Acti Média

#2

Les Maîtres DU FLUX

Un jeu de rôle

pour comprendre et décrypter
les plateformes numériques

Guide pédagogique



Acti Média

La collection Actimédia

Actimédia est une collection d'outils pédagogiques produits par le Conseil Supérieur de l'éducation aux médias (CSEM). Chaque numéro s'adresse directement aux élèves de l'enseignement obligatoire, fondamental et/ou secondaire. En complément de la collection « Tronc commun », Actimédia propose des activités pour travailler les attendus d'EAM présents dans l'ensemble des référentiels disciplinaires.

Le format d'Actimédia est hybride. Outre une version imprimée de l'outil, utilisable dans un mode « débranché », des contenus audiovisuels créés en collaboration avec la RTBF peuvent également enrichir l'exploitation de la thématique.

Cet outil est une initiative du Conseil Supérieur de l'éducation aux médias :

Contributeur.rices

Laurent Dellisse — Média-TIC
Caroline Gevers — Experte (rédactrice)
Sébastien Grau — CSEM (rédacteur)
Damien Haenecour — CSEM (rédacteur)
Alyssia Ricci — CSEM (rédactrice)
Chloé Tran Phu — Media Animation

Éditrice responsable:

Claire Berlage — CSEM

Boulevard Léopold II, 44 – 6E630
1080 Bruxelles
+32 2 413 35 08
+32 2 413 38 16
http://www.csem.be
csem@cfwb.be

Octobre 2026 — Les ressources proposées dans cet ouvrage sont correctes à la date de parution.

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES | conseil supérieur de l'éducation aux médias

csem

TABLE DES MATIÈRES

Introduction ..... #3
Les contenus de l'activité ..... #4
Les enjeux pédagogiques ..... #6
Attendus disciplinaires travaillés ..... #6
Autres enjeux éducatifs ..... #6
Repères théoriques pour l'enseignant·e ..... #7
Pourquoi passons-nous autant de temps sur nos écrans ? - L'économie de l'attention ..... #8
Le jeu en action ..... #9
Comment les plateformes gagnent-elles de l'argent ? - Le marketing en ligne ..... #10
› Le profilage publicitaire ..... #10
› Le marketing d'influence ..... #10
Le jeu en action ..... #11
Comment les plateformes sont-elles encadrées ? - Le Digital Services Act (DSA) ..... #12
› Mieux protéger les mineurs ..... #12
› Faire respecter les règles ..... #12
› Quels recours pour les internautes ? ..... #13
› Le jeu en action ..... #13
Descriptif des activités ..... #14
Premier contact avec le Flux (25 min.) ..... #14
Le jeu de cartes (50 min.) ..... #16
Décrypter le Flux et reprendre la main (50 min.) ..... #17
Temps 1 : Faire le lien avec le monde réel ..... #17
Temps 2 : Imaginer d'autres équilibres ..... #17
Temps 3 : Analyse de capsules vidéo ..... #18



BIENVENUE

dans Les Maîtres du Flux, le jeu où les élèves bâtissent la cité numérique de demain !

Chaque jour, les jeunes, comme les adultes, utilisent des plateformes numériques pour regarder des vidéos, jouer, écouter de la musique, échanger avec leurs proches ou effectuer des achats. Ces pratiques occupent une place importante dans leur quotidien et participent pleinement à leur vie sociale, culturelle et informationnelle.

Derrière cette apparente simplicité se cachent pourtant des mécanismes complexes. Les plateformes numériques ne sont en effet pas de simples outils techniques. Elles sont conçues selon des choix économiques, commerciaux et technologiques qui influencent la manière dont les contenus sont proposés, dont notre attention est sollicitée et dont nos données sont collectées et utilisées.

Ce numéro de la collection « Actimédia », intitulé *Les Maîtres du Flux*, propose aux élèves d'incarner différents acteurs de l'écosystème numériques pour découvrir comment les plateformes doivent concilier des intérêts parfois divergents : attirer et fidéliser le public, développer leur activité économique et permettre aux créatrices et créateurs de contenus d'être visibles, tout en garantissant la protection des internautes.

L'objectif n'est pas de désigner des responsables ni de porter un jugement sur les usages numériques des jeunes. Cette activité vise avant tout à leur donner des clés de compréhension pour analyser avec davantage de recul le fonctionnement des plateformes visitées et utilisées quotidiennement.

