, à l'instar des romans de plage... de se divertir. Ce dont on ne doit pas avoir honte.

Quelques exemples :

- ◆ That dragon cancer est un jeu expressif (voir la définition du chercheur Sébastien Genvo dans la bibliographie ci-dessous) co-créé par un père dont le fils a un cancer en phase terminale depuis l'âge de un an. À travers la succession de scène qu'il propose, le jeu invite à réfléchir à la force de la famille, à la paternité, à la ténacité face à la maladie. Déchirant, mais sublime.
- ◆ Paper's please. Ce jeu vidéo politique de Lucas Pope nous met dans la peau d'un douanier qui refuse ou non de laisser passer la frontière de son pays à des réfugiés de guerre. L'auteur met en tension le quotidien de ce fonctionnaire avec la portée de ses actes : le joueur est sommé d'agir rapidement (il a une famille à nourrir) et ne dispose pas toujours du temps nécessaire pour traiter équitablement les cas des différents réfugiés... Au point de parfois tomber dans l'excès du « délit de sale gueule ». Interpellant.
- ◆ A normal lost phone propose une expérience ludique inédite : le jeu prend la forme d'un téléphone portable que le joueur aurait retrouvé par hasard. À travers la consultation de ses données (messages, photos...), il va reconstituer petit à petit l'histoire du propriétaire de l'appareil, découvrir ce qu'il lui est arrivé, à la manière d'un enquêteur moderne. Le propos du jeu, fin et subtil, dénonce notamment l'homophobie ordinaire dont sont victimes certain(e)s LGBT.



- ◆ Journey invite les joueurs à un voyage initiatique chargé de poésie et de pacifisme. Il s'agit d'explorer de vastes étendues et, lorsque l'on croise un camarade de jeu, de communiquer avec lui uniquement par quelques sons. Le style visuel et la bande originale sont indiscutablement à la hauteur de certaines perles du cinéma d'art et d'essai.
- ◆ Même les jeux très populaires, comme la superstar du jeu indépendant Minecraft, peuvent être utilisés dans un cadre pédagogique. Par exemple, dans certains collèges français, l'architecture du Moyen Âge est étudiée en la reproduisant virtuellement dans le jeu. Mentionnons les projets Rennescraft et Liègecraft, qui proposent de reproduire numériquement les villes que nous habitons pour mieux nous réapproprier l'espace public : créer des espaces verts, changer des monuments de place...



Et l'addiction ? Et la violence ?

Si malgré tous ces exemples vous avez encore des réticences à vous intéresser au jeu vidéo et à l'utiliser avec vos publics, cette dernière partie va livrer des éléments de réponses sur la pertinence de ces deux problématiques-obstacles.

« L'addiction aux jeux vidéo, une vraie maladie ? » - enquête de Nicolas Turcev sur Gamekult.com en mars 2018 (<https://www.gamekult.com/actualite/l-addiction-au-jeu-video-une-vraie-maladie-notre-enquete-partie-1-3050803245.html>)

Le 5 janvier dernier, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) annonçait que le « trouble du jeu vidéo » ferait son entrée dans sa prochaine classification internationale des maladies (CIM-11) au sein de la catégorie des comportements addictifs. La décision a immédiatement provoqué une levée de boucliers chez de nombreux joueurs qui s'estiment stigmatisés. Divisée, la communauté scientifique se trouve quant à elle empêtrée dans une querelle qui dure entre pros et anti « gaming disorder ». Alors, l'addiction au jeu vidéo, véritable enjeu de santé publique ou diagnostic à côté de la plaque ? Enquête en deux volets, dont voici le premier.

« L'addiction aux jeux vidéo sera bientôt reconnue comme une maladie par l'OMS »

Abondamment relayée par les médias nationaux, une simple dépêche AFP datée du 5 janvier 2018 a fait l'effet d'une petite déflagration dans le microcosme vidéoludique. On y apprend en effet que l'institution onusienne compte rajouter à sa classification internationale des maladies (qui fait référence) une entrée réservée au jeu vidéo, le « gaming disorder ». Ce trouble du jeu vidéo est défini en trois temps. Il se caractérise par une perte de contrôle sur l'activité de jeu, une priorité accrue donnée au jeu au point de délaisser le reste des activités quotidiennes, et la continuation de l'activité en dépit de conséquences négatives. Le comportement doit être jugé assez sévère sur une durée de douze mois pour provoquer une détérioration fonctionnelle de l'individu dans les domaines importants de l'activité (sociale, familiale, éducative...).

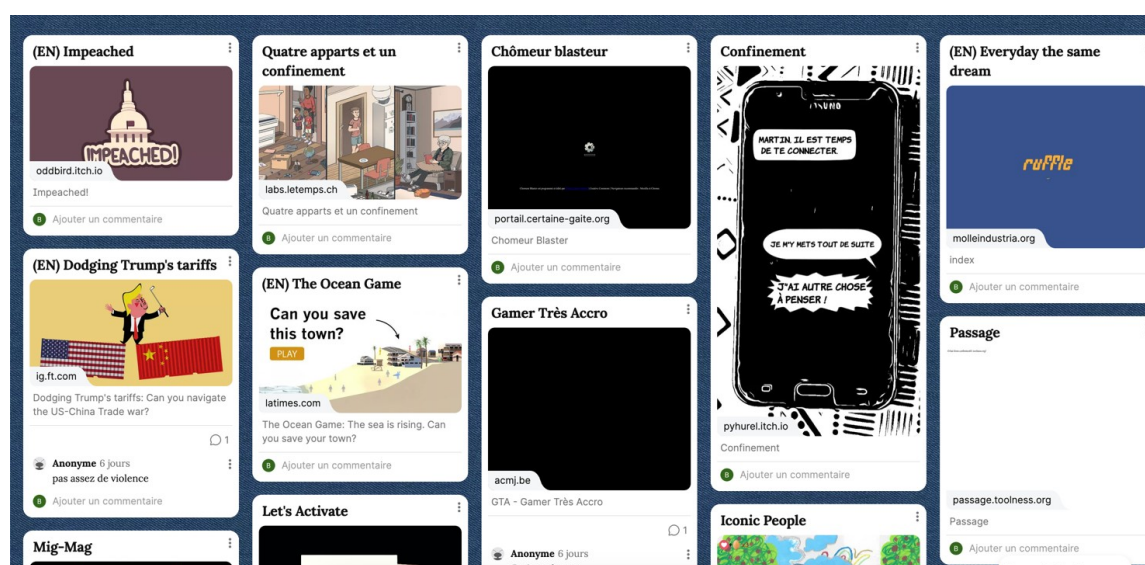
Les cliniciens opposés à la décision d'en faire une maladie : Lors de la publication de la CIM-11, prévue en juin après l'assentiment des états membres, le trouble du jeu vidéo figurera dans le livre consacré aux troubles mentaux, rangé dans la sous-catégorie des troubles liés aux comportements addictifs. Une seule autre addiction comportementale reconnue par l'OMS s'y trouve : l'addiction aux jeux d'argent. Après l'annonce de la décision, les réactions outrées de joueurs n'ont pas tardé à déferler sur les réseaux sociaux. Puis à leur tour, des associations représentant les intérêts de l'industrie du jeu vidéo se sont emparées du sujet. Les branches américaines et canadiennes de l'Entertainment Software Association, le syndicat patronal britannique UKIE, ses pendants australiens (IGEA) et européens (ISFE) ont tous exprimé leur désaccord avec l'OMS, critiquant une proposition « profondément imparfaite ». Pour Serge Tisseron, la classification profitera surtout aux industriels de la médecine.

En France, deux cliniciens réputés pour leurs travaux sur la question de l'addiction au jeu vidéo se sont également érigés contre la décision. Serge Tisseron, psychiatre et chercheur associé à l'Université Paris VII Denis Diderot, auteur de "Qui a peur des jeux vidéo ?" (Albin Michel), averti dans un billet de blog du « piège de l'addiction au jeu vidéo ». La classification profitera avant tout, selon lui, aux laboratoires pharmaceutiques qui pourront écouler leurs molécules via d'éventuelles prescriptions chimiothérapeutiques. Yann Leroux, psychologue auteur de "Les jeux vidéo, ça rend pas idiot !" (FYP Éditions), évoque sur son site Psy et Geek une définition « problématique » du trouble, qui n'entre pas en conformité avec la définition classique des addictions.

Mais l'OMS persiste et signe : « Il y a un problème », déclarait Tarik Jašarević, le porte-parole de l'organisation, le 5 janvier. Et quand l'institution de référence en matière de santé publique décrète que l'addiction au jeu vidéo représente un danger, on a tendance à se fier à son diagnostic. Pourtant, à y regarder de plus près, un certain nombre d'éléments mis au jour par des chercheurs vient nuancer la position de l'OMS. Sinon insensée, celle-ci apparaît assez contestable au regard de l'état de la recherche – et l'institution en semble consciente.

