



# Séquence médias

## Auteur·e

➔ Auteure de la séquence : **Lauriane Voos** (animatrice jeunesse diplômée en éducation aux médias)

**Trop fort, YouTube?**

Chaque minute, plus de 500 heures de vidéos sont chargées sur YouTube. Mais comment faire le tri dans cette avalanche de vidéos ? Pourquoi mettre celle-ci en avant plutôt qu'une autre ? Viens faire un tour dans les coulisses de YouTube...

**Un travail colossal**

Pour faire le tri dans toutes ces vidéos, les ingénieurs de la plateforme écrivent des programmes informatiques : des « algorithmes ». Un algorithme ne juge pas de ce qui est rigolo, amusant, instructif, original... En revanche, il peut faire des calculs très compliqués, bien plus efficacement qu'un humain. Il compte combien de fois ce de temps chaque vidéo a été vue par des internautes, combien de pouces vers le haut ou vers le bas elle a obtenu, combien de fois elle a été partagée ou commentée...

**Comment YouTube fait-il le tri ?**

YouTube est une entreprise commerciale. Son but est de gagner de l'argent. Des marques te paient pour afficher leur publicité. Plus les internautes voient la publicité, plus YouTube gagne de l'argent. Grâce aux algorithmes, YouTube donne la priorité aux vidéos qui ont été regardées de nombreuses fois et de préférence jusqu'à la fin, car elles lui rapportent plus.

**Quelles sont les vidéos les plus regardées ?**

La plupart des gens regardent les vidéos « faciles », celles qui attirent la curiosité et retiennent leur attention. Autrement dit, les vidéos qui émeuvent le public sont plus regardées que celles qui font appel à sa réflexion. C'est pour cela que YouTube met plus en avant les vidéos de prouesse (« force » en français) que les longues vidéos qui traitent de sujets plus compliqués.

*Qu'est-ce qu'une image forte ? Une image forte peut-elle changer le monde ?*

Selon toi, une vidéo qui a beaucoup de vues est-elle meilleure qu'une vidéo qui a peu de vues ?

Qu'est-ce qui te marque le plus quand tu regardes une vidéo ?

Qu'est-ce qu'une « image forte » ? Une image forte est une image qui te fait réfléchir ? C'est-à-dire ?

Qui t'apprend des choses ? Qui te met en colère ?

AMAR, D. HEMETS, SC. (M. K. CAUVILLI) / M. N. PIER-LUCAS PAUL

**À partir des pages « Trop fort YouTube ? »**  
Philéas & Autobule n°70, pp. 22-23

## ENJEUX

### Plus fort que YouTube !

Grâce aux algorithmes (ou à cause d'eux), certains médias sur Internet nous proposent des contenus que nous ne choisissons pas vraiment. En fonction de nos goûts ou de nos opinions, des contenus nous sont en effet « suggérés » voire... imposés. Pour bénéficier d'une information complète qui nous permette de nous faire réellement notre propre opinion, il est donc important d'être conscient du rôle des algorithmes, mais aussi d'arriver à contourner les balises entre lesquelles ils nous enferment. À travers un exercice ludique élaboré autour d'une plateforme qu'ils connaissent bien, le dispositif médias suivant propose aux enfants de développer leur regard critique dans le contexte d'une recherche de vidéos. À l'issue de cette activité, ils seront capables de différencier les vidéos résultant vraiment de leurs recherches, d'une vidéo recommandée par YouTube suivant les calculs de son algorithme...



# DISPOSITIF MÉDIAS

## Plus fort que YouTube !

### Compétences

#### Éducation aux médias

##### Compétences de la Fédération Wallonie-Bruxelles

- Prendre conscience du rôle de l'image : inciter, témoigner, informer, divertir, sensibiliser (ÉV-HIS-731)
- Prendre conscience que l'image est produite par quelqu'un qui a une intention (ÉV-HIS-741)
- Classer les images en fonction de l'objectif de communication et son rapport au texte (illustration, information supplémentaire, autre représentation, caricature...) (ÉV-GÉO-807)

##### Compétences du Conseil supérieur de l'éducation aux médias<sup>1</sup>

- Comprendre le contexte dans lequel le message est produit (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- Comprendre le contexte dans lequel le message est adressé ainsi que les usages et les enjeux qui y sont liés (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- Détecter/repérer/déceler des intentions implicites, détournées ou masquées en fonction de l'identité du destinataire et du contexte de la communication (catégorie de compétence : lire – dimension sociale)
- S'orienter parmi les médias en tenant compte des intentions propres aux destinataires (catégorie de compétence : naviguer – dimension sociale)
- Développer sa capacité à identifier et à comprendre des contextes de communication rendus complexes par la pluralité des destinataires ou par la combinaison d'intentions ou de démarches multiples (catégorie de compétence : organiser – dimension sociale)