Cette démarche s'inscrit pleinement dans l'éducation aux médias. Elle prend appui sur les expériences des élèves, valorise leurs connaissances et les invite à confronter leurs représentations à celles de leurs pairs. À partir de situations concrètes, les élèves développent progressivement un regard critique sur les mécanismes économiques, sociaux et politiques qui structurent l'environnement numérique.

Plus largement, *Les Maîtres du Flux* déplace le regard. Plutôt que de se demander uniquement comment mieux utiliser les plateformes, l'activité propose d'interroger leur fonctionnement : *pourquoi sont-elles conçues de cette manière ? Quels intérêts servent-elles ? Comment pourrions-nous imaginer un autre équilibre entre innovation, économie et bien-être de chacun et chacune ?*

LES CONTENUS DE L'ACTIVITÉ

Les Maîtres DU FLUX

est conçu comme un parcours d'apprentissage progressif. Au fil des activités, les élèves sont amenés à partir de leurs propres usages numériques pour mieux comprendre le fonctionnement des plateformes, avant de mobiliser ces acquis dans des situations proches de leur quotidien.



Le dispositif se déroule en trois temps complémentaires :

1. Premier contact avec le Flux

Découverte du jeu (25 min.)

À partir de quelques cartes du jeu, les élèves découvrent différentes situations liées à leurs usages numériques et échangent sur leurs propres pratiques. Ils identifient progressivement les mécanismes qui peuvent influencer leur attention, leurs dépenses ou leur protection en ligne. Cette première activité permet également de se familiariser avec les différents éléments du jeu. Elle prépare ainsi les élèves à entrer dans l'univers des *Maîtres du Flux* et à comprendre les choix qu'ils devront effectuer.

2. Les Maîtres du Flux

Jeu de cartes (50 min.)

Dans l'univers fictif de **Néopolis**, les élèves incarnent différents acteurs de l'écosystème numérique. En prenant des décisions et en défendant des intérêts parfois contradictoires, l'objectif est d'expérimenter les tensions qui traversent les plateformes numériques et découvrir les mécanismes qui les sous-tendent.

3. Décrypter le Flux et reprendre la main

Capsules vidéo et mise en pratique (50 min.)

À partir de capsules vidéo, les élèves mettent en perspective les situations vécues pendant le jeu et découvrent les principaux mécanismes qui façonnent les plateformes numériques. Ces connaissances sont ensuite réinvesties pour analyser des situations inspirées de leur quotidien et proposer des conseils concrets pour favoriser un usage plus éclairé, autonome et responsable du numérique.

LES ENJEUX PÉDAGOGIQUES

Attendus disciplinaires travaillés

Les attendus listés ci-après figurent dans les référentiels du Tronc commun :

FRALA (Français)	
S1	**Analyser les paramètres de la situation de communication** : énonciateur, destinataire, message, intention dominante, pour planifier sa prise de parole, son écoute, sa lecture, son écrit.
EPC	
S1	**Identifier, exprimer et interroger les émotions** suscitées par les médias et leurs effets sur les comportements.
	Questionner et dégager des pratiques pour préserver sa sécurité, son identité numérique et son intimité sur Internet et les réseaux sociaux.
	Repérer des producteurs et diffuseurs d'informations et s'interroger sur leurs intentions.
	Identifier l'influence d'autres sphères, notamment économique et médiatique.
FHGES	
S1	**Identifier** des règles qui encadrent ou limitent certaines pratiques virtuelles.
FMTTN	
S1	**Expliciter** des spécificités de différents réseaux socionumériques.
	Citer des méthodes utilisées par des plateformes en ligne ou des réseaux sociaux pour « capturer » l'attention des utilisateurs.
	Repérer ses habitudes numériques et expliquer en quoi cette analyse peut améliorer son organisation de temps et son bien-être.

Autres enjeux éducatifs

En 2026, une enquête[1] a été publiée sur la consommation en ligne des jeunes. Des perspectives éducatives y sont développées afin de répondre aux enjeux suivants :

- **Proposer une lecture critique des interfaces et des choix de designs qui structurent nos usages et orientent nos comportements**
  - Comprendre ce que contiennent les différentes interfaces (notamment les RS ou encore les jeux vidéo).
  - Comprendre comment se composent techniquement ces interfaces.
  - Comprendre le modèle économique des différentes interfaces et avoir conscience des stratégies mises en place pour faire du gain.
- **Comprendre les mécaniques publicitaires présentes en ligne**
  - Détecter les différentes manières de faire de la publicité.
  - Connaitre la législation en la matière.
  - Décoder le discours des créateurs en termes de mécaniques publicitaires.
  - Comprendre les mécaniques des recommandations.

