

CHILL & PLAY

QUAND LES ADOS FONT GENRE



CHILL & PLAY

QUAND LES ADOS FONT GENRE



L'enquête *Chill&Play* – Quand les ados font genre
est une initiative de l'ASBL Média Animation
menée dans le cadre du projet Betternet avec le
soutien financier du programme *Europe Digitale*
de l'Union Européenne.





Coordination : Simon Hurd et Anne-Claire Orban de Xivry

Construction de la méthode d'enquête et récolte des données :

Simon Hurd, Anne-Claire Orban de Xivry, Chloé Tran Phu, Sophie Huys,
Daniel Bonvoisin

Analyses et rédaction : Simon Hurd, Chloé Tran Phu,
Anne-Claire Orban de Xivry, Brieuc Guffens, Manon Wesel

Graphisme et mise en page : Elise Vanhecke

Illustrations : hadh.fr et witchgamez.com

Éditeur responsable : Paul de Theux – Média Animation

Dépôt légal : 2024/3462/4

ISBN : 978-2-931139-07-3

Les contenus de cette publication sont sous la seule responsabilité
de Média Animation asbl, et ne peuvent être considérés comme un reflet
de l'opinion officielle de la Commission Européenne.



méd:a
ANIMATION

F3
FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

CSM
CONSEIL SUPÉRIEUR
DE L'ÉDUCATION ET DES MÉDIAS

Betternet



Co-funded by
the European Union

Sommaire

Avant-propos	6
Introduction	10
Chapitre 1 – Sur les réseaux sociaux.....	14
Les réseaux sociaux rêvent-ils en rose et bleu ?	14
Exposition et quête de soi en ligne	15
Derrière le selfie, la beauté à tout prix	17
Entre caricature et invisibilité : les représentations féminines 2.0.	21
Éduquer aux réseaux sociaux	26
Chapitre 2 – À travers les jeux vidéo	30
Jouer pour se faire des ami-es	30
Un joueur sur deux est une fille	31
Dire bonjour au boys club	32
Entre stratégies d'évitement et invisibilisation	33
Le sexisme en jeu, sous toutes ses formes.....	33
« T'es pas heal ? »	34
N'est pas <i>gamer</i> qui veut	35
Quelle masculinité les jeux vidéo vendent-ils aux garçons ?	41

Chapitre 3 – Violence et sexisme en ligne : chez les ados comme chez les adultes ?	44
Le sexisme en ligne : une violence à sens unique ?	44
Cyber sexisme, quoi de plus sexiste ?	46
Le masculinisme : quand le sexisme est idéologique	47
La violence, plus facile par écrans interposés ?	49
« Mansplaining » et virilisme historique : la base	50
Le corps féminin dans l’œil du cyclone	53
La résistance s’organise	56
Blâmer les victimes ou dénoncer les agresseurs ?	60
Conclusion et recommandations éducatives	64
Avec les jeunes, questionner les normes problématiques et enrayer la passivité face à la violence	64
À l’industrie des réseaux sociaux	66
À l’industrie du jeu vidéo	66
Aux instances de régulation	67
Aux créateurs et créatrices de contenus	67
Aux professionnel·les de l’éducation	68
Tous azimuts, lutter contre les discriminations en ligne	69
Remerciements	70
Ressources complémentaires	72

Avant-propos

Chaque membre du collectif Witch Gamez a traîné sa souris et ses manettes dans les endroits les plus reculés du web, dans les chats vocaux de jeux multijoueur les plus hostiles, squatté les chaînes Twitch de niche et les plus populaires, cherché la Schtroumpfette¹ pendant des heures sur YouTube... Et le résultat est pour le moins mitigé : sur Internet, les femmes risquent de croiser la violence à chaque clic.

Si notre société est sexiste, elle l'est encore plus en ligne tant pour les jeunes que pour les adultes.

L'espace numérique n'est pas un univers parallèle, dénué de tout lien avec la vie physique. Internet, c'est la vraie vie. Les discriminations sexistes, racistes, LGBTphobes et validistes ont des répercussions bien réelles sur nos vies. Comme quoi, les systèmes de domination se reproduisent également par WiFi et s'amplifient.

Le harcèlement des femmes est décuplé en ligne, peu importe leur domaine d'activité, il est même systématique dans les jeux multijoueur, et rien n'existe comme stratégie concertée de prévention, d'éducation, de santé publique pour enrayer le phénomène. Aucun organe de régulation ne s'empare de ces enjeux. La législation est inadaptée et il est presque impossible pour les victimes de se saisir de la justice.

On fête les 10 ans de la loi belge contre le sexisme, mais rares sont les plaintes qui aboutissent à une condamnation. Les pouvoirs publics ont

1. Une femme au milieu d'un village d'hommes.

encore du mal à considérer qu'Internet soit un espace public et que, *de facto*, doivent s'y appliquer les lois de notre pays. On attend que les pays européens adoptent le *Digital Service Act* qui réglemente les services numériques sans espérer de réel changement concret sur nos terrains de jeu sans frontières. Certain-es politicien-nes prennent doucement conscience que la pratique du jeu vidéo n'est pas qu'un loisir d'enfant, de jeune garçon ou de geek asocial. Les rares initiatives d'éducation au média vidéoludique sont souvent peu inclusives, et plus orientées vers l'acquisition de compétences techniques que vers le développement d'un regard critique sur les pratiques et les représentations véhiculées. Des parents et professeur-es ouvrent grand les yeux quand on leur explique l'intérêt que les jeunes ont pour la pratique du streaming. La méconnaissance des pratiques liées aux loisirs en ligne n'aide pas à l'élaboration d'initiatives adaptées.

Il nous faudrait des chiffres, des enquêtes, des études, des financements conséquents à hauteur de l'urgence et des enjeux, une politique publique volontaire et explicite sur les questions de sexisme en ligne et spécifiquement dans la culture vidéoludique.

Car le jeu vidéo est le premier média de divertissement au monde en termes de chiffre d'affaires. Loin devant le cinéma et la musique réunis. Si on interdisait l'accès des femmes aux salles de concert et de cinéma, cela créerait l'indignation générale. C'est pourtant précisément ce qui se passe dans les espaces de jeux multijoueur. Ces dynamiques qui sont parfois ouvertement masculinistes percolent sur les réseaux sociaux et sapent petit à petit l'accès des femmes au débat public et aux loisirs. Depuis le *#Gamergate* en 2014, les communautés masculinistes participent à réduire les femmes et les minorités au silence. Ces mouvements organisés

de cyberharcèlement sexiste ont des implications qui dépassent largement le secteur du jeu vidéo car ils participent à la libération d'une parole décomplexée promouvant des idéologies d'extrême droite sur les réseaux sociaux.

Nous considérons donc l'espace numérique comme un espace de lutte qu'il faut à tout prix nous réapproprier. Nous jouons donc ensemble pour perturber l'hégémonie patriarcale installée dans la pratique des loisirs. Pour subvertir les règles du jeu, nous infiltrons le *game*. Pour transformer la culture du jeu vidéo, nous montrons qu'il existe d'autres façons de jouer, plus inclusives et émancipatrices. En tant que féministes, nous créons des espaces de résistance à la domination. Nous nous organisons et nous agissons.

Aux citoyen·nes, aux politiques, aux parents, aux professionnel·les de l'éducation, aux organes de régulation, aux grandes plateformes, aux concepteur·ices de jeux vidéo, aux médias, aux journalistes, aux associations... à elles et à eux de faire leur part.

Witch Gamez asbl,
Collectif de lutte contre le sexisme
dans la pratique du jeu vidéo





Introduction



« Ils passent des heures à regarder des gens qui jouent à des jeux vidéo, quel intérêt ? »

« Ma fille joue sur ton tel, dans une bulle, sans aucune interaction avec d'autres. »

« Sur Insta, c'est tuto maquillage, bikini et poses légères avec ses copines : c'est inquiétant. »

Les pratiques récréatives des jeunes en ligne telles que *chiller* sur les réseaux sociaux ou jouer en ligne sont souvent déconsidérées par les adultes ou pointées comme peu intéressantes. *Scroller* sur les réseaux sociaux, partager ou commenter des photos ou des vidéos, jouer sur des plateformes multijoueur : ces pratiques relevant du *passé-temps* sont souvent perçues, quand ce sont les jeunes qui s'y adonnent, comme des *pertes-de-temps*. Les parents sont d'ailleurs plus attachés à gérer la question du temps passé devant les écrans qu'à considérer la teneur des pratiques en elles-mêmes¹. Ces moments récréatifs sont-ils pourtant si anodins ?

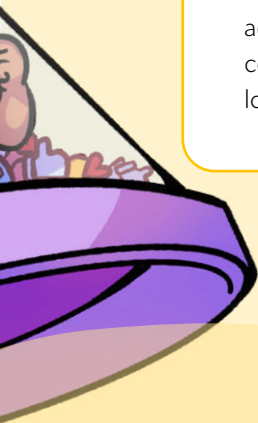


En 2020, l'enquête *#Génération2020*² réalisée par Média Animation en collaboration avec le CSEM avait permis de révéler combien les usages des jeunes en ligne relèvent d'une « co-régulation ». Entre « ami-es » ou membres d'un même groupe sur un réseau social ou une plateforme de jeu se définissent – explicitement ou implicitement – ce qu'on peut faire ou pas, ce qui est bien ou mal, autorisé ou non. C'est le groupe qui détermine les règles de bonne conduite. Cet univers de recommandations d'ordre moral fonctionne par essais-erreurs et s'y dessine un système de normes qui impacte les usages des ados en général, et ceux des filles en particulier. Ce sont sur leur comportement, leur apparence ou leur vie affective que pèse la plus lourde pression.

Ce constat nous a amenés à explorer davantage les disparités de genre au sein des pratiques récréatives des adolescentes.

Les pratiques des réseaux sociaux et des jeux vidéo sont-elles différentes pour les garçons et pour les filles ? Comment l'expérience de ces loisirs en ligne varie-t-elle selon que l'on soit une fille ou un garçon ? Les jeunes sont-ils et elles exposé-es aux mêmes interactions et comportements en ligne ?

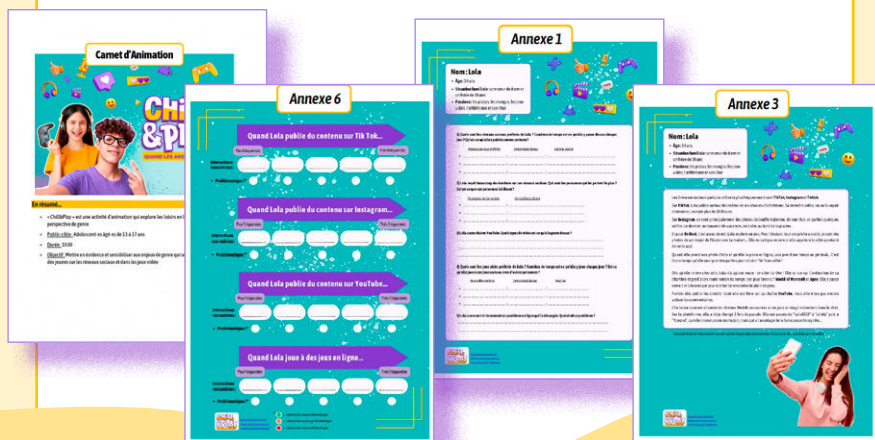
Pour tenter de répondre à ces questions, nous avons mis en œuvre une méthode d'animation avec des jeunes âgés de 13 à 17 ans afin de collecter leurs témoignages et expériences. 68 ados y ont pris part au cours du printemps 2023. La démarche consistait à favoriser la discussion entre les jeunes à propos des loisirs numériques.



La discussion s'est articulée autour de quatre axes :

1. Un moment d'introduction pour dessiner une cartographie des loisirs en ligne des jeunes du groupe.
2. Une invitation à compléter le portrait de deux ados : Mathias et Lola. À partir de quelques informations fournies sur Mathias et Lola, les jeunes étaient invités à imaginer en sous-groupes leurs pratiques numériques.
3. Une mise en exercice sur les types d'interactions que ces deux ados sont susceptibles de rencontrer en ligne.
4. Un moment de clôture sous forme de discussion autour des problématiques de genre évoquées au fil de l'animation et des pistes d'action qui pourraient être mises en place pour y faire face.

La démarche d'animation *Chill&Play* est disponible (lien à la fin de ce livret) à toute encadrante de jeunes qui souhaite l'exploiter pour aborder ces enjeux de manière collective.



La présente publication contextualise les témoignages recueillis et les situe dans la perspective d'une éducation critique aux médias. Elle s'attache à interroger les interactions sociales nichées dans les pratiques récréatives favorites des ados, et identifier en quoi l'expérience des filles diffère de celle des garçons³. En adoptant une approche binaire, l'animation *Chill&Play* vise à susciter une réflexion sur les problématiques, enjeux et rôles sociaux associés aux deux genres traditionnels. Cette réflexion doit servir de point de départ à une remise en question de ces normes de genre restrictives et ouvrir la réflexion aux problématiques vécues par les minorités de genre (femmes, personnes trans, non-binaires...).

Au-delà de l'observation des pratiques récréatives des jeunes, c'est interroger l'apparente et fantasmée égalité de tous et toutes en ligne, notamment au sein de ces loisirs en ligne trop vite qualifiés d'insignifiants. Pour les adultes, cette exploration représente aussi une opportunité de questionner, à travers les usages numériques des jeunes mais aussi des leurs, le sexisme et la misogynie à l'œuvre partout ailleurs dans nos sociétés.

L'équipe Chill&Play

Notes



1. generation2024.be
2. Média Animation, *#Génération2024 : Les jeunes et les pratiques numériques*, Bruxelles, 2024
3. Sur les représentations médiatiques du genre dans la pop culture, consultez popmodeles.be.



Chapitre 1

Sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux rêvent-ils en rose et bleu ?

« Réseaux sociaux de filles » ou « réseaux sociaux de garçons » ?

Les usages des réseaux sociaux varient-ils en fonction du genre ? Les données de l'enquête *#Génération2024*¹, interrogeant les pratiques numériques des jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles, permettent de faire un état des lieux synthétique de la question.

En se penchant sur les trois plateformes les plus prisées par les élèves de l'enseignement secondaire, à savoir Instagram, Snapchat et Tik Tok, une tendance légèrement plus marquée se dégage du côté féminin. En effet, les données révèlent qu'environ 66 % des garçons utilisent ces réseaux sociaux au moins une fois par jour, tandis que ce chiffre s'élève à 77 % chez les filles. Cette prédominance féminine s'amplifie davantage lorsqu'on examine l'application de partage de photos BeReal, utilisée quotidiennement par 23 % des garçons, comparativement à 47 % chez les filles.

En revanche, la dynamique s'inverse lorsqu'on examine la célèbre plateforme YouTube : 70 % des garçons déclarent l'utiliser au moins une fois par jour, tandis que seulement 40 % des filles en font de même. En ce qui concerne « X », anciennement Twitter, ainsi que les plateformes Discord et Twitch, souvent associées à la pratique des jeux vidéo, la tendance reste également masculine : environ 26 % des garçons utilisent ces réseaux sociaux hebdomadairement, comparativement à seulement 7 % des filles.

Des activités en ligne genrées

Parmi les jeunes du secondaire, 55 % des garçons indiquent publier des photos sur leurs réseaux sociaux, tandis que ce pourcentage s'élève à 72 % chez les filles. En ce qui concerne la publication de vidéos, 44 % des garçons déclarent le faire sur leurs réseaux, comparativement à 54 % chez les filles. En outre, 54 % des garçons affirment commenter ou liker du contenu en ligne au moins une fois par jour, tandis que ce chiffre atteint 63 % chez les filles.

Bien que ces variations de pourcentages ne soient pas toujours considérables, elles révèlent néanmoins une tendance significative : dans l'ensemble, les adolescentes semblent être plus actives et visibles à travers les réseaux sociaux que les adolescents.