-Un padlet rassemblant des jeux vidéo indépendants et pourvus d'un propos fort :

<https://padlet.com/boriskrywicki/tests-de-jeux-vid-o-bjo4bczgc893ubck>



La valse des acronymes : L'ajout du trouble du jeu vidéo à la CIM-11 marque la fin d'une séquence qui s'est ouverte en 2013 dans le monde de la recherche. Cette année-là, l'American Psychiatric Association (APA), plus grande association états-unienne de psychiatres, publie la cinquième révision de son manuel de diagnostic et statistique des troubles mentaux (DSM-5), une référence mondiale en matière de codification des maladies mentales. Dans une annexe figure la catégorie « Internet Game Disorder » (IGD ou trouble du jeu sur Internet). Ce nouveau trouble mental n'est pas considéré comme un diagnostic officiel, mais comme une « catégorie nécessitant plus de recherches ».

Le DSM propose ainsi neuf critères qui pourraient permettre aux cliniciens d'identifier cet éventuel trouble du jeu vidéo. Parmi ceux-ci, on trouve des symptômes qui paraissent bénins comme « la perte d'intérêt pour de précédents passe-temps », et d'autres, plus sérieux comme l'accoutumance ou des symptômes de retrait (anxiété et tristesse lorsque le jeu s'arrête). Cinq critères sur les neuf doivent être constatés sur une durée de douze mois pour établir le diagnostic. L'objectif alors affiché par l'APA est de stimuler la recherche sur la question de l'addiction au jeu vidéo en lui donnant un cadre et des outils. De fait, les publications dans les journaux scientifiques se sont largement intensifiées ces dernières années (on en dénombre des centaines), cherchant à prouver ou falsifier la théorie de l'APA.

Un an plus tard, des dizaines de chercheurs du monde entier, dont certains ayant travaillé sur l'IGD, sont conviés à Tokyo par l'OMS pour participer à une conférence de trois jours sur les troubles liés à l'utilisation d'Internet. L'institution cherche à mettre à jour sa Classification internationale des maladies, celle en vigueur (la dixième) datant du début des années 1990, et veut explorer à cette occasion les usages déviants des nouvelles technologies. Est évoquée l'utilisation abusive d'Internet, du smartphone, mais aussi des jeux vidéo. Seule la pratique de ces derniers sera retenue comme potentiellement addictogène lors des conférences suivantes organisées à Hong Kong et Séoul. Certaines conclusions mentionnent le chiffre de plus de 30% de joueurs concernés. D'autres font plus régulièrement état d'une prévalence située autour de 10%. Selon Ferguson, ces chiffres anormalement hauts sont boostés par l'utilisation des marqueurs liés à l'addiction aux drogues.

« Les preuves scientifiques ont été jugées suffisamment robustes pour le jeu vidéo, mais pas pour les autres troubles », explique Joël Billeux, professeur de psychologie à l'Université de Louvain et membre du groupe de travail de l'OMS ayant participé aux discussions. Selon l'organisation, cette orientation aurait été décidée à la quasi-unanimité des participants présents, signe qu'un certain consensus s'est formé parmi les experts onusiens. Courant 2016, à la suite de cette série de conférences, la proposition pour le trouble du jeu vidéo est rendue publique via son introduction dans la version préliminaire de la onzième CIM, accessible en ligne.

Peu après, la classification est vivement contestée par une vingtaine de chercheurs, psychologues ou spécialistes des médias dans un article paru dans le Journal of Behavioral Addiction. Parmi les principaux griefs, ils reprochent une décision prématurée au vu des données empiriques disponibles, de leur faible valeur scientifique et des risques sociaux liés à la « panique morale » autour du jeu vidéo que pourrait susciter un tel référencement. Malgré d'évidentes nuances selon les chercheurs, la rupture semble alors consommée entre les pros et anti « gaming disorder », tant leurs arguments et contre-arguments ont dessiné, au fil des articles qui suivirent, une infranchissable ligne de démarcation.

« On nage en plein désordre » : Le principal point d'achoppement entre les chercheurs concerne la nature de ce trouble du jeu vidéo. Existe-t-il vraiment ? Comment se manifesterait-il ? Deux questions fondamentales auxquelles les scientifiques apportent des réponses très différentes. « Il n'y a pas de consensus sur la nature des symptômes d'une addiction au jeu vidéo », explique Christopher Ferguson, psychologue et professeur de psychologie à l'université de Stetson en Floride, l'un des principaux signataires de l'article critiquant la décision de l'OMS. « Il existe littéralement des douzaines de questionnaires très différents pour tenter de mesurer ce trouble ».

D'après Ferguson, ce manque d'unité dans les outils et les construits employés pose un problème capital : les chercheurs ne parviennent pas toujours à répliquer les résultats de leurs collègues, condition pourtant sine qua non à toute démarche scientifique. « Les études ne sont pas consistantes et elles se contredisent toutes les unes les autres, c'est compliqué de savoir quoi en tirer, déclare le chercheur. On nage en plein désordre ».

Le diagnostic provisoire proposé par l'APA en 2013 visait justement à unifier le champ autour d'un certain nombre de lignes directrices. Cependant l'effet inverse se produisit, comme le résume le titre d'un des principaux articles consacrés à l'IGD : « [Chaos et confusion autour du diagnostic du trouble du jeu sur Internet du DSM-5](#) ». Trois éléments ont contribué à ce que la recherche dédiée à la notion d'IGD soit remise en question. Premièrement, les neuf critères proposés ont été interprétés de manière bien différente selon les chercheurs. De telle sorte que les outils conçus pour mesurer le trouble varient grandement d'une enquête à l'autre, ce qui a alimenté le manque d'unité de la discipline. Deuxio, la proposition de l'APA a eu pour effet de verrouiller une certaine partie de la recherche dans une approche confirmatoire. Pour le dire simplement, plutôt que de jauger le bien-fondé du diagnostic, le champ s'est employé à confirmer sa validité. Enfin, les critères retenus par l'APA pour évaluer l'addiction au jeu vidéo sont pour tout ou partie inspirés de l'addiction aux substances psychoactives (drogues, alcool...), comme le manque ou l'accoutumance. Or, le trouble du jeu vidéo, s'il existe, relève de l'addiction comportementale, dont le fonctionnement diffère en nature (physiologiquement et socialement).

On se trouve donc dans la situation suivante : une partie de la recherche voulant valider le modèle de l'IGD a importé les marqueurs et méthodes de l'addiction « traditionnelle » pour mener ses enquêtes épidémiologiques. Résultat : les estimations de prévalence (importance du phénomène dans la population étudiée) relevant de la pratique pathologique du jeu vidéo ont crevé les plafonds. Certaines conclusions mentionnent le chiffre de plus de 30% de joueurs concernés. D'autres font plus régulièrement état d'une prévalence située autour de 10%. Selon Ferguson, ces chiffres anormalement hauts sont boostés par l'utilisation des marqueurs liés à l'addiction aux drogues. « Si j'utilise X pour me sentir mieux après une mauvaise journée, X étant de l'héroïne, évidemment, c'est une mauvaise chose. Mais si X représente un hobby habituel comme le golf, le jardinage, ou bien le jeu vidéo, ce n'est plus si terrible», analyse le professeur. C'est pourtant cette analogie entre drogue et jeu vidéo qui, dans un certain nombre d'études, aboutit à une exagération des estimations de prévalence. « Si l'on définit des comportements sains comme pathologiques, alors évidemment on obtient des estimations plus hautes, mais qui sont absurdes».

Un trouble, pas une maladie ?: Par conséquent, la majeure partie des scientifiques remettent en cause le modèle de l'APA, y compris ceux qui sont favorables à la classification de l'OMS. « Mon avis est que les études de prévalence ne sont pas fiables, indique ainsi Joël Billeux. Les critères du DSM-5 risquent de confondre une pratique intense, mais saine et un engagement problématique » Comprendre : la formulation proposée par l'OMS permettrait d'éviter cette confusion. Et de fait, le brouillon de la CIM ne recycle pas les critères les plus controversés importés de l'addiction aux substances comme la tolérance ou le manque. « La force de la formulation de l'OMS est qu'elle se concentre [avant tout] sur la perte de contrôle et l'impact fonctionnel [sur l'activité de l'individu] », rajoute Joël Billeux.