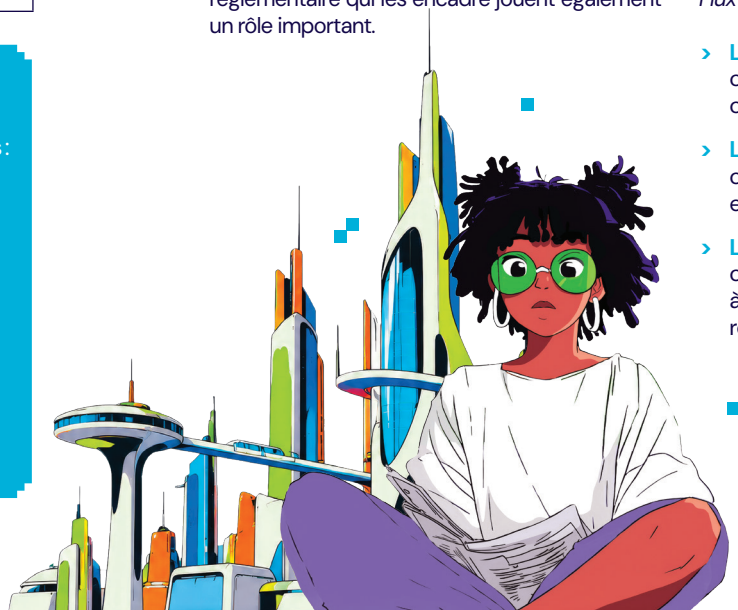
1. Média Animation, #Génération2024. Les jeunes et la consommation en ligne, 2026.

REPÈRES THÉORIQUES POUR L'ENSEIGNANT·E

Les activités proposées dans *Les Maîtres du Flux* invitent les élèves à comprendre le fonctionnement des plateformes numériques au-delà de leurs usages quotidiens. Quelques repères théoriques sont donc nécessaires pour mieux accompagner l'animation des activités et nourrir les échanges avec la classe.

Une responsabilité partagée

Les activités proposées dans Les Maîtres du Flux invitent les élèves à dépasser une vision qui ferait reposer le bien-être numérique sur les seuls comportements individuels. Développer son esprit critique, protéger ses données personnelles ou apprendre à mieux gérer son temps d'écran sont des compétences essentielles. Mais elles ne suffisent pas à elles seules. Le fonctionnement des plateformes, leurs modèles économiques et le cadre réglementaire qui les encadre jouent également un rôle important.



Les repères théoriques qui suivent permettent d'éclairer ces différents enjeux afin de mieux comprendre comment se construit notre environnement numérique et pourquoi la responsabilité est partagée entre les comportements des internautes, les pratiques des plateformes et le rôle des pouvoirs publics.

Trois grands enjeux

Trois grands enjeux structurent les situations vécues par les élèves dans le jeu *Les Maîtres du Flux* :

- **L'économie de l'attention :** comment les plateformes cherchent à capter notre attention ;
- **Les techniques de marketing en ligne :** comment cette attention est transformée en revenus ;
- **Le cadre légal :** comment les pouvoirs publics cherchent à protéger les internautes au moyen de la réglementation.

POURQUOI PASSONS-NOUS AUTANT DE TEMPS SUR NOS ÉCRANS ?

L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION

Dans un environnement numérique où des milliers de contenus sont publiés chaque minute, l'attention est devenue une ressource particulièrement convoitée. Les grandes plateformes fondent largement leur modèle économique sur la collecte des données de leurs publics. Plus nous utilisons leurs services, plus nous produisons des données susceptibles d'alimenter leurs activités économiques.



Pour favoriser cet engagement, les plateformes conçoivent leurs interfaces selon les principes du **design persuasif**, un ensemble de choix techniques destinés à encourager une utilisation prolongée.

Parmi les mécanismes les plus fréquents, on retrouve notamment :

- **le scroll infini :** cette technique qui charge automatiquement de nouveaux contenus à regarder au fur et à mesure que l'utilisateur fait défiler une page supprime les interruptions naturelles de la navigation ;
- **la lecture automatique des vidéos :** cette autre technique favorise également l'enchaînement des contenus ;
- **les recommandations :** des algorithmes sélectionnent les contenus les plus susceptibles de retenir notre attention ;
- **les stories et autres contenus éphémères :** le sentiment d'urgence auquel invitent ces contenus encourage des consultations fréquentes.