#### Éducation à la philosophie et à la citoyenneté

##### 4. Développer son autonomie affective

- **Préserver son intimité, en ce compris son intégrité physique et psychique (4.3) :**
  - Prendre conscience de son intimité (4.3 – étape 1)
  - Se fier à l'autre avec prudence, éventuellement sur les réseaux sociaux (4.3 – étape 2)
  - Identifier des bonnes pratiques pour garantir sa sécurité sur Internet (4.3 – étape 3)

<sup>1</sup> D'après le tableau récapitulatif des catégories de compétences en littérature médiatique. (Publié dans *Les compétences en Éducation aux médias, un enjeu éducatif majeur*, édité par le Conseil supérieur de l'éducation aux médias, 2013, p. 37). Le document est consultable ici : [http://www.educationauxmedias.eu/sites/default/files/files/CompetencesEducationMedias\\_Web.pdf](http://www.educationauxmedias.eu/sites/default/files/files/CompetencesEducationMedias_Web.pdf) et sur le site du C.S.E.M : [http://csem.be/sites/default/files/files/CompetencesEducationMedias\\_Web.pdf](http://csem.be/sites/default/files/files/CompetencesEducationMedias_Web.pdf)

### Objectifs

- L'enfant développera son regard critique dans la recherche de vidéos sur internet.
- L'enfant sera capable de différencier une vidéo pour laquelle il a fait lui-même une recherche d'une vidéo proposée par les recommandations de YouTube.
- L'enfant sera capable de créer du lien entre les apports théoriques et ses propres pratiques.

### Principaux concepts

Internet, recherche d'information, réseau social, vidéo, YouTube

### Matériel

- En autant d'exemplaires qu'il y a d'enfants :
  - L'article « Trop fort, YouTube ? » (n°70, pp. 22-23).
  - La fiche n°1 : quizz.
  - La fiche n°2 : grilles d'analyses.
  - Des tablettes/ordinateurs, avec une connexion internet<sup>2</sup>.

### Durée

2 x 50 minutes

### Niveaux visés

De 10 à 13 ans

<sup>2</sup> Ou un dispositif de recherche pour 2 enfants. Dans ce cas, prévoir 15 min de plus lors de la 2<sup>e</sup> séance.



## PRÉPARATION

Pour que les exercices de mise en situation se déroulent de façon optimale, il est important que l'exercice se fasse sur des ordinateurs déconnectés de tout profil YouTube ou compte Google.

Il est également important que l'animateur utilise des dispositifs de recherche sur internet équipés d'un contrôle parental.

## DÉROULEMENT

### 1. DÉCOUVRIR L'ARTICLE ET COMPRENDRE LE CONCEPT D'ALGORITHME DE RECOMMANDATION (SÉANCE 1 - 50 MIN)

#### 1.1. Décoder YouTube (10 MIN)

L'animateur annonce que le thème de l'activité est la plateforme YouTube. Il pose alors quelques questions au groupe afin de s'assurer que tous les enfants connaissent cette plateforme de partage.

Exemples de questions : « À quoi sert la plateforme YouTube ? Que pouvez-vous y faire ? Quand l'utilisez-vous ? »

YouTube est un nom, une marque.

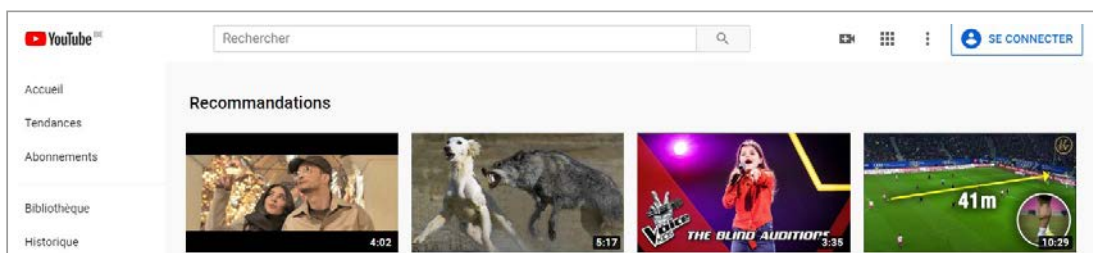
Le mot YouTube est un mélange de deux mots anglais : *You*, qui veut dire « toi », et *Tube*, qui veut dire « télévision » en langage familier. En clair, YouTube pourrait se traduire par "diffuses". »

Le site est créé en 2005 aux États-Unis : YouTube devient alors une plateforme de partage de vidéos pour tous. D'après les chiffres donnés par l'entreprise, près de 1 milliard 500 millions de personnes utilisent YouTube tous les jours<sup>3</sup>.