Exposition et quête de soi en ligne

La mise en scène de soi en ligne est une pratique courante chez les jeunes. Ils et elles partagent sur Instagram des moments de leur vie, des événements spéciaux, des voyages, des réussites ou même des moments plus intimes du quotidien. Cette exposition de soi s'apparente en réalité à un mode de socialisation on ne peut plus banal, à une période clé de leur vie.

Une période de recherche d'autonomie et de construction de soi

L'adolescence est une phase de transition marquée par un défi de taille : devenir adulte. Ce moment de développement personnel est associé à des enjeux sociaux et identitaires importants^{2,3}. Pour de nombreux·ses jeunes, cette période est marquée par une recherche d'autonomie par rapport au cercle familial. Ils et elles explorent leur identité et ressentent le besoin de s'approprier leur propre image, d'affirmer leur style, et de se construire à travers les relations sociales.



« Lola elle poste des vidéos d'athlétisme. Elle reçoit des commentaires d'hommes sur la façon dont elle est habillée. »

Être adolescent·e c'est également se faire aimer par des personnes que l'on a choisi, c'est-à-dire qui ne nous sont pas imposées par la filiation : les ami·es. En se détachant du cadre parental, une grande importance est accordée au groupe de pairs. Ce dernier remplit différents rôles : adoption des codes et conventions du groupe, réponse aux besoins de validation et de reconnaissance, sentiment d'appartenance et d'intégration, renforcement de l'estime de soi, soutien émotionnel... Les ami·es deviennent ainsi des complices dans cette quête d'identité, offrant un espace a priori sécurisé où l'ado va pouvoir affirmer son individualité tantôt en harmonie, tantôt en opposition avec les normes sociales dominantes.

Les réseaux sociaux au service de cette quête socio-identitaire

Loin de simples plateformes de divertissement, les réseaux sociaux deviennent des outils précieux quand il s'agit de relever les défis inhérents à l'adolescence. Ils facilitent d'abord le lien entre ami·es et la socialisation en incarnant un moyen de communication disponible en quasi-permanence et qui ne dépend pas des parents. Les sociabilités physiques et virtuelles se rejoignent alors : ce qui se passe à l'école est discuté le soir en ligne, et ce qui se passe le soir en ligne est repris le matin avec les camarades de classe.

Publier des photos et vidéos de soi, partager des moments de vie quotidienne, ses goûts, ses opinions et ses engagements sociaux... En s'exposant en ligne, les jeunes expriment et testent de nouvelles facettes de leur personnalité⁴. Ils et elles jouent de leur identité, expérimentent et se construisent par essais-erreurs dans ces espaces virtuels.

Le regard des autres en ligne amène lui l'approbation et la reconnaissance sociale désirée. Les *likes* sous les contenus publiés et les commentaires des ami·es jouent un rôle de miroir et permettent au jeune de s'assumer plus facilement. Avoir le plus d'abonnés possible et être vu par un maximum de personnes deviennent ainsi parfois des objectifs à part entière, la popularité en ligne étant une manière comme une autre de s'intégrer socialement.



Une exposition de l'intime à nuancer

Le phénomène d'exposition de soi en ligne interroge le rapport à l'intime et l'importance accordée à la vie privée. La génération Z, qui consomme des réseaux sociaux depuis la puberté, serait-elle moins pudique que les générations précédentes ? Les ados tracent-ils et elles une frontière différente entre vie privée et vie publique ?

Il est en réalité faux de penser que les adolescentes se soucient peu de leur vie privée en ligne, comme le suggèrent parfois les adultes ou le sens commun. Les ados ne s'inscrivent pas dans une logique d'exposition constante, mais restent bien sensibles à des règles de prudence⁵. Ils et elles ont souvent conscience de comment partager du contenu et avec qui (par exemple l'usage de WhatsApp pour la famille, de Snapchat pour les ami-es...) et naviguent avec discernement à travers les paramètres de confidentialité.

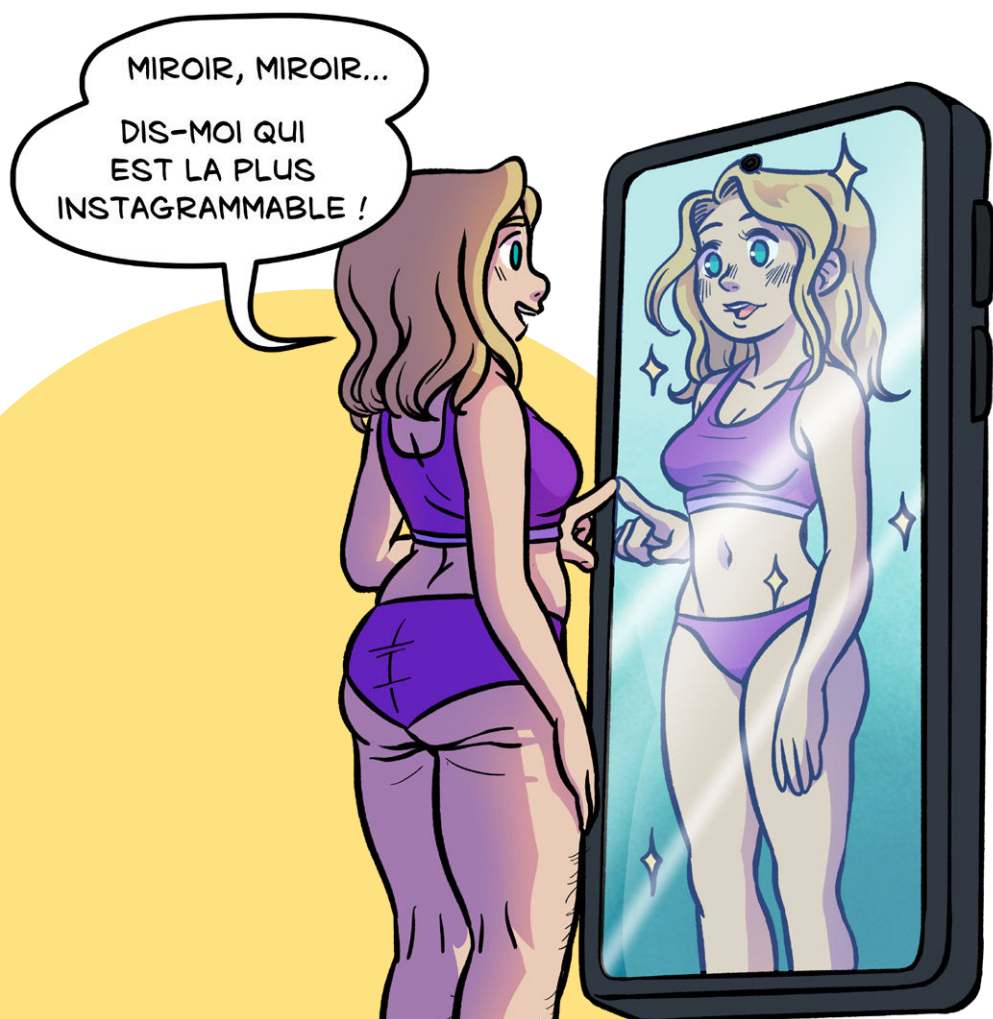
À l'époque où la plateforme Facebook dominait, les contenus qui y étaient partagés étaient souvent accessibles et visibles par tous et toutes. Or, la plupart des réseaux sociaux actuels permettent maintenant de restreindre la visibilité du contenu publié. Ainsi, si les jeunes partagent abondamment avec leurs ami-es proches (par exemple à travers des stories privées), ils et elles limitent très souvent leurs partages en « mode public » en ajustant les paramètres des plateformes utilisées.

Derrière le selfie, la beauté à tout prix

Des normes de beauté déconnectées de la réalité

Filles et garçons ne sont pas concernés de la même manière par les questions que posent l'exposition de soi et de son intimité sur Internet. En plus d'être de plus grandes consommatrices des réseaux sociaux, plusieurs études⁶ indiquent que les femmes partagent davantage de photos et de vidéos d'elles-mêmes en ligne. Ce dévoilement de soi prend souvent la forme de contenus soigneusement sélectionnés, accompagnés de légendes et de mises en page artistiques réfléchies. L'ensemble contribuant à créer une image idéalisée du corps et du quotidien des individus.

Sans surprise, ces corps filtrés et retouchés perpétuent des normes de beauté irréalistes souvent mises en avant par les algorithmes des réseaux sociaux, au détriment des contenus qui s'éloignent de ces standards. Étant les plus actives sur les réseaux sociaux, les jeunes filles subissent davantage cette pression les incitant à accorder une importance excessive à leur apparence. Dans cette période de construction identitaire, les répercussions peuvent être multiples⁷ : piètre estime de soi, complexes, désir élevé de perte de poids, symptômes dépressifs, troubles du sommeil, risques accrus de harcèlement...





« Lola elle reçoit des critiques sur ses selfies, sur sa façon de s'habiller »

Cette situation n'affecte pas uniquement les femmes. Les garçons peuvent également ressentir des pressions liées à l'apparence physique, notamment à travers des normes de musculature et de virilité renforcées en ligne. Certaines études⁸ ont cependant constaté en guise de comparaison que les hommes ont tendance à être moins préoccupés par l'atteinte de ces canons de beauté et que leur image corporelle semble moins affectée par leur utilisation des réseaux sociaux.

L'hypersexualisation féminine, une arme à double tranchant

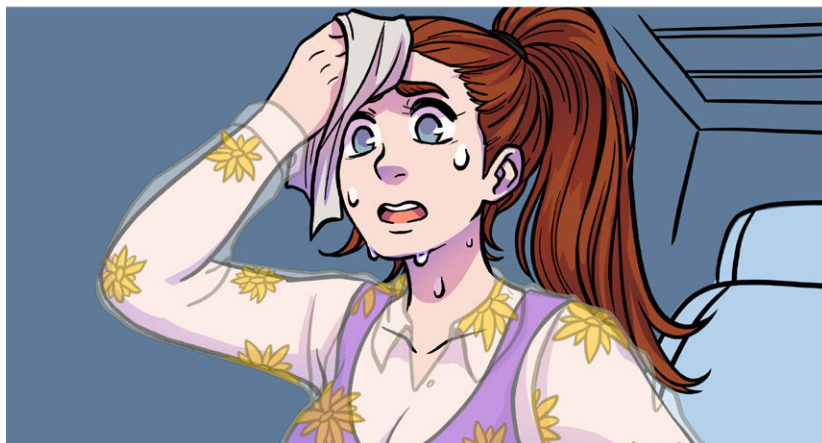
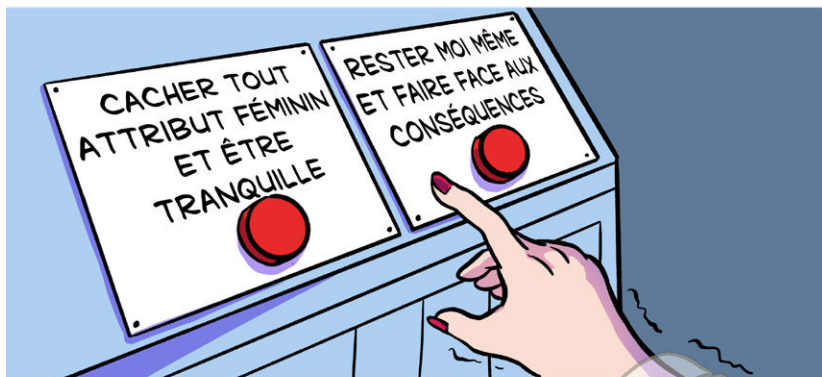
Nos sociétés et nos médias sexualisent, commercialisent le corps de la femme. Jeunes et moins jeunes s'approprient les codes d'une sensualité surjouée. Chacun·e étant libre de disposer de son corps, publier des photos dénudées ou érotisées en ligne n'est pas problématique en soi. Ces publications peuvent notamment être utilisées par les femmes comme des moyens d'émancipation et de réappropriation du corps : constamment sexualisées par la société, certaines ressentent le besoin de reprendre elles-mêmes le contrôle sur ce qu'elles souhaitent sexualiser ou non. De plus, l'utilisation des réseaux sociaux dans ce contexte peut contribuer à une meilleure perception de son propre corps.



« Quand Lola publie du contenu sur Insta on lui dit tout le temps qu'elle est belle »

Quand elle n'est pas utilisée consciemment, avec le consentement et le respect d'autrui, l'hypersexualisation peut cependant avoir des répercussions⁹. Ce phénomène peut inciter certaines adolescentes à imiter les personnes auxquelles elles s'identifient, sans en avoir forcément envie ou conscience, afin d'appartenir à un groupe, de recevoir des réactions positives en ligne

ou encore de tirer profit de leurs corps. Si ces actions ne rencontrent pas les résultats escomptés, elles peuvent affecter la santé mentale des femmes, entraîner des violences à leur égard ou même contribuer à créer des inégalités sociales entre celles qui peuvent tirer profit de leur apparence physique et celles qui n'y parviennent pas.



Devoir être belle sans l'être

Alors que des normes incitent les filles à publier des photos répondant à certains standards de beauté, d'autres normes les stigmatisent pour en avoir fait autant. Les influenceuses, par exemple, font face à un dilemme : en exposant des photos de leur corps, elles attirent les likes tout en prenant

le risque d'une avalanche de retours négatifs. Que ce soit la créatrice de contenu EnjoyPhoenix, la blogueuse mode Chiara Ferragni ou encore la coach fitness Julie Legros, toutes les trois témoignent avoir été victimes de centaines d'insultes pour avoir publié des photos d'elles portant une blouse jugée « trop courte »¹⁰, une mini-jupe « trop explicite »¹¹ ou même une simple brassière de sport¹². Ceci illustre l'ambiguïté de certaines attentes sociales, ainsi qu'un paradoxe : les filles sont sollicitées pour publier des images valorisantes d'elles-mêmes, tout en devant y résister.

Cette double contrainte de l'exposition de soi et du strict contrôle de l'apparence ne se limite pas à la sphère virtuelle et ne représente qu'une injonction paradoxale parmi d'autres, dictées par la société¹³. Être maquillée tout en restant naturelle, être maternelle tout en poursuivant une carrière, être douce et calme tout en conservant un grain de folie, être assertive sans être perçue comme « trop agressive », s'occuper de son partenaire sans lui être soumise, suivre la mode sans perdre son originalité... Ces dilemmes rhétoriques entretenus par un contexte patriarcal peuvent envahir bien des aspects de la vie féminine. Et quand les filles décident de « transgresser les normes » et les attentes des garçons, elles s'exposent à une violence inouïe. C'est par exemple le cas pour celles qui décident de ne plus respecter l'injonction à avoir les bras ou les aisselles épilées de près¹⁴, largement héritée d'une pop culture et une industrie du porno ciblée vers les hommes. Pour les filles, subvertir les normes corporelles, c'est aussi se réapproprier son corps et sa liberté.



Entre caricature et invisibilité : les représentations féminines 2.0

Les stéréotypes de genre et les clichés misogynes restent répandus dans la société, y compris au sein des générations les plus jeunes. Ces stéréotypes persistent malheureusement à travers le virtuel, où les réseaux sociaux propagent bien souvent des représentations inégales.

Des stéréotypes féminins sexistes et dévalorisants

D'importants travaux d'analyse de contenus¹⁵ ont pu mettre en évidence la présence massive de stéréotypes sur les réseaux sociaux les plus populaires. On retrouve par exemple sur Instagram une abondance de photos personnelles mettant en scène des couples ou des familles idéalisées, façonnant une image de perfection. À travers les contenus de la plateforme, l'accent est mis de manière excessive sur l'apparence physique des femmes et sur leurs émotions. Leur personnalité propre est rarement au premier plan, et elles sont souvent présentées dans le contexte de relations avec des hommes ou alors réduites à leur corps.



