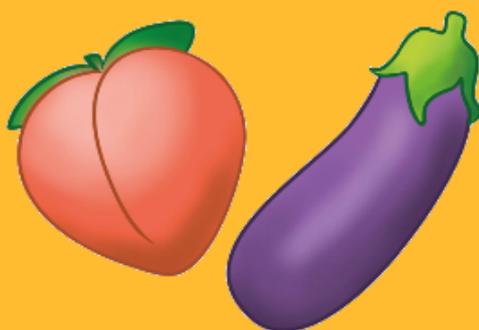


ADOLESCENCE ET SEXUALITÉ À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

UNE JOURNÉE POUR
ÉCHANGER DES IDÉES,
DES PRATIQUES
ET DES OUTILS



**Actes de la séance plénière et des ateliers du colloque
organisés par le Groupe UpTIC
Bruxelles, le 7 décembre 2018**

*Arnaud Zarbo : Des balises pour parler des écrans dans les projets EVRAS
Yaëlle Amsellem-Mainguy : Les jeunes, la sexualité et internet : Usages et représentations des 18-30 ans
Cécile Goffard et Daniel Bonvoisin : Pop Modèles : Quelle est l'image des femmes dans les médias populaires?
Michael Stora : Les jeux vidéo ont-ils un sexe ?*

Nous tenons à remercier tout particulièrement Cassiopée Henaff (Action Médias Jeunes), Damien Favresse (CBPS), Briec Guffens (IHECS), Alice Hannotaux (CLAS d'Ixelles), Maryline Thannen (AVAT), Arnaud Zarbo (Nadja) et Pascal Minotte (CRéSaM) pour leur participation à la transcription, la correction et la mise en forme de ces actes.

TABLE DES MATIÈRES

3 INTRODUCTION

4 DES BALISES POUR PARLER DES ÉCRANS DANS LES PROJETS D'ÉDUCATION À LA VIE RELATIONNELLE, AFFECTIVE ET SEXUELLE (EVRAS)

6 LES JEUNES, LA SEXUALITÉ ET INTERNET : USAGES ET REPRÉSENTATIONS DES 18-30ANS

6 CONTEXTE SOCIAL DES USAGES ET SEXUALITÉ DES JEUNES

7 INTERNET, UN OUTIL À MULTIPLES USAGES EN MATIÈRE DE SEXUALITÉ

8 DE LA PORNOGRAPHIE AUX PRATIQUES SEXUELLEMENT DÉTERMINÉES

8 DES USAGES QUI SE CONSTRUISENT AU FIL DES ANS

10 POP MODÈLES : QUELLE EST L'IMAGE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS POPULAIRES ?

10 POP MODÈLES, C'EST QUOI ?

10 LA CULTURE POPULAIRE, C'EST QUOI ?

12 LE GENRE DANS LA CULTURE POPULAIRE ?

12 LA DOMINATION MASCULINE POPULAIRE

13 ET DANS LE CINÉMA DE GUERRE ?

13 UNE ÉVOLUTION AVEC LES PRINCESSES DISNEY ?

13 ET LA QUESTION DU GENRE DANS LES JEUX VIDÉO ?

13 LA CULTURE DU VIOL, PAS DE LA FICTION

15 LES CLIPS DE HIP-HOP ET L'IMAGE DE LA FEMME

16 EN CONCLUSION

17 LES JEUX VIDÉO ONT-ILS UN SEXE ?

17 À QUEL POINT LE JEU VIDÉO VÉHICULE-T-IL DES STÉRÉOTYPES SEXISTES ?

17 L'ÈRE DU JEU : ESPACE DE MISE EN SCÈNE DES PULSIONS AGRESSIVES

18 LE BAL MASQUÉ DE L'AVATAR

18 LES GAMERS SONT-ILS SEXISTES ?

19 MIRROR'S EDGE : ÊTRE UNE FEMME

19 QUI SONT LES GAMEUSES ?

19 BAYONETTA, UN AVATAR QUI DÉRANGE

20 OUTILS PRÉSENTÉS EN ATELIERS

INTRODUCTION

Il y a plus de huit ans maintenant, un groupe d'une dizaine de professionnels provenant d'horizons différents s'est rassemblé afin d'échanger autour des questions éducatives liées aux usages d'internet et des jeux vidéo. Quelques années plus tard, étoffé par de nouveaux membres, ce même collectif décide de franchir un cap dans son engagement à travers des actions concrètes comme la diffusion de « balises pour parler des écrans dans les projets EVRAS » et l'organisation du présent colloque « pour échanger des idées, des pratiques et des outils ». Ces actes¹ en sont la conséquence logique. Ils synthétisent les interventions des orateurs de la séance plénière de la matinée.

En introduction, **Arnaud Zarbo**, membre du groupe UpTIC, présente « des balises pour parler des écrans dans les projets d'Éducation à la Vie Relationnelle, Affective et Sexuelle » élaborées par le collectif.

Ensuite, **Yaëlle Amsellem-Mainguy** nous décrit les résultats d'une enquête sur les usages sexuels d'internet par les adolescents qu'elle a réalisée pour l'INJEP avec son collègue Arthur Vuattoux. Ce travail, basé sur une approche compréhensive, nous aide à appréhender ce que font les jeunes sur internet en matière de sexualité. Il se penche sur la manière dont ils et elles pensent leurs pratiques et le lien qu'ils et elles établissent entre ces usages et leur expérience globale de la sexualité.

Dans un troisième temps, **Cécile Goffard** et **Daniel Bonvoisin** nous présentent l'outil d'éducation aux médias « Pop Model ». Celui-ci questionne l'image des femmes dans les médias populaires à travers sept clips qui sont autant d'analyses : Comment les femmes sont-elles représentées dans la publicité ? Quel rôle jouent-elles dans le cinéma de guerre ? Quels clichés banalisent la culture du viol ? En quoi les princesses Disney témoignent-elles des rapports de genre et de leur évolution ? L'usage des avatars masculins ou féminins modifie-t-il l'expérience des jeux vidéo ? Comment les clichés sexistes du Hip-Hop peuvent-ils être réappropriés par les artistes féminines ? Autant d'exemples qui montrent comment la société masculine s'impose dans les médias de divertissement.

Après quoi, au départ de son expérience de psychanalyste spécialiste des mondes numériques, **Michaël Stora** se penche, par touches impressionnistes, sur la question du genre, le sexisme et la place de la femme dans les jeux vidéo.

Enfin, la dernière partie des actes est constituée des fiches de présentations des outils autour desquels se sont organisés les ateliers de l'après-midi. Au nom de tous les membres du groupe UpTIC, nous vous souhaitons une lecture agréable et inspirante. Et nous espérons – qui sait ? – vous retrouver à un prochain colloque tout aussi stimulant...

Pour le groupe,
Pascal Minotte (CRéSaM)

¹Ils reflètent ce que les membres du groupe UpTIC ont retenu des interventions et n'engagent donc pas la responsabilité des orateurs.

DES BALISES POUR PARLER DES ÉCRANS DANS LES PROJETS D'ÉDUCATION À LA VIE RELATIONNELLE, AFFECTIVE ET SEXUELLE (EVRAS)

ARNAUD ZARBO (NADJA)

Le groupe UpTIC² réunit des professionnels de la santé mentale, de la promotion de la santé, de l'Aide à la jeunesse et de l'éducation (aux médias et à la VRAS) pour mieux comprendre la place occupée par les écrans dans la vie des enfants et des adolescents. Ce groupe a élaboré des balises qui constituent la première étape d'une réflexion pour tous les acteurs présents auprès des jeunes, désireux de construire un projet (une animation, un débat...) sur les médias et la vie affective et sexuelle. Ces balises constituent un outil de base issu d'une ambition commune et prioritaire : aider les professionnels et leurs bénéficiaires à développer leur sens critique, à devenir responsables et autonomes dans leurs relations aux écrans et dans leurs relations médiatisées par des écrans.

Note importante : Il s'agit bien de balises et non de règles prescriptives. Elles sont à considérer comme des points d'attention lors des échanges. Elles sont construites dans une perspective compréhensive centrée sur les ressources mobilisées à travers les usages.

L'IMPORTANCE DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

La place prise par les écrans dans la vie des jeunes en fait une thématique incontournable au moment d'aborder les questions liées à la Vie Relationnelle, Affective et Sexuelle (VRAS). Dans ce contexte, L'Éducation à la VRAS doit intégrer certains objectifs de l'éducation aux médias afin d'aider les bénéficiaires à devenir des utilisateurs avertis et critiques. Il s'agit notamment de tenir compte des représentations, stéréotypes et banalisation de phénomènes sociétaux véhiculés à travers les médias informatifs et fictionnels et de contextualiser la production médiatique tant dans sa forme que sur le fond.

UNE DÉMARCHE GLOBALE SUR LE LONG TERME

Les projets « VRAS et écrans » doivent être abordés dans une démarche globale et positive. Il s'agit de dépasser les réponses « réactives à un évènement » et « dans l'urgence » pour construire un plan d'action réfléchi sur le moyen et long terme qui essaie d'inclure au maximum les jeunes, leurs entourages et les professionnels concernés. Les projets doivent intégrer dans leur réflexion des questions transversales telles que la culture des lieux dans lesquels ils s'inscrivent et le bien-être des enfants et des adultes. Cela implique, par exemple, de questionner la qualité de la communication et la disponibilité des adultes pour les enfants, les liens de coopération développés entre les jeunes, les rapports de discrimination dans les apprentissages, l'ambiance au sein des groupes (classes, salle des profs, etc.), le règlement d'ordre intérieur, l'organisation de l'espace du lieu de vie, etc.

²UpTIC pour Usages (et usages problématiques) des Technologies de l'Information et de la Communication.

L'OUVERTURE ET LE NON-JUGEMENT

L'ouverture et le non-jugement définissent les bases de la posture du professionnel engagé dans l'accompagnement et l'éducation des jeunes notamment en matière de VRAS. Cette démarche compréhensive passe par une curiosité bienveillante et une reconnaissance du sens donné par les jeunes à leurs usages des outils numériques.