#### 1.2. Utiliser YouTube (20 MIN)

L'animateur place les enfants par groupes en fonction du nombre d'ordinateurs (ou de tablettes) disponibles. Chaque groupe se connecte au site <https://www.youtube.com>.

Une fois que chacun est sur la plateforme, l'animateur invite les enfants à observer l'onglet « Recommandations » qui se trouve au-dessus à gauche de la page d'accueil de YouTube. Chaque groupe note les 4 premières vidéos qui lui sont recommandées.



<sup>3</sup> Source : <https://www.lumni.fr/video/c-est-quoi-youtube>

L'animateur demande alors aux participants de rechercher des vidéos sur la plateforme YouTube. Chaque groupe reçoit une thématique de recherche bien précise : les chiots, le basketball, la cuisine, les dessins animés, les pirates, les chutes drôles, les chanteurs belges... Il est précisé aux enfants que c'est un exercice sérieux et qu'il est donc important de ne faire des recherches que sur la thématique qui leur a été attribuée.

Après 15 minutes de recherche et de visionnage en groupe, il est demandé à chaque groupe d'arrêter ses recherches, de retourner sur la page d'accueil et d'observer les recommandations qui lui sont proposées. L'animateur pose les questions suivantes : « *Observez-vous des recommandations différentes entre le début de l'exercice et maintenant ? Est-ce que cela vous étonne ?* »

### 1.3. Lire l'article « Trop fort, YouTube ? » (5 MIN)

Dans un premier temps, les enfants sont invités à lire l'article individuellement.

Ensuite, l'animateur pose quelques questions au groupe afin de guider les enfants dans leur réflexion et les amener à parler de leur propre expérience : « *Quel est le sujet de cet article ? Y avait-il des choses que vous connaissiez déjà sur YouTube avant de le lire ? Qu'avez-vous découvert ? Y a-t-il des mots utilisés dans l'article que vous n'avez pas compris ?* »

### 1.4. Définition du concept d'algorithme et introduction du cas particulier de l'algorithme de recommandation (15 MIN)

L'animateur annonce aux enfants qu'ils vont tenter, ensemble, de faire des liens entre l'article qu'ils viennent de parcourir et l'expérience vécue de recherche de vidéos sur la plateforme.

Il reprend alors le concept « d'algorithme », tel qu'il apparaît dans l'article, et relis le passage suivant :

« Pour faire le tri dans toutes ces vidéos, les ingénieur·e·s de YouTube écrivent des programmes informatiques : des « algorithmes ». Un algorithme ne juge pas de ce qui est rigolo, émouvant, instructif, singulier... En revanche, il peut faire des calculs très compliqués, bien plus efficacement qu'un humain ! Il compte combien de fois ou de temps chaque vidéo a été vue par des internautes, combien de pouces vers le haut ou vers le bas elle a obtenus, combien de fois elle a été partagée ou commentée... »

L'animateur sollicite les enfants en leur demandant : « *Pouvez-vous me donner quelques mots qui sont en rapport avec ce nouveau concept d'algorithme ? Algorithme, cela vous-fait-il penser à d'autres mots qui ne sont pas dans l'article ? Lesquels ?* »

Dans le cas où les enfants ne trouveraient pas de mots de façon spontanée, l'animateur décortiquera le passage de l'article et les amènera à réfléchir sur de plus petites parties de l'extrait.

Exemples :

« Un algorithme peut faire des calculs très compliqués, bien plus efficacement qu'un humain ! »

« À votre avis, quelle est donc sa forme ? Par qui est-il utilisé, et dans quel but ? »

« Il compte : combien de fois ou de temps chaque vidéo a été vue par des internautes, combien de pouces vers le haut ou vers le bas elle a obtenus, combien de fois elle a été partagée, ou commentée, etc. »

« *Quel est le travail d'un algorithme ? Que fait-il exactement, à votre avis ? Comment peut-il arriver à faire cela ?* »

L'animateur note au tableau les mots proposés par les enfants de façon non ordonnée autour du mot « Algorithme ». Exemples : trier, calcul, compter, informations, machine, choix, ordinateur, internet, mathématiques, réseau social...