« Je pense que Lola elle reçoit comme message :
"je t'attends dans mon lit" »

Ces tendances perpétuent des archétypes qui renforcent les rôles traditionnels assignés aux femmes, tels que celui de la mère épanouie et dévouée à ses enfants, celui de la femme fatale, prête à charmer les hommes, ou encore celui de la femme passionnément amoureuse. Ces représentations restreignent la diversité des expériences féminines en perpétuant une vision étroite et irréaliste de la vie des femmes, et stigmatisent bien souvent les personnes qui font des choix non conformes aux attentes traditionnelles de genre.

Ces mêmes stéréotypes agissent par ailleurs comme des freins et des obstacles empêchant les femmes de se projeter dans des carrières perçues

comme masculines par la société : ingénierie, finance, direction d'entreprise... C'est également le cas des métiers du numérique, qui, en plus d'être synonymes de salaires plus élevés, sont souvent considérés comme réservés aux hommes. La faible présence des femmes dans le secteur numérique se traduit par le développement d'outils conçus selon une perspective masculine, perpétuant ainsi un cycle vicieux. Ces outils, tels que les algorithmes des contenus mis en avant sur les réseaux sociaux, sont souvent biaisés et contribuent à renforcer les inégalités de représentation de genre.

Des stéréotypes masculins virils et valorisants

Les hommes ne sont pas non plus épargnés par les assignations de genre. Cependant, alors que les femmes sont souvent ramenées à des images dévalorisantes, les archétypes masculins le sont beaucoup moins. Humoriste, sportif, sachant, séducteur, macho, courageux... Les hommes sont fréquemment représentés en ligne comme hyper-virils ou adoptant une figure protectrice. Les stéréotypes qui leur sont associés ne les renvoient pas à la sphère domestique, bien au contraire.

Ce sentiment de légitimité à s'exposer ou jouer les comiques de service sur les réseaux sociaux ne vient pourtant pas, pour les garçons, de prédispositions naturelles ou de caractéristiques innées. C'est surtout le peu de risques encourus par ces derniers lorsqu'ils s'expriment qui les encouragent à plus « se lâcher » en ligne. Pour les filles, le « coût de l'expression¹⁶ » peut s'avérer exorbitant si la blague ou le positionnement idéologique ne plaît pas aux autres. Cette expression renvoie à l'idée que nous ne sommes pas tous et toutes égaux face à la prise de parole. Pour les filles, il s'agit en permanence d'évaluer le rapport entre pertes et profits, ce qui minimise la proportion de filles qui osent. Car à une mauvaise blague en ligne, elles ne s'exposent pas seulement à la moquerie, elles prêtent directement le flanc à des réactions sexistes parfois violentes.



« Quand je publie des vidéos on voit jamais ma tête,
je la cache »

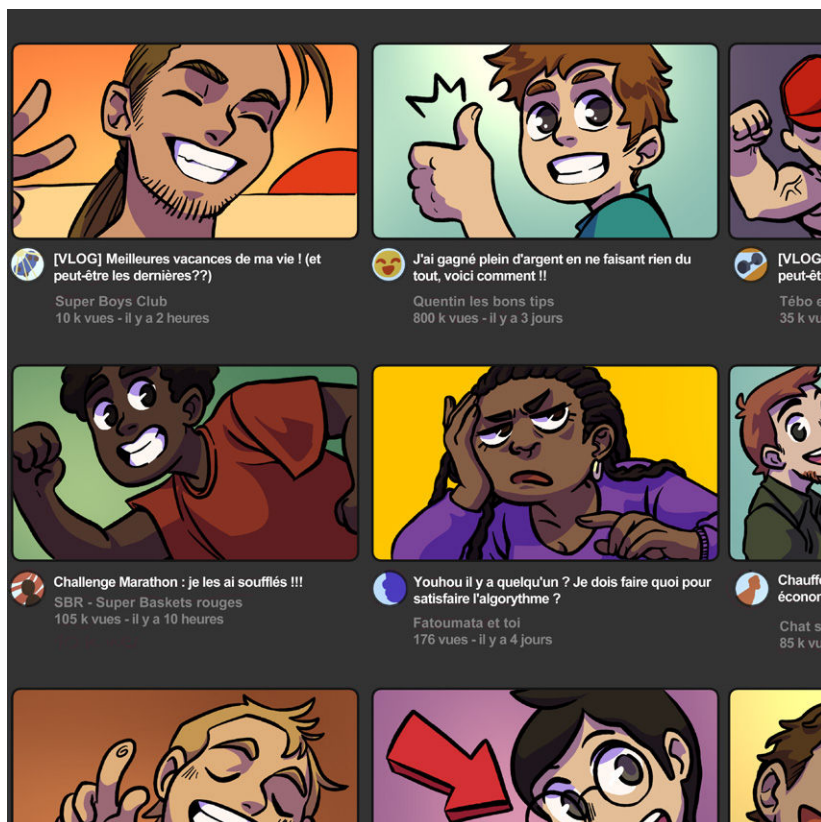
Pour les garçons par ailleurs, l'injonction à « être de vrais mecs » a également un impact négatif. Les réseaux sociaux, en particulier YouTube¹⁷, regorgent de challenges et défis extrêmes qui contribuent à instaurer un climat de violence. Un certain nombre de vidéos encouragent une forme de compétitivité masculine menant à la survalorisation de valeurs viriles et à la promotion, entre autres, de la force et de la violence. Le populaire vidéaste français Vilebrequin illustre cette tendance à travers ses vidéos YouTube telles que « *Rouler avec 2 GRAMMES : ça fait quoi ?* » ou « *Percuter un MUR à 150 km/h : ça fait quoi ?* ». Sa chaîne spécialisée dans le domaine automobile présente de nombreux défis dangereux et extrêmes où règne un entre-soi masculin incitant les hommes à constamment dépasser leurs limites.

Les créatrices de contenu dans l'ombre

Sur les réseaux sociaux, les femmes subissent une double peine : en plus d'être fréquemment jugées à partir des assignations de leur genre, elles sont largement sous-représentées dans les contenus populaires publiés. Parmi les 100 vidéos les plus visionnées sur YouTube en France en 2022, seulement huit sont issues de chaînes gérées ou cogérées par des femmes¹⁸. Dans près d'une vidéo sur deux, aucune femme n'est présente, tandis que l'inverse est vrai pour seulement trois vidéos sur les 100 où aucun homme n'apparaît. Enfin, lorsque des femmes figurent dans ces contenus, elles sont principalement reléguées à des rôles secondaires, avec une présence limitée à l'écran.

Parmi les victimes de cette invisibilisation féminine, on retrouve celles pour qui créer du contenu en ligne est devenu une partie intégrante de leur métier. Créateur·rice de contenu, influenceur·euse, youtubeur·euse, streamer·euse... Ces termes désignent ces nouveaux métiers qui ont émergé avec le développement des réseaux sociaux. Ils et elles produisent du contenu en ligne engageant et attractif, souvent axé sur des thématiques spécifiques (la mode, le sport, les jeux vidéo, le voyage, la comédie, etc.), et sont principalement rémunérés grâce à des partenariats avec des entreprises dont ils promeuvent les produits. Or bien qu'on estime que 75 % des influenceur·euses sont des femmes¹⁹, ce sont les hommes qui bénéficient plus souvent d'une visibilité accrue en ligne²⁰, créant ainsi un phénomène

de plafond de verre, qui limite les opportunités et la professionnalisation des femmes dans ce domaine.



« [L'influenceuse] Léna Situations elle avait regardé amoureusement un mannequin et elle a été lynchée sur ça »

Une autre forme d'invisibilisation qui mérite d'être soulignée concerne les méthodes de modération des plateformes elles-mêmes. Sur Instagram, Facebook, ou même LinkedIn, les publications mettant en avant des ventres de femmes enceintes, des tétons ou des femmes en maillots de bain sont

quasi systématiquement supprimées²¹ (d'autant plus si ces corps s'écartent des normes de minceur et de blancheur). En effet, ces plateformes n'opèrent pas de distinction entre la nudité et la pornographie. Paradoxalement, des enquêtes²² ont montré que les mêmes photos dénudées mettant en avant des hommes ne posent aucun problème pour les algorithmes de ces réseaux sociaux. Bien que louable dans le cadre de la lutte contre le cyberharcèlement, cette censure restreint la parole de comptes féminins qui abordent des questions importantes liées au corps et à la sexualité, poussant ces dernières à devoir chercher de nouvelles approches pour faire valoir ces thématiques très présentes au sein des mouvements féministes.

Éduquer aux réseaux sociaux

Information, confiance et dialogue

Face aux enjeux et défis posés par les réseaux sociaux, les parents et l'école ont un rôle éducatif majeur à jouer. Pour ce faire, il est d'abord essentiel de percevoir ces plateformes pour ce qu'elles sont réellement, en dépassant les discours alarmistes sur les dangers réels ou présumés des réseaux sociaux, discours qui incitent les adultes à surveiller, décourager voire interdire les activités en ligne de leurs enfants²³. Il convient alors de reconnaître que ces plateformes jouent un rôle important en tant que lieux de socialisation et de construction identitaire à l'adolescence, et qu'il est essentiel pour ces futurs adultes de développer leur capital social et culturel aussi via les outils numériques actuels.

Un accompagnement efficace aux réseaux sociaux implique ensuite une approche basée sur la conversation et le dialogue. Plutôt que d'adopter une attitude de jugement, de contrôle excessif ou de désintérêt, il incombe à l'adulte de questionner, de s'intéresser sans s'immiscer et de provoquer la discussion autour de ce qui se passe et de ce que vivent les jeunes sur les réseaux sociaux²⁴. Se montrer présent et ouvert aux ados sur ces sujets, permettra d'être perçus comme des ressources dignes de confiance et à leur disposition lorsqu'ils ou elles font face à des problématiques, genrées ou non, en ligne.

Enfin, pour donner du poids à la parole, montrer l'exemple est indispensable. Ouvrir ces questions avec les ados passe ainsi par notre capacité à remettre en question nos propres usages des réseaux sociaux. Si les adolescentes peuvent être à l'origine de leur exposition en ligne, celle-ci peut également s'inspirer des actions des adultes. Le « *sharenting* », par exemple, fait référence aux nombreux parents qui publient aujourd'hui des photos et du contenu lié à leurs enfants sur Internet²⁵. Les ados imitant bien souvent les parents, il est essentiel en tant qu'adultes de prendre conscience des modèles que nous présentons, que ce soit dans nos comportements en ligne ou dans la manière dont nous traitons nos conceptions genrées du monde.

Un outil de lutte pour la défense des droits des femmes et des personnes LGBTQIA+

L'avènement des réseaux sociaux a indéniablement produit des inégalités de genre préoccupantes. Cependant, elles représentent également des espaces essentiels d'expression, de sensibilisation et de rencontre au service des causes féministes et de l'ensemble des luttes contre les discriminations.

Les réseaux sociaux ont effet permis à de nombreuses personnes réduites au silence, exclues de la parole publique et de l'action citoyenne, de prendre conscience qu'elles partageaient des problèmes communs et de prendre la parole²⁶. Dans le sillage de la vague *#MeToo*, ils ont été un moyen de créer des communautés militantes et de mettre à l'ordre du jour des sujets souvent négligés par les médias traditionnels : le harcèlement de rue, la sexualité féminine, la charge mentale, la contraception, les droits liés à l'avortement, la culture du viol, l'écart salarial, les violences gynécologiques... Nombreuses sont les femmes qui ont rompu le silence en témoignant en ligne autour de ces sujets de société longtemps invisibilisés. Nombreuses sont aussi les personnes LGBTQIA+ qui ont trouvé sur les réseaux sociaux un réservoir de modèles inspirants et des espaces accueillants permettant l'exploration de leur identité. Les réseaux sociaux détiennent ainsi un potentiel d'avenir significatif pour la continuation et l'amplification des causes féministes et LGBTQIA+. En offrant une plateforme mondiale pour la prise de parole et le partage d'expériences, ils peuvent contribuer à éduquer, sensibiliser et promouvoir l'égalité des genres, ouvrant ainsi la voie à un changement social positif.



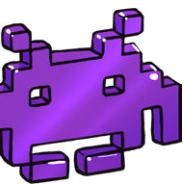
« Moi, ce sont les vidéos Youtube qui m'ont vraiment beaucoup marqué quand j'étais ado, et qui m'ont permis de mettre les mots sur ma transidentité. C'est là-dedans que j'ai eu des représentations, des gens qui parlaient de leur vie. Et je me disais "c'est la même chose que moi", et c'est pas la même chose que dans les séries. C'est en écoutant ces gens raconter leur vie que ça m'a aidé à avancer. Maintenant c'est sur Instagram que je peux trouver des gens qui exposent cette partie d'eux. »²⁷

Notes



1. Média Animation, #Génération2024 : Les jeunes et les pratiques numériques, Bruxelles, 2024
2. Claire Balleys, Comment les adolescents construisent leur identité avec Youtube et les médias sociaux, Nectart, 6, 2018, [doi.org](https://doi.org/10.1017/9781017000000)
3. Alice Pierard, Les réseaux sociaux : quel intérêt pour les jeunes ?, UFAPEC, 2019, ufacep.be
4. Consulter sur ce sujet : Daniel Bonvoisin et Paul de Theux, L'extimité : s'exposer pour se construire, Bruxelles, Média Animation, 2012, media-animation.be
5. Claire Balleys et Sami Coll, La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents, RESET, 4, 2015, [doi.org](https://doi.org/10.1017/9781017000000)

6. Pascal Plantard et Caroline Le Boucher, *Des pratiques numériques juvéniles différentes selon le genre. Un reflet des inégalités hommes-femmes ?*, Bulletin de veille, 2020.
7. Elena Diouf et Margot Foubert, *Je poste donc je suis ?! Les corps sur les réseaux sociaux : miroir des injonctions aux normes de beauté*, l'ASBL Fédération des Centres de Planning familial des Femmes Prévoyantes Socialistes, Bruxelles, 2021
8. P. Aparicio-Martínez, A.J. Perea-Moreno, M.P. Martínez-Jimenez, I. Suarez-Varela Varo et M. Vaquero-Abellán, *Social networks' unnoticed influence on body image in Spanish university students*, Telematics and Informatics, 34, 2017, [doi.org](https://doi.org/10.1016/j.teli.2017.04.001)
9. Elena Diouf et Margot Foubert, *Je poste donc je suis ?! Les corps sur les réseaux sociaux : miroir des injonctions aux normes de beauté*, l'ASBL Fédération des Centres de Planning familial des Femmes Prévoyantes Socialistes, Bruxelles, 2021
10. Metro, *La mise au point d'EnjoyPhoenix après des insultes sexistes pour son décollage*, 2020, [metrotime.be](https://www.metrotime.be)
11. HuffPost, *Chiara Ferragni victime d'insultes sexistes après s'être affichée avec cette robe*, 2018, [huffingtonpost.fr](https://www.huffpost.be)
12. LINFO.RE, *Cyber Harcèlement : Julie Legros victime d'insultes sexistes sur Facebook*, 2020, [linfo.re](https://www.linfo.re)
13. Lou Sarabadzic et Marko Mille, *Toujours trop ou pas assez : en finir avec la rhétorique foireuse du patriarcat*, Mango Society, 2022.
14. Découvrir à ce sujet le projet Le sens du poil : Marion Jaumotte, « *Le sens du poil* », le compte Instagram Belge qui met la pilosité à l'honneur, Bruxelles, RTBF, 24/07/2019. [rtbf.be](https://www.rtb.be)
15. Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, *La Femme Invisible dans le numérique : le cercle vicieux du sexisme*, Paris, 2023, [vie-publique.fr](https://www.vie-publique.fr)
16. facebook.com/lesbrutestelequebec
17. Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, *La Femme Invisible dans le numérique : le cercle vicieux du sexisme*, Paris, 2023, [vie-publique.fr](https://www.vie-publique.fr)
18. Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, *La Femme Invisible dans le numérique : le cercle vicieux du sexisme*, Paris, 2023, [vie-publique.fr](https://www.vie-publique.fr)
19. Elena Diouf et Margot Foubert, *Je poste donc je suis ?! Les corps sur les réseaux sociaux : miroir des injonctions aux normes de beauté*, l'ASBL Fédération des Centres de Planning familial des Femmes Prévoyantes Socialistes, Bruxelles, 2021
20. Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, *La Femme Invisible dans le numérique : le cercle vicieux du sexisme*, Paris, 2023, [vie-publique.fr](https://www.vie-publique.fr)
21. Agate Lesage, *Les réseaux sociaux sont-ils sexistes ?*, 2021, voiretpenser.hypotheses.org
22. Gianluca Mauro et Hilke Schellmann, *'There is no standard': investigation finds AI algorithms objectify women's bodies*, The Guardian, 2023, [theguardian.com](https://www.theguardian.com)
23. Alice Pierard, *Les réseaux sociaux : quel intérêt pour les jeunes ?*, UFAPEC, 2019, [ufapex.be](https://www.ufapex.be)
24. Yapaka, *Les réseaux sociaux, lieux de socialisation à l'adolescence*, [yapaka.be](https://www.yapaka.be)
25. Jean-Claude Domenjoz, *Exposition de la vie privée et relations de sociabilité dans les médias sociaux*, 2021, [educationauxmedias.ch](https://www.educationauxmedias.ch)
26. Manal Lyna El Euldj et Ambre Marionneau, « *Expose-toi et tais-toi* » : les femmes, premières victimes des réseaux sociaux, 2021, [numerique-investigation.org](https://www.numerique-investigation.org)
27. Cette citation est celle de Saule, personne rencontrée lors de focus groups menés pour nourrir la publication : Média Animation, *LGBTphobies, médias et société*, 2022, [media-animation.be](https://www.media-animation.be), p. 36



Chapitre 2

À travers les jeux vidéo



Selon le rapport du SELL en France (2023)¹, 72 % de la population tout âge confondu joue occasionnellement à des jeux vidéo, que ce soit sur console, PC ou smartphone. Les personnes à la pratique régulière, quant à elles, représentent 58 % de la population et la moitié d'entre elles jouent à des jeux en ligne multijoueur. En ce qui concerne plus spécifiquement le public jeune, l'enquête *#Génération2024* nous apprend que, en Belgique francophone, un peu plus de 9 jeunes sur 10 déclarent avoir au moins une pratique vidéoludique par mois². Le jeu vidéo est donc un loisir très répandu, en particulier chez les adolescentes.