VALORISER LES USAGES POSITIFS ET CONSTRUCTIFS

La priorité est à donner à l'identification et la valorisation des usages positifs et constructifs plus qu'à la stigmatisation des usages problématiques et de ceux qui ont pu commettre une erreur ou une imprudence. Le travail de dédramatisation est généralement propice à l'émergence de solutions.

S'INFORMER POUR S'OPPOSER À LA PANIQUE MORALE

Les professionnels qui accompagnent les jeunes sont encouragés à s'informer concernant les usages et les applications en vogue tout en conservant une démarche compréhensive ne s'adonnant pas à la panique morale. Cette démarche de "formation continuée" implique de penser les usages en les mettant en lien avec les enjeux développementaux du public cible et en utilisant avec prudence les références potentiellement stigmatisantes (notamment les références intempestives à la psychopathologie).

S'ADAPTER À LA SENSIBILITÉ DES JEUNES ET PARTIR DE LEURS PRÉOCCUPATIONS

Le discours, la méthodologie et les outils utilisés doivent s'adapter aux publics rencontrés (âge, ressources, besoins, culture, handicap...). L'objectif n'est pas d'imposer a priori un discours "prude" ou "décomplexé", mais de tenir compte des différentes sensibilités des jeunes et de partir de leurs préoccupations et représentations.

LES JEUNES, LA SEXUALITÉ ET INTERNET : USAGES ET REPRÉSENTATIONS DES 18-30ANS

YAËLLE AMSELLEM-MAINGUY (INJEP)

Les usages d'internet par les jeunes en matière de sexualité sont marqués par d'importantes inquiétudes de la part des adultes. Mais qu'en est-il vraiment ? Qu'est-ce que les jeunes nous en disent ?

Pour y répondre, Yaëlle Amsellem-Mainguy partage avec nous les résultats d'une enquête sur ces usages d'internet menée, via des questionnaires et des entretiens, auprès de jeunes Français de 18-30 ans. Sa présentation s'effectue en deux temps. Elle nous rappelle, d'abord, brièvement le contexte social dans lequel s'inscrivent les usages d'internet en matière de sexualité et les grandes caractéristiques de l'entrée dans la sexualité à l'adolescence. Ensuite, elle aborde les usages intimes d'internet (la consultation de sites, la séduction en ligne, la diffusion de photos personnelles, le visionnage de films pornographiques, etc.) et les enjeux liés à ces usages dans la construction juvénile de la sexualité.

CONTEXTE SOCIAL DES USAGES ET SEXUALITÉ DES JEUNES

De sérieuses craintes morales caractérisent la société française envers les pratiques d'internet des jeunes en matière de sexualité. Cette appréhension dramatique est, notamment, attisée par des chiffres toujours plus alarmistes diffusés dans les médias. C'est, par exemple, l'âge de visionnage du premier film pornographique qui fait la une des médias.

Auparavant, la sexualité juvénile s'inscrivait dans un cadre où les normes sociales étaient édictées par les instances de socialisation classiques (Église, armée, école, famille, etc.). Aujourd'hui, le poids de ces instances s'est affaibli et modifié avec, entre autres, la place plus importante prise par internet et le groupe de pairs dans la vie du jeune.

Malgré ces changements importants, l'âge des premiers rapports sexuels est d'une grande stabilité au cours de ces 20 dernières années. Pour la majorité des jeunes, le passage à l'acte se déroule entre la fin de l'adolescence et le début de l'âge adulte. Seule une minorité a eu son premier rapport avant 15 ans et, le plus souvent, aux alentours de 14 ans. Les filles s'initient davantage avec un partenaire plus âgé, plus expérimenté et se sentent plus contraintes de passer à l'acte que les garçons. Elles évoquent plus volontiers l'amour et la tendresse comme raison du premier rapport alors que les garçons rapportent plus fréquemment la question du désir. Cette importance féminine donnée à la relation amoureuse et cette prédominance masculine donnée à la satisfaction des pulsions constituent les clés de compréhension de la sexualité juvénile et, par la même occasion, des usages sexuels d'internet par les adolescents.

INTERNET, UN OUTIL À MULTIPLES USAGES EN MATIÈRE DE SEXUALITÉ

À l'heure où quasi tout le monde a accès au net, les usages du numérique concernant la sexualité sont, notamment, conditionnés par le caractère personnel ou non du support d'accès (ordinateur, smartphone, tablette, etc.) et à l'espace à partir duquel s'effectue cette connexion. En schématisant, plus le jeune dispose d'un espace intime et confiné dans l'espace familial, plus il va pouvoir utiliser internet comme une ressource en matière de sexualité. C'est la différence entre l'adolescent qui a accès à internet via l'ordinateur familial installé dans le salon et celui qui y a accès via son smartphone dans sa chambre à coucher.

Contrairement à ce que les adultes pensent, les jeunes utilisent beaucoup plus que leurs parents des outils de contrôle, tels que la navigation privée, à l'égard de ce qu'ils font et cherchent sur internet. Habituellement, ils en ont une utilisation critique, en maîtrisent mieux les codes et mettent en place des critères informels pour jauger et juger de la fiabilité d'une information (longueur de la réponse sur un forum, présence de fautes d'orthographe, croisement avec d'autres sources d'information, etc.). Cependant, dans leur utilisation critique, les jeunes des milieux plus favorisés utilisent davantage que les jeunes de milieux plus populaires l'étendue et la diversité des ressources que peut offrir internet en matière de sexualité.

L'anonymat qu'offre internet est aussi largement exploité en ce qui concerne la vie affective et sexuelle. Il permet, par exemple, d'expérimenter des identités alternatives en ligne. C'est le cas, notamment, pour les jeunes qui ont des orientations sexuelles ou des pratiques sexuelles minoritaires et indicibles pour la famille et les pairs. Internet est aussi un moyen de trouver des informations sur des questions que le jeune n'ose pas poser à un intervenant qui vient en classe. Cette recherche d'information couvre de multiples sujets en lien avec la vie sexuelle (les IST, les suites d'un rapport non protégé, les multiples définitions liées à la vie affective et sexuelle telle que la « grey sexualité », le polyamour, la fellation, etc.). Elle occupe une place importante chez les jeunes. Les renseignements trouvés sur les sites et autres forums de discussions vont participer à la construction identitaire des garçons et des filles. C'est là qu'ils et elles vont se retrouver confrontés à des fausses croyances telles que : « les filles seraient de mauvaise humeur avant les menstruations » alors que les garçons, quant à eux, seraient « toujours de bonne humeur ».

Un autre enseignement de l'enquête, c'est que les applications utilisées par les jeunes en matière de vie affective et sexuelle sont multiples et variées (sites de rencontre, suivi des menstruations, jeux sexuels et amoureux avec son partenaire, consultation de forum de discussion, discussions en ligne sur la sexualité, etc.). Elles dépassent de loin le seul accès à la pornographie qui reste anecdotique à l'adolescence. Ils diffusent très peu de photos d'eux dénudés ou en sous-vêtements. Par ailleurs, ils connaissent aussi habituellement bien les spécificités des outils numériques qu'ils utilisent. Ainsi, par exemple, les plus âgés d'entre eux qui utilisent des sites de rencontre savent habituellement bien que, sur Tinder, ils vont trouver des personnes qui ont tendance à se mettre en scène, à exposer des photos dans des environnements sympas alors que, sur Badoo, ils vont rencontrer des jeunes qui mettent des photos prises dans leurs chambres avec le « souk » qui peut y être associé. Les rencontres sont aussi considérées comme plus faciles et rapides sur Badoo.

DE LA PORNOGRAPHIE AUX PRATIQUES SEXUELLEMENT DÉTERMINÉES

Les définitions que les adultes et les adolescents ont de la pornographie diffèrent. Chez ces derniers, elle est souvent liée au contexte de visionnage. Par exemple, lorsque certains jeunes évoquent leur première expérience d'un film porno à 9 ans, on se rend vite compte qu'ils font habituellement référence à une scène osée vue dans un film aux heures de grande écoute en compagnie des parents. Il faut donc faire attention à ne pas s'arrêter aux seules déclarations des jeunes et aller au-delà pour bien comprendre ce qui se cache derrière ces affirmations (c'était quoi, où, avec qui, comment tu te sentais...).

Il y a aussi des écarts importants dans les pratiques des garçons et des filles. La pornographie est perçue comme plus légitime chez les garçons qui, contrairement aux filles, auraient des pulsions à assouvir. Plus spécifiquement, les garçons accèdent habituellement à la pornographie au moment de leur entrée au collège³, avant leurs premiers rapports sexuels. Ces premiers usages restent marginaux, sont souvent de l'ordre de la curiosité et de la rigolade et parfois abondamment partagés avec les amis. Ce sont deux ou trois copains qui vont, par exemple, "mater ensemble un film de cul" pour s'amuser et en rendre compte à leurs amis à l'école. Ce n'est qu'en fin d'adolescence que des usages plus répandus vont éclore chez certains, au moment de leur entrée dans la vie d'adulte. Quant aux filles, elles y accèdent plus tard. C'est le plus souvent avec leur partenaire, après leurs premières relations sexuelles. Ces dernières en ont habituellement un usage plus intime qui s'inscrit davantage dans l'importance qu'elles accordent à la relation amoureuse.

En matière de contenu, les adolescents sont habituellement attirés par les films les plus basiques possible et évitent, par exemple, les films qui simulent les pratiques violentes. Leurs usages s'inscrivent parfois dans d'autres pratiques culturelles telles que de la pornographie dessinée dans le style manga où l'on peut retrouver, par exemple, des conseils en matière de masturbation féminine ; conseils qui sont en général absents de la sphère de la construction de la sexualité adolescente.

Projection d'un épisode, intitulé Rencontre avec X, de la série PuceauX (<https://www.onsexprime.fr/Tous-les-programmes/Puceaux/Rencontre-avec-X>) du site français ON SexPRIME. Cette vidéo met bien en évidence les représentations que les adolescents peuvent avoir de la pornographie et peut servir de support pour entamer, avec eux, des discussions à ce sujet.