En sus, contrairement au DSM, la CIM opte pour une définition monothétique du trouble. C'est-à-dire qu'au lieu d'énoncer que X critères sur Y sont nécessaires pour établir un diagnostic, peu importe leur pertinence (très variable), l'OMS insiste sur le besoin de constater tous les symptômes mentionnés, sans exception, avant de tirer des conclusions. Ainsi, selon Daniel King, chercheur associé en psychologie à l'université d'Adélaïde (Australie) et membre du groupe de travail de l'OMS, « la classification du trouble du jeu vidéo ne pathologise pas la pratique. En réalité, elle fait en sorte que la pathologisation du jeu vidéo soit moins courante puisqu'elle définit la maladie clairement, plutôt que de la laisser libre à l'interprétation. La pratique saine du jeu vidéo et le trouble du jeu vidéo sont des concepts mutuellement exclusifs, mais compatibles ». Malgré ces arguments, Christopher Ferguson n'est toujours pas convaincu. « La définition de la CIM est en fait assez vague et évasive. Elle se fonde sur l'idée centrale d'interférence, sur le fait que les jeux vont interférer avec votre vie. Mais cela pose la question de savoir qui décide de cela, et de quel degré d'interférence nous parlons ».

Selon les critères retenus par l'OMS, testés dans plusieurs études sérieuses, la prévalence des problèmes liés à la pratique du jeu vidéo chute drastiquement pour s'établir autour de 1% de la population de joueurs. Ce chiffre n'est pas contesté par les anti « gaming disorder » comme Ferguson, qui reconnaissent que le jeu vidéo peut être attaché à des comportements à risque. En revanche, leur interprétation de ce pourcentage diffère grandement de celle des scientifiques de l'institution genevoise.

Face à l'addiction, le jeu vidéo est l'œuf ou la poule : Que cache donc ce petit pourcentage de joueurs identifiés comme ayant une pratique problématique ? Chez les réfractaires au trouble du jeu vidéo, on analyse les usages déviants comme l'expression d'un mal-être plus profond. C'est ce que l'on appelle la comorbidité. Autrement dit, l'addiction au jeu vidéo existe dans la mesure où elle est favorisée par une maladie mentale sous-jacente, comme la dépression. Christopher Ferguson [démontrait dans une enquête menée auprès d'enfants hospitalisés](#) que les usages abusifs du jeu vidéo sont postérieurs à la présence de syndromes d'hyperactivité ou de troubles du spectre autistique. Il espérait ainsi prouver que ce n'est pas la nature de l'activité qui doit être mise en cause, mais le passif de la personne. « C'est le fameux dilemme de l'œuf ou la poule, analyse Ferguson. Est-ce l'activité qui est addictive, ou bien est-ce la personne qui est addict ? Honnêtement les gens peuvent dépasser les bornes dans n'importe quel domaine d'activité ». Sur son blog, le psychiatre Serge Tisseron formule la même remarque : « il a été montré que les personnes qui ont perdu le contrôle des impulsions, que ce soit sous l'effet d'un trouble mental ou de l'abus de substances toxiques, au premier rang desquels le tabac, peuvent développer diverses addictions à des produits ou à des objets qui ne sont pas réputés addictogènes ».

Selon Ferguson, pour que l'addiction au jeu vidéo soit reconnue comme un trouble légitime, il faudrait que des études puissent démontrer qu'elle peut exister seule, sans comorbidité. En d'autres termes, il serait nécessaire de prouver qu'une pratique trop intensive du jeu vidéo puisse d'elle-même engendrer d'autres troubles comme la dépression. Quelques rares études pointent vers une possible existence d'un tel syndrome primaire. Mais d'après Ferguson et plusieurs de ses collègues cosignataires de la tribune, les données sont encore trop fragiles pour l'instant. Côté chercheurs de l'OMS, on ne nie pas la prégnance du phénomène de comorbidité, mais on insiste en même temps sur la réalité bien particulière du trouble du jeu vidéo.

« Chez environ 50% des patients, on ne travaille pas forcément avec le modèle de l'addiction puisque chez eux c'est un "coping" [procédé de gestion de la maladie mentale, littéralement "faire face"] dysfonctionnel et le jeu excessif est favorisé par la confrontation à un trauma, une anxiété sociale, une dépression, ou autre, détaille Joël Billeux. [Mais] le problème selon moi est bel et bien présent, et le reconnaître est nécessaire à une prise en charge et un traitement adéquat, tout en diminuant les risques de surpathologisation ». Pour le psychologue Yann Leroux, le risque de mettre les projecteurs sur le jeu vidéo est de manquer le mal sous-jacent.

Le « coping » évoqué par Billeux inquiète justement ceux qui voient le trouble du jeu vidéo d'un mauvais œil. Il arrive régulièrement qu'une pratique intense ou déviante du jeu vidéo soit un moyen pour le malade de parvenir à gérer sa maladie, comme une sorte de béquille mentale. Or, plusieurs chercheurs et cliniciens comme Yann Leroux s'inquiètent de ce que la nouvelle classification pourra pousser les professionnels de santé à traiter uniquement la béquille et non le problème sous-jacent. D'où le risque accru d'établir un mauvais diagnostic, ce qui pourrait s'avérer extrêmement dommageable pour les patients : « Il y a en fait un risque important, souligne Ferguson. Si tout ce que vous faites c'est réduire le temps de jeu ou priver de jeu la personne alors qu'elle s'en sert pour pallier sa dépression, vous pourriez faire plus de mal que de bien ». Pourtant, arguent les partisans du « gaming disorder », il est grand temps de s'alarmer. Selon eux, les réticents à la modification de la CIM font l'impasse sur l'importance du phénomène, qu'ils n'hésitent pas à qualifier d'enjeu de santé publique. Mais encore une fois, le camp d'en face s'oppose à un tel qualificatif, extrapolé d'après eux sur la base d'une réalité clinique discutable.

Une étude scientifique conteste le lien entre violence et jeux vidéo

Article publié dans Le Monde, 21 mars 2018

C'est une conclusion qui tombe à pic. Une étude scientifique publiée dans *Molecular Psychiatry* le 14 mars, soit une semaine après [la convocation des représentants de l'industrie du jeu vidéo par Donald Trump](#), conteste l'influence des productions violentes sur le niveau d'agressivité des joueurs.

Menée sous la supervision de Simone Kühn, professeure associée en psychologie au sein de la société Max-Planck pour le développement des sciences en Allemagne (Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften), l'expérience a réuni 77 cobayes pendant deux mois. Ceux-ci ont été divisés en trois groupes, l'un exposé quotidiennement à un jeu vidéo violent (la superproduction *Grand Theft Auto V*, déconseillée aux moins de 18 ans) ; le second à un jeu vidéo pacifique (la simulation de vie *Les Sims 3*) ; tandis que le troisième ne jouait à aucun jeu.

Les auteurs de l'étude ont évalué le niveau d'agressivité et d'empathie des participants, leurs compétences interpersonnelles, leur impulsivité, leur anxiété, leur humeur, et leur contrôle de soi à travers des questionnaires et une évaluation comportementale informatisée, détaille la revue dans un communiqué explicatif. « Les chercheurs n'ont trouvé aucun changement significatif dans aucune des variables observées, et particulièrement pas dans l'évolution du niveau d'agressivité d'aucun des trois groupes, » conclut-il. Sur le total de 208 tests statistiques réalisés au cours de l'expérience, seuls trois pics de comportement violent ont été observés, et ne s'expliquent pas par les jeux pratiqués, précise l'étude.

Pour Simone Kühn, cette expérience, la première à tenter de mesurer les effets du jeu vidéo sur une longue période, réfute les accusations encore récemment portées contre le jeu vidéo :

« L'American Psychological Association a récemment résumé les précédentes découvertes sur les jeux vidéo violents en indiquant qu'ils présentaient un risque en termes de rapport à autrui, notamment d'agressivité accrue et de diminution de l'empathie. [Cette étude] contredit clairement cette conclusion. »

L'étude remarque que dans une expérience datant de 2001, une hausse d'agressivité a pu être observée chez certains sujets après la pratique de jeux vidéo violents, mais précise que celle-ci est temporaire et s'estompe en moins de quinze minutes. Elle rappelle par ailleurs qu'aucune méthode de mesure de l'agressivité ne fait référence en psychologie.

Les effets supposés des jeux vidéo sur les joueurs font l'objet de débats récurrents depuis la fin des années 1990 dans les médias, la sphère politique et le monde universitaire. Leur influence sur les tueurs de masse n'a jamais été prouvée.