Jouer pour se faire des ami-es

Selon le rapport du SELL en 2023³, si parmi l'ensemble des joueurs et joueuses, 97 % jouent en solo, 61 % s'adonnent également au jeu en groupe, et 32 % de celles et ceux jouant en ligne déclarent que le jeu vidéo les a aidé-es à se faire des ami-es. La dimension sociale de cette activité prend encore plus d'importance chez les enfants : 48 % ont le sentiment d'appartenir à une communauté, contre seulement 29 % des adultes. Parmi ces personnes qui considèrent le jeu vidéo comme un moyen de sociabilité, 55 % indiquent avoir rencontré des membres de la communauté en personne, souvent lors d'événements privés ou publics. Il est donc loin le cliché qui considère une personne qui joue comme étant quelqu'un de solitaire et isolé dans un monde virtuel. La pratique du jeu vidéo s'étend bien au-delà du jeu en lui-même. Naviguer à travers la culture vidéoludique, c'est aussi côtoyer d'autres joueurs et joueuses : c'est jouer ensemble, avec des ami-es

après les cours, interagir d'autres dans le chat d'une chaîne Twitch avec la communauté d'un-e streameur-euse, regarder un événement en streaming dans le salon avec ses potes, streamer soi-même du contenu, commenter et réagir à propos de l'actualité du gaming, sur les réseaux sociaux, dans les forums, envoyer des MP⁴ à ses ami-es pour les motiver à vous rejoindre sur *Fortnite*, s'organiser avec son équipe sur un serveur Discord en vue de mener un raid sur un MMORPG, participer à des tournois de jeux vidéo ou les regarder, jouer le rôle de son personnage préféré en enfilant son costume (cosplay) et rencontrer d'autres fans dans des conventions, etc. En cela, la vie culturelle en lien avec les jeux vidéo dépasse largement les frontières de l'écran et des jeux en tant que tels pour recouvrir des enjeux de sociabilités importants pour les jeunes et les moins jeunes, tant en ligne que hors ligne. Les jeunes jouent donc pour se divertir, mais aussi et surtout pour s'amuser avec leurs ami-es. Terrain de jeu prolongeant la cour de récré, le jeu vidéo permet la rencontre, la cohésion de groupe et l'expérimentation de son identité au sein d'un groupe de pairs.



« Samedi, pour l'anniversaire de mon frère qui se fait chez des potes, ils veulent jouer à FIFA et finalement on joue à Call Of »

Un joueur sur deux est une fille

Les différentes enquêtes interrogeant les publics du jeu vidéo s'accordent sur un constat : il y a autant de joueurs que de joueuses de jeu vidéo. Cette donnée est souvent reçue avec étonnement tant le domaine du jeu vidéo semble tourné vers les garçons. Si une large majorité des jeunes joue aux jeux vidéo⁵, qu'il y a autant de filles qui jouent que de garçon, d'où vient cette idée reçue que le jeu vidéo ne serait pas pour les filles ? Des réponses peuvent être apportées à différents niveaux.



Dire bonjour au boys club

Allons d'abord voir ce qu'il se passe dans les espaces de jeux multijoueur. Ces lieux de sociabilité en ligne laissent tout le loisir d'expérimenter sa place au sein du groupe qu'on se crée ou que l'on veut intégrer. Un espace où l'on peut être qui on veut derrière son micro ou son clavier pourrait être le lieu de la liberté totale pour tout le monde. Pourtant, de nombreux chats écrits ou vocaux se montrent très fermés et excluants envers certaines catégories de personnes, en particulier envers les filles ou les femmes. Ainsi, dès lors qu'on y ouvre son micro et qu'on est identifiée comme une fille, on peut faire face à un panel de réactions sexistes. Dragage non désirée, bruitages explicitement sexuels, moqueries, insultes sexistes... sont monnaie courante pour les joueuses qui s'exposent. Selon l'IFOP (2023), 40 % des joueuses confient avoir déjà été victimes de comportements, d'insultes ou de menaces à caractère sexiste ou sexuel lors de leurs conversations en jeu. Le constat est encore plus alarmant dans les jeux de combat : deux tiers (66 %) des joueuses ont été confrontées à des formes de harcèlement ou de sexisme. Ce phénomène incite toutes les autres, murées dans le silence du chat, à rester silencieuses et à ne surtout pas montrer qu'elles sont des filles.





« *Moi j'avais intégré une team de joueurs et ils m'ont dit que j'étais trop nulle pour jouer avec eux* »

Entre stratégies d'évitement et invisibilisation

Grand moment de solitude pour celles qui osent sortir du bois. Pas étonnant que 40 % des joueuses aient mis consciemment en place une stratégie d'évitement par peur de ces remarques : choisir un pseudo neutre, qui ne « fait pas fille », ne pas allumer son micro, changer d'équipe, éviter de jouer à des jeux en ligne, privilégier les jeux en solo, etc. Ces entraves dans la communication sont autant d'entraves à la progression des minorités dans leur expérience de jeu. Le sexisme dans des communautés de joueurs réduit presque systématiquement les filles au silence, leur donnant l'impression d'être seules dans le jeu.

La stratégie d'évitement la plus radicale consiste à ne plus jouer ou à préférer jouer à des jeux en solo. Les chiffres de l'enquête *#Génération2024* attestent de l'adoption de cette stratégie par les filles : parmi les élèves du secondaire ayant une pratique vidéoludique, 58 % des garçons jouent le plus souvent avec des ami·es et 48 % des filles préfèrent jouer le plus souvent à des jeux en solo.



« *Lola, elle change son pseudo, l'a rendu moins féminin, pour ne pas se faire harceler* ». »

Le sexisme en jeu, sous toutes ses formes

De nombreux comportements peuvent dissuader les filles de se montrer, de parler, d'écrire ou même de jouer. Bon nombre de ces mécanismes sont répertoriés sur le site internet du collectif Witch Gamez (witchgamez.com). Ce collectif de joueuses a voulu se réapproprier collectivement les agres-

sions sexistes presque quotidiennes que chacune vivait seule derrière son écran. Non sans ironie, elles ont donc dressé la liste ouverte des agressions que subissent les personnes identifiées comme des femmes au sein des espaces de jeux multijoueur. Chaque comportement sexiste vécu peut ainsi être « validé », comme un trophée gagné en cours de jeu. Ce recensement rend tout de suite plus concret le sexisme spécifique que vivent les joueuses auprès d'un public qui est plus éloigné du gaming ou du féminisme.

« T'es pas heal ? »

Dans les jeux de rôles où il faut s'organiser pour affronter des adversaires, il est par exemple courant d'attribuer aux filles les rôles de soin, qui sont par définition des rôles secondaires : elles sont donc en retrait du combat et y contribuent en soignant les joueurs qui se blessent en attaquant : c'est ce qu'on nomme « être heal ». Ce n'est pas anodin, d'un point de vue systémique, de voir aux femmes attribués les rôles du *care*, comme si les assignations sociales se perpétuaient dans les espaces de jeu.



Dans un même registre, l'expression « Retourne à la cuisine » vit sa meilleure vie dans les plateformes de jeu, reproduisant le stéréotype éculé qui renvoie les femmes à la sphère domestique. Dans l'univers du jeu vidéo comme dans la vie, certains croient bon d'en distinguer les espaces : les femmes, c'est à la cuisine. Avec des variants : « make me a sandwich », « go back to kitchen »... Ces répliques très courantes que les filles peuvent entendre dans les jeux vidéo les renvoient à un rôle toujours subordonné.

N'est pas *gamer* qui veut

Les expériences collectées au sein de l'expérience *Chill&Play* le montrent : une grande partie des jeunes qui se sont exprimé-es, filles comme garçons, déclarent jouer aux jeux vidéo. Néanmoins, lors des discussions avec les groupes amateurs de jeux vidéo, les filles se déclaraient moins volontiers être « *gamer* » ou « *gameuse* » que les garçons. Cette différence de sentiment de légitimité dans la pratique vidéoludique rejoint les chiffres de l'enquête IFOP pour GamerTop (2023) : chez les 18-24 ans, 62 % des garçons se disent « *gameurs* » contre à peine 1 fille sur 4 (24 %). Les garçons s'identifient plus comme des gamers là où les filles se mettent moins en avant dans cette pratique. Sans lier cette différence à une différence de compétences en la matière, il est intéressant d'observer ces résultats pour interroger la façon dont les jeux vidéo et la culture que cette pratique charrie produisent des référents qui parlent principalement aux hommes et participent à l'exclusion des femmes.

« Jeux de filles » ou « jeux de garçons » ?

Depuis les années 80, le marché du jouet a clairement orienté son marketing de façon binaire : d'un côté les jeux pour garçons et de l'autre les jeux pour filles. Dès le plus jeune âge, par des codes visuels marqués, l'attribution des rôles genrés aux enfants manifeste les attentes différenciées que la société a vis-à-vis des filles et des garçons : les filles sont projetées dans le care (le soin aux autres et à soi-même), les loisirs créatifs, les relations sociales. Les garçons sont plus attendus dans des contextes compétitifs, la démonstration de force et d'expertise scientifique. Ainsi, les jeux techniques (voitures), de balles (foot) et de guerre (révolver) sont marqués pour les

garçons, quand les loisirs créatifs, les jeux simulant le soin des apparences et des personnes sont à destination des filles. Si bien qu'aujourd'hui, les amateurs de jeux vidéo savent très bien ce qui est considéré comme un « jeu de fille » ou un « jeu de garçon », selon le sens commun, et qu'il est plus valorisé de jouer à *Call Of Duty* (simulation de guerre) plutôt qu'aux *Sims* (simulation de vie sociale). Cette répartition des « jeux pour filles » et « jeux pour garçons » sert comme argument pour fonder une exclusion des filles des espaces de jeux multijoueur, a fortiori si ces jeux sont compétitifs (FPS, courses automobiles) et présentent des dynamiques guerrières. Beaucoup de jeux vidéo aux grandes licences (*Grand Theft Auto*, *Call Of Duty*, *Fifa*...) sont considérés comme des « jeux de garçons », ce qui contribue à véhiculer l'idée que le jeu vidéo est une pratique masculine. Difficile donc de se dire « gameuse » dans un domaine où on ne vous attend pas.

HAAAAANNNN ALORS COMME ÇA TU JOUES AUX "JEUX VIDÉO" ? VOYEZ-VOUS ÇA ! À QUOI TU JOUES ? A ANIMAL CROSSING JE SUPPOSE ? OU PEUT-ÊTRE CANDY CRUSH ? JE CROIS QUE J'AI L'ANCIEN NINTENDOGS DE MA COUSINE, JE PEUX TE L'ENVOYER SI TU VEUX... !





« *Call of c'est un peu pour les garçons non ? La plupart du temps c'est que les garçons qui jouent à la console.* »

Pourquoi les filles ne jouent-elles pas aux mêmes jeux que les garçons ?

Le public féminin est très présent, mais les filles ne jouent pas aux mêmes jeux que les garçons (selon le rapport du SELL en 2022⁶). Les filles ont une nette tendance à préférer des *casual games*, qui sont des jeux grand public, très accessibles et auxquels on peut jouer une minute ou des heures durant, le plus souvent sur son smartphone (*Candy Crush*, *FarmVille*, *Tetris*, *2048*...). Ensuite, on peut noter une préférence pour des jeux simulant ou favorisant les liens sociaux (jeux de rôles ou d'aventure, des jeux qui se jouent en famille). Tandis que les garçons jouent tout autant à des *casual games*, des jeux mobiles, qu'à des jeux de rôle ou d'aventure, des jeux de tir (FPS) et des jeux de course automobile. D'une part, nous retrouvons une répartition genrée des rôles sociaux : les filles semblent plus légitimes dans des jeux tournés vers les relations sociales, tandis que les garçons font la guerre et rivalisent dans des compétitions automobiles. Mais, par ailleurs, au-delà du type de jeu, les supports utilisés semblent aussi genrés : selon l'enquête *#Génération2024*, parmi les élèves du secondaire 86 % des garçons utilisent une console contre 50 % des filles. Ils y jouent aussi deux fois plus souvent que les filles, qui se rabattent plus volontiers sur des jeux de smartphone. Comment expliquer que les filles se tournent majoritairement vers des *casual games*, qui sont des jeux si peu légitimes dans la culture des gamers ?



« *Lola, elle reçoit des commentaires d'hommes parce que c'est une fille qui joue aux jeux vidéo. Elle se fait harceler sur Twitch sur comment elle joue, comment elle s'habille, comment elle parle.* »

Un inégal accès à la pratique de loisir



« Des jeux de téléphone, j'en ai blindé, j'ai 68 jeux sur mon téléphone, pour jouer dans les transports ou pendant les cours, mais je joue plus sur ma PS. »

Le témoignage de ce garçon nous éclaire sur le fait qu'il ne joue pas aux mêmes jeux en fonction des circonstances : les jeux *casuals* sur mobile relèvent d'une pratique récurrente, mais essentiellement dédiées à des espaces temps limités (les transports, les temps de pause) tandis que la console ou l'ordinateur sont des supports de jeu vers lesquels les garçons se tournent plus volontiers et qui supportent des jeux nécessitant plus d'apprentissage et de temps.

Selon l'autrice Shira Chess, le rapport aux loisirs est différent selon qu'on est une femme ou un homme. Elle observe que les loisirs des femmes sont contraints de plusieurs façons.