DES USAGES QUI SE CONSTRUISENT AU FIL DES ANS

L'évolution des usages intimes du numérique avec l'âge montre également bien les enjeux normatifs de la construction identitaire des filles et des garçons. C'est ainsi que, dans les premières années du secondaire, il arrive que des adolescentes envoient à leur partenaire des photos où elles se mettent en scène de manière plus osée.

³L'entrée au Collège en France correspond à l'entrée dans le secondaire en Belgique.

Cette exposition de soi dans des messages privés s'effectue habituellement à la demande du partenaire. Elle est motivée par une crainte de la part des adolescentes de casser la relation si elles n'y répondent pas et n'a pas d'équivalent chez les garçons qui, à ce sujet, ont plus conscience des éventuels risques encourus. Cette mise en scène va devenir plus contrôlée par la suite en raison, notamment, des expériences de violence, de harcèlement, de « revenge porn » que les jeunes ont pu connaître au fil du temps, de près ou de loin, et qui vont faire comprendre à chacun et chacune ce qu'il peut ou non diffuser et partager. Cette normativité des rapports sociaux de sexe va aussi apparaître dans les envois de photos par les garçons. C'est ainsi que, par exemple, certains garçons vont prendre un malin plaisir à envoyer à des filles des photos de pénis en érection téléchargées sur internet.

L'évolution des usages à travers les âges va aussi apparaître sur le plan des rencontres. Les plus jeunes vont davantage utiliser les réseaux sociaux pour draguer et rencontrer des personnes qui sont déjà dans leur sphère de connaissance. Les applications de rencontres sont utilisées par les jeunes adultes dans le but de rencontrer des inconnus. Il y a chez les adolescents une continuité entre les relations hors ligne et en ligne, et les médias sociaux constituent un moyen plus aisé d'entrer en contact, notamment dans les rapports amoureux, que ne le permet, par exemple, la cour de récré.

POUR UNE INFORMATION PLUS COMPLETE :

Amsellem-Mainguy, Y., & Vuattoux, A. (2018).
Construire, explorer et partager sa sexualité en ligne. Usages d'internet dans la socialisation à la sexualité à l'adolescence. INJEP Notes & rapports/Rapport d'étude.
Retrieved from <http://injep.fr/wp-content/uploads/2018/10/rapport-2018-14-SEXI-v2.pdf>

POP MODÈLES : QUELLE EST L'IMAGE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS POPULAIRES ?

***CÉCILE GOFFARD ET DANIEL BONVOISIN
(MÉDIA ANIMATION)***

Cécile Goffard et Daniel Bonvoisin travaillent à Média Animation, une association d'éducation aux médias qui forme principalement des adultes et des enseignants. Leur objectif est de développer chez ceux-ci un regard critique sur l'environnement médiatique. Elle organise des groupes de paroles sur les médias, mais aussi des rencontres avec les parents sur les rapports que les enfants entretiennent avec les médias au sens large, etc. Cécile Goffard et Daniel Bonvoisin nous parlent aujourd'hui d'un outil qu'ils ont développé. Il s'agit d'une série de sept capsules vidéo dédiées à l'analyse de l'image des femmes dans la culture populaire.

POP MODÈLES, C'EST QUOI ?

Le projet est en ligne sur le site www.popmodeles.be. Il comporte sept capsules vidéo et huit analyses. Son objectif est de vulgariser une approche analytique de certains aspects de la culture populaire. Ces capsules peuvent apporter des réponses aux questions posées, mais leur ambition première est d'ouvrir le débat au départ d'une question générale : « quels problèmes – notamment en termes de rapport de genres – posent l'image de la femme dans la culture populaire ? »

Par exemple, nous pouvons nous demander si le blockbuster *Wonder Woman* (2017) est un film féministe avec une super-héroïne femme. Est-ce que ce personnage est vraiment émancipateur ou, au contraire, porteur des stéréotypes habituels ? L'ambiguïté est omniprésente. *Wonder Woman* est incarnée par une ancienne mannequin dans un rôle très plastique. Le lancement du film s'est accompagné d'une campagne de promotion basée sur des valeurs féministes, mais les cadeaux promotionnels distribués aux spectatrices lors de l'avant-première (brosse pour faire la vaisselle, éponge, chocolat, chips, pilules pour mincir, raclette pour faire les vitres...) en disent long sur l'univers mental de ceux qui ont imaginé la campagne publicitaire. Il y a encore beaucoup de chemin à faire à ce sujet...

LA CULTURE POPULAIRE, C'EST QUOI ?

L'expression « culture populaire » est très ambiguë parce qu'elle couvre différentes acceptions. Nous désignerons la culture populaire comme l'ensemble des médias de divertissement (BD, cinéma, musique, séries, romans) qui sont « consommés » par « les masses ». L'expression « culture populaire » a longtemps eu une connotation péjorative, faisant référence à des médias dégradés, à du mauvais art, des choses pas très intelligentes de la culture des jeunes ou de la culture des foules.

Traditionnellement, la culture populaire s'oppose à la culture de l'élite qui serait celle où l'on retrouve le beau, le réfléchi, l'intelligent. Pour prendre des notions bourdieusiennes, nous avons d'un côté le « beau Danube bleu » (la musique classique populaire par excellence) et de l'autre le « clavecin bien tempéré » (la musique complexe, élitiste, bourgeoise). Ce clivage a longtemps existé et il est encore présent lorsqu'on oppose le Festival de Cannes à d'autres types de cinéma, par exemple.

Aujourd'hui, l'expression « culture populaire » désigne la culture qui sert de socle commun à la communication, celle dont on peut parler tous ensemble et non celle qu'on utilise pour se distinguer. Si je vous dis que j'ai regardé le dernier film russe d'auteur, ce sera une façon de signifier que j'ai des goûts particuliers. Lorsque je parle de Superman ou de Batman, c'est en supposant que tout le monde sait de quoi je parle. J'utilise un référentiel culturel largement partagé. Si je vous dis « Je suis ton père », je fais référence à une scène très connue de *Star Wars*. La plupart de mes interlocuteurs sauront de quoi je parle sans que j'aie besoin de préciser mes références. Ainsi, il y a des œuvres de la culture populaire qui sont devenues des canons qu'il est nécessaire de connaître pour communiquer de façon fluide avec les personnes de sa génération. Si nous nous référons à la théorie de la communication, nous pouvons concevoir la culture populaire comme une « base de données » que nous allons pouvoir mobiliser pour alimenter nos conversations, entretenir nos liens et nous aider à nous faire comprendre. La culture populaire aujourd'hui, c'est une espèce d'énorme réservoir de références que nous sommes supposés connaître et qui nous aide à communiquer.

Notons à ce sujet qu'il s'agit essentiellement d'une culture anglo-saxonne et industrielle, ce qui n'est pas sans poser question. La culture populaire est principalement constituée de « marchandises culturelles » occidentales. Même si on désire valoriser cette culture, il ne faut pas nier le contexte particulier dans lequel elle est produite.

Ainsi, d'un côté, il y a une tradition critique bien ancrée concernant la culture populaire qui soutient qu'elle est un outil d'abrutissement des masses. Ce point de vue est un héritage, notamment, de l'École de Francfort et des mouvements critiques des années 60-70. On retrouve cet imaginaire anti-culture populaire dans les dessins de Banksy, par exemple.

D'autre part, la culture populaire jouit maintenant d'une meilleure image. D'ailleurs, des œuvres de culture populaire sont elles-mêmes des discours sur la culture populaire. Par exemple, la série *The Big Bang Theory* contient une succession de références à la culture geek. La série *Stranger Things* est un autre exemple. Celle-ci fait référence à la culture populaire des années 80. Tous les nostalgiques du cinéma de l'époque, de Spielberg aux *Goonies*, voient cette série comme une madeleine de Proust. Cela montre bien à quel point la culture populaire a gagné en légitimité dans notre environnement culturel.

Par ailleurs, longtemps boudée par les académiciens, la culture populaire est aujourd'hui un sujet d'étude courant. Quand un universitaire veut se faire plaisir, il écrit un papier qui établit des liens entre son sujet d'expertise et ses centres d'intérêt en matière de culture populaire. Par exemple, s'il est passionné par *Star Wars*, il fera un article scientifique sur les rapports entre la physique quantique et *Star Wars*. La culture populaire a acquis une légitimité importante.

LE GENRE DANS LA CULTURE POPULAIRE ?

Mais qu'en est-il de la question du genre dans la culture populaire ? Précisons tout d'abord que nous partons du principe que le genre est une construction sociale. Partant de là, l'observation de la culture populaire permet justement d'identifier les termes de cette construction sociale. Elle permet d'analyser les rôles sociaux qui sont attribués aux genres, les qualités dites féminines, les qualités dites masculines et la hiérarchie de ces rôles entre eux. Nous pouvons considérer la culture populaire comme étant l'observatoire par excellence de la manière dont les genres sont construits et reproduits. Cela permet également de comprendre la manière dont les femmes sont stigmatisées dans cette culture. Principalement parce qu'elles sont chaque fois signalées en tant que femmes à travers certaines qualités physiques et psychologiques. Ces caractéristiques en question les consignent (ou justifient le fait qu'elles soient consignées) au rôle social qui leur est attribué par la culture sociale.

La capsule vidéo « Les stéréotypes de genre dans la publicité » fournit un bel exemple des caractéristiques attribuées aux femmes et véhiculées par la culture populaire. Il est intéressant de constater que toutes ces représentations de la femme sont totalement normalisées. En d'autres termes, le spectateur n'est pas amené à se révolter face à celles-ci. Elles paraissent aller de soi, être dans l'ordre naturel des choses. C'est la répétition des stéréotypes en question qui nous indique sans ambiguïté que c'est effectivement comme ça que la culture considère qu'il est normal d'être en fonction de son genre.

LA DOMINATION MASCULINE POPULAIRE

Le fait que l'ensemble des récits et des images sont formatés par le regard des hommes est un autre indicateur de la domination masculine. Le concept du *male gaze* (regard masculin) désigne le fait que la culture visuelle dominante (magazines, photographie, cinéma, publicité, jeu vidéo, bande dessinée, etc.) impose au public d'adopter une perspective d'homme hétérosexuel. Ainsi, les femmes sont très souvent valorisées pour ce que les hommes leur trouvent d'intéressant. Dans les scénarios, quand les hommes ne sont pas là, les personnages féminins tendent à s'éteindre. Les scènes dans lesquelles les femmes parlent entre femmes d'autres choses que des hommes sont finalement assez rares.