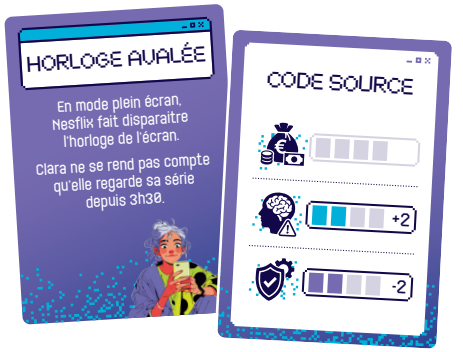
Les créatrices et créateurs de contenus participent également à cette dynamique en utilisant différentes techniques destinées à maintenir l'attention de leur public : **accroches dès les premières secondes, montages très rythmés, appels à poursuivre le visionnage ou à interagir avec le contenu…**

Ces mécanismes ne rendent pas les internautes passifs, mais ils influencent leurs comportements en réduisant les moments où il est possible de prendre du recul ou d'interrompre spontanément sa navigation.

2. Pour plus d'informations sur ce sujet, le·la lecteur·rice est encouragé·e à parcourir le programme éducatif de sensibilisation aux enjeux de l'économie de l'attention *Your Attention please* (Média Animation).

LE JEU EN ACTION

Plusieurs cartes du jeu illustrent concrètement ces stratégies de captation de l'attention.



Horloge avalée

La disparition de l'horloge fait perdre un repère temporel. Les utilisateurs restent plus longtemps sur la plateforme sans toujours s'en rendre compte.

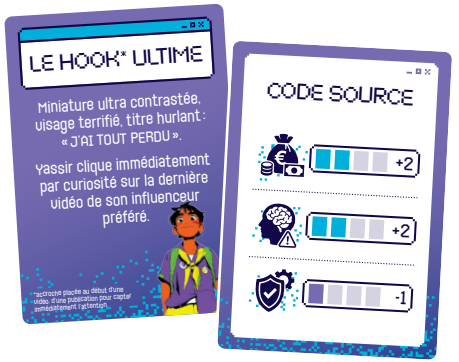
Le Code source : en augmentant la jauge « Attention », cette carte montre qu'un simple choix d'interface peut prolonger le temps passé sur la plateforme et générer des gains.



Pull-to-Refresh

Le geste qui consiste à tirer l'écran vers le bas pour faire apparaitre de nouveaux contenus incite à vérifier sans cesse si quelque chose de nouveau est disponible

Le Code source : il illustre une fonctionnalité conçue pour relancer l'attention de manière répétée et encourager le retour permanent sur la plateforme.



Le Hook ultime

Une miniature spectaculaire et un titre très accrocheur donnent envie de cliquer immédiatement, avant même de réfléchir au contenu.

Le Code source : il montre comment certains choix éditoriaux augmentent fortement l'attractivité d'un contenu et alimentent la compétition pour attirer l'attention.

COMMENT LES PLATEFORMES GAGNENT-ELLES DE L'ARGENT ?

LE MARKETING EN LIGNE

La plupart des plateformes numériques sont accessibles gratuitement. Leur financement repose principalement sur la publicité et sur la valorisation des données produites par leur public.

Chaque interaction (un clic, un « J'aime », une vidéo regardée jusqu'au bout ou encore le temps passé sur une publication) constitue une information qui permet d'établir un profil d'utilisateur. Ces données servent ensuite à proposer des contenus et des publicités plus ciblés.



Ce fonctionnement s'appuie sur deux grands mécanismes :

› Le profilage publicitaire

Les plateformes collectent de nombreuses informations sur les habitudes de navigation afin de proposer aux annonceurs des campagnes publicitaires ciblées. Plus le profil d'un utilisateur est précis, plus les annonceurs peuvent diffuser leurs messages auprès d'un public susceptible d'être intéressé.