Notamment, elle relève que les femmes ne s'accordent pas assez de temps de loisirs et ont des agendas plus fragmentés : si les hommes peuvent consacrer de longues plages horaires à leurs loisirs, les loisirs des femmes sont considérés « *comme se faisant dans des interstices, par bribes de temps*⁷ ». Il se trouve justement que les *casual games* sont des jeux nécessitant un investissement mesuré en termes de temps d'apprentissage, permettant des sessions de jeu courtes ou pouvant être interrompues facilement. Ces caractéristiques de jeux semblent plus être une adaptation à leur situation sociale qu'une réelle appétence des femmes pour les *casual games*. Disposant de 5 h à 6 h de loisir en moins par semaine que les hommes (selon l'OCDE 2018⁸), les femmes ont moins de temps à consacrer à une pratique de loisir plus chronophage et demandant des créneaux horaires conséquents. Avoir un temps de loisir plus morcelé (en raison de leur horaire découpé entre le boulot, les tâches ménagères, la gestion des enfants, etc.) ne leur permet pas de s'immerger plusieurs heures d'affilée dans la quête d'un jeu, encore moins de s'investir comme un *hardcore gamer* et de développer une culture vidéoludique plus pointue.

Shira Chess ajoute que les femmes font moins volontiers le choix d'un loisir non productif, ce que semble être le jeu vidéo dans la pensée commune. En effet, le stigmate social de l'inutilité du jeu vidéo dévalorise encore plus cette pratique pour une femme que pour un homme, qui peut, lui, en tirer un certain capital symbolique.

Puis vient la barrière économique. Jouer à des jeux triple A coûte cher : il s'agit d'acheter la console, le PC, les périphériques, le jeu, etc. Or on sait que les hommes et les garçons détiennent plus de capital dans les familles...

Cet inégal accès à la pratique du jeu vidéo a un impact sur l'estimation des compétences des joueuses par elles-mêmes (sentiment d'illégitimité ou d'imposture) ou par leurs pairs. Les filles doivent ainsi systématiquement prouver leur compétence et leur légitimité pour faire partie d'une communauté de joueurs. Avoir grandi dans une famille ou dans une société où on voit les hommes, les pères et les garçons jouer plus que les femmes, les mères et les filles, fait intégrer très tôt aux jeunes filles que le gaming n'est pas pour elles.



L'idée que les jeux vidéo ne sont pas pour les filles s'intègre dès le plus jeune âge : bon nombre de filles interrogées disent jouer sur la console de leur frère, ce qui laisse entendre qu'elles n'ont pas la priorité sur leur utilisation au sein des familles. Les résultats de l'enquête *#Génération2024*⁹ auprès des élèves secondaires confirment cela : 51 % des filles interrogées sur leur pratique du jeu utilisent une console qu'elles partagent avec une autre personne, contre 19 % des garçons. Cette attribution de loisir genrée provoque une inégalité d'accès et entraîne les garçons à développer des compétences de jeu, un réseau social autour de cette pratique et une culture vidéoludique qui seront autant de freins pour les filles qui voudront jouer.

Des jeux faits par des hommes pour des hommes

Dans leurs contenus narratifs, les jeux vidéo ont laissé la place du héros à un homme reléguant les figures féminines au rôle de demoiselle en détresse (femme à sauver, femme-récompense, femme à venger) ou de faire-valoir du héros quand elles ne sont pas simplement absentes¹⁰. La mise en scène des personnages féminins rend souvent leur corps désirable pour le regard masculin hétérosexuel (l'aventurière Lara Croft dans *Tomb Raider* est plus déshabillée et sexualisée que son équivalent masculin Nathan Drake dans le jeu d'aventure *Uncharted*). Ce *male gaze* semble attribuer à ce média un public masculin, or, dans ce public de gamers, il y a autant de femmes que d'hommes. Après avoir ouvert les yeux sur cette réalité, l'industrie tente de timides adaptations (ajout de personnages féminins, *pinkwashing*) qui ne suffisent pas à rendre les espaces de jeux inclusifs. Les innovations récentes dans les représentations de femmes dans les jeux vidéo en tant que média contrastent avec l'atmosphère de communautés de joueurs misogynes et bruyantes : ces publics déplorent, à grand renfort de blagues sexistes, le fait qu'on pourra désormais jouer un personnage féminin dans le prochain *GTA*, Aloï d'*Horizon Forbidden West* leur semble bien trop masculine pour une femme, il leur est impensable que Lara Croft soit lesbienne... Mehdi Derfoufi¹¹ invite à observer que les batailles culturelles du jeu vidéo se jouent au niveau de leur réception et se cristallisent autour des polémiques qui suivent l'actualité du secteur.

L'objectification des femmes percole dans les commentaires sexualisant que reçoivent les streameuses, comme si les personnages du jeu ou les joueuses

elles-mêmes se confondaient dans l'imaginaire de certains. Un corps de femme est supposé être à disposition des hommes, qu'il soit virtuel ou réel. Depuis le Gamergate en 2014¹², nombre de streameuses, journalistes et travailleuses du jeu vidéo témoignent aujourd'hui d'un harcèlement sexiste violent et omniprésent dans les jeux vidéo.

Ce climat sexiste est aussi très présent dans des boîtes de développement bien connues¹³. Si bien qu'il y a toujours très peu de femmes dans ce secteur au management très agressif : il y a 24 % de femmes dans l'industrie française du jeu vidéo selon Women in Games¹⁴. Quand elles sont présentes, c'est souvent à des postes RH ou de communication, peu dans des postes décisionnels, et souvent avec des contrats précaires.

Quelle masculinité les jeux vidéo vendent-ils aux garçons ?

Gamer est une identité qui a longtemps été l'apanage des hommes, car l'industrie du jeu vidéo, depuis les années 80, a presque exclusivement tourné son entreprise marketing vers un public masculin. Pour rebooster les ventes après la crise qu'a connue le secteur début des années 80, il fallait cibler un public de garçons, mais pas n'importe quels garçons. Il s'agissait de faire fantasmer une masculinité hégémonique¹⁵ à des garçons qui n'y correspondaient pas tout à fait¹⁶. Ainsi sont sortis beaucoup de jeux vidéo proposant de jouer des héros forts, à la mâchoire carrée, stoïques, blancs, hétérosexuels, réglant leurs problèmes par la violence, en écrasant les faibles ou les ennemis, en conquérant le monde ou en exploitant les ressources. Bon nombre de personnages masculins incarnent volontiers de parfaits modèles de cette masculinité militarisée (*Wolfenstein 3D*, *God of War*, *The Witcher*...). Longtemps ce canon a dominé les jeux les plus vendus et son influence se ressent encore aujourd'hui. La survalorisation de ce modèle de masculinité incite les joueurs à s'éloigner le plus possible de la féminité : il ne faut surtout pas « jouer comme une fille », ou être le « Bambi » de service. Dans le contexte compétitif de nombreux jeux, les jeunes s'accoutument à une dévalorisation systématique des masculinités subordonnées comme figures repoussoir : l'homophobie devient alors une tactique pour s'affirmer en tant qu'homme viril, dominant et hétérosexuel.



« Dans un jeu vidéo, si en tant que garçon t'as un avatar ou un personnage fille et que la personne sait que t'es un garçon, il va rigoler et se foutre de ta gueule. Par exemple dans GTA, si t'es en fille on va se foutre de ta gueule »

Les hommes sont mis en compétition sociale pour atteindre l'inatteignable masculinité hégémonique qui est, par définition, un rôle de dominant postulant que les hommes doivent incarner la supériorité, que ce soit par la force physique ou par l'expertise technique. Être un homme *alpha* ou un *geek* ne serait donc que deux facettes d'une même personne, l'avatar ou le gamer, l'homme dominant par sa force ou par son expertise informatique. La dialectique de la virilité sous-tend toujours un positionnement des femmes en deçà de la gent masculine.

Le jeu vidéo n'est donc pas naturellement destiné aux hommes, mais bien le fruit d'un cheminement culturel.

Notes



1. SELL, « *L'essentiel du jeu vidéo* », rapport d'octobre 2023, sell.fr
2. Média Animation, *#Génération2024 : Les jeunes et les pratiques numériques*, Bruxelles, 2024
3. SELL, « *L'essentiel du jeu vidéo* », rapport d'octobre 2023, sell.fr
4. MP est une abréviation pour dire « message privé » sur un réseau social.
5. Média Animation, *#Génération2024 : Les jeunes et les pratiques numériques*, Bruxelles, 2024
6. SELL, « *L'essentiel du jeu vidéo* », rapport de novembre 2022, sell.fr
7. Shira Chess, *Play like a feminist*, Cambridge, The MIT Press, Playful Thinking, 2020, p. 120.
8. *Les femmes travaillent plus et ont moins de temps de loisir* – European Data Journalism Network | [EDJNet](https://edjnet.org)
9. generation2024.be
10. Witch Gamez, « *La demoiselle en détresse dans l'histoire du jeu vidéo* », 11/01/2024, witchgamez.com
11. Mehdi Derfoufi, *Racisme et jeu vidéo*, éditions *Maison des Sciences de l'Homme*, Paris, 2012, 240 p.
12. *Le #gamergate : quand le cyberharcèlement est récupéré par l'extrême droite* | [RTBF Actus](https://rtbf.be)
13. *Harcèlement moral et sexuel chez Ubisoft : 3 anciens cadres vont être jugés* | [Numerama](https://numerama.fr)
14. *Évolution de la place des femmes dans le jeu vidéo : tout ce que vous devez savoir* | [Women in Games France](https://womeningamesfrance.com)
15. Raewyn Connell, *Masculinités : enjeux sociaux de l'hégémonie*, Amsterdam Éditions, 2022.
16. Interview de Sofia Versaveau pour son documentaire « *Qui sont les joueurs de jeu vidéo ?* » (Game Spectrum) : Usbek & Rica – « *Le jeu vidéo a été parasité par des imaginaires masculinistes* » (usbeketrica.com)

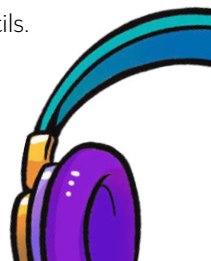
Chapitre 3

Violence et sexisme en ligne : chez les ados comme chez les adultes ?



Le sexisme en ligne : une violence à sens unique ?

Il est entendu que les réseaux sociaux sont des outils de communication massivement exploités par les publics jeunes, TikTok ou Snapchat pour ne citer qu'eux. Mais les jeux vidéo RPG¹ ou MMORPG² peuvent de la même manière être exploités comme des moyens d'interaction. Des jeux à succès comme Fortnite³ rassemblent des joueurs et joueuses qui se connaissent ou pas, peuvent s'opposer ou élaborer ensemble des stratégies, simplement *chatter* ou même interagir par micros et casques interposés. Sur Fortnite, vous pouvez même vous rassembler pour visionner un film ou assister à un concert. Des réseaux sociaux comme Discord facilitent la création de communautés de personnes autour de leur jeu fétiche, et une multitude de chaînes sur Twitch⁴ permettent de suivre collectivement des producteurs de contenus associés à une passion. Sur YouTube et Instagram, chacune suit ses influenceur-euses préférée-s, commente leurs contenus et like les contributions des autres membres de la communauté. En ligne, une majorité de plateformes de divertissement détiennent peu ou prou les mêmes outils. Ils permettent d'interagir de trois manières différentes :



- **De manière publique** : via des commentaires sous une vidéo Twitch ou YouTube, ou via une publication personnelle sur Instagram...
- **En groupes affinitaires** : le « groupe » rassemblé autour d'un intérêt commun sur Facebook, Discord...
- **De manière interpersonnelle** : via les boîtes de messagerie privée (le fameux MP) comme Messenger et WhatsApp, ou présentes sur Instagram, Snapchat...

Au cœur de ces différents espaces, les ados (comme les adultes) tissent ou renforcent des liens – d'amitié ou même d'amour. Ils et elles partagent leur point de vue et se confrontent à celui des autres. Ils et elles prolongent en ligne les interactions banales du quotidien, cherchent à rire et faire rire, à vivre une expérience enrichissante. Mais ces territoires en lignes sont aussi des espaces où on s'expose. Ils deviennent hostiles quand s'y déploient l'intimidation, l'humiliation, le harcèlement. « *Sur Internet, une femme a 27 fois plus de chances de se faire harceler qu'un homme. On rejette la faute sur les RSN, mais ils n'ont jamais fait que d'exacerber des mécanismes déjà existants... Ce qu'Internet a peut-être aggravé c'est l'impunité liée à l'anonymat*⁵ ». Les courroies de transmission de la violence sont démultipliées. Et ce sont les filles et les groupes sociaux déjà discriminés dans la société qui en sont les principales victimes. C'est ce qu'a permis d'objectiver un projet de recherche sur l'envergure et la nature des discours haineux en ligne menée en France dans le cadre de l'OCCI (Initiative pour le Courage Civique en Ligne). « *Sur les 6,6 millions de messages pertinents identifiés, notre algorithme a placé 5,5 millions de messages dans la catégorie des discours misogynes haineux. Ces messages incluent notamment 4 millions de messages contenant des insultes misogynes généralisées et environ 300 000 messages étant des attaques haineuses ciblées contre des utilisateurs manifestement de sexe féminin*⁶. » Côté belge, 43 % des élèves de l'enseignement secondaire déclarent avoir vu en ligne, au cours des deux derniers mois, au moins un contenu ou une publication contenant de la violence à l'encontre d'une personne ou d'un groupe en raison de son genre⁷.



« Quand t'es sur le vocal de Call of Duty, que t'entends le micro s'allumer et que c'est une meuf, tu sais que ça va partir en couille... Elle va se faire défoncer par tout le monde, tout le monde va être contre elle, elle va d'office "prendre" »

Cyber sexisme, quoi de plus sexiste ?

Cyber sexisme, cyber violences sexistes et sexuelles, cyber misogynie, cyber harcèlement... les termes ne manquent en effet pas pour renvoyer à l'espace numérique les réflexes et démarches toxiques pour les femmes et adolescentes, majoritairement perpétrées par des (jeunes) hommes. Ceux-ci renvoient-ils à de réalités différentes ? Comment faire le tri ? « La seule différence entre le monde virtuel et le non-virtuel, c'est qu'on ne peut pas se voir avec nos yeux (...). Il n'existe pas de monde virtuel. Tout ce qui se passe en ligne se passe dans la vraie vie⁸ ».



Les chercheuses Sigolène Couchot-Schiex et Gabrielle Richard rappellent que l'on peut distinguer les actes sexistes et violents en regard de leur récurrence (ou pas). « *La littérature sur le sujet oscille entre les concepts de cyberviolence et de cyberharcèlement, opérant entre les deux une distinction basée sur la fréquence des épisodes problématiques. Lorsqu'un épisode se reproduit au-delà d'un certain nombre de fois, il est considéré comme s'inscrivant dans un schème de harcèlement : c'est alors autant son intensité que sa répétitivité qui apparaissent nuisibles et qui sont perçues comme étant exponentiellement dommageables pour les victimes*⁹. » Cette violence sexiste s'illustre de manière spécifique quand elle exploite les canaux numériques pour être diffusée. On pourrait tenter une distinction entre 3 formes de sexisme « en ligne »

- **Le sexisme historique, ancré dans nos sociétés**, qui s'exprime sous une forme différente, numérique : machisme et misogynie, blagues insultantes diffusées de manière massive sur des groupes « humoristiques ». Le numérique servirait ainsi de révélateur d'un sexisme (malheureusement) banal.
- **L'acte sexiste « ponctuel »**, l'insulte sexiste en ligne, le commentaire offensant ou la menace concrète, largué sous une vidéo ou une photo ou en MP. S'il peut être le fait d'une personne isolée, il peut contribuer à une dynamique de harcèlement s'il entre en écho avec une multitude d'autres contributions du même ordre.
- **Le harcèlement sexiste en ligne** : conçu, mis en œuvre et ciblé en regard d'une stratégie, visant sciemment à nuire.