VI. Les activités vécues pendant la formation ou à proposer en classe

- **Activité #1 - Un média, c'est quoi ?** : Dans un tas de magazines et de journaux, choisir une image ou un gros titre représentatif des médias au sens des participants. Agir dessus en la décalquant sur un plexi (feutre noir au recto, POSCAS au verso). Faire attention à laisser de la place. Dans un coin du plexi, rédiger une phrase affirmative et définitoire qualifiant ce que sont les médias de leur point de vue (« un média, c'est... »). Les productions ne sont pas mises en commun pour le moment.
- **Activité #1B - Débat mouvant** : Les deux formateurs se placent chacun d'un côté de la pièce en s'étant partagé les définitions qui viennent d'être rédigées. Les participants se placent au centre de la pièce, à mi-chemin entre les deux formateurs. À tour de rôle, les formateurs énoncent à voix haute une de ces définitions. Les participants qui sont en accord avec la définition qui est énoncée se déplacent en direction du formateur qui l'a formulée. Ce déplacement est graduel : au plus l'on est d'accord, au plus on se rapproche de l'orateur. Les formateurs interrogent les personnes placées aux extrêmes et leur demandent de justifier leur opinion. Lorsqu'un participant change d'avis suite aux propos que quelqu'un d'autre a formulés, il a tout à fait le droit de se déplacer à nouveau pour marquer cette évolution de sa pensée.
- **Activité #1C - Brise-glace deuxième journée** : De nouveau plexi/poscas => Reprendre la définition de la veille et agir « par-dessus » pour y ajouter une question/thématique qui reste en suspens, qu'ils aimeraient qu'on aborde lors de cette deuxième journée (en texte et/ou en dessin). Redéfinir un cadre sur le second plexi et retravailler dessus directement en gardant à l'esprit qu'il va être superposé au premier. Ce deuxième plexi est plus épuré, par exemple au feutre noir. Pour s'inspirer, les participants peuvent se remémorer un moment lors duquel ils se sont sentis désarmés face à un contenu – qu'est-ce que c'est que ce truc que je viens de voir ? ...de lire ? Un moment où ils ont pensé « c'est dangereux/c'est génial, il faut éduquer les enfants/les gens à cela » ? Une fois l'activité terminée, tour de table général qui sert à la fois de présentation de la production (et de ses attentes) et de retour sur sa définition (a-t-on envie de la modifier/de la nuancer ?)
- **Activité #2 - Ras le bol et coup de bol / Marre, souhait et wouaw** : Dans cet exercice, les participants sont invités à se remémorer ce qu'ils ont entendu dans les médias, que ce soit positif ou négatif. Attention, le mot « média » est ici envisagé dans son acception la plus large, et désigne YouTube, la télévision, la radio, le web, les réseaux sociaux... Chaque participant réfléchit et rédige séparément :
 - ➔ Une phrase entendue/lue dans les médias qui l'a agacé et qu'il souhaiterait ne plus entendre Catégorie Marre !
 - ➔ Une phrase qu'ils auraient envie d'entendre/lire dans les médias (si seulement on entendait cela plus souvent ! Les participants sont encouragés à rêver autant qu'ils le veulent, mais si possible sans tomber dans la science-fiction) Catégorie souhait
 - ➔ Une phrase entendue/lue dans les médias et qui l'a accroché (ça l'a sorti de sa torpeur, d'un coup, il s'est mis à écouter alors qu'il était distrait auparavant. Catégorie Wouaw

Les phrases sont toutes rédigées sur des papiers ou des post-its identiques, sans distinction entre les trois catégories. L'animateur les récolte et les mélange dans un chapeau ou un sac en tissu. Ensuite, il les pioche un par un et les lit à voix haute : il faut associer chaque phrase avec sa catégorie d'origine. Les phrases sont collées au fur et à mesure sur trois grands panneaux, un pour chaque catégorie.

Ex. « Dans 10 ans, on marchera sur Mars » => s'agit-il d'une phrase qu'on a réellement entendue ?

Ou d'une phrase qu'on aurait envie d'entendre ? Ou alors, le participant est agacé par le fantasme constant du voyage dans l'espace ?

En bonus, les participants peuvent essayer d'identifier l'auteur de chaque phrase, voire son média d'origine. Enfin, les auteurs de chaque phrase sont libres de confirmer ou d'infirmer les hypothèses des autres, ou de ne rien dire si le choix du groupe leur convient.

■ **Activité #3 – YouTube en classe : Inspiration :** « On va faire cours », « Jeu vidéo et Histoire » (et le mode « Découverte » du jeu vidéo Assassin's Creed <https://www.youtube.com/watch?v=vCLiwULQx24>), Le collectif « Le Vortex » (<https://www.youtube.com/watch?v=qDheQ9f2BIM>)

→ Premier tour de table : Quels noms de youtubeurs connaissez-vous ? Regardés par les jeunes, vos enfants, noms entendus en classe... Savez-vous de quoi ils parlent, comment les décririez-vous ? Création de « catégories » : humour, lifestyle, vulgarisation... (si les participants n'en ont aucune idée, on explore ensemble la plateforme ensuite, en essayant de se faire une idée rapidement, ce qui est aussi l'occasion de se frotter à l'architecture de YouTube). Montrer quelques minutes de Mc Fly et Carlito, initiation au principe des « générateurs de chaos »...

→ Deuxième tour de table : Les participants énoncent tour à tour des verbes d'action qui répondent à « pourquoi les jeunes regardent-ils YouTube ? » : s'évader, apprendre, se divertir, s'amuser... Éventuellement, relier ces verbes à des chaînes YouTube qu'on a citées (Ex. Youtubeur Fortnite ☒ s'améliorer).

Objectif final : Les participants choisissent une catégorie (éventuellement en lien avec un verbe) et l'associent à leur cours pour imaginer une capsule vidéo de quelques minutes (le décor, les intervenant.es, le sujet...). Ils la présentent ensuite avec un ton dynamique, singeant celui des vidéastes, pendant 30 secondes/1 minute.

Finalité : S'approprier les codes. Faire vivre sa matière. Proposer un défi créatif qui se déroule en terrain connu aux élèves.

■ **Activité #3B – Deux exercices facultatifs :**

→ Comment modifieriez-vous la vidéo que vous venez de créer si elle était sponsorisée par une marque ? Qu'est-ce qui vous semblerait le moins dérangeant ? Une « coupure publicitaire » comme dans l'exemple vu ensemble ? Un partenariat avec un acteur qui a un lien avec la thématique de votre cours ? Ou quelqu'un qui n'a rien à voir ? Où l'intégreriez-vous dans votre narration ?

19 et 20 janvier 2026 – Athénée Royal de Waremme

→ Comment sérialiser (« netflixiser ») ses cours ? Installer des personnages récurrents, consacrer le même créneau semaine après semaine à la même histoire au long cours, inventer un background à des théorèmes mathématiques, mettre en narration une matière qui n'a rien d'historique...

■ **Activité #4 - Deux jeux, seize mots** : Le groupe est divisé en deux. Pendant qu'une moitié joue à un jeu vidéo ensemble, l'autre l'observe et note les mots que leur évoque la scène.

→ Jeu vidéo A : Baba is You (Switch, PC) – les 5 à 10 premiers niveaux (tutoriel).
Permet de travailler le langage, la logique, la réflexion commune, la persévérance.