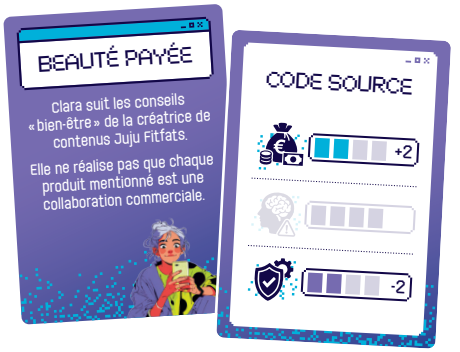
› Le marketing d'influence

Les marques font également appel à des créatrices et créateurs de contenus pour promouvoir leurs produits ou leurs services. En s'appuyant sur la relation de proximité entretenue avec leur communauté, ces collaborations commerciales prennent parfois la forme de recommandations qui ressemblent davantage à des conseils personnels qu'à des publicités.

La proximité des influenceurs avec leur public peut rendre la dimension commerciale moins visible et renforcer l'efficacité du message publicitaire.

LE JEU EN ACTION

Plusieurs cartes du jeu illustrent concrètement ces stratégies marketing.



Beauté payée

L'influenceuse recommande un produit sans que la collaboration commerciale soit immédiatement perceptible. La publicité prend la forme d'un conseil personnel.

Le Code source : il montre qu'un contenu peut générer des revenus tout en donnant l'impression d'être spontané ou authentique.



L'espion bien sapé

Les publicités sont adaptées aux centres d'intérêt de l'utilisatrice grâce aux données collectées sur ses activités.

Le Code source : il illustre comment les données personnelles permettent d'afficher des publicités plus efficaces et plus rentables.



Piège à petit prix

Le paiement fractionné réduit la sensation de dépense et facilite les achats impulsifs.

Le Code source : il montre qu'un simple choix de paiement peut augmenter les revenus générés par une plateforme ou un commerçant.

COMMENT LES PLATEFORMES SONT-ELLES ENCADRÉES ?

LE DIGITAL SERVICES ACT (DSA)

Face à l'influence croissante des grandes plateformes numériques, l'Union européenne a adopté le Digital Services Act (DSA), pleinement entré en application en 2024. Ce règlement vise à mieux protéger les internautes, en particulier les mineurs, en imposant de nouvelles obligations aux plateformes.

En juillet 2025, la Commission européenne a publié des lignes directrices recommandant des mesures concrètes pour aider les plateformes à garantir un environnement numérique plus sûr pour les jeunes.

Mieux protéger les mineurs

Le DSA impose aux plateformes accessibles aux mineurs de prendre des mesures appropriées et proportionnées pour garantir un niveau élevé de protection de leur vie privée, de leur sûreté et de leur sécurité. Les lignes directrices de la Commission recommandent plusieurs mesures concrètes à cette fin. Par exemple, les comptes des mineurs doivent être configurés en mode privé par défaut, afin de limiter l'accès à leurs données personnelles et de réduire les sollicitations non désirées.

La réglementation interdit le ciblage publicitaire fondé sur les données des moins de 18 ans. Les plateformes doivent en outre afficher plus clairement le coût des achats intégrés (monnaies virtuelles, jetons…) et limiter les mécanismes pouvant s'apparenter à des jeux d'argent.

Les lignes directrices prévoient également une meilleure protection des jeunes contre certaines pratiques commerciales susceptibles de les manipuler ou d'entraîner des dépenses non désirées, notamment en lien avec certaines monnaies virtuelles ou « loot boxes ».

Enfin, certaines pratiques de conception destinées à influencer les comportements des utilisateurs (les dark patterns[3]) sont désormais interdites. Ainsi, les lignes directrices de la Commission précisent que les plateformes sont appelées à désactiver par défaut certaines fonctionnalités susceptibles de favoriser une utilisation excessive, comme la lecture automatique des vidéos.

Faire respecter les règles

En Belgique , le contrôle de ces obligations est assuré par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT), coordinateur national des services numériques, aux côtés du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), du Medienrat et du Vlaamse Regulator voor de Media (VRM), chacun dans son domaine de compétence.

L'une de leurs tâches est de désigner certains organismes spécialisés comme « signaleur de confiance ». Ces derniers peuvent signaler aux plateformes des contenus qu'ils estiment illicites. Les plateformes sont alors tenues de traiter ces signalements en priorité. En cas de non-respect de leurs obligations, les plateformes peuvent se voir imposer des sanctions pouvant atteindre 6 % de leur chiffre d'affaires annuel mondial.

Quels recours pour les internautes ?