Notons que les femmes dans l'industrie du cinéma sont peu nombreuses et elles occupent généralement des fonctions subalternes. Le même constat peut se faire concernant les scénarios des *blockbusters* : les femmes y sont souvent sous-représentées en termes de temps à l'image, elles y ont un rôle secondaire et elles ont peu accès à certains types de rôles. Par exemple, il y a très peu de films dans lesquels une femme incarne une « grande méchante » ou un mentor. Il est intéressant de constater que, même si les femmes commencent à grappiller quelques rôles importants dans les films, il y a des fonctions qui leur sont fermées.

Ce constat s'explique notamment par la place minoritaire qu'occupe la femme dans l'industrie du cinéma. Les films hollywoodiens sont réalisés par des femmes dans moins de 10 % des cas. Lorsqu'elles sont présentes à des places stratégiques, c'est souvent dans un rôle de productrice, c'est-à-dire absentes de la création de l'œuvre proprement dite.

ET DANS LE CINÉMA DE GUERRE ?

On s'est aussi penché sur le cinéma de guerre pour comprendre comment il reproduit les schémas de genres. Dans les films de guerre, les femmes ont généralement 3 rôles possibles : celui de la femme à protéger que l'homme retrouvera lorsque la guerre sera finie, celui de la femme à gagner (conquérir) et celui de femme à sauver, car on fait parfois la guerre pour sauver les femmes des griffes des méchants adversaires (approche qui s'apparente souvent à de la propagande de guerre).

UNE ÉVOLUTION AVEC LES PRINCESSES DISNEY ?

Il faut tout de même constater du changement dans le paysage médiatique. Par exemple, l'évolution des princesses Disney est notable. Si Blanche Neige faisait le ménage dans la maison des nains pour ensuite être sauvée par un prince charmant, des héroïnes récentes comme Vaïana ou la Reine des Neiges sont d'un autre calibre. Nous pouvons observer chez Disney une prise de conscience et une volonté de produire des modèles alternatifs.

ET LA QUESTION DU GENRE DANS LES JEUX VIDÉO ?

Nous nous sommes aussi penchés sur les jeux vidéo et nous avons constaté qu'ils sont également des espaces de reproduction des stéréotypes de genre. Beaucoup de jeux montrent des femmes qui correspondent avant tout aux attentes du regard masculin (hypersexualisation des personnages, par exemple). Cependant, nous pouvons aussi observer dans les jeux de rôle (RPG) que les garçons vont parfois jouer des personnages féminins et inversement. Chacun peut ainsi expérimenter l'autre genre. La culture populaire n'est pas qu'un espace de reproduction des stéréotypes, elle est aussi un espace d'expérimentation, en tout cas dans les jeux vidéo.

LA CULTURE DU VIOL, PAS DE LA FICTION

Nous nous sommes également penchés sur « la culture du viol » dans les médias populaires. Nous sommes partis du constat que, dans la culture populaire, il existe un hiatus entre la représentation du viol et sa réalité. En effet, les statistiques nous apprennent que 75 % des viols sont commis par un agresseur qui est connu de la victime et que deux tiers des viols ont lieu dans la sphère domestique. Or, la culture populaire met en scène le viol à travers le stéréotype de la victime seule dans une ruelle qui est agressée par un inconnu.

Parallèlement, nous pouvons remarquer que le viol est plus facilement excusé lorsqu'il sort de cette vision stéréotypée. Par exemple, si la victime est considérée comme sexuellement attirante, on va avoir tendance à considérer qu'elle est en partie responsable.

Si la victime est seule, on va mettre en avant le fait qu'elle s'est elle-même mise en danger. Si la victime n'est pas un canon de beauté, on aura aussi tendance à remettre en question sa parole : « Pourquoi un violeur irait s'attaquer à une femme qui n'est pas jolie alors qu'il y a tellement d'autres belles filles ? » Ces discours sont relativement présents dans les fictions populaires et dans les médias en général. C'est le type de discours que nous avons pu entendre dans le cadre du traitement médiatique de l'affaire DSK...

Nous définissons la culture du viol comme un système de pensées, de représentations, de pratiques, de discours qui excusent, banalisent, érotisent, voire encouragent la violence sexuelle. Celle-ci brouille les frontières concernant la question du consentement. Nous nous sommes donc intéressés aux représentations qui vont fragiliser la légitimité d'un positionnement clair sur le consentement.

Projection de la vidéo : <https://popmodeles.be/2017/06/30/culture-du-viol-7-mythes-relayés-dans-les-films-et-series/>

Dans cette capsule, nous explorons les mythes présents dans la culture populaire et qui contribuent à alimenter la culture du viol. Cela nous amène à une réflexion plus globale sur la question du consentement dans une société marquée par la domination masculine. Est-ce que les femmes ont vraiment la possibilité de consentir librement dans ce contexte ? Il y a beaucoup de débats à ce sujet dans les milieux universitaires et féministes. Certaines féministes estiment qu'il n'est pas possible de consentir librement dans cette société. À l'opposé, d'autres mettent en avant le fait que, dans certaines situations, le consentement des femmes n'est pas considéré comme légitime. Par exemple, dans les situations où la dignité des personnes est mise en danger comme c'est le cas avec la prostitution ou les pratiques BDSM. Des féministes « prosexes » dénoncent le fait que le consentement n'est pas toujours validé de la même façon en fonction qu'il est formulé par un homme ou une femme.

Dans tous les cas, le consentement s'inscrit dans un contexte sociétal où les relations hommes-femmes sont asymétriques et où l'initiative d'une relation sexuelle est majoritairement laissée aux hommes. Le mâle alpha, le séducteur, le chasseur sont des stéréotypes masculins très présents dans les fictions populaires. Nous pouvons nous demander comment le désir féminin peut s'exprimer s'il ne peut pas avoir l'initiative de la relation sexuelle. Plusieurs pistes sont proposées. Par exemple, le sociologue français Éric Fassin défend une théorie féministe de la séduction émancipée du carcan des stéréotypes féminins et masculins. Mais nous pouvons observer que nous en sommes encore loin puisque les femmes sont toujours actuellement stigmatisées dès qu'elles osent exprimer leurs désirs.

Dans la culture populaire et principalement dans les séries (souvent en avance sur les questions de société), on retrouve des modèles de femmes qui affirment leurs désirs de façon positive, sans que ce soit en réponse à un besoin masculin. Par exemple, la série *Orange is the New Black*, propose une multitude de personnages féminins qui expriment leurs désirs de façon différente et qui ont une histoire qui n'est pas conditionnée par celle d'un homme. Néanmoins, cette série ne met en scène que des femmes (ou presque) dans un univers carcéral. Il est symptomatique de constater qu'il faille une série sans personnage masculin pour que les femmes puissent se définir en dehors du regard masculin.

La série *13 reasons why* dénonce le *slut-shaming* et cette double injonction qui est faite aux femmes : d'un côté, celle d'être désirable, mais de l'autre celle de ne pas montrer leur propre désir et de ne pas pouvoir exprimer leur plaisir.

LES CLIPS DE HIP-HOP ET L'IMAGE DE LA FEMME

Nous voulions également vous montrer la capsule « Yo Bitch » qui illustre comment les femmes, dans la culture hip-hop, assument un certain féminisme. Malheureusement, nous n'aurons pas le temps. Je vous invite à la regarder chez vous (VIDÉO : <https://popmodeles.be/2017/09/14/yo-bitch-femmes-objets-ou-business-women-le-feminisme-au-rythme-du-hip-hop/>).

Le terme *bitch* est souvent utilisé dans le hip-hop pour désigner les femmes. Celui-ci signifie *salope* ou *chienne* en anglais. Il a, a priori, une connotation péjorative. Néanmoins, on observe que de plus en plus de rappeuses se réapproprient le terme en en faisant quelque chose de positif et d'émancipateur. Le terme *bitch* est alors utilisé pour désigner une femme qui s'assume seule sans l'aide d'un homme, qui arrive à gagner son argent. Ce changement s'inscrit dans l'histoire des États-Unis et plus particulièrement celle des femmes afrodescendantes qui se réapproprient leur corps et leur sexualité.

La sociologue française Célia Sauvage a analysé toute une série de clips très populaires qui ont été réalisés par des artistes féminines. Dans ces clips de hip-hop/RnB, les femmes apparaissent très sexualisées. On y voit des gros plans de leurs corps, etc. Contrairement à ce qu'on pourrait penser, Célia Sauvage nous explique que dans ces clips les femmes sont en position de domination. Les hommes y sont d'ailleurs presque absents. Ils sont mis à distance ou repoussés, attaqués. Ces femmes, même si elles jouent d'une certaine sexualisation de leur corps, repoussent de manière ambiguë le *male gaze*. Par exemple, dans le clip *Hold Up* de *Beyonce*, on la voit se balader en ville avec une batte de base-ball. À la fin de la vidéo, elle matraque la caméra qui pourrait représenter le regard masculin. Il y a également le clip *Kissing Better* de *Rihanna* qui célèbre l'autosatisfaction et la primauté du désir féminin. Dans ce clip, de nouveau, elle se met elle-même en scène. La sexualisation est présente, mais elle est à l'initiative de la femme qui affirme son indépendance, son pouvoir.

Pour comprendre les clips de la culture hip-hop américaine, il est important de prendre en compte l'histoire du pays et les stéréotypes colonialistes et esclavagistes toujours présents dans l'imaginaire collectif.

Par exemple, à l'époque de l'esclavage aux États-Unis, le stéréotype de la Jezebel renvoyait à une hypersexualisation des femmes noires. Celle-ci permettait, par ailleurs, de justifier leur viol par les esclavagistes. La Jezebel constituait l'exact opposé de la lady victorienne, chaste et pure. On mettait ainsi en opposition deux formes de beauté. Le stéréotype de la femme très sexualisée que la vulgarité rend laide permettait de valoriser les critères de beauté de l'époque. Cette injonction historique faite aux femmes noires de cacher leurs formes doit être prise en compte lorsqu'on analyse les clips hip-hop. Ceux-ci proposent un discours volontairement transgressif par rapport aux clichés coloniaux en célébrant les formes féminines des femmes noires.