Le masculinisme : quand le sexisme est idéologique

Le sexisme n'est pas uniquement le fait inconscient de garçons et d'hommes nourris malgré eux par une société discriminante. Le sexisme est aussi une posture mûrement réfléchie : sa mise en œuvre est défendue et justifiée par certains, anxieux de voir le patriarcat historique vaciller sur ses fondations, terrifiés de perdre leur position dominante dans la société. Le « masculinisme » se définit ainsi comme un « *mouvement social conservateur ou réactionnaire qui prétend que les hommes souffrent d'une crise identitaire*

parce que les femmes en général, et les féministes en particulier, dominent la société et ses institutions¹⁰. » Ce féminisme, entendu comme un danger et une oppression, nécessiterait ainsi d'être combattu pied à pied, en encourageant l'oppression des femmes ou en martelant les concepts éculés de supériorité masculine.

L'ancrage de ce « mouvement politique » dénonçant la « fraude féministe » se situe au début du xx^e siècle, et s'est largement amplifié à partir des années 80. Aujourd'hui, il serait dangereux de minimiser l'impact de formations politiques qui exploitent le même argumentaire pour intimider aux hommes de « ne pas se laisser faire » afin que soient maintenues les hiérarchies sociales historiques. Pour Pauline Ferrari, « *alors que l'anti-féminisme est une idéologie, le masculinisme en est le passage à l'acte, à travers un ensemble de mouvements sociaux et d'actions concrètes, dont des revendications politiques*¹¹ ». Que les ados puissent avoir été la cible de ce type de propagande n'est pas à exclure dès lors que l'on souhaite mener une démarche éducative sur la problématique du sexisme en ligne.



La violence, plus facile par écrans interposés ?

Si c'est bien l'utilisateur et pas la machine qui est sexiste, Internet est incriminé pour faciliter l'expression et la diffusion de contenus problématiques. L'écran crée une distance physique « confortable » entre l'auteur des violences et sa victime. Ce dispositif ne permettrait pas à l'auteur des violences d'en constater les effets sur la personne ciblée. N'en étant pas témoin, il peut plus difficilement faire preuve d'empathie. Internet fonctionnerait donc comme un fluidifiant pour l'insulte décomplexée et le harcèlement pur et simple. D'autant que la création de pseudonymes ou multiples comptes par l'agresseur permet aisément d'agir anonymement. *« Ces recours contribuent à instaurer un sentiment accru d'impunité chez ce dernier, dès lors peu préoccupé par l'éventualité d'être réprimandé pour ses actions, et peu à même d'identifier les impacts de ces dernières sur ses cibles. Il en va tout autrement des victimes concernées, dont l'anonymat de l'agression accroît le sentiment d'insécurité¹². »*

À cette distance « physique » s'ajoute une dimension « temporelle ». Les plateformes de divertissement exploitées par les jeunes offrent en effet une double temporalité pour imposer l'insulte : « en live » ou « en différé ».

Dans les jeux vidéo en ligne, par exemple, les insultes ou critiques peuvent s'exprimer en direct, à travers les boîtes de chat, ou à travers son micro (pour que toutes les personnes connectées entendent la remarque). Toutes les interfaces favorisant l'interaction interpersonnelle permettent également à l'agressivité de s'exprimer en toute spontanéité. Mais une insulte, une critique ou un commentaire sexiste sous une photo postée sur Instagram ou une vidéo postée sur TikTok reste gravée un certain temps. Tant qu'il n'est pas « signalé » (dénoncé à la plateforme en question) comme problématique, il peut faire l'objet de réactions en chaîne... Pour la victime, il est alors encore plus difficile de s'abstraire du contenu insultant ou menaçant. Ce que la vie connectée a également changé dans la problématique du harcèlement, c'est que la victime ne connaît plus de répit. À toute heure du jour ou de la nuit, via une variété de canaux, le message violent peut atteindre sa cible.

« Mansplaining » et virilisme historique : la base

Le sexisme en ligne, ce n'est pas nécessairement l'agression à proprement parler. Pour un garçon, dans un jeu, c'est par exemple montrer à une fille comment jouer « correctement », lui expliquer les règles et le fonctionnement comme si elle avait 2 ans (c'est ce qu'on peut appeler le « mansplaining » : l'art pour les hommes d'expliquer le monde aux femmes). C'est s'extasier sur ses aptitudes, exceptionnelles « pour une fille ». C'est proposer de prendre la joueuse sous son aile, de se la jouer « guide protecteur ». Et si une jeune fille n'apprécie que moyennement d'être infantilisée (par un joueur potentiellement moins performant qu'elle), la situation peut « vriller ». Vexer un preux chevalier peut souvent se retourner contre la joueuse. Il sait alors tromper la vigilance des détecteurs de mots offensants pour adresser des insultes (le terme « pute » risquant d'être bloqué automatiquement par la plateforme, il lui préférera « pvt3 »). Le sexisme revêt parfois des aspects plus insidieux : donner des avantages, des bonus, des cadeaux à une joueuse équivaut par exemple à sous-entendre qu'elle est moins capable que les hommes d'évoluer dans le jeu, qu'elle a besoin d'aide. La supposée fragilité, l'amateurisme ou l'incompétence des femmes est aussi perçue comme une raison de les aider en leur expliquant les mécanismes et astuces du jeu, même si elles ont plus d'expérience dans le domaine que les joueurs masculins. Ce *mansplaining* semble être un mécanisme en plus pour signifier que les femmes seraient par nature moins bonnes dans les jeux vidéo.

Le sexisme dans les jeux en ligne, c'est aussi se choisir des pseudos reflétant de prétendues aptitudes viriles. Ou glisser à gauche à droite une petite blague tendancieuse ou des allusions à la photo de profil de la joueuse, à son physique ou celui de son avatar. C'est interagir avec elle non pas pour imaginer une astuce de jeu ou créer une bonne équipe, c'est signifier en permanence qu'il s'agit d'un « boys club » et qu'une fille y est tolérée si et seulement si elle accepte de s'y faire draguer ou si elle surjoue la « badass ». Dans ses loisirs en ligne, les jeunes filles expérimentent les mêmes comportements paternalistes que « dans la vraie vie », et sont forcées de se forger une carapace (ou fuir leurs plateformes favorites). « 40 % des joueuses confient avoir déjà été victimes de comportements, d'insultes ou de menaces à caractère sexiste ou sexuel lors de leurs échanges. (...) 40 % dans leur ensemble à avoir déjà mis en place au moins une stratégie d'évitement



par peur de remarques désobligeantes, de moqueries ou d'insultes en tant que femme¹³. » Le sexisme en ligne, dans les jeux ou ailleurs, ça dépasse en effet le machisme de base et la blague lourdingue.



« La plupart du temps si tu joues à Fortnite c'est pour les garçons et pas pour les filles. On dit souvent "ah c'est étonnant une fille sur Fortnite". Et après elle se fait harceler »

TU T'HABILLES
COMME UNE PUTE

[CE MESSAGE A
ÉTÉ SUPPRIMÉ PAR
UN MODÉRATEUR]

J'PEUX JUSTE
PAS SUIVRE
LE JEU...

RESPECTE-
TOI !

MAIS...

BONJOUR
VOUS DEUX ;)

TU POURRAIS
FAIRE UN
EFFORT...



OH WOW,
LE SAC !

RESPECTE-
NOUS !

DUHLA ÇA SE
LAISSE ALLER...

...LAISSEZ-MOI
TRANQUILLE !

Le corps féminin dans l'œil du cyclone

De l'humiliation à la vengeance

C'est bien autour du corps féminin que se cristallisent les violences. Il constitue le point d'appui du « cadrage sexiste » : faute d'arguments, faute d'idée, on insulte l'apparence pour rappeler le rapport de domination. Il peut s'agir d'un commentaire grossier, d'un commentaire sur le poids, le vêtement... Ou prendre des formes plus offensives encore, avec ce qu'on nomme le *slut shaming*, signifiant l'humiliation ou la stigmatisation des « salopes ». Il « regroupe un ensemble d'attitudes individuelles ou collectives, agressives envers les femmes en raison de leur comportement sexuel réel ou supposé (pratiques, nombre de partenaires, vêtements "provocants", etc.)¹⁴. » Cette pratique renvoie au fait de s'autoproclamer, juge de ce qui est socialement acceptable (ou pas). Cette réalité impose aux jeunes filles d'évoluer sur le fil du rasoir : trop peu s'exposer c'est être invisible, mais jouer la carte de la séduction, c'est prendre le risque d'être insultée.

C'est aussi le corps des filles qui constitue le dernier recours, ultraviolent, du garçon frustré d'avoir été éconduit : le revenge porn. La « vengeance pornographique » consiste à « se venger d'une personne en rendant publics des contenus pornographiques où figure cette dernière, dans le but évident de l'humilier en dévoilant son intimité. Ces contenus peuvent être réalisés avec ou sans l'accord de l'intéressé(e), mais sont diffusés sans son consentement. Cette pratique inclut aussi bien les photos et les vidéos que les propos à caractère sexuel tenus à titre privé. Ce phénomène résulte souvent d'une séparation amoureuse mal vécue par l'une des deux parties. Il est lié à la pratique de "sexting" (contraction de sex et de texting, pour désigner l'échange de contenus à caractère sexuel par SMS ou messagerie), fréquente auprès des jeunes¹⁵. » Dans le même ordre d'idée se situe la démarche sordide et extrême de sextorsion : « Les victimes se lient d'amitié en ligne avec le coupable, qui se présente souvent comme quelqu'un du même âge alors qu'il s'agit en réalité de bandes criminelles. Au bout d'un moment, les discussions prennent un tournant sexuel et le criminel persuade sa victime d'envoyer des images intimes d'elle-même. Ensuite, le criminel menace de rendre les images publiques si la victime n'envoie pas rapidement

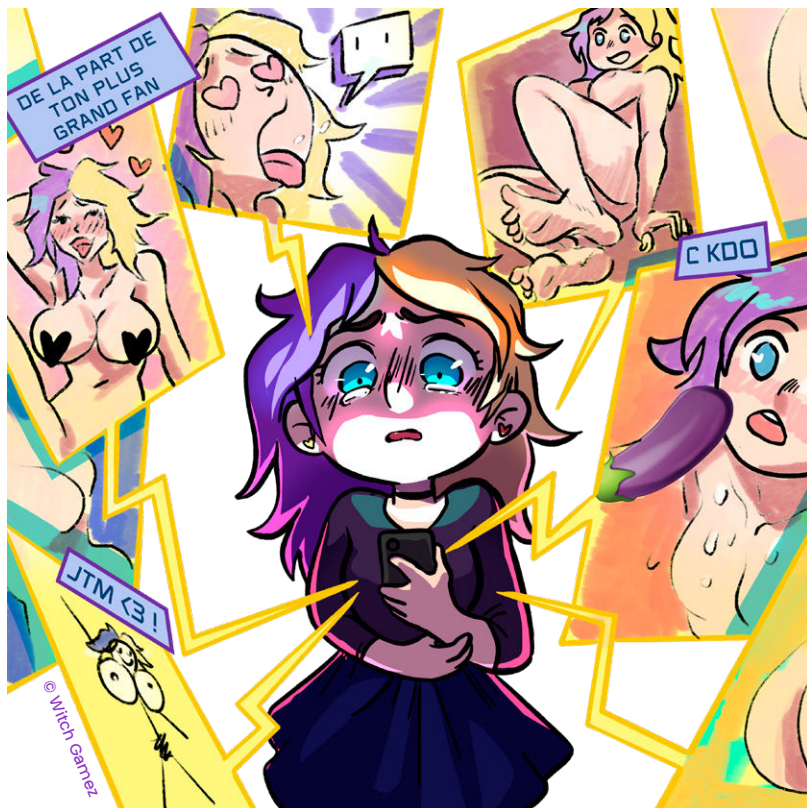
de nouvelles images ou de l'argent. La sextorsion est une infraction pénale passible d'une peine d'emprisonnement¹⁶. »

Cadrer sous la ceinture

Si c'est ici le corps de l'auteur qui est mis en scène (et pas celui de sa cible), l'envoi d'une *dick pic* constitue lui-aussi une pratique fréquente. Cela consiste pour un garçon à photographier son pénis et l'envoyer à une fille qui n'avait rien demandé à personne. « *Selon une étude menée par Yougov, au Royaume-Uni, 53 % des femmes âgées de 18 à 24 ans ont déjà reçu une dick pic¹⁷* ». Cette déroutante pratique invasive s'apparente à une drague ou une provocation. Elle représente une agression caractérisée à l'adresse des filles, mais aussi un risque de retour de flammes pour l'auteur si l'image est rendue publique. Comme l'exprimait une élève de 6^e secondaire¹⁸ : « *Moi je n'ai jamais reçu de photos obscènes de mecs, peut-être parce que je suis en couple et que je stoppe direct. Mais y a plein de copines qui en reçoivent, et même souvent. Nous, on trouve ça choquant, mais on en discute. Je crois bien que les mecs pensent que ça nous intéresse (rires) mais c'est pas la bonne manière de nous draguer, ou alors ils ont besoin de ça pour se rassurer, mais entre filles, on discute de ça et on bloque direct.* »

Enfermer le corps des filles

D'obscénité, il est encore question avec les *deepfakes* et *deepnudes*. Il s'agit de montages réalisés grâce à une intelligence artificielle (IA) sur base d'une photo réelle. Le *face swap* est la technique la plus connue. Il s'agit de prendre le visage de quelqu'un (par exemple d'une photo de profil d'un réseau social) et la mettre sur le corps de quelqu'un d'autre. Les technologies contemporaines permettent de rendre ce type d'image ou de vidéo ultraréaliste. Dans le cas du *deepnude* (ou *deepfake* pornographique), il s'agit évidemment de placer le visage sur un corps nu, dans une posture explicite. Il est aujourd'hui saisissant de constater la facilité avec laquelle il est possible de produire ce type d'image. L'entrée « *deepnude* » dans Google dévoile le nombre d'applications et IA disponibles pour s'y essayer, mais permet aisément d'en trouver des exemples.



Alors que certaines IA servent à dénuder des femmes qui seraient « trop habillées » pour les humilier et les objectifier, d'autres servent à rhabiller celles que les masculinistes ne trouvent « pas assez habillées ». L'image de la chanteuse Taylor Swift – ultrapopulaire chez les ados – a ainsi en 2023 été largement détournée dans des images et vidéos porno, et a en parallèle été « rhabillée » grâce au logiciel dignif.ai. Deux démarches opposées, qui sont pourtant les deux facettes d'une même pièce, et qui ont poursuivre un même objectif : dominer le corps des femmes¹⁹.

Concrètement, et en reprenant les différents espaces d'interaction numérique :

- **De manière publique** : le commentaire insultant, le partage de photos humiliantes, d'images fakes...

- **En groupes privés :** et c'est peut-être la pratique la plus répandue, partage d'images de ses conquêtes passées ou présentes pour dévoiler son « tableau de chasse » à ses potes et recevoir des gratifications virilisantes...
- **De manière interpersonnelle :** des images intimes échangées puis exploitées pour faire chanter, menacer...

La résistance s'organise

Face aux remarques misogynes et aux agressions sexistes sur les réseaux sociaux ou dans les jeux, beaucoup de filles utilisent des subterfuges pour avoir la paix, ou du moins pour que ces comportements ne s'aggravent pas. Seules ou en groupe, elles s'organisent et résistent.

Enfiler sa cape d'invisibilité

Influenceuses, instagrameuses, streameuses et gameuses sont malheureusement au courant des « risques » qu'elles prennent en entrant dans un jeu ou sur une plateforme, en s'exposant à visage à découvert. Évoluer en ligne, s'exprimer et s'adonner à ses passions, pour une jeune fille, c'est opérer un travail d'équilibriste. La mise en place de stratégies pour éviter de subir les foudres d'une communauté et de ses membres masculins représente une immense charge mentale pour les filles. Dans les milieux geek, une stratégie d'évitement consiste alors à gommer ce qui est associé à la féminité pour être crédible et se rendre invisible en tant que femme dans un univers d'hommes : avatar masculin ou pseudo neutre, éviter d'allumer son micro (et surtout pas sa webcam) pendant une partie en ligne et privilégier le *chat*... Dans des cas extrêmes, les filles n'ont d'autre choix que de quitter le jeu ou repartir de zéro en créant un nouveau profil. Mais ces contraintes les poussent surtout à préférer les jeux solos plutôt que multijoueur.