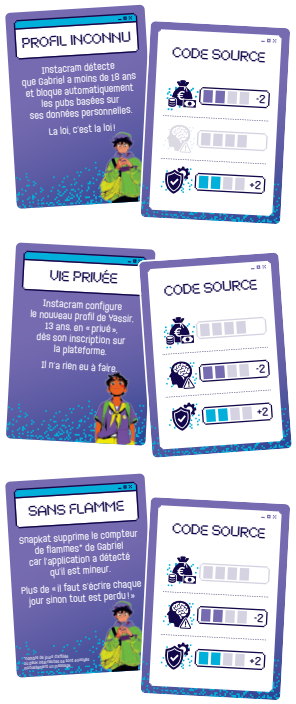
Le DSA renforce également les droits des utilisateurs. Les plateformes doivent proposer des outils de signalement simples et facilement accessibles, afin que chacun puisse rapidement signaler un contenu illicite, une situation problématique, voire un cas de cyberharcèlement.

Lorsqu'un usager estime qu'une plateforme ne respecte pas ses obligations – par exemple en continuant à diffuser de la publicité ciblée auprès de mineurs et/ou en rendant volontairement les outils de signalement difficiles d'accès – il peut également introduire un signalement auprès de l'IBPT.

3. Un dark pattern (en français : interface truquée ou interface trompeuse) est une interface utilisateur qui a été volontairement conçue pour tromper ou manipuler un utilisateur. Les autorités belges sont directement compétentes pour les plateformes établies en Belgique. Lorsqu'une plateforme est établie dans un autre pays de l'Union européenne, elles travaillent en étroite collaboration avec les autorités de ce pays et/ou la Commission européenne, qui sont alors compétentes pour faire respecter les règles du DSA.

LE JEU EN ACTION

Plusieurs cartes du jeu illustrent concrètement certaines obligations prévues par le DSA ainsi que les mesures que les plateformes peuvent prendre pour mieux protéger les mineurs et leur offrir un environnement numérique plus sûr.



Profil inconnu

Les publicités ciblées sont désactivées pour un mineur, conformément aux règles européennes destinées à mieux protéger les jeunes internautes.

Le Code source : il montre qu'une obligation légale peut modifier directement le fonctionnement d'une plateforme.

Vie privée

Le compte d'un jeune utilisateur est configuré en mode privé dès son inscription, sans qu'il doive effectuer lui-même cette démarche.

Le Code source : il rappelle que certaines protections peuvent être intégrées dès la conception des plateformes et activées par défaut (privacy by default).

Sans flamme

La plateforme désactive par défaut une fonctionnalité susceptible de créer une pression sociale chez les mineurs.

Le Code source : il montre que les plateformes peuvent être amenées à modifier certaines fonctionnalités afin de mieux protéger leurs utilisateurs.

DESCRIPTIF DES ACTIVITÉS

« Premier contact avec le Flux » (25 min.)

Objectifs

- Débattre des usages médiatiques des élèves.
- Découvrir le matériel du jeu (situations, jauges, codes sources).

Matériel

- Une quinzaine de cartes « Comportement » (au choix).
- Les trois jauges dessinées au tableau.

Déroulement

1. Ces comportements, c'est vous?

Étaler les cartes côté comportement et demander à chaque élève d'en choisir une qui lui ressemble (« ça, je le vis ») et, s'il le souhaite, une qui ne lui ressemble pas du tout.

Demander à quelques volontaires de montrer leur carte et d'expliquer leur choix en une phrase.

2. Découverte des jauges et débat

Découvrir les trois jauges avec les élèves.

Pour 3 ou 4 cartes « comportement » parmi les plus choisies (ou parmi celles qui illustrent les concepts théoriques développés ci-dessus) :

- **Demander** aux élèves quelle jauge va évoluer et dans quel sens ?
- **Révéler** le code source et comparer avec le pronostic des élèves.
- **Débattre** avec les élèves des possibles écarts entre le code source et leur pronostic.

Quelques exemples de questions de débat :

CARTE	QUESTION DE DÉBAT
Beauté payée	Quand un influenceur conseille un produit, c'est un conseil ou une publicité ?
Trajet raccourci	Passer tout son trajet de bus sur les réseaux sociaux, c'est du temps perdu ?
La quête quotidienne	Les jeux qui récompensent la connexion quotidienne nous rendent-ils accros ?
Petite pause	Une appli qui nous bloque après une heure, c'est une aide ou une intrusion ?
Vie privée	Les plateformes doivent-elles décider à notre place de ce qui nous protège ?
L'accroche choc	Cliquer sur un titre choc, c'est se faire avoir ?