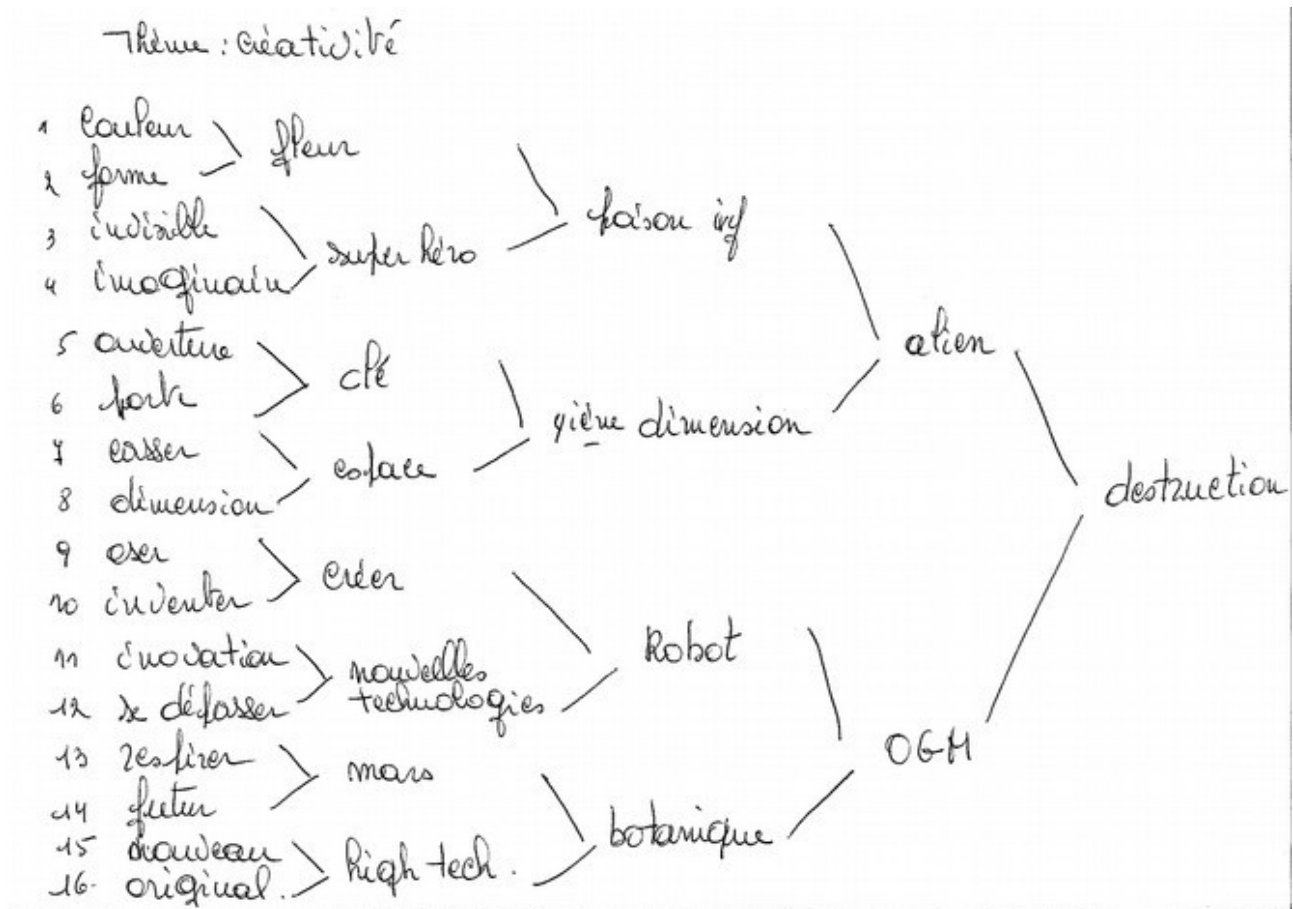
→ Jeu vidéo B : Overcooked 2 (Switch, PC, PlayStation 4, Xbox One) – niveaux 1-1 à 1-3.
Permet de travailler l'entraide, la coordination, la discussion de groupe, le sang-froid



Les participants non-joueurs observent les joueurs et notent des mots-clés que leur évoque la partie en cours, d'abord au brouillon. L'objectif est de se mettre d'accord, au terme de l'activité, pour en garder 16. Ces 16 mots sont inscrits au propre sur le côté gauche d'une feuille A3 en format paysage. Ils sont pour l'instant laissés en suspens, et on inverse les groupes en faisant jouer les suivants.

Lorsqu'on a deux fois seize mots, les participants du groupe A donnent au groupe B la feuille A3 affichant les mots à leur sujet, et vice-versa. Chaque groupe prend les deux premiers mots de la colonne et les associe pour qu'il leur inspire un nouveau mot, et ainsi de suite jusqu'à obtenir huit mots. Puis, les deux premiers de ces huit mots sont associés pour amener un nouveau mot, et ainsi de suite jusqu'à en obtenir quatre. Ces deux fois quatre mots sont associés selon le même principe pour en trouver deux, qui sont enfin associés pour que le groupe aboutisse à un seul mot.

Cet exercice d'écriture peut ensuite inspirer une poésie, définir des termes imposés à placer dans un exposé ou un texte, faire office de point de départ d'un atelier littéraire plus conséquent... À partir d'un moment « fun », il est possible de faire émerger de la créativité.



- **Activité #5 - Pense ton jeu !:** Les participants sont rassemblés en cercle. Au centre du cercle, on étale des images grand format de jeu vidéo imprimées en couleur. Chacun en choisit une d'un jeu qu'il ne connaît pas. Chaque participant invente un jeu à partir de cette image : qui est le héros ou l'héroïne, quel est l'objectif et comment se déroule le jeu (obstacles, actions à réaliser, compétences demandées – plutôt réflexion ou dextérité, etc.) ? Chacun parle et présente son jeu à son tour (un nom au jeu, c'est encore mieux). Le formateur peut éventuellement faire le lien avec le « vrai jeu » dont est issue l'image. L'important, c'est de faire travailler son imagination, de sortir de ce que l'on connaît du jeu vidéo, de se représenter la diversité de ce secteur artistique.

VII. Activité : La vérification d'informations, repérer les fake news et deepfakes

Chaque sous-groupe reçoit un article à vérifier. Une fois son contenu vérifié, le sous-groupe est invité à réaliser un support à destination des élèves pour expliquer leur méthode. Celui-ci peut prendre la forme d'une Mind Map, un tutoriel en X points, une slide de PowerPoint/Genially, un Kahoot, un quizz, un jeu...

Voir aussi : <https://www.askvera.org/>

Un débriefing en grand groupe attire ensuite l'attention des participants sur les différents types de Fake news/False News. Ces éléments théoriques sont tirés de l'ouvrage de François Debras « Désinformation, un enjeu démocratique ». (Voir aussi les exemples célèbres de fausses informations, comme le faux charnier de Timisoara, l'interview de Fidel Castro par PPDA ou l'arrestation de Xavier Dupont de Ligonès)

1. Qu'est-ce qu'une fake news ?

- **Définition** : Une fake news est une information intentionnellement fausse, créée pour tromper ou manipuler. Elle sert souvent des intérêts politiques, économiques ou idéologiques.
- **Objectifs** :
 - Inquiéter (ex : insécurité, immigration).
 - Influencer les croyances et les comportements.
 - Favoriser le chaos pour déclencher des crises (accélérationnisme).

2. Techniques de création des fake news

a. Manipulation d'images

- **Montages** : Superposer la tête d'une personne sur une photo existante. *Exemple* : Une image montrant un individu exhibant 40 000 € d'achats est modifiée pour y ajouter le visage de la Première Dame ukrainienne. Cela laisse croire que ces achats proviennent de fonds publics, alimentant des accusations infondées.
- **Images hors contexte** : Utilisation d'images authentiques dans des situations trompeuses. *Exemple* : Lors des feux de forêt en Amazonie, des images datant de plusieurs années sont utilisées pour illustrer des événements récents. Autre exemple : des chars russes filmés en 2019 sont montrés en 2022 comme preuve d'une invasion imminente.

b. Désinformation vidéo

- **Deepfake** : Vidéos truquées imitant des personnalités publiques. *Exemple : Une vidéo générée par un chercheur montre Barack Obama disant des phrases qu'il n'a jamais prononcées. Cette technique combine des centaines d'extraits vidéo pour simuler la voix et les mouvements d'Obama.*

c. Propagande idéologique

- **Exemples** :
 - L'attaque de Christchurch (2019) où l'auteur a diffusé un manifeste prônant l'idée d'un "génocide blanc" pour justifier son acte.
 - David Icke, promoteur de la théorie selon laquelle des reptiliens gouvernent le monde, vend des livres et organise des conférences pour diffuser ses idées.

3. Catégories de fake news

- **Hoax (canulars)** : Parfois à but humoristique ou pédagogique. *Exemple : "Bye Bye Belgium", un faux reportage diffusé par la RTBF, annonçait la séparation de la Belgique pour alerter sur les tensions communautaires.*
- **Clickbait (pièges à clics)** : Titres émotionnels ou sensationnels destinés à attirer les clics. *Exemple : "Ce médecin célèbre dénonce une découverte choquante sur le Covid !"*
- **Articles non sourcés ou faux** : *Exemple : Luc Montagnier, Prix Nobel, a affirmé que le virus du Covid contenait des séquences de VIH, ce qui a alimenté des théories infondées.*

4. Rôle des algorithmes et des médias sociaux

- **Objectif** : Garder les utilisateurs connectés en exploitant leurs émotions. *Exemple : L'algorithme identifie des contenus polarisants qui suscitent des émotions fortes (colère, peur) pour augmenter le temps passé sur la plateforme.*
- **Effets** : Polarisation, création de bulles de filtres. *Exemple : Une enquête de Thomas Huchon a montré que selon les préférences politiques d'un profil, les informations reçues sur Notre-Dame de Paris différaient radicalement (terrorisme, négligence, etc.).*
- **Exploitation des données** : Analyse des comportements pour cibler des électeurs. *Exemple : Cambridge Analytica utilisait des "likes" sur Facebook pour prédire les préférences des utilisateurs et influencer leurs choix électoraux.*

5. Facteurs favorisant la croyance aux fake news

a. Biais cognitifs

- **Biais d'intentionnalité** : Tendence à chercher une cause ou un coupable derrière chaque événement. *Exemple* : "À qui profite le crime ?" est une question récurrente dans les raisonnements complotistes.
- **Biais de cadrage** : La présentation influence la perception. *Exemple* : "Un Belge sur dix est favorable à un État autoritaire" peut être reformulé en "Neuf Belges sur dix sont opposés à un État autoritaire", ce qui change la perception du message.
- **Biais de représentativité** : Apparence (blouse blanche, lunettes) associée à une autorité scientifique. *Exemple* : Didier Raoult portait systématiquement une blouse blanche à la télévision, renforçant sa crédibilité perçue même en dehors de son domaine d'expertise.
- **Biais d'exposition** : La répétition d'une information favorise son adhésion. *Exemple* : Des vidéos montrant Obama tirant la langue ont été utilisées pour alimenter la théorie selon laquelle il serait un reptilien.

b. Vulnérabilité en temps de crise

- Crise = construction narrative qui accentue la réceptivité. *Exemple* : Durant la pandémie, des rumeurs de piqûres sauvages dans des festivals ont circulé malgré l'absence de cas avérés.

c. Besoin de sens et de contrôle

- Fake news comblent le besoin de comprendre et de résoudre des incertitudes. *Exemple* : Le complotisme peut être perçu, selon Frédéric Lordon, comme un effort pour sortir de la passivité et se réappropriier le sens de son existence.