Sur les réseaux sociaux, ne pas trop poster ou éviter certains types de photos est une stratégie menée consciemment ou pas. Certaines ont également plusieurs comptes : un pour chaque communauté dans laquelle elles sont actives. Par exemple, sur Instagram, elles vont avoir une page publique avec des photos de tout et de rien ; et une seconde privée avec des photos plus personnelle, où elles assument plus de s'exposer telles qu'elles

sont ou ont envie d'être. 41 % des femmes entre 15 et 29 ans déclarent s'autocensurer sur les réseaux sociaux pour éviter des réactions sexistes agressives. Une victime sur 5 rapporte avoir déjà désactivé son compte par peur de représailles²⁰.

Solidarité et sororité

Envers et contre tout, certaines filles jouent en ligne²¹. Si c'est dans des espaces mixtes, de nombreuses filles témoignent de la part active qu'elles prennent pour que toutes puissent exister en ligne, pour contrer les critiques. Défendre publiquement les victimes, dénoncer les contenus inappropriés, liker, commenter, valoriser leurs consœurs pour contrer le sexisme ambiant. Mais cela provoque parfois l'effet inverse. Lorsque les autres joueurs ressentent cette sororité, l'agression peut empirer, provoquant des surréactions : « ce jeu se fait envahir par des femmes ! »

Face au cyber-sexisme et aux mécanismes d'auto-défense qu'il est nécessaire de déployer, il y a de moins en moins de joueuses en ligne. Pour s'abstraire du malaise et des remarques, elles créent aussi leurs propres espaces dédiés. Stream'her, par exemple, « *est la communauté d'entraide et de mise en avant des femmes dans le monde du streaming*²² », et rassemble des joueuses sur leur serveur Discord afin de les renforcer dans leur légitimité. Game'her, elle, est une « *association ayant pour but de promouvoir la mixité, la diversité et l'inclusion dans les domaines du jeu vidéo, de l'audiovisuel et de l'esport. Nos actions regroupent la sensibilisation, l'information, la participation à des événements, l'organisation de tournois mixtes et la collaboration*²³ ». En Belgique, Witch Gamez milite activement pour sensibiliser le public associatif, les pouvoirs publics et les communautés du jeu vidéo au sexisme vécu par les joueuses, qui sont invitées à « *jeter au chaudron les pratiques sexistes de l'univers du jeu vidéo*²⁴ ».

Il est primordial de (re)considérer ce qu'impliquent les passions connectées des jeunes, souvent perçues comme des « pertes de temps », souvent dépréciées. En ligne naissent des associations et des structures qui mobilisent les jeunes (mais pas seulement) autour de causes à défendre. Furax, par exemple, lève des fonds et « *vient en aide aux victimes de violences sexistes et sexuelles, et de harcèlement en ligne*²⁵ ». Les fans, aussi, jouent un rôle pour contrer la violence sexiste.

Entraver le sexisme : le job des internautes ?

Différents mécanismes permettent de contrer le sexisme ambiant ou les agressions caractérisées.

Le premier est strictement technique, et mis en place par l'utilisatrice elle-même (si elle dispose des informations et compétences numériques pour le faire). Il s'agit de paramétrer son propre compte sur les réseaux sociaux afin d'activer ou pas la possibilité de répondre aux stories publiées, bloquer des personnes en particulier pour qu'elles ne puissent plus interagir, mettre son compte en « privé » pour qu'il ne soit vu que des « ami-es » ...

Le second, c'est la modération d'un groupe. Et celle-ci peut s'avérer ultra efficace. Sur Twitch ou Discord, dans un groupe privé sur Facebook, de nombreux-ses utilisateur-rices mettent en place des règles d'utilisation, et bannissent ceux ou celles qui ne les respectent pas. Certaines streameur-euses de jeu vidéo mobilisent leur communauté autour des valeurs élémentaires de respect, suite à des débordements. En 2022, le streamer RebeuDeter mettait en place un outil appelé « Place de la paix » permettant aux vidéastes de mutualiser leurs listes d'utilisateurs bannis²⁶. Il justifiait la démarche en exprimant qu'il y a « *beaucoup de sexisme, de misogynie dans le stream. Les meufs (...) n'ont pas le droit de respirer. On ne pouvait pas continuer notre activité sans essayer, à notre échelle, de changer ça.* » Cette modération a cet avantage d'ouvrir à une démarche éducative pour les membres : identifier des règles de vivre ensemble en ligne, c'est les considérer, les apprendre, les accepter.

Pour les plateformes, une modération à la carte

Pour beaucoup, c'est aux plateformes en tant que telles que revient la responsabilité de protéger leurs utilisateur-rices de la violence en ligne et du sexisme. La « modération²⁷ », c'est ce qui serait censé bloquer un utilisateur au comportement inapproprié, ou supprimer un contenu problématique. Pourtant, tout dévoile leur incapacité à le faire correctement, laissant aux internautes le soin de prendre des initiatives.

Pourtant, depuis août 2023 et l'instauration du Digital Service Act²⁸, les réseaux sociaux sont obligés de fournir un « rapport de transparence »

permettant d'évaluer les moyens qu'ils mobilisent pour opérer une modération efficace et lutter contre la criminalité en ligne (en ce compris la pédopornographie). *« Tout ne va pas changer du jour au lendemain sur le Net, car si la législation sur les services numériques (DSA) vise à encourager la suppression des contenus illicites, les contenus préjudiciables licites (désinformation, canulars, manipulation...) eux, ne sont pas concernés au même plan. Le texte a pour but de limiter leur propagation non par leur suppression, qui serait contraire à la liberté d'expression, mais en exigeant des plateformes qu'elles revoient les mécanismes (algorithmes) permettant leur amplification²⁹. »*

Qu'est-ce qui coince au fond ? Pourquoi faut-il inventer des réglementations pour que les réseaux sociaux opèrent ce travail élémentaire ? *« Plutôt que d'empêcher les bourreaux de sévir, on condamne les victimes à s'adapter³⁰. »*

Non, l'Intelligence Artificielle n'est pas assez « intelligente » pour repérer ou supprimer les contenus problématiques. Pour cela, il faut la finesse de l'œil humain. Et le souci... c'est que cette main-d'œuvre coûte cher, et est mobilisée au compte-goutte par les plateformes. Pire, quand Elon Musk a racheté Twitter, c'est auprès des employé-es chargé-es de la modération que les coupes budgétaires se sont fait ressentir le plus violemment. Et la raison est simple : les contenus problématiques engendrent du trafic, des contributions... ce sont donc eux qui rapportent de l'argent. Pourquoi donc s'en séparer ? C'est aussi la « liberté d'expression » qui a bon dos pour justifier qu'on « y aille molo » sur la modération. En Belgique, la jeune streameuse Manolita a fait les frais de cette modération minimale, et de l'absence de lois réellement contraignantes pour les plateformes. Après avoir subi un harcèlement en règle d'une violence inouïe, elle a alerté sur le fait que *« 8 mois après sa potentielle identification, un suspect n'a toujours pas été auditionné. Et habite à quelques minutes de chez moi³¹. »*. Là encore, c'est aux communautés de se mobiliser pour venir en aide à Manolita et appeler à l'application de la loi.

On constate que très peu de plaintes pour cyberharcèlement sexiste sont déposées au CSA. Et par conséquent, elles n'atteignent pas le niveau légal. Cette situation peut être attribuée à divers facteurs tels que les représailles subies lors du dépôt de plainte (raids, vagues de cyberharcèlement), les

réactions peu adaptées des institutions (la police souvent non formée pour offrir des réponses appropriées aux victimes), la nécessité de revivre et de se remémorer les violences lors des témoignages, le manque de résultats concrets après le dépôt de plainte (parfois, l'énergie investie ne semble pas valoir la peine), et le faible niveau de notoriété du CSA. Tous ces éléments créent un écart entre la réalité du terrain et les possibilités judiciaires disponibles, décourageant ainsi les victimes de porter plainte.

Blâmer les victimes ou dénoncer les agresseurs ?

« Elle l'a bien cherché »

C'est, dans nos sociétés comme dans la vie connectée, sur les filles qu'on reporte la responsabilité de « ce qui leur arrive ». Si une jeune fille envoie une *nude* (une photo de soi dénudée) à un garçon, que celui-ci la partage, on pointera qu'elle n'avait pas à l'envoyer. Si une fille poste une photo d'elle en bikini, elle aura « bien cherché » les commentaires sur son physique.



« Le “victim blaming” prend souvent la forme d’affirmations apparemment innocentes, mais dont l’impact est plus important qu’on ne pense : Elles empêchent l’acceptation de l’événement négatif. Les victimes ont le sentiment qu’elles auraient pu éviter ce qu’il s’est passé. Les victimes sont vulnérables à de nouveaux événements négatifs, car leur estime de soi a été impactée. Elles peuvent avoir pour conséquence que les coupables ne soient (presque) pas puni(e)s. Bien que la violence sexuelle soit punissable, l’opinion publique peut influencer la mesure de la peine. Les futures victimes introduiront moins vite une plainte, de crainte d’être à leur tour blâmées pour ce qui leur est arrivé³². »

Internet : un miroir sans tain pour les témoins ?

C’est souvent dans la passivité que se réfugient les témoins de commentaires ou d’agressions sexistes. Parce qu’ils le réduisent à du mauvais goût, parce qu’ils n’identifient pas le harcèlement quand ils en sont témoins, parce qu’ils se disent que d’autres dénonceront l’agissement, parce qu’ils ou elles ne se sentent pas légitimes, parce qu’ils ont peur que cela altère leur réputation dans la communauté...

Pourtant, il est central que, les garçons qui ne s’estiment « que » spectateurs des violences prennent conscience que cette position (par exemple regarder des photos diffusées dans un contexte de *revenge porn*) participe du harcèlement. Sans audience, sans la honte que cette audience forge, le *revenge porn* (et bien d’autres agressions) n’aurait aucun sens. Comment subvertir ce sentiment de passivité et d’innocence et cheminer vers une prise de conscience de la part active que l’on prend quand on « mate » ou qu’on laisse faire ?

Mais ce n’est pas aux jeunes uniquement qu’une éducation aux médias numériques et à leurs zones d’ombres doit être déployée. Comment agir en tant que parent pour accompagner son jeune dans un usage responsable des réseaux sociaux et des espaces de jeu en ligne ? Plus encore, pour les acteurs scolaires ou associatifs mobilisés par ces questions, une question épineuse se pose : comment mener, en ligne et « là où sont les jeunes », un travail éducatif « connecté », permettant de mener un travail préventif de fond et prompt à identifier les violences dont des jeunes peuvent être

victimes afin d'y réagir avec la démarche appropriée. Vous retrouverez des tentatives de réponses à ces questions et des recommandations éducatives en conclusion de cet ouvrage.

Notes



1. Des « Role-Playing Games », que l'on peut littéralement traduire par « jeux vidéo de rôle ». Les plus connus sont *Baldur's Gate*, *Final Fantasy*, *Assassin's Creed*...
2. Des « Massively Multiplayer Online Role-Playing Game », comme *Dofus*, *World of Warcraft*...
3. Selon le site de statistique *Active Player*, la moyenne mensuelle de joueuses sur Fortnite se situe autour de 230 millions.
4. Acheté par Amazon en 2014, Twitch est l'application de streaming live (diffusion en direct) la plus populaire au monde, principalement pour ce qui concerne le jeu vidéo. En février 2024, un total de 7 822 273 streamers étaient actifs sur Twitch.
5. Ovidie et Sophie-Marie Larrouy, *Libres !*, Arte, arte.tv
6. Institut pour le Dialogue Stratégique (ISD), *Cartographie de la haine en ligne*, 2020, p. 22. isdglobal.org
7. Ce sont 39 % des filles qui déclarent cela, comparé à 24 % des garçons, ce qui suggère une différence dans la perception de ce qui est à considérer comme problématique. generation2024.be
8. *Championne de France de cyber-harcèlement* | Marion Seclin | TEDxChampsElyseesWomen [youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=...)
9. Sigolène Couchot-Schiex et Gabrielle Richard, « Cyberviolences de genre. Définir et rendre compte du cybersexisme dans les pratiques numériques adolescentes », Éducation et socialisation [En ligne], 62 | 2021, mis en ligne le 15 décembre 2021, consulté le 11 mars 2024. URL : [journals.openedition.org](https://journals.openedition.org/...) ; DOI : [doi.org](https://doi.org/10.12941/edso.2021.62.1)
10. Dupuis-Déri, F. (2009). Le « masculinisme » : une histoire politique du mot (en anglais et en français). *Recherches féministes*, 22(2), 97-123. [doi.org](https://doi.org/10.12941/edso.2021.62.1).
11. Pauline Ferrari, *Formés à la haine des femmes – comment les masculinistes infiltrèrent les réseaux sociaux*, Paris, Éditions JC Lattès, Nouveaux Jours, 2023, p. 23
12. Sigolène Couchot-Schiex et Gabrielle Richard, op.cit.
13. Carl Chamoiseau, *Quand sexisme et jeux vidéo font (encore) bon ménage – Une enquête exclusive de l'IFOP pour GamerTop*, *GamerTop*, 05/02/2024. gamertop.fr
14. Florence Laffut, Florence Ronveaux et Virginie Godet, *Slut-shaming : un nouveau phénomène vieux comme le monde*, Collectif Contre les Violences Familiales et l'exclusion, 2014. cvfe.be
15. Marion Ballout, *Revenge porn : critique d'un phénomène social*, Collectif Contre les Violences Familiales et l'exclusion, 2018. cvfe.be
16. childfocus.be
17. CSEM, *Comment le web influence-t-il la vie affective et sexuelle des jeunes ?*, Bruxelles, CSEM, collection Repères, P12.
18. Yves Collard, *#Génération2020 – Usages et régulation des écrans chez les moins de 20 ans*, Bruxelles, Média Animation, 2021. media-animation.be
19. Maïna Boutmin, *DignifiAI, quand l'intelligence artificielle se met au service du masculin-*

- nisme pour rhabiller les femmes, Bruxelles, RTBF, 01/03/2024. [rtbf.be](https://www.rtbf.be)
20. Institut pour le Dialogue Stratégique (ISD), *Cartographie de la haine en ligne*, 2020. isdglobal.org
21. Zélia Prigent, *Comment survivre aux violences sexistes dans les jeux vidéo en ligne ?*, Paris, Numérique Investigation. numerique-investigation.org
22. stream-her.com
23. gameher.fr
24. witchgamez.com
25. twitch.tv
26. Le Monde, *Sur Twitch, un projet entre streameurs pour lutter contre le cyberharcèlement*, Paris, Le Monde, 21/12/2022. [lemonde.fr](https://www.lemonde.fr)
27. « Le fait de contrôler les commentaires et autres contributions laissés par les internautes sur les sites web, les blogs et les réseaux sociaux ou encore contrôler la capacité pour certains profils d'accéder à des contenus sensibles. L'objectif étant de limiter les messages à caractère raciste, dif-famatoire ou insultant ou encore protéger les mineurs de l'accès à des sites réservés aux adultes. » 1min30.com
28. « Le règlement sur les services numériques, aussi appelé législation sur les services numériques (en anglais : Digital Services Act, DSA), est un texte législatif proposé par la Commission européenne et visant à lutter contre la propagation de contenu illicite en ligne. C'est une proposition sœur de la législation sur les marchés numériques (Digital Markets Act, DMA). Le règlement s'applique aux "très grandes plateformes" du numérique dès août 2023 puis à tous les acteurs du numérique à partir du 17 février 2024. » wikipedia.org
29. Olivier Arendt, *De nouvelles règles sur internet : tout savoir sur le nouveau Digital Services Act (DSA)*, Bruxelles, RTBF, 25/08/2023. [rtbf.be](https://www.rtbf.be)
30. Zélia Prigent, op.cit.
31. Kathleen Wuyard, *#protectmanonolita, quand une gameuse belge devient le visage du harcèlement en ligne*, Bruxelles, Flair, 26/06/2021. [flair.be](https://www.flair.be)
32. mediawijs.be



Conclusion

et recommandations éducatives



Avec les jeunes, questionner les normes problématiques et enrayer la passivité face à la violence

L'enquête *Chill&Play* a impliqué une soixantaine d'ados. Ils et elles ont été introduites à deux profils fictifs : celui de Mathias et celui de Lola. Il s'agissait pour eux et elles d'imaginer ce que leurs expériences en ligne pouvaient avoir de singulier. Cette simulation a mis en évidence un certain paradoxe, confirmé par les auteurs-es qui complètent cette recherche, et qui orientera toute démarche éducative.