Nous devons également conserver à l'esprit que l'industrie musicale reste avant tout capitaliste. Les femmes qui arrivent à se faire une place dans ce milieu restent définies sur leur apparence physique, même si elles essaient de détourner les codes. L'apparence physique reste le critère de choix pour les femmes. La dynamique libérale ne permet pas forcément un mouvement d'émancipation des femmes racisées.

EN CONCLUSION

La culture populaire est aujourd'hui un réservoir de références d'*empowerment*. Des populations dominées s'approprient certaines œuvres pour les utiliser comme des symboles de fierté. Ainsi, la nouvelle Jedi dans les récents *Star Wars* est une femme. La sortie de *Black Panther* a généré un très vaste mouvement d'appropriations du film par les populations afro-américaines et plus largement, afrodescendantes ou africaines. *Wakanda Forever* est quasiment devenu un slogan pour ces populations. La série *The Handmaid's Tale* a influencé les manifestations pour défendre le droit à l'avortement...

La culture populaire est devenue un champ de bataille dans lequel se reproduisent les rapports de domination, mais aussi des symboles qui soutiennent l'émancipation. La culture populaire est aussi porteuse d'autres modèles, d'autres représentations du monde.

LES JEUX VIDÉO ONT-ILS UN SEXE ?

MICHAEL STORA

Michaël Stora est psychologue, psychanalyste et fondateur de l'Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines.

À QUEL POINT LE JEU VIDÉO VÉHICULE-T-IL DES STÉRÉOTYPES SEXISTES ?

À l'époque, je me souviens avoir demandé à des collègues femmes si elles jouaient à des jeux vidéo. Souvent, elles me répondaient non, car c'était pour elles « une perte de temps ». Qu'est-ce que ça voulait dire ? Que les hommes avaient le droit de perdre leur temps, mais pas les femmes ? Je pense qu'il y a une problématique de culpabilité propre aux femmes qui se transmet de génération en génération. Les petites filles voient leurs mamans s'occuper des tâches ménagères après leur journée de travail et s'octroyer peu de temps de loisirs. Cela signifie-t-il que les nouvelles générations de femmes qui verront leur père faire un peu plus souvent des tâches ménagères s'autoriseront à « perdre » un peu de leur temps ? En tous les cas, cela est révélateur d'un enjeu sociétal important. Jouer aux jeux vidéo est un luxe qui serait plutôt du côté des hommes.

Cependant, les statistiques nous amènent à relativiser ce constat. En France, il y a plus de joueuses (51%) que de joueurs, notamment grâce aux jeux sur téléphone tels que Candy Crush. Il est intéressant d'observer que les jeux comme Candy Crush sont des jeux de salle d'attente (casual game) qui permettent de jouer « sans perdre son temps » (par exemple, lorsque je prends les transports en commun, etc.). Bref, si le nombre de joueuses a augmenté, ce n'est pas pour autant que les caractéristiques de genre ont disparu.

L'ÈRE DU JEU : ESPACE DE MISE EN SCÈNE DES PULSIONS AGRESSIVES

Il m'est arrivé de soigner avec les jeux vidéo. Lorsque je demandais à une jeune fille de 12 ans de jouer aux SIMS devant moi, son plaisir était de créer une très jolie maison pour s'y mettre avec papa et maman... tout en éjectant le frère. Par la suite, dans la piscine qu'elle avait créée, elle faisait plonger ses parents pour ensuite enlever l'échelle et les voir se noyer. Tout cela pour vous rappeler que l'ère du jeu a toujours été un espace de mise en scène des pulsions agressives. Le jeu n'est pas un espace politiquement correct. Il est important de le rappeler parce qu'on a tendance à penser que la violence des jeux vidéo engendrerait la violence.

Mais ce n'est pas vrai. Par exemple, il n'est pas rare que les petites filles qui jouent avec des poupées leur déboitent les jambes, leur crèvent les yeux, leur coupent les cheveux... pour ensuite les coiffer et réparer ainsi tout ce « sadisme insupportable ».

Néanmoins, il y a toujours dans le jeu vidéo l'émergence de pulsions agressives. Dans le cadre d'un travail sur un jeu avec Ubisoft – jeu nommé « foodforce » qui sensibilisait à la faim dans le monde – j'observais les enfants jouer. Dans le jeu, les avions devaient lancer des colis sur des cibles situées dans le village de populations locales. La plupart des enfants avaient un grand plaisir à viser à côté de la cible pour écraser la population locale. Le jeu est un espace d'appropriation des pulsions sadiques ou agressives.

LE BAL MASQUÉ DE L'AVATAR

Comme le disait Oscar Wilde : « J'en connais plus sur toi lorsque tu portes un masque plutôt que lorsque tu l'enlèves ». Le choix d'un avatar est en soi complètement révélateur de certaines positions psychiques. Il permet de flirter avec les limites de ses interdits. L'avatar est une sorte d'autofiction qui va me permettre d'oser être ce que je n'ose pas être.

Dans World of Warcraft, certains jeunes incarnent des femmes, comme une elfe, par exemple. Qu'est-ce qui peut motiver un homme à choisir un avatar féminin dans un jeu vidéo ? J'imaginai au départ que c'est une question de bisexualité psychique, mais je me suis vite rendu compte que c'est une question de « maîtrise ». C'est un « avatar marionnette ». Dans le jeu vidéo, il est aussi question de pulsion d'emprise, comme dans le voyeurisme. Le choix d'un avatar féminin marque le désir de contrôler cette femme. Certains hypergeeks ont des problématiques particulières avec les filles. Mes patients ont des discours paradoxalement très machistes. Un machisme derrière lequel il y a une peur terrible des femmes et de leur propre part féminine. Notons également que la plupart de ces hypergeeks vivent seuls avec leur maman. Le rapport à la mère, un peu trop proche, n'est pas simple. L'avatar féminin permet ainsi de « prendre de la distance tout en la gardant ».

LES GAMERS SONT-ILS SEXISTES ?

Dans certains jeux, on peut choisir le sexe de son avatar. Ceci est assez nouveau, notamment dans les jeux d'action ou de guerre où il y a traditionnellement très peu d'avatars féminins.

Cette problématique d'éducation au genre se fait tout-petit. On estime normal que les petits garçons jouent à la guerre et non les filles. Les parents tendent à répéter les stéréotypes de la robe rose et du prince charmant.

Qu'est-ce qu'une fille qui veut jouer à la guerre et qu'est-ce que cela révèle ? Ça ne fait pas si longtemps que les femmes ont le droit de tuer dans l'armée française. Une femme est une mère et, parce qu'elle engendre la vie, il n'était pas concevable qu'elle puisse avoir ce destin terrible qui est de tuer.

MIRROR'S EDGE : ÊTRE UNE FEMME

Visionnage d'une séquence du jeu Mirror's Edge où on incarne une freeruneuse (jeu à la première personne).

Ce n'est pas la même chose de jouer à la première ou à la troisième personne. Lorsque je joue à la troisième personne, je manipule mon avatar. Pour l'anecdote, le premier avatar féminin connu est Lara Croft dans Tom Raider. Les game designers du jeu pensaient que cela ne marcherait pas parce que la plupart des joueurs étaient des garçons. Mais ce fut un énorme succès. Comme le jeu se joue à la 3e personne, les joueurs avaient l'occasion de manipuler la jeune femme, de lui faire faire ce qu'ils voulaient.

En revanche, dans Mirror's Edge, le joueur incarne un personnage à la première personne et les processus d'identification à l'avatar sont puissants (identification primaire : « Je suis l'avatar »). C'est une des raisons pour lesquelles ce jeu n'a pas marché du tout ! Le jeu inquiète les garçons en les plongeant dans une expérience de transsexualisme virtuel.

Actuellement, on voit apparaître beaucoup de choses pour sensibiliser les gens à la différence, au racisme, au sexisme... Les jeux vidéo n'échappent pas à ce mouvement. De nouveaux jeux apparaissent comme, par exemple, les empathy games destinés à susciter l'empathie. J'ai travaillé pour une très grande boîte de consultants qui a imaginé un jeu pour lutter contre le sexisme au sein de l'entreprise. Dans ce jeu, on incarne une femme alors qu'on est, par exemple, un cadre supérieur blanc [sous-entendu un homme]... On rentre ici dans une autre utilisation des jeux vidéo : le serious game.

QUI SONT LES GAMEUSES ?

Women in Game4 est un mouvement de femmes – tant des joueuses que des designeuses – qui se sont rebellées contre le sexisme très présent dans le monde du jeu vidéo. Le game design est un monde d'hommes dans lequel il y a très peu de femmes. Il y a un peu plus de femmes du côté du graphisme. Néanmoins certains jeux comme Life is strange, Syberia, etc. mettent des femmes en jeu.

BAYONETTA, UN AVATAR QUI DÉRANGE

Visionnage d'une séquence du jeu vidéo Bayoneta.

Bayonetta est un personnage de jeu vidéo que je trouve très perturbant. D'ailleurs le jeu ne s'est pas très bien vendu. Dans ce jeu, le personnage principal se demande si elle est une fée ou une sorcière, elle se bat contre des anges au purgatoire en les tuant à l'aide d'attaques sadiques. Ses cheveux et ses talons aiguille lui servent d'armes fétiches. Et elle réveille ses super pouvoirs en suçant des sucettes. Bref, elle est totalement sulfureuse. Le game designer du jeu qui est japonais a avoué avoir inventé sa maîtresse idéale. Là où le personnage est très perturbant, c'est qu'après avoir fini un combat, elle se retourne vers le joueur et le regarde avec une forme d'ironie. On se demande alors : « Qui manipule qui ? » Les hommes ont eu peur de Bayonetta qui ne s'est pas bien vendu.