3. Bascule vers Néopolis

« Jusqu'ici, vous étiez des internautes. Maintenant, vous passez de l'autre côté : c'est vous qui allez décider des comportements à adopter dans la Cité ».

Commencer le jeu en suivant les règles (résumées dans le mémo de jeu).

Points d'attention

- **Varier les cartes proposées :**
  choisir des cartes qui illustrent la captation d'attention, la publicité et l'influence, les mécanismes de protection, les bonnes pratiques afin d'aborder les trois jauges au temps 2.

- **Écarter les situations potentiellement stigmatisantes**
  (arnaque subie, dépenses excessives) ; les garder pour les débats du temps 2, où l'on parle de ces situations mais au travers des personnages.

- **Rappeler les règles de fonctionnement du débat :**
  - chaque opinion peut être exprimée dans le respect des autres ;
  - chacun·e écoute les interventions de ses camarades ;
  - l'enseignant·e distribue et régule la parole.

Les usages numériques relèvent parfois de situations familiales ou personnelles qu'il convient de ne pas juger. L'enseignant·e accompagne les échanges sans commenter les pratiques des élèves.



Le jeu de cartes (50 min.)

En incarnant les différents acteurs de la cité de Néopolis, les élèves découvrent que ce qu'ils voient sur les plateformes numériques résulte de choix parfois contradictoires. Le jeu leur permet d'expérimenter les tensions entre rentabilité, captation de l'attention, et protection des internautes. Cette immersion constitue un point d'appui concret pour aborder ensuite les concepts théoriques.

Objectifs

- **Expérimenter les intérêts** parfois divergents des différents acteurs de l'écosystème numérique.
- **Comprendre les mécanismes** de l'économie de l'attention, du marketing en ligne et de la régulation.
- **Développer une réflexion critique** sur les choix qui façonnent les plateformes numériques.

Matériel

- Un jeu **« Les Maîtres du Flux »** par groupe (de 4 à 12 joueurs).



Déroulement

1. Installer les groupes

Répartir les élèves en groupe de 4 à 12 joueurs et distribuer un jeu de carte à chaque groupe.

Présenter brièvement l'univers de *Néopolis*, puis inviter les groupes à prendre connaissance des règles du jeu à l'aide du livret prévu à cet effet[5].

2. Jouer une partie

Les élèves jouent une partie en autonomie.

Pendant le jeu, privilégier une posture d'observation. Les discussions, les négociations et les choix réalisés par les groupes constituent une matière précieuse pour le débriefing.

3. Organiser le débriefing

Le débriefing est une étape essentielle du dispositif. Il permet aux élèves de prendre du recul sur l'expérience vécue et de faire le lien entre la fiction et le fonctionnement réel des plateformes numériques.

5. Le livret de règles accompagnant le jeu permet une prise en main aisée de l'outil.

Décrypter le Flux et reprendre la main (50 min.)

Commencer par inviter chaque groupe à partager les recommandations rédigées pour l'Assemblée des citoyens de Néopolis.

Relever les points communs et les éventuelles divergences entre les propositions avant d'engager une discussion avec l'ensemble de la classe.

Temps 1 : Faire le lien avec le monde réel

- **Inviter** les élèves à quitter leur rôle dans la cité de *Néopolis* pour analyser les situations rencontrées pendant la partie, au regard de leurs pratiques personnelles.

Questions	Éléments de réponses à faire émerger
Comment vous sentiriez-vous en tant qu'internaute dans le Flux que votre groupe a créé ?	• Le fonctionnement des plateformes influence directement notre expérience en ligne. • Les choix de conception peuvent favoriser le bien-être… ou au contraire créer de la pression, ou une perte de contrôle.
Dans la réalité, qui gagne et qui perd lorsque les plateformes cherchent à retenir notre attention ?	• Les plateformes gagnent en revenus et en données ; les internautes peuvent perdre du temps, de l'attention ou une partie de leur vie privée.
Quelles ressources vous semblent les plus précieuses : le temps, le bien-être, l'argent, la vie privée… ?	• Cela dépend quel est notre rôle : utilisateur, concepteur de plateforme, publicitaire… • Ces ressources n'ont pas la même valeur pour tous les utilisateurs.

Temps 2 : Imaginer d'autres équilibres

- **Proposer** ensuite aux élèves de réfléchir aux solutions qu'ils imaginent.