Sur les réseaux sociaux, l'injonction faite aux filles est de se montrer : c'est l'espace en ligne dans lequel elles doivent s'afficher pour recevoir des gratifications intéressées quand leur singularité rencontre les attendus des garçons, ou des critiques violentes quand ce n'est pas le cas.

Dans les jeux en ligne, l'injonction faite aux filles est au contraire de se cacher : c'est un univers *a priori* masculin, et leur présence n'est tolérée que quand elles acceptent la multitude des règles de « leur » jeu.

De manière parfois crue, les jeunes ont en tout cas confirmé une constante : **pour les filles, le spectre de la violence sexiste n'est jamais loin**, et cela impacte durablement leurs usages. La société est empreinte de misogynie, et les loisirs connectés donnent à celle-ci une ampleur spécifique. 20 ans





après l'avènement des réseaux sociaux et des plateformes vidéoludiques, il semble pourtant inopérant d'encourager uniquement les victimes dans le développement de leurs stratégies de défense face à la violence en ligne, stratégies qu'elles ont par ailleurs très bien intégrées vu les circonstances : pseudos, blocages, groupes privés, auto-censure, soutien aux consœurs... C'est a priori qu'il est surtout primordial d'œuvrer pour enrayer la violence faites aux filles et aux femmes, à travers une sensibilisation efficace de tous les acteurs. En bref, si renforcer les filles reste important, il est surtout central de cibler spécifiquement les garçons. Car **s'ils sont nombreux à ne s'estimer ni victimes, ni coupables, la passivité face aux violences est trop souvent la norme**. Et les justifications à cette passivité sont nombreuses : éviter d'alimenter les trolls et de donner de l'importance à leurs propos, prévenir les retombées sur soi, rester muet par manque de légitimité à agir ou à cause d'un sentiment d'impuissance. Différentes approches peuvent être combinées pour renforcer les jeunes et les responsabiliser.

- **Une prise de connaissance des systèmes sociétaux qui oppressent les femmes**, une découverte de l'ensemble des enjeux qui entourent ou encouragent le sexisme en ligne. Il est également central de permettre aux (jeunes) hommes d'identifier en quoi ce système problématique de normes les enferme eux aussi.
- **Une réflexion introspective sur ses propres pratiques**, afin de permettre à tous (et toutes) de questionner sa propre posture face aux violences et d'encourager la prise de responsabilité.
- **Une prise de connaissances des moyens (sociaux, techniques ou légaux) qui permettent de lutter pour plus d'égalité en ligne** ou d'exploiter le paramétrage des plateformes pour dénoncer les contenus problématiques et confronter les auteurs.

Mais les jeunes en tant que tel-les ne peuvent être positionné-es comme seul-es responsables des disparités d'expériences en ligne pour les filles et les garçons. En octobre 2023, en conclusion de la démarche d'enquête *Chill&Play*, a pris place le « Betternet Lab » intitulé *Les loisirs connectés des ados : du divertissement pour eux, des risques pour elles ?* S'y sont rassemblé-es une cinquantaine de professionnel-les des secteurs de l'éducation, de la culture et du social afin de collecter des recommandations, en distinguant les acteurs à qui les adresser :



À l'industrie des réseaux sociaux

Les grandes plateformes de réseaux sociaux, favorisées par les jeunes, font preuve de trop peu de transparence et de proactivité pour endiguer le sexisme en ligne.

- Les algorithmes qui régissent la valorisation des contenus (au détriment des autres) doivent être rendus publics et modifiés si est démontré le rôle qu'ils jouent dans la mise en avant de contenus violents ou problématiques.
- Les mécanismes de modération des contenus sont visiblement défaillants. Des avancées doivent être opérées pour que les contributions problématiques soient bloquées, et leurs auteurs identifiés.
- Les réseaux doivent être encouragés à appliquer de manière stricte des sanctions contre ceux qui contreviennent aux règles d'utilisation, voire mandater des autorités plus compétentes.

À l'industrie du jeu vidéo

Depuis longtemps, elle a imaginé son public comme masculin, et a *de facto* exclu les joueuses de nombreuses productions. Si le secteur prend en compte la présence des populations opprimées dans les jeux en offrant la possibilité de jouer des personnages féminins ou racisé·es moins stéréotypé·es ou tout aussi puissantes que les figures masculines héroïques traditionnelles, cette diversité d'apparence (comme le serait une « skin » sur un logiciel) ne doit pas servir d'argument pour dissimuler les faiblesses des politiques pro-actives à l'égard des violences en ligne. L'industrie se montre ainsi aveugle et muette quant aux agressions quotidiennes dont les filles sont la cible sur les plateformes de jeu en ligne, ou sur les *streams* qui prennent leurs productions comme point d'appui.

- Il est primordial d'encourager activement l'accès des femmes aux professions de l'industrie du jeu vidéo et mener des actions de diversité par le biais des ressources humaines. C'est une des voies pour prendre en considération les pratiques d'une variété de publics pour favoriser une meilleure diversité des personnages, des représentations et des récits dans les jeux vidéo.

- En lien avec les réseaux sociaux (Twitch ou YouTube principalement), les entreprises pourraient interagir plus étroitement avec les streamers qui valorisent leurs jeux, intervenir si les usages qui les entourent sont problématiques et prendre part activement aux enjeux d'inclusion dans le milieu du streaming notamment via leurs collaborations avec des streameuses.

Aux instances de régulation

C'est leur rôle d'imposer des sanctions aux industries qui ne font pas preuve de suffisamment de modération et d'engagement pour lutter contre les discriminations.

- Il est nécessaire d'établir des sanctions légales pour les citoyen·nes responsables de comportements discriminatoires, voire d'instaurer une « police du web » chargée de surveiller et réprimer ces comportements.
- Il est primordial que le sentiment d'impunité dont bénéficient de nombreux agresseurs puisse être entravé par des actions judiciaires concrètes.
- Une régulation plus structurée d'un point transnational (européen *a minima*) est également nécessaire afin de contraindre les plateformes et les industries du Web à une conduite éthique.
- Investir dans la recherche est par ailleurs nécessaire pour analyser le phénomène des discriminations en ligne, comprendre ses nuances et quantifier les différentes problématiques de genre qui en découlent.

Aux créateurs et créatrices de contenus

Ils et elles sont en première ligne. Non seulement parce que les contenus qu'ils et elles produisent sont massivement consommés par les jeunes, mais aussi parce que c'est notamment au sein de leurs « communautés » que les interactions problématiques se produisent. Il est central d'œuvrer à une responsabilisation de ces acteur·ices dans le rôle éducatif qu'ils et elles doivent jouer. Le rôle des créateurs garçons doit être de pointer les comportements problématiques de leur communauté masculine, notamment sa passivité et ne pas se réduire à déplorer les violences faites aux femmes.

- Ils et elles doivent être encouragé-es à prendre ouvertement position contre les violences sexistes et assumer le rôle d'exemple pour leurs adhérent-es.
- Ils et elles doivent être soutenu-es et formé-es à la modération des interactions au cœur de leurs communautés.
- Ils et elles doivent être encouragé-es à accorder une visibilité accrue aux minorités de genre sur leurs chaînes, à normaliser la mixité et la diversité.
- Ils et elles doivent saisir l'opportunité d'une vaste audience pour inviter des témoins et expert-es à partager leurs recherches sur ces thématiques.
- Ils et elles doivent unir leurs forces et mutualiser leurs ressources pour massivement bloquer les auteurs et contenus problématiques.

Aux professionnel·les de l'éducation

Ils et elles sont bel et bien au centre du dialogue avec les jeunes et doivent œuvrer, selon les territoires sur lesquels ils et elles opèrent, à un travail d'équilibriste : éviter la diabolisation des pratiques tout en pointant sans détour les problèmes qui se posent dans la vie connectée, agencer une réflexion sur les risques tout en valorisant les opportunités que présentent les espaces de loisir en ligne. Ils et elles pourraient :

- être encouragé-es à mieux connaître les rouages qui conditionnent les réseaux sociaux et les plateformes de jeu afin d'avoir un regard aiguisé sur les interactions spécifiques qui y prennent place ;
- « oser » la mise en dialogue des usages de « leurs » jeunes ;
- être formé-es à avoir une réaction appropriée et concrète face à des jeunes victimes de violence sexiste, en ligne ou pas ;
- être formé-es sur les thématiques de l'égalité et la lutte contre les discriminations ;
- être outillé-es afin de déployer des démarches éducatives sur leurs terrains sur ces thématiques ;

- ouvrir des espaces de dialogue avec les parents afin de définir des stratégies éducatives coordonnées sur la question de l'égalité des genres ;
- appuyer auprès des garçons une déconstruction des ressorts masculinistes qui sont à la base des violences en ligne.

Tous azimuts, lutter contre les discriminations en ligne

Lutter contre les discriminations qui prennent place dans les loisirs connectés des jeunes, c'est lutter contre celles qui ont cours dans la société. Plusieurs facteurs d'exclusions peuvent donc entrer en compte pour une même personne. En fonction de notre genre, de notre origine ethnique, de notre classe sociale, par exemple, nous ne disposons pas du même temps ni de la même qualité de loisirs. Les expériences des personnes se trouvant à l'intersection de plusieurs discriminations, comme les femmes racisées, les mamans solos, les femmes trans, les lesbiennes, les personnes queer neuroatypiques, sont à envisager dans leurs particularités. Si *Chill&Play* s'est attaché à questionner les expériences diverses pour les filles et les garçons, il est donc nécessaire d'ouvrir la réflexion aux spécificités des groupes discriminés.

Smartphone en poche, il semble que nous ayons toutes et tous des loisirs en ligne à portée de main. Pourtant, force est de constater que l'expérience des discriminations ne s'arrête pas en ligne, au contraire, elles se perpétuent, parfois plus violemment encore. Il est nécessaire que ces enjeux soient intégrés dans les démarches éducatives ambitionnant des changements positifs dans nos sociétés.

Remerciements



Les résultats de l'enquête *Chill&Play*, menée auprès d'une soixantaine de jeunes, ont été présentés lors du Betternet Lab le 10 octobre 2023 à Bruxelles. Cette journée a rassemblé une cinquantaine d'intervenantes éducatif-ves, qui ont contribué à l'élaboration des recommandations reprises en conclusion de cet ouvrage. Mais l'ensemble de son contenu a également été enrichi par les interventions d'un panel d'expert-es :

- **Madeleine Cantaert**, conseillère à l'unité télévisions au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), le régulateur des médias en FWB
- **Alice Pfältzer**, autrice, créatrice de contenus militants en ligne (sur le compte Instagram « @je.suis.une.sorciere ») et présidente d'une maison d'édition jeunesse inclusive
- **Sigrid**, du collectif belge Witch Gamez qui lutte contre le sexisme dans la pratique des jeux vidéo



- **Nolan Closterman**, administrateur à WalBru esport et président de l'Association de Gaming et d'Esport de Mons
- **Ghislaine Ithirwe** de Women in Digital, une organisation du SPF Economie promouvant la diversité et l'inclusion dans le secteur de la technologie et du numérique
- **Sophie Jehel**, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris-8, spécialiste des questions relatives aux médias et aux jeunes
- **Johnatan Manzitto** d'Action Médias Jeunes, une organisation de Jeunesse d'éducation aux médias qui s'adresse aux jeunes sur tout le territoire de la Fédération Wallonie Bruxelles

L'équipe *Chill&Play* tient à remercier l'ensemble des personnes présentes lors de cet événement, ainsi que toutes les jeunes et intervenantes éducatives qui ont permis à l'enquête de se concrétiser.

Le rapport complet de ce Betternet Lab est disponible en téléchargement sur le site : betternet.be





Ressources complémentaires

Chill&Play : l'animation (Média Animation, 2023)

Cet outil d'animation a pour objectif de sensibiliser les jeunes aux dynamiques de genre qui se jouent dans leurs interactions sur les réseaux sociaux et dans les jeux en ligne.



Je poste donc je suis ?! (Sofelia, 2021)

Le jeu de cartes « Je poste donc je suis ?! » a pour objectif de permettre aux participant-e-s d'exprimer leur point de vue, d'ouvrir le débat, de faire réfléchir, d'échanger à propos de l'hy-persexualisation et des normes de beauté sur les réseaux sociaux et leur impact sur la santé mentale des femmes.



Le harcèlement sexiste virtuel, c'est RÉEL ! **(Sofelia, 2020)**

Cette campagne de sensibilisation au harcèlement sexiste et à la gravité des violences à l'égard des femmes en ligne propose des supports pédagogiques et donne aussi des pistes de réactions en tant que victime ou témoin face à ce genre de situations.



WitchGamez.com

Cette association propose un outil de collecte des vécus sexistes dans les jeux vidéo sous la forme de « Hauts Faits ». Cet outil de sensibilisation est aussi décliné en strips (dont certaines illustrent cette présente publication) et en exposition itinérante.



Trust & Safety Tycoon **(jeu vidéo en anglais)**

Ce jeu propose d'incarner une personne en charge de la sécurité, c'est-à-dire tout ce qui touche à la modération de contenus, au sein d'un réseau social en pleine expansion.



« Y’aura rien ! », Libres ! **(Arte, 2021)**

Vidéo de sensibilisation sur la silenciation des femmes sur internet.



Mieux connaître la culture médiatique **de ses élèves !** **(eMERGE, 2022) (project-emerge.eu)**

Ce kit méthodologique propose aux professionnel·les de l’éducation une série de six activités pour identifier la culture médiatique des jeunes, leur permettant d’en savoir plus sur leur usage des réseaux sociaux, sur le type de médias consommé, sur la façon de s’informer, de communiquer et de rechercher.



De mots à maux **(Child Focus, 2022)**

De plus en plus de jeunes sont confrontés au problème du cyberharcèlement. Pour les écoles ce n'est pas toujours évident de trouver une réponse adéquate à cette problématique. C'est la raison pour laquelle Child Focus a développé un dossier pédagogique. Il permet de guider les écoles dans leur réflexion autour du cyberharcèlement. Il contient des fiches de travail, des méthodologies pratiques et les descriptions du matériel nécessaire. Il encourage la responsabilisation des jeunes à travers le débat, le dialogue et l'apprentissage mutuel.



Premiers gestes en cas de cyberviolences **(Chayn Belgium)**

Est ici rassemblée par Chayn Belgium l'ensemble des démarches à mettre en œuvre quand on fait face à une situation de cyberviolence.





Connecté-es sur les réseaux sociaux et plateformes multijoueur, les garçons et les filles ont-ils et elles une expérience identique ? C'est la question à laquelle l'enquête *Chill&Play* se propose de répondre. Elle révèle les inégalités et usages toxiques qui se nichent dans leurs loisirs numériques, mais aussi les opportunités éducatives et défis à relever pour que chacun-e jouisse des mêmes droits une fois « en ligne ».



média
ANIMATION

W3
FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

CSM
CONSEIL SUPÉRIEUR
DE L'ÉDUCATION - MÉDIAS

Betternet



Co-funded by
the European Union