OUTILS, PRÉSENTÉS EN ATELIERS

C'est pas pour moi, c'est pour un ami : *Nérine, Olivia, Gaëlle et Séverine* (étudiantes à l'IHECS)

Atelier création Fanzine : *Action Médias Jeunes*

Kikeki I love Média : *Ixelles Prévention*

Questions pour un champignon : *Ixelles Prévention*

**C'EST PAS
POUR MOI,
C'EST POUR
UN AMI**

TYPE D'OUTIL

Il s'agit d'une plateforme en ligne composée de 6 vidéos qui traitent toutes d'un angle spécifique lié à la pornographie : l'anatomie, l'histoire, la performance, les rapports de genre, les contraintes techniques et les pratiques.

PUBLIC

Les vidéos s'adressent aux jeunes de 12 à 25 ans mais le débat est à mener par des encadrant.es jeunesse (prof, animateurs.trices, etc.) ou encore avec des parents.

DUREE

Le temps de la vidéo (entre 1 et 2 minutes) + le temps de débat directement lié à la vidéo

MATERIEL NECESSAIRE

Les vidéos que vous voulez regarder et débriefer

POSTURE DE L'ANIMATEUR.TRICE

Le porno, ce sujet assez tabou dont il n'est pas toujours facile de discuter et surtout, avec des jeunes. Les vidéos adoptent un ton léger et humoristique pour traiter la thématique. L'animateur.trice doit se tenir loin des discours moralisateurs et diabolisants : la pornographie est un média qu'il faut analyser et déconstruire tout simplement parce que son libre accès sur Internet peut impliquer des stéréotypes et des questionnements auprès des jeunes (et des moins jeunes). Il est aussi important de créer un espace de sécurité pour que chaque jeune se sente libre de parler et surtout, respecté dans ses choix et idées.

OBJECTIFS

1. L'objectif premier des vidéos est de décrypter les codes médiatiques et les clichés relationnels véhiculés par la pornographie. Elles mettent en avant des réflexions sous-jacentes à ce type de média relativement tabou dans les familles et même à l'école.
2. Par le débat, l'outil permet aux jeunes de s'exprimer à propos d'un sujet sensible.

DEROULE

DESCRIPTION

L'idée est de montrer quelques vidéos et d'instaurer un débat entre les jeunes suite au visionnage des productions (disponibles sur le site <http://cestpaspourmoi.be>).

Il n'y a pas d'ordre pour le visionnage de celles-ci. Cependant, elles sont complémentaires les une aux autres. Elles permettront d'amener la discussion si elle ne se fait pas d'elle-même. Pour chaque vidéo, nous avons détaillé les thèmes abordés dans la capsule vidéo, la conclusion à laquelle le débat est censé mener, la raison pour laquelle l'animateur.trice pourrait aborder cette notion avec des jeunes et enfin les questions qui permettent d'agrandir la réflexion et la discussion entre jeunes et/ou adultes.

ANALYSE DES VIDEOS

VIDEO "ANATOMIE"

THEMES ABORDES : Taille // Aspect - Pluralité des corps
// Maquillage et chirurgie // Pilosité

INTRODUCTION AU DEBAT

Si lors de l'animation/du cours, des élèves commencent à poser des questions à propos de la taille moyenne du pénis, des seins et de l'aspect des vulves. La vidéo peut servir d'amorce pour rappeler que tous les corps ont leurs spécificités.

CONCLUSION

Se sentir bien dans son corps et se respecter ainsi que son.sa partenaire

QUESTIONS POUR LA REFLEXION

- Penses-tu que la taille/l'aspect est important ?
- Savais-tu que les acteurs se maquillaient les parties intimes ?
- Penses-tu qu'avoir des poils c'est sale ?
- Comment penses-tu qu'on puisse influencer le physique des acteurs.trices dans un film porno ?

INTRODUCTION AU DEBAT

Si lors de l'animation/du cours, des élèves commencent à poser des questions sur des images qu'ils auraient vues (volontairement ou non). Ils se demandent si les sentiments éprouvés sont légitimes ou non et si c'est normal.

CONCLUSION

Faire les choses à son rythme et comme on le sent

- Selon vous, qui regardent du porno ?
- Savais-tu qu'il y en avait déjà durant l'Antiquité, Moyen-Âge,... ?
- Penses-tu qu'Internet a changé la façon de consommer de la pornographie ?

QUESTIONS POUR LA REFLEXION

VIDEO "PERFORMANCE"

THEMES ABORDES : Pas de règles précises // Exagération du cri et de l'orgasme // Durée

QUESTIONS POUR LA REFLEXION

- Sais-tu pourquoi la femme crie ?
- Penses-tu que tu dois être obligé.e de faire des choses pour que ton.ta partenaire t'aime ?
- Quelles techniques penses-tu que les acteurs.trices utilisent pour durer plus longtemps ?

INTRODUCTION AU DEBAT

Si lors de l'animation/du cours, des élèves commencent à poser des questions à propos des « rôles » associés aux sexes/genres et de leurs orientations, ou semblent minimiser l'importance de l'accord de leur.s. partenaire.s

CONCLUSION

La clef d'une relation (pas que sexuelle) saine est le consentement et le respect

- Penses-tu que les filles/garçons doivent vraiment se comporter comme cela ?
- Penses-tu crois que la pornographie est dégradante seulement à l'égard des femmes?
- Quand tu regardes un film (quelconque) te sens-tu à la place de quelqu'un d'autre ?

VIDEO "HISTOIRE"

THEMES ABORDES : Choix de l'apprécier ou non // Le porno dans l'Histoire

INTRODUCTION AU DEBAT

Si lors de l'animation/du cours, des élèves commencent à poser des questions à propos du déroulement d'une relation sexuelle et de sa durée ou des obligations de satisfaire son.sa partenaire.

CONCLUSION

Connaitre son corps et celui de l'autre et savoir s'écouter et écouter son.sa partenaire

VIDEO 'RAPPORTS DE GENRE'

THEMES ABORDES : Stéréotypes de genres // rapport de forces lors des relations // Consentement // Accords et contrats (acteurs) // LGBTQ

QUESTIONS POUR LA REFLEXION

VIDEO "CONTRAINTES TECHNIQUES"

THEMES ABORDES : Contraintes dues à la présence d'une équipe // Techniques pour un meilleur rendu au dépit du confort // Point de vue subjectif de l'homme

QUESTIONS POUR LA REFLEXION

- Selon toi, qui est nécessaire pour faire un film ?
- Penses-tu que la technique influence le déroulement du film ? et de la relation ?
- Quand tu regardes un film, trouves-tu cela réel ?

INTRODUCTION AU DEBAT

Si lors de l'animation/du cours, des élèves commencent à se demander si les sentiments qu'ils éprouvent sont légitimes ou non et si c'est normal. D'autres se sentent perdus face à la pornographie et ses multiples facettes/catégories.

CONCLUSION

Il est primordial de demander l'accord de l'autre et de se mettre d'accord sur ce que vous allez faire

- Est-ce normal de ne pas se retrouver dans la pornographie ?
- T'es-tu déjà retrouvé.e dans une situation où tu t'es senti.e obligé.e de faire quelque chose que tu ne voulais pas ? que tu n'aimais pas ?
- Penses-tu que les professionnel.les/acteurs.rices sont obligé.es de faire ces scènes ?

INTRODUCTION AU DEBAT

Si lors de l'animation/du cours, des élèves commencent à dire que le porno est le reflet de la réalité, prennent les films amateurs comme repère et ne semblent plus faire de distinction entre la réalité et la fiction.

CONCLUSION

Les films pornographiques sont de la fiction, comme tous les autres.

VIDEO 'PRATIQUES'

THEMES ABORDES : Questions de choix // Plein de goûts mais pas une obligation // Acteurs = professionnels // Accords donnés hors écran

QUESTIONS POUR LA REFLEXION



**ATELIER
CREATION
FANZINE**

TYPE D'OUTIL

L'atelier création de fanzine est un outil qui permet de déconstruire les clichés et stéréotypes véhiculés par la presse magazine genrée

PUBLIC

Des jeunes de 15 ans et plus

DUREE

Entre 2 heures et 3 heures

MATERIEL NECESSAIRE

Magazines dans lesquels découper (féminins et masculins, déco, maison, etc) // Ciseaux // Feuilles A4 vierges (couleur) // Colle // post it // Marqueurs de couleur // bics // Scanner et ordinateur, écran pour visualiser les productions entre les ateliers // tableau ou flipchart pour noter les idées

POSTURE DE L'ANIMATEUR.TRICE

Au vu des thématiques abordées, l'animateur.trice doit évident se montrer bienveillant.e, sans jugement et dans l'écoute. Il est aussi nécessaire de pouvoir cadrer le groupe de jeunes si des propos malveillants et/ou discriminants venaient à surgir.

OBJECTIFS

- 1.L'objectif premier de l'atelier est d'apprendre à repérer les clichés utilisés par la presse magazine.
- 2.On notera aussi qu'un objectif est de distinguer stéréotype et préjugé, et comment ils façonnent notre pensée
- 3.Dans une idée de création collective, il s'agit aussi de détourner les codes de la presse magazine en se les réappropriant.

DEROULE

ACCUEIL DES PARTICIPANT.ES

On passe un test de magazine (imprimé et distribué) et chacun·e partage ses résultats et dit ce que ça lui fait ressentir. Si des clichés émergent déjà, on les note sur le tableau.

RECOLTE DES CLICHES

Chacun·e pioche, dans les magazines à disposition, quelque chose qui :

- Le·la l'énerve, le·la met en colère
- Le·la fait se sentir fort·e
- Qu'il·elle trouve ridicule, drôle

On met en commun, on explique pourquoi ça nous énerve, pourquoi ça nous renforce ou pourquoi on trouve ça ridicule. Tout au long de l'exercice, on tente d'identifier les stéréotypes qui sont à l'origine de ces émotions

Exemple : que des filles jeunes dans les magazines --> tu n'as pas de valeur quand tu as plus de 30 ans

Chacun·e note ensuite sur un post it ce qu'il·elle voudrait vraiment voir dans les magazines à la place de ce qu'il a pioché (sauf ce qui le·la rend fort·e)

Exemple : Une pub pour des gélules coupe faim

- *Sentiment : ça m'énerve*
- *Pourquoi ? Parce qu'on nous incite sans arrêt à faire des régimes*
- *Ce que je voudrais vraiment : des corps de toutes les formes pour enfin m'accepter*

REALISATION

Chaque groupe commence à réaliser sa rubrique en collant, dessinant, découpant,... sur les feuilles A4 (une feuille : une page de magazine). L'animateur·trice rassemble les feuilles terminées pour les scanner et en faire une publication numérique sur ISUU.