Questions	Éléments de réponses à faire émerger
À quoi ressemblerait une plateforme qui placerait les besoins des internautes au premier plan ?	• Des paramètres protecteurs par défaut. • Plus de transparence. • Moins de mécanismes destinés à capter l'attention.
Comment trouver un équilibre entre les intérêts économiques des plateformes et la protection des internautes ?	• Les intérêts des différents acteurs doivent être conciliés. • La protection des internautes ne doit pas reposer uniquement sur les utilisateurs.
Si les plateformes ne garantissent pas spontanément cet équilibre, qui peut fixer les règles ?	• Les pouvoirs publics fixent un cadre légal. • Les plateformes, les internautes et les autorités partagent une responsabilité.

Temps 3 : Analyse de capsules vidéo

Après avoir expérimenté le fonctionnement de *Néopolis*, les élèves prennent du recul sur les mécanismes rencontrés pendant le jeu. Cinq capsules vidéo réalisées par **RTBF Auvio Kids** mettent des mots sur les situations vécues et permettent de comprendre les principaux mécanismes qui façonnent les plateformes numériques.

Le jeu devient ainsi un support d'analyse : les cartes ne servent plus à jouer, mais à repérer des exemples concrets des concepts présentés dans les vidéos. La dernière capsule invite ensuite les élèves à réinvestir ces connaissances en proposant des solutions à des situations inspirées de leur quotidien.

Objectifs

- **Mettre en relation** les situations vécues pendant le jeu avec les principaux mécanismes des plateformes numériques.
- **Comprendre** comment les plateformes influencent les comportements et les choix des internautes.
- **Réinvestir** ces connaissances pour analyser des situations concrètes et proposer des conseils adaptés.

Matériel

- **Les cinq capsules vidéo** RTBF Auvio Kids.
- **Un jeu *Les Maîtres du Flux*** par groupe.
- **Facultatif :** un tableau ou une grande surface d'affichage pour réaliser une carte mentale.

Déroulement

1. Distribuer les cartes

Inviter chaque groupe à répartir les cartes « Comportement » entre ses membres.
Chaque élève dispose ainsi d'un petit ensemble de cartes qui lui servira tout au long de l'activité.

2. Analyser les mécanismes des plateformes (capsules 1 à 4)

- **Visionner collectivement** les quatre premières capsules vidéo, dans l'ordre proposé :

Pourquoi c'est si difficile de lâcher son tél ?

Pourquoi certaines publicités sont-elles si efficaces ?

Les plateformes peuvent-elles faire tout ce qu'elles veulent ?

Reprendre le contrôle du Flux… ensemble !

- Après chaque capsule, inviter les élèves à parcourir leurs cartes et à en sélectionner une ou deux qui illustrent le mécanisme présenté dans la vidéo.
- Demander à quelques élèves de justifier leur choix devant la classe. Cette mise en commun permet de montrer qu'un même concept peut être représenté par différentes situations du jeu et de vérifier la bonne compréhension des notions abordées.
- Répéter cette démarche pour chacune des quatre capsules.

3. Structurer les apprentissages (facultatif)

Pour consolider les acquis, réaliser une carte mentale avec la classe.

Inscrire au centre « L'écosystème des plateformes numériques », puis compléter progressivement les différentes branches au fil des capsules.

Cette synthèse permet aux élèves de visualiser les liens entre les différents mécanismes étudiés et de conserver une trace de l'activité.

4. Mobiliser les connaissances (capsule 5)

Visionner la cinquième capsule vidéo :

A toi de jouer !

Celle-ci présente plusieurs situations inspirées du quotidien d'ados confrontés à des difficultés ou à des questionnements liés aux plateformes numériques.

Répartir les élèves en petits groupes et attribuer un scénario à chacun. Demander aux élèves de rédiger une réponse argumentée en s'appuyant sur les connaissances acquises pendant le jeu et les quatre premières capsules.

Encourager les conseils concrets, réalistes et adaptés à la situation.

5. Mettre les réponses en commun

Inviter chaque groupe à présenter sa réponse au reste de la classe. Les autres élèves peuvent compléter, nuancer ou proposer d'autres pistes de solution.

Point d'attention

Il n'existe pas toujours une réponse unique. L'objectif est d'apprendre à reconnaître les mécanismes des plateformes afin de faire des choix plus éclairés et d'accompagner les autres dans leurs usages numériques.



Acti Média

FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

conseil supérieur de l'éducation aux médias

csem