6. Analyser et déconstruire une fake news

a. Identifier l'émetteur

- Qui a créé cette information ?
- Quel est son objectif ?

b. Examiner la nature et la source

- L'information est-elle sourcée ?
- Imitation des codes journalistiques (ex. sites imitant des adresses fiables comme "leparisien.ltd").

c. Techniques pour valider une information

- Vérifier sur des plateformes fiables.
- Identifier les manipulations émotionnelles ou esthétiques.
- Détecter les biais cognitifs induits.

d. Encourager l'esprit critique

- Valoriser la recherche d'informations croisées.
- Sensibiliser à la précipitation dans le partage.
- Former à identifier les émotions liées au contenu.

7. Détecter les deepfakes

Pour repérer un **deepfake**, il est essentiel d'appliquer une méthodologie qui combine observation attentive et utilisation d'outils technologiques. Voici les étapes clés pour identifier un contenu potentiellement manipulé :

1. Examiner les anomalies visuelles

- **Expressions faciales et mouvements des lèvres** : Dans de nombreux deepfakes, les expressions peuvent sembler rigides ou mal synchronisées avec l'audio. Les mouvements de la bouche peuvent ne pas correspondre parfaitement aux mots prononcés.
- **Clignements des yeux** : Les premiers deepfakes oublièrent souvent les clignements naturels des yeux. Bien que cela s'améliore, les mouvements des paupières restent parfois artificiels.
- **Lumières et ombres** : Vérifiez si les ombres sont cohérentes avec l'éclairage général. Des incohérences sont souvent des signes de manipulation.
- **Détails de la peau** : Les imperfections naturelles comme les rides ou les pores peuvent disparaître ou sembler floues.

2. Analyser l'audio

- **Synchronisation voix-image** : Une voix mal synchronisée ou un son désynchronisé avec les mouvements corporels peut indiquer un deepfake.
- **Qualité sonore** : Les deepfakes audio peuvent présenter des intonations étranges ou un rythme monotone.

3. Observer le contexte et la provenance

- **Vérifier la source d'origine** : Assurez-vous que la vidéo provient d'une source fiable. Une vidéo virale publiée sans contexte ou sur un site douteux doit être suspectée.
- **Chercher des versions officielles** : Si la vidéo concerne une personnalité publique, recherchez des versions authentiques publiées sur des comptes ou plateformes vérifiés.

4. Utiliser des outils spécialisés

- **Outils d'analyse vidéo** : Des plateformes comme Deepware Scanner ou Sensity peuvent détecter les manipulations.
- **Analyse d'images** : Avec des outils comme InVID ou FotoForensics, vérifiez les métadonnées ou repérez les traces de modifications.

5. Vérifier les incohérences contextuelles

1. **Habitudes ou comportements improbables** : Si une personne célèbre fait une déclaration ou un geste contraire à son image publique, cela peut signaler une manipulation.
2. **Contexte irréaliste** : Analysez si les événements décrits ou montrés dans la vidéo semblent plausibles dans leur contexte historique, culturel ou géographique.

6. Utiliser l'esprit critique

- **Réflexion sur l'intention** : Posez-vous la question : pourquoi cette vidéo existe-t-elle ? Sert-elle un objectif particulier (politique, économique, désinformation) ?
- **Croiser les informations** : Vérifiez si d'autres sources crédibles corroborent les informations ou les images diffusées.

Activité : Foire aux questions... du web !

Chaque sous-groupe choisit une des sept questions dans la liste ci-dessous ou, s'il n'en trouve aucune qu'il juge pertinente, en forme une nouvelle.

- Internet peut-il être parfois raciste ?
- Internet peut-il être parfois sexiste ?
- Comment se protéger face au cyberharcèlement ?
- Les réseaux sociaux nous rendent-ils bêtes ?
- Les GAFAs sont-ils dangereux ?
- À quoi servent nos données personnelles ?
- Faut-il se méfier des algorithmes ?

Chaque sous-groupe tente de répondre à la question choisie le mieux possible pendant **30 minutes**. Il peut pour cela utiliser les extraits de l'ouvrage de Lucie Ronfaut (ou d'autres chapitres), ceux du livre de François Debras, les fiches du Jeu de la ficelle à sa disposition, ou encore de la documentation web que le sous-groupe juge fiable.

Une série de sources utiles ont également été imprimées, certains sont sous la forme de liens ou de PDF rassemblés dans un dossier partagé : <https://bit.ly/IFPCmedias>

Attention : il convient de laisser de la place sur chaque panneau.

Puis la question tourne au sous-groupe suivant dans le sens des aiguilles d'une montre qui a **15 minutes** pour compléter, ajouter d'autres éléments de réponse ou de réflexion.

La question est ensuite passée à un troisième sous-groupe qui bénéficie de **10 minutes** pour peaufiner la réflexion. Un dernier sous-groupe, si le temps le permet, a **5 minutes** pour prendre connaissance des échanges jusqu'à lors et y ajouter ses réactions.

Enfin, le sous-groupe de départ récupère la question qu'il avait adressée. On procède à un retour en grand groupe et chaque sous-groupe émet éventuellement des remarques, de nouvelles questions ou un retour d'expérience complémentaire à ce que le reste du groupe a collecté.

Piste de prolongement : deux techniques de débat (bocal à poisson et débat mouvant)

Activité : découverte de Twitch et questionnement de son usage pédagogique

Formez des sous-groupes de deux ou trois en vous rassemblant par matière/centre d'intérêt (un ordinateur par sous-groupe).

Choisissez une ou deux diffusions à analyser parmi les suivantes. Visionnez-en un extrait (entre 2 et 5 minutes, éventuellement en avançant plus loin dans la vidéo).

1. [Moodie](#) : l'ascenseur social est-il cassé ?
2. [Hycarius](#) sur Phararon : cours d'histoire.
3. [Knossos](#) dans Assassin's Creed : exploration virtuelle archéologique.
4. [Toutsecomprend](#) : vulgarisation scientifique ou thématique complexe.
5. [Samuel Etienne](#) : analyse de l'actualité en direct.
6. [Arte](#) : documentaires et échanges avec des experts (ondes gravitationnelles)
7. [Clément Viktorovitch](#) : Analyse rhétorique et débats
8. [Notabene](#) : L'armée romaine, ça marchait comment ? - Entretien avec l'historien Yann le Bohec
9. [Zawaproduct](#) : Entretien avec François Ruffin : Comment combattre efficacement le discours du RN ?
10. [Backseat](#) : la France doit-elle aider les pays pauvres ?
11. [Au poste](#) : Syrie - les enfants des camps, une honte française
12. [Purrfect books](#) : Revue des sorties littéraires
13. [Étoiles](#) : une nuit au musée du château de Versailles
14. [Simon Puech et l'actualité](#)

NB : Si aucun exemple ne correspond à votre matière, vous pouvez aller chercher d'autres exemples sur Twitch (émission anglophone ou néerlandophone, dessin, menuiserie, musique...)

Récupérez sur la table au centre les photos à l'effigie des streamers ou streameuses choisis.

Axe X (horizontal) : Critères liés au contenu

- **Pertinence du sujet** : Le sujet est-il en lien direct avec les programmes scolaires ou les compétences visées en classe ?
- **Fiabilité des informations** : Les sources ou intervenants sont-ils crédibles et bien référencés ?
- **Clarté des explications** : Les concepts ou faits présentés sont-ils faciles à comprendre pour vos élèves ?