DEFINITION D'UN FANZINE

- Une publication amateur
- Faite à la main
- Militante (l'aspect politique se développe dans les années 80)
- A diffusion limitée

EQUIPE REDACTIONNELLE

Des groupes commencent à émerger au fur et à mesure de la discussion : ceux qui sont énervé·e·s par les mêmes choses travailleront ensemble. C'est à ce moment que nous allons commencer à définir les rubriques de notre Fanzine.

L'animateur·trice coordonne l'équipe comme une équipe de journalistes : les rubriques sont notées, on décide d'un ordre, qui fait quoi, s'il y a un sommaire, qui fait la couverture, le nom du magazine, etc... Au tableau, on note ce qu'on ne doit absolument pas oublier de réaliser (Couverture et titre du fanzine par exemple).

En petit groupe, on se rassemble avec les illustrations qui peuvent aller ensemble pour créer une rubrique (soit classique (beauté, mode, test, shopping), soit nouvelle ! (fast food, glande, anti-sport ...).



**Kikeki
I love
Media**

TYPE D'OUTIL

Le "Kikeki I Love Media" est un outil de type brise glace. Il permet de briser la glace par l'humour et utilise l'attrait des jeunes pour ce type de tests pour aborder la place des médias dans leurs relations et amener à une discussion ouverte.

PUBLIC

Des adolescent.es du niveau de secondaire (2ème à 6ème)

DUREE

10-20 minutes

MATERIEL NECESSAIRE

Le test "psycho" (disponible dans les ressources) à faire remplir aux jeunes

POSTURE DE L'ANIMATEUR.TRICE

Le positionnement de l'animateur ou de l'animatrice est important : il s'agit d'être ouvert et bienveillant et de ne pas juger les pratiques ou d'adopter une attitude moralisatrice sur certaines pratiques. Un travail de décentration est nécessaire, afin de ne pas partager ses propres repères mais d'aider les jeunes à prendre du recul sur leurs pratiques sans placer forcément nos repères à nous comme « la bonne façon de faire ».

OBJECTIFS

1. Le jeu permet de créer l'alliance avec les jeunes pour dialogue autour des usages des réseaux sociaux et d'Internet : l'objectif est de parler du sens donné à ces usages, dans le cadre de la vie relationnelle, sexuelle et affective. Exemple : pourquoi je partage des infos sur mon couple sur Instagram ; pourquoi j'envoie des sextos, pourquoi je crée des évènements sur Facebook pour mon anniversaire.
2. On aborde les aspects + : motivations, préoccupations positives (s'amuser, jouer, dialoguer, rencontrer...) et les aspects - : pour savoir s'ils ont déjà identifié des difficultés, pour repérer ce qui leur pose problème.

DEROULE

INTRODUCTION AU KIKEKI

L'animation est basée sur les tests psycho que les jeunes font sur les réseaux sociaux ou dans les magazines genrés. Mais attention, il faut spécifier aux élèves que le test n'a aucune véracité psychologique et que l'objectif n'est pas de les enfermer ou les catégoriser dans un « profil psychologique », mais de se poser la question de la place que prennent les médias dans leur vie sociale et affective, ainsi que d'ouvrir leurs questionnements et leurs positionnements dans un espace de discussion ouvert.

PENDANT LE JEU

Lire les questions avec les élèves en « jouant » les rôles. Cela permet de faire rire et de s'impliquer dans une dynamique collective où l'animateur est inclus. Les élèves remplissent en temps réel le questionnaire chacun sur leur feuille. Ceci permet aux jeunes de répondre ce qu'ils veulent dans la discrétion s'ils le souhaitent.

CONCLUSION DU JEU

Les jeunes comptent leur smileys et déterminent le/les profils dominants. Une lecture collective des profils dominants peut se faire. Les jeunes doivent être libres de dévoiler ou non leur profil. Mais on peut les questionner pour savoir s'ils sont d'accord avec sur la description pour ouvrir la discussion (débat, points d'accord, points pas d'accord), tout en précisant qu'il y a toujours plusieurs tendances. En effet, une personne peut utiliser beaucoup les médias dans sa vie amicale mais très peu dans sa vie amoureuse ou l'inverse.

OUVERTURE AU KIKEKI



Ouvrir sur la question des médias qui est le sujet qui nous intéresse en parlant du profil « Geeklover ». Souvent, les jeunes ne se retrouvent pas dans cette catégorie. Mais la transition peut être faite en questionnant : « Tiens personne n'est tombé dessus, pourtant vous les utilisez beaucoup avec vos ami.es ... non ?? Qu'en pensez-vous ? ».



Questionner sur les usages d'Internet et des réseaux : temps passé sur les applis, nombre d'amis en vrai, nombre d'ami.es sur les applis, usage des sites de rencontre, des sites porno... Pour aborder ces différents thèmes, on peut utiliser les réactions du groupe pour faire rebondir la discussion : exemple : « cette question vous a bien fait rigoler, pourquoi ? » Les questions du Kikéki peuvent aussi être réutilisées comme support, ouvrir la discussion : exemple : « votre copain.copine vous envoie une photo de lui.d'elle presque nu.e... que pensez-vous de cette situation ? Pourquoi les gens envoient ces photos ou les demandent ? »



Pour la question du partage du « nude » (photo de nu) c'est-à-dire le fait de publier, partager, liker ce genre de photo (ce qui peut conduire à leur diffusion massive), l'animateur.trice peut apporter des éléments sur le droit à l'image, le droit à la vie privée et le harcèlement (la dynamique du harcèlement peut être expliquée, ainsi que les conséquences.) L'animateur.trice peut aborder les pistes pour limiter la diffusion des photos qui circulent sans consentement : ne pas partager, ne pas liker ou screanshooter, ne pas publier sans autorisation de la personne, envoyer un message privé pour dire à son ami d'enlever la photo, signaler un contenu indésirable...).



Le droit à l'erreur peut également être présenté et débattu. Il s'agit de développer une certaine tolérance envers ceux qui ont diffusé un contenu qui peut leur porter préjudice. Etre tolérant.e envers une personne qui diffuse une photo d'elle-même trop dénudée ou ridicule et dont elle n'avait pas réalisé la portée, et ne pas la juger trop sévèrement. Demander aux jeunes s'ils se souviennent de quelque chose qu'ils ont publié étant plus jeunes (en primaire ou en 1ère secondaire...) et qu'ils regrettent !

KIKEKI I ❤️ MEDIA

1. Quand je me fais de nouveaux.elles ami.es, c'est plutôt...

-  Dans les bars et les boîtes de nuit, je ris très fort et je parle à tout le monde.
-  Via Facebook : une friend request, ça passe toujours.
-  A l'école ou en activité : je parle à certaines personnes, parfois même en classe ;)
-  Nulle part, je n'en veux pas d'autres, j'en ai assez !

2. C'est l'anniversaire de mon.ma meilleur.e pote, je lui souhaite...

-  Pas, ou j'oublie ou je m'en tape. On est pote tous les jours de l'année.
-  Je lui prévois une surprise personnalisée : cadeau, soirée, repas, lettre, album photo,...
-  Je lui chante Joyeux Anniversaire en plein milieu de la récréation
-  Je poste des photos de nous en story

3. Si je cherche l'amour, je vais...

-  Sur Tinder, AdopUnmec ou une autre app de rencontre, je vis avec mon temps
-  L'amour ? Ça ne m'intéresse pas !
-  A la pause ou à la sortie de l'école, je vais parler aux filles et/ou aux garçons qui m'intéressent
-  Dans l'une de mes nombreuses activités, je prends celui ou celle qui me plaît le plus

4. Quand je drague, je le fais...

-  Je ne drague pas, j'attends qu'on me drague
-  Je fais des blagues maladroites pour attirer l'attention de l'autre
-  Par message ou sur les réseaux sociaux : je like, je commente ses photos et j'envoie des messages
-  Dans la rue, avec des potes en mode "je demande directement le numéro de téléphone"

5. Question sexuelle ? Je me renseigne...

-  Avec mes ami.es, on en parle entre copains et copines
-  Je regarde un porno : YouPorn, Pornhub, etc...
-  Je demande aux vieux (école, famille) : l'expérience quoi !
-  Je ne me renseigne pas, j'y vais au feeling

6. Pour officialiser ma relation, ...

-  Je lui dis : "Tu viens manger chez mes parents ce week-end, comme ça, je te présente?"
-  Je ne le dis pas aux autres, ça ne les regarde pas
-  Je le dis devant tout le monde, je suis fier.e "Regardez, c'est mon.ma nouveau.elle copain.ine, vous avez vu comment il.elle est canon ?"
-  Je l'inscris dans la bio de mon compte Instagram ou je change mon statut sur Facebook

7. Mon copain ou ma copine m'envoie une photo de lui ou d'elle presque nu.e, ...

-  Je kiffe, OKLM
-  Je l'efface ou la garde pour moi mais je lui dis qu'il faut qu'il.elle fasse gaffe à son image
-  Je partage sur le net avec mes ami.es, il.elle est fier.e de son physique
-  Je montre la photo à tout le monde, je suis fier.e !

8. De mes relations sexuelles, j'en parle...

-  Sur Instagram, je poste "ça y est! C'est fait!"
-  Pas ! Ça intéresse qui !?!
-  A mes parents pour les rassurer "Tinquiète, on a mis une capote"
-  A tous mes potes en leur disant "Ça y est, j'ai pécho"

COMPTE TES EMOJIS

VOS RESULTATS

Tu as une majorité de ... 

TON PROFIL : GEEK LOVER

Ta vie est sur la toile ! Tes amours aussi ? Facebook VS Face to Face ? Les like, les messages, les commentaires, les abonnements et les matchs n'ont plus de secret pour toi ! Le porno, c'est pas la honte, c'est éducatif ! Educatif ? Tout ce que tu vois sur Internet n'est pas forcément fake, mais c'est mis en scène, corrigé, relifté, etc. La vie affective est plus complexe et mérite d'être vécue aussi en life. L'IRL, c'est fun !

Tu as une majorité de ... 

TON PROFIL : INDEPENDANT.E

Ta vie t'appartient et rien qu'à toi ! Les autres, tu les connais déjà. Et s'il y a des candidat.es, qu'ils.elles se présentent. Tu ne feras pas le premier pas. Ton côté détaché, c'est cool mais toujours faire cavalier seul, ça peut aussi être relou et puis en cas de problème, c'est bon de savoir qu'on peut compter sur les autres. Les rencontres et les relations amicales et amoureuses forment la jeunesse ! C'est chouette de ne pas vivre en fonction du regard des autres mais n'oublie pas pour autant qu'on vit les un.es avec les autres.

Tu as une majorité de ... 

TON PROFIL : SHOWMAN.WOMAN

Tu es quelqu'un de très social et ta vie affective, c'est avec les potes ! Tu exprimes tes sentiments et fais tes déclarations en open mic', normal, t'es fier.e ! Tes ami.es, tu te les fais partout : école, activités, bars et autres sorties. D'ailleurs, les autres t'aiment pour ça. Heu... peut-être pas tous et toutes en fait. Pense à la réaction des autres dans les situations où tu agis en public. Tout le monde n'est pas aussi à l'aise que toi et les personnes que tu aimes peuvent se sentir vexées ou humiliées, même si tu es le roi ou la reine de l'humour !

Tu as une majorité de ... 

TON PROFIL : ROMANTIQUE

Tu es décidément un.e bon.ne élève des relations sociales ! Tu apprends de l'expérience des adultes et tu es prévenant.e et attentif.ve aux autres. Tu choisis soigneusement tes ami.es. Tu ne ressens pas le besoin d'exposer ta vie sentimentale et affective. Tu préfères garder cela pour tes proches. Mais n'oublie pas d'être jeune, tu peux aussi te lâcher. Les autres, les forums, les tutos et les vidéos peuvent aussi t'être utiles, c'est ta génération. Les adultes sont une vraie ressource mais ils ne savent pas tout et ne connaissent pas bien l'univers dans lequel tu évolues...



**QUESTIONS
POUR UN
CHAMPIGNON**

TYPE D'OUTIL

Le jeu est un outil d'introduction à une animation et/ou une formation plus longue. C'est à travers le jeu, la compétition et l'amusement que sont abordées les questions sérieuses. Le jeu sert de support à la discussion et permet de montrer aux jeunes que les adultes ne diabolisent pas leurs usages et qu'ils sont ouverts à la discussion sur ces sujets. L'animateur.trice étant impliqué.e dans le jeu, cela permet d'entrer en relation et en discussion avec les jeunes et de créer une dynamique collective.

PUBLIC

Des adultes (notamment dans le cadre de formations) et des adolescent.es du niveau secondaire

DUREE

10-20 minutes

MATERIEL NECESSAIRE

Les questions pour le.la présentateur.trice et les cartons champignons

POSTURE DE L'ANIMATEUR.TRICE

Il est nécessaire de pouvoir interrompre de temps en temps le jeu pour revenir sur une question, une réaction, un fou-rire d'un.e élève. Histoire de discuter 30 secondes avant de reprendre le jeu, comme le faisait Julien Lepers. Il est aussi possible de lire l'entièreté de l'intitulé une fois la bonne réponse trouvée pour que les joueurs.euses entendent toutes les informations liées au sujet concerné.

OBJECTIFS

L'objectif du jeu est de sensibiliser le groupe de joueurs.euses à la question des médias et de leur impact sur les relations sociales, amicales, amoureuses et sexuelles. Le jeu vise à donner de manière ludique des définitions, des descriptions d'usages et des informations sur les réseaux sociaux et les interactions sur Internet et les réseaux sociaux. L'objectif n'étant pas de diaboliser les pratiques, mais d'informer et de questionner les jeunes quant à ces questions, en abordant la notamment le harcèlement et le cyberharcèlement, ainsi que l'impact des réseaux sociaux sur les interactions sociales et humaines.

DEROULE

PROLOGUE

Le jeu contient 6 catégories de questions (distinguées par les couleurs des champignons) matérialisées sur des fiches cartonnées. L'animateur.trice choisi les thématiques qu'il.elle souhaite aborder en priorité. Les questions peuvent être posées dans n'importe quel ordre, en fonction des sensibilités des animateurs.trices ou des objectifs de l'animation. Un totem (l'objet peut être improvisé) est placé au centre d'une table, au milieu des joueurs.euses.

REGLES DU JEU

Vous vous mettez dans le rôle du Julien Lepers des temps modernes. Les règles, très simples, sont expliquées aux participant.es. Le jeu se déroule en une manche constituée d'une série de questions détaillées à la façon « Questions pour un champion ». Des informations sont données sur le sujet pour permettre aux joueurs.euses de trouver la réponse décrite, et ce, en partant de données vastes et peu connues de tous en allant vers des éléments de plus en plus simples. Vous lisez les intitulés de questions de manière audible et rapide.

Pour répondre à la question, le.la joueur.euse qui pense avoir la réponse doit attraper le totem. Le.la premier.e qui attrape le totem a donc le droit de parole. S'il.elle ne répond pas immédiatement, il.elle repose le totem et l'animateur.trice reprend la lecture des indices. Le.la prochain.e à s'emparer du totem peut faire une autre proposition.

Le.la joueur.euse qui donne la bonne réponse remporte un point. Le.la vainqueur.e sera celui ou celle qui aura cumulé le plus de points. En cas d'ex-aequo entre deux ou plusieurs joueurs.euses, il suffit de poser une question supplémentaire à ces dernier.es (ce qui ne devrait pas poser de problème étant donné qu'il y aura plus de fiches de questions que nécessaire sur un temps de jeu). C'est à l'animateur.trice de fixer le nombre de questions à poser, ce qui laisse une liberté en termes de durée du jeu. Il est possible de ne faire que certaines catégories par exemple, ce qui permet d'adapter le jeu au public rencontré.

RESSOURCES

LES QUESTIONS POUR LE.LA PRESENTATEUR.TRICE

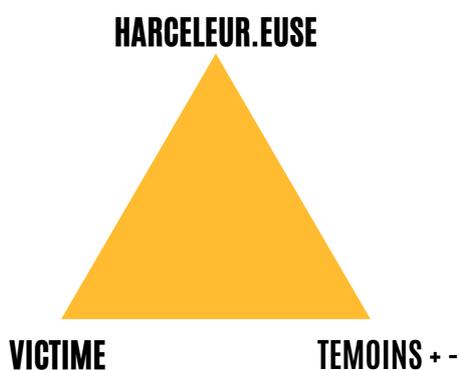
Nous invitons les utilisateurs.trices du jeu à produire leurs propres questions. En effet, les réseaux sociaux et applications évoluent rapidement. Il y a sans arrêt de nouvelles app' rendant les anciennes « has been ». Ceci concerne surtout les catégories « réseaux sociaux », « challenge », et « arnaques », mais peut aussi concerner d'autres catégories en fonction des sujets que vous souhaitez aborder.

Pour créer ses propres questions, il vous suffit de vous inspirer de l'émission "Questions pour un champion".

- Commencez les énoncés par : « Je suis... » en annonçant la catégorie. Ex : Je suis une application, je suis une vidéo, je suis un type de relation ...
- Donnez des informations générales, peu connues et plus « floues » a départ, en allant progressivement vers des informations connues et explicites pour que les joueurs.euses trouvent la réponse.
- Toujours employer le « je » : « je suis ... » ou « je fais... »

TRIANGLE DU CYBER-HARCELEMENT

Le cyber-harcèlement ne peut être compris que comme un dysfonctionnement de groupe. En effet, ne considérer que la situation ne s'établit qu'entre le.la harceleur.euse et la victime n'est pas correct. Le rôle des témoins est primordial. : ils peuvent soit être des témoins dits "négatifs" en participant au cyber-harcèlement (en likant, en commentant, en partageant) et en encourageant les auteurs du harcèlement. L'importance est de leur proposer d'avoir un rôle de témoins dits "positifs" en montrant du soutien à la victime et en lui proposant de l'aide.



LES CARTONS CHAMPIGNONS

Les cartons qui décrivent les 6 catégories différentes



CARTON "RESEAUX SOCIAUX"

Cette catégorie décrit les applications, du général au particulier. Les joueurs.euses doivent trouver le nom de l'application ou du réseau social. Elle donne des informations sur les conditions d'utilisation, les années de création, une anecdote sur la construction ou encore l'usage des différentes applis.



CARTON "RELATIONS"

Cette catégorie décrit différents types de relations (amoureuse, amicale, sexuelle, haineuse, etc.). Chaque énoncé est en lien avec l'usage des réseaux sociaux et des médias dans le cadre de ces relations.



CARTON "ARNAQUES"

Cette catégorie décrit les arnaques présentes sur Internet. Elle permet de sensibiliser les joueurs.euses aux arnaques existantes en les décrivant et en abordant les risques associés.



CARTON "CHALLENGES"

Cette catégorie décrit les challenges qui ont vu le jour sur les réseaux sociaux poussant les utilisateurs.trices à réaliser des défis plus ou moins risqués. Ceci permet de discuter avec les joueurs.euses des limites des mouvements généraux lancés sur la toile, même si certains sont ludiques et inoffensifs.



CARTON "SEXUALITE "

Cette catégorie aborde la question des relations sexuelles à travers les médias (vidéos, photos, sextos, etc.). Elle décrit les différentes pratiques de relations sexuelles virtuelles, ses usages et ses mésusages.



CARTON "HARCELEMENT"

Cette catégorie décrit le harcèlement, l'auteur du harcèlement, les témoins et la victime. Elle permet de définir le harcèlement et ses protagonistes. Les questions peuvent alors être support à une discussion sur la question pour expliquer la dynamique du harcèlement avec le triangle (noté précédemment).