Axe Y (vertical) : Critères liés à l'engagement et au format

- **Qualité de l'interaction** : Les questions des spectateurs enrichissent-elles le contenu et sont-elles prises en compte par le streamer ? Serait-il pertinent de susciter des interactions de la part de vos élèves (questions improvisées ou préparées) ?
- **Accessibilité et durée** : Le format (longueur, rythme, langage) est-il adapté à un usage en classe avec des élèves ?
- **Engagement des élèves** : Le contenu est-il susceptible de capter et de maintenir l'attention des élèves ?

En guise de synthèse, récupérez la photo de votre streamer ou streameuse et collez-la à l'emplacement qui correspond à votre évaluation globale.

Vous pouvez ajouter des post-it ou des notes sur les photos et les axes pour justifier votre appréciation.

Activité : L'utilisation pédagogique de Youtube, son modèle économique et les moyens d'être actif face à sa consultation

Classe Télé : voir la fiche pédagogique dans le dossier partagé.

Les représentations et les modèles économiques

- Utiliser les grilles d'analyse des représentations et du modèle économique présentes dans le dossier partagé.
 - Répartir les grilles d'analyse en binômes : l'un analyse le modèle économique, l'autre les représentations.
 - Prendre connaissance de la grille et des définitions. Avez-vous des questions ?
 - Visionner la vidéo de Lena Situations sur l'Orient Express : <https://www.youtube.com/watch?v=kwpWhRXSwZY>
 - Visionner environ 15 minutes de vidéo (avec des pauses régulières pour laisser le temps du remplissage) puis comparer les résultats des binômes.
 - Peut-on supposer qu'il existe une corrélation entre le modèle économique choisi et le degré de diversité des représentations ?
 - Ces documents sont-ils pertinents pour un exercice similaire avec vos élèves ? Comment les amender pour qu'ils deviennent plus adaptés ?
- ⇒ L'outil d'analyse des représentations peut être utilisé pour analyser des reportages de JT, par exemple. L'outil d'analyse des modèles économiques peut quant à lui servir à l'analyse de posts sur les réseaux sociaux.

Activité : créer ensemble une séquence pédagogique

Rassemblez-vous par matière/centre d'intérêt et créez une séquence/un dispositif pédagogique de votre choix (pour travailler une thématique, un pan de la matière...) en tentant d'utiliser les médias de façon innovante, en bousculant vos pratiques habituelles. Pour ce faire, vous pouvez vous aider des axes suivants et échanger des ressources entre vous !

Axe 1 : outils pédagogiques - Bocal à poissons, débat mouvant, jeu de la ficelle, « c'est pas sourcé » (cf. fiches pédagogiques et/ou de présentation), [le CDJ et ses décisions...](#)

Axe 2 : IA - [_GAMMA](#) pour les slides, [Elicit](#), [Wooflash](#), [Magicschool](#), ChatGPT pour les idées d'ateliers, de séquence pédagogique, [Turboscribe](#) pour la retranscription, [NotebookLM...](#)

Axe 3 : la navigation et organisation numérique - Artsteps ([exemple 1](#) ; [exemple 2](#)), [Padlet](#), [Sophie lit](#), [Scratch](#) et Construct, [Geogebra](#), [Geoguessr](#), Kahoot, [Histoire par Image...](#)

Axe 4 : Youtube et Twitch, les podcasts ([Un jour une question](#) / [Un jour une actu](#); [les podcasts pédagogiques listés par LVDI](#) ; [les podcasts du journal Le Soir](#)), Thune ([sur les influenceurs par exemple](#)), vidéos et jeux vidéo ([Romain Vincent et la chaîne JVH](#))

Axe 5 : Les réseaux sociaux - Hugo décrypte sur Instagram

[#Learnontiktok](#)

[L'usage d'Instagram et les sondages en Stories](#)

Quelques profs sur Tik Tok :

- [Maîtresse Adeline](#)
- [Monsieur Nash](#)
- [Les 10 meilleurs comptes tiktok éducatifs du moment](#)
- [Les 20 meilleurs comptes instagram éducatifs du moment](#)

VIII. Liste des YouTubeurs intéressants en vue d'un usage pédagogique

Lutte contre la désinformation, éducation aux médias et enquêtes approfondies

1. **Off Investigation** : Une chaîne d'investigation journalistique indépendante qui propose des enquêtes approfondies sur des sujets complexes, souvent en lien avec la lutte contre la désinformation, les injustices sociales et les abus de pouvoir.
2. **CLEMI – Éducation aux médias et à l'information** : La chaîne officielle du CLEMI (Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information) propose des ressources pédagogiques, des conseils pratiques et des analyses pour apprendre à décrypter l'information, lutter contre la désinformation et développer un esprit critique face aux médias.
3. **Data Gueule** : Analyse des données et des faits d'actualité pour expliquer des phénomènes complexes de façon visuelle et percutante.
4. **Info ou Mytho ?** : Chaîne dédiée à la vérification des faits et à la déconstruction des fake news. Elle analyse les mécanismes de désinformation et sensibilise son audience à la pensée critique et à l'éducation aux médias.
5. **Mediapart** : Chaîne officielle du média d'investigation, proposant des analyses, entretiens et décryptages sur des sujets d'actualité et des enquêtes approfondies.
6. **Le Média** : Média alternatif qui produit des reportages et enquêtes sur des thématiques sociales, politiques, et environnementales souvent peu couvertes par les médias traditionnels.
7. **Blast, le souffle de l'info** : Média indépendant créé par le journaliste Denis Robert proposant des enquêtes fouillées, des analyses sociétales et des reportages sur des sujets de fond.
8. **Arrêt sur Images** : Analyse critique du traitement médiatique de l'actualité, avec un focus sur les biais journalistiques et la manière dont les informations sont présentées.
9. **Hugo Décrypte** : Si elle peut être qualifiée de lisse et bien qu'elle reproduise le discours dominant des médias, cette chaîne a le mérite de résumer quotidiennement l'actualité française et internationale en cherchant à s'adresser aux jeunes. Aussi présent sur Instagram et Tik Tok.
10. **Backseat** : Des analyses politiques en direct et des discussions ouvertes sur des enjeux sociétaux, avec une forte dimension pédagogique pour mieux comprendre les mécanismes démocratiques.
11. **Lumni** : Plateforme éducative de France Télévisions qui propose une multitude de vidéos pour décrypter les médias et l'information, adaptée à tous les âges.
12. **Fréquence Écoles** : Partage des ressources pour accompagner les jeunes dans leur relation avec les médias et les écrans, tout en développant leur esprit critique.
13. **Les Haut-Parleurs** : Une chaîne collaborative qui donne la parole à des jeunes reporters à travers le monde, pour décrypter des sujets d'actualité avec un regard engagé et original.
14. **Esprit Critique** : Chaîne dédiée à l'analyse des médias et des biais informationnels, avec des outils pour aiguïser le sens critique face à la désinformation.
15. **Hygiène Mentale** : Une chaîne pour développer son esprit critique, comprendre les biais cognitifs et adopter une démarche scientifique face aux informations. Elle offre des outils pratiques pour lutter contre les fausses informations et affiner son jugement.
16. **WTFake** : Cette chaîne se consacre à la déconstruction des fake news, des rumeurs et des théories du complot. Elle présente des vidéos éducatives et critiques sur l'impact des informations erronées et comment elles se propagent dans la société.

Vulgarisation

1. **Nota Bene** : Une référence incontournable pour les vidéos sur l'histoire avec un traitement rigoureux et souvent ludique.
2. **Stupid Economics** : Explique avec clarté des concepts économiques complexes en les appliquant à des enjeux contemporains.
3. **Le Vortex** : Produit par Arte, *Le Vortex* rassemble plusieurs vulgarisateurs pour se pencher sur des sujets très variés, allant de la désinformation aux phénomènes sociaux, en passant par des réflexions sur l'impact des médias dans nos vies.
4. **C'est une autre histoire** : Idéal pour les amateurs d'histoire de l'art et d'anecdotes historiques insolites.
5. **Balade Mentale** : Vulgarisation scientifique et philosophique avec une approche poétique et visuelle.
6. **La statistique expliquée à mon chat** : Une excellente chaîne pour comprendre des sujets complexes via des graphiques simples et des explications ludiques.
7. **Hygiène Mentale** : Se concentre sur la pensée critique, l'analyse des biais cognitifs et la démarche scientifique.
8. **Parlons Y-stoire** : Une chaîne qui explore des sujets historiques sous un angle sociétal et avec un regard critique.
9. **Confessions d'Histoire** : Des vidéos humoristiques où des personnages historiques racontent les événements majeurs de leur point de vue, dans un style décalé.
10. **La Prof** : Une professeure d'histoire qui vulgarise des sujets historiques complexes de manière pédagogique.
11. **Les Revues du Monde** : Explore l'histoire et la science à travers des vidéos immersives et captivantes, avec des explications claires.
12. **Dr Nozman** : Une manière ludique d'explorer des expériences scientifiques, des curiosités et des phénomènes naturels.
13. **Histony** : Vulgarisation historique avec un focus sur la lutte contre les stéréotypes et les idées reçues sur différentes périodes et cultures.
14. **Le Réveilleur** : Propose des contenus détaillés et rigoureux sur des sujets scientifiques et environnementaux, en déconstruisant les idées fausses.

Analyse de la culture et des médias

2. **JVH – Jeux Vidéo et Histoire** : Animée par le professeur en collège Romain Vincent, cette chaîne explore les liens entre les jeux vidéo et l'histoire, en analysant comment les événements, personnages et époques historiques sont représentés dans ce média. Elle offre un regard critique et pédagogique et des retours d'expérience en classe.
3. **Bolchegeek** : Analyse des œuvres de fiction, principalement des films et séries, sous un prisme sociologique et politique.
4. **Micode** : Une chaîne dédiée à la vulgarisation de sujets liés au numérique, à la cybersécurité et aux enjeux technologiques. À travers des enquêtes captivantes et des explications accessibles, elle sensibilise aux dangers en ligne tout en promouvant une utilisation éclairée des outils numériques.
5. **M. Bobine** : Chaîne consacrée au cinéma avec des analyses détaillées sur des films ou des thématiques liées au septième art.
6. **Game Spectrum** : En ligne avec Toujours Thomas, cette chaîne analyse les jeux vidéo sous un angle sociétal, historique ou philosophique.
7. **Un créatif** : Analyse des mécanismes marketing et déconstruction du discours des grandes marques.
8. **Jeux Vidéo et Histoire (JV&H)** : Examine les liens entre les récits historiques et leur adaptation dans les jeux vidéo.
9. **Toujours Thomas** : Une chaîne qui analyse en profondeur les thématiques et la narration dans les jeux vidéo dans une dynamique de rétrospective.
10. **La Manie du Cinéma** : Se concentre sur des thématiques spécifiques du cinéma avec des analyses pointues et une attention particulière portée aux personnes en situation de handicap.
11. **Comixrays** : Décortique les thématiques des comics et adaptations.
12. **Romain Filstroff** : Propose des analyses littéraires et culturelles, souvent centrées sur des thèmes philosophiques.
13. **Nota Bene : Le coin Pop Culture** : Version secondaire de Nota Bene où il aborde des thèmes plus légers ou de niche dans l'histoire et la culture populaire.
14. **Le Canapé** : Analyse des séries télévisées et leur impact culturel ou sociétal.
15. **Axolot** : Explore les curiosités du monde à travers des récits fascinants, souvent liés à la culture et à l'histoire.

Lutte contre les stéréotypes et racisme

1. **Kiffe Ta Race** : Podcast produit par Binge Audio, *Kiffe Ta Race* explore les questions de racisme, de stéréotypes et d'identité avec un regard critique et engagé. À travers des discussions, des témoignages et des analyses, il met en lumière les dynamiques raciales et encourage la déconstruction des préjugés.
2. **Les Couilles sur la Table** : Podcast de Binge Audio également, qui explore les questions de genre et d'identité, tout en déconstruisant les stéréotypes masculins et les normes sociales liées à la masculinité.
3. **Histoires Crépus** : Chaîne qui explore l'histoire coloniale, les impacts du colonialisme et les représentations des personnes afro-descendantes dans les sociétés contemporaines. *Histoires Crépus* déconstruit les stéréotypes raciaux et met en lumière les récits des personnes noires tout en abordant des thèmes d'identité, de mémoire et de lutte contre les inégalités raciales.
4. **Décolonisons l'Écologie** : Cette chaîne aborde la question de l'écologie sous un prisme décolonial, mettant en lumière la manière dont les enjeux environnementaux sont souvent traités sans tenir compte des réalités des populations colonisées et des peuples indigènes.
5. **Sapio** : Cette chaîne se distingue par sa capacité à rendre accessibles des concepts scientifiques complexes tout en abordant des problématiques de société avec un regard critique. *Sapio* explore des sujets liés à la psychologie, la sociologie et la philosophie, en mettant un accent particulier sur la déconstruction des stéréotypes sociaux et les questionnements sur l'identité, le genre, et la place de l'individu dans la société moderne.

VIII. Ressources

- ◆ Laurent Mauduit, *Main basse sur l'information, Don Quichotte* (2016)
- ◆ Patrice Flichy, *Le sacre de l'amateur*, Seuil (2010)
- ◆ Patrick-Yves Badillo, « Réorganisation des médias : la "presse" d'information en France, entre destructions et créations », dans *Vers une culture médi@TIC ?*, L'Harmattan (2015).
- ◆ Geoffrey Geuens, *Les vieilles élites de la nouvelle économie*, Presses universitaires de France (2001).
- ◆ Mathieu Tricot, *Philosophie des jeux vidéo*, Zones, 2011.
- ◆ Vincent Manilève, *YouTube, derrière les écrans*, Lemieux (2018)
- ◆ Sébastien Moricard et Alain T. Puysegur, *Le guide des Youtubers*, Castelmor (2016)
- ◆ Boris Krywicki, « Comment les vidéastes gagnent-ils leur vie sur YouTube ? » [en ligne] http://culture.uliege.be/jcms/c_3026480/fr/comment-les-videastes-gagnent-ils-leur-vie-sur-youtube?part=1 (2017).
- ◆ Sébastien Genvo, « Les jeux expressifs : vie quotidienne et jeux vidéo » (<https://www.youtube.com/watch?v=fcX43KP6glU>), 2016.
- ◆ Le blog d'un thérapeute qui utilise le jeu vidéo avec ses patients : Bruno Berthier, « Médiation thérapeutique avec les jeux vidéo » (<http://therapieetjeuvideo.fr/author/brunob>).
- ◆ Le documentaire « Indie Game : the movie » (2010), qui raconte la création de plusieurs jeux indépendants du point de vue du vécu de leurs auteurs : <http://buy.indiegamethemovie.com/>
- ◆ Le projet Liegecraft qui invite des participants à reconstruire un Liège virtuel dans le jeu Minecraft pour se réapproprié l'espace public : <http://liegecraft.be>
- ◆ « Comment les jeux peuvent-ils nous aider », chaîne YouTube de Game Spectrum : <https://www.youtube.com/watch?v=9jiNWK9dUy8&feature=youtu.be>
- ◆ Le jeu-phénomène Fortnite et son modèle économique : « Game Anatomy - Fortnite manipule votre cerveau ? », chaîne YouTube de Doc Geraud : https://www.youtube.com/watch?v=_YnncJ8NTvA
- ◆ Débats Première : « Introduire les jeux vidéo à l'école, une bonne idée ? » : https://www.rtf.be/auvio/detail_debats-premiere?id=2368163



Annexe I : C-Paje. Qui sommes-nous?

Identité

Une ASBL



- *Collectif pour la Promotion de l'Animation Jeunesse Enfance
- *une équipe pluridisciplinaire
- *un siège social à Liège (rue Henri Maus, 29 4000 Liège)
- *une reconnaissance d'Organisation de Jeunesse (Communauté française)

Un réseau



L'ASBL C-paje est un réseau qui réunit plus d'une centaine de structures regroupant divers acteurs de l'animation jeunesse enfance (animateur socioculturel, éducateur, accompagnateur social, enseignant). Toutes personnes proposant un travail d'animation peut intégrer le réseau C-paje.

Objectif



Notre objectif : soutenir, développer et promouvoir une animation de qualité au service de l'épanouissement social et culturel de l'enfant et du jeune.

Activités

Point commun de nos activités : la créativité comme outil favorisant le développement de savoirs, de savoir-faire et de savoir-être.

Formation



L'objectif de nos formations est de renouveler ou d'approfondir les compétences, de varier les possibilités d'actions en fonction des différents publics ou de simplement échanger avec d'autres travailleurs du secteur. Participer à nos formations permet de bénéficier de l'expérience et de la créativité d'artistes-formateurs et de praticiens confirmés.



Le C-paje orchestre, depuis plusieurs années, des projets communautaires d'envergure où se mêle le travail social, culturel et créatif. Ceux-ci réunissent plusieurs structures d'animation et bénéficient d'une large diffusion. Ces projets valorisent et développent les capacités d'expression et les ressources créatives des enfants et des jeunes, au sein d'une dynamique collective.

Information



Nous proposons à travers nos différents canaux d'informations un large panel d'idées, d'outils d'animation et de personnes-ressources. Nous permettons aux acteurs du secteur de se tenir au courant de ce qui se passe dans le réseau C-paje et dans le monde socioculturel.

Diffusion



Par diverses publications, le C-paje fait connaître le travail ambitieux et de longue haleine du secteur de l'animation jeunesse-enfance, la variété de ses méthodes et l'impact socioculturel de ses actions.