Une fois que le nuage de mots est assez fourni, il demande à un volontaire de tenter de donner une définition du concept d'algorithme reprenant au moins 4 des mots notés au tableau.

Il écrit alors au tableau cette première esquisse de définition et propose aux enfants qui le souhaitent de la compléter, de la corriger. Le groupe procède donc par étapes afin d'arriver à une définition semblable à celle-ci :

« **Un algorithme** est un calcul créé par des ingénieurs qui leur permet de faire du tri dans toutes les informations informatiques. Il peut donc trier, compter... et va permettre d'analyser votre comportement sur internet. »

Pour clôturer la séance, l'animateur pose une question, propose à chacun d'y réfléchir et d'en discuter ensemble à la prochaine rencontre : « À votre avis, quel est le lien entre l'expérience de recherche sur YouTube que nous avons réalisée ensemble et le concept d'algorithme que nous venons de découvrir ? »

## 2. SE METTRE EN SITUATION ET COMPRENDRE LE CONCEPT D'ALGORITHME DE RECOMMANDATION (SÉANCE 2 – 50 MIN)

### 2.1. Rappel de la séance précédente et définition du concept d'algorithme de recommandation (10 MIN)

L'animateur demande à un élève de reformuler la question posée lors de la première séance : « À votre avis, quel est le lien entre l'expérience de recherche sur YouTube que nous avons réalisée ensemble et le concept d'algorithme que nous venons de découvrir ? » Il récolte ensuite leurs avis sur la question posée.

Au besoin, il guide la réflexion afin que le groupe puisse créer le lien entre algorithme et recommandations : « Que vous a-t-il été demandé d'observer spécifiquement durant l'expérience de recherche ? À votre avis, comment cela se fait-il que les recommandations d'un groupe étaient différentes de celles de l'autre groupe ? »

Il introduit alors la séance : « Aujourd'hui, nous allons nous intéresser plus spécifiquement à l'algorithme de recommandation. Cet algorithme permet à YouTube d'observer votre comportement sur la plateforme et donc de vous proposer du contenu (vidéos et publicités). »

« **Un algorithme de recommandation** tient compte des choix de l'utilisateur pour lui proposer des vidéos, des publicités, ou tout autre type de contenu, qui soit susceptible de l'intéresser, de lui plaire. Parce que, si l'utilisateur est intéressé, il continue à utiliser la plateforme, à regarder d'autres vidéos.

Afin de proposer à l'utilisateur un contenu qu'il serait susceptible d'aimer particulièrement, l'algorithme passe par 3 étapes :

- il recueille de l'information sur l'utilisateur ;
- il analyse cette information et établit un profil type (ce qu'il aime, ses goûts, ce qu'il regarde...) de la personne sur laquelle il a récolté cette information ;
- il réalise, à partir de ce profil, une liste de recommandations supposées correspondre à ses goûts. »

Avec l'aide des enfants, l'animateur note au tableau les trois étapes clés d'un algorithme de recommandation :

- 1. Recueillir de l'information.**
- 2. Établir un profil type.**
- 3. Faire une liste de recommandations.**

## 2.2. Un algorithme en chair et en os, ça donnerait quoi ? (30 MIN)

L'animateur annonce aux enfants que la deuxième expérience de la séquence va consister à jouer le rôle d'un algorithme de recommandation sur YouTube et donc à se mettre à la place de celui-ci, face à un utilisateur qui rechercherait des vidéos sur la plateforme.

Chacune des 3 étapes clés inscrites au tableau au point précédent est décrite, puis les enfants se prêtent à l'exercice par groupes de deux. Ils réalisent la consigne à tour de rôle.

### a. Recueillir de l'information (10 MIN)

Les enfants prennent une feuille et un stylo, et l'animateur énonce la consigne suivante : « Afin de se mettre à la place d'un algorithme de recommandation, la première étape est d'en savoir plus sur la personne qui utilise YouTube. Votre objectif est donc de collecter à tour de rôle le plus d'informations possible en 3 minutes maximum sur la personne en face de vous. Pour vous aider, voici un quizz (voir annexe 1, page 24) avec quelques exemples de questions. Vous pouvez aussi lui en poser d'autres, observer ce que vous souhaitez et pensez utile pour mieux cibler ses intérêts. »

L'animateur veille à ce que chaque élève dispose de 3 minutes et invite les binômes à échanger les rôles après ce laps de temps.

### b. Établir un profil type (5 MIN)

Après ce moment de collecte d'informations, les enfants retournent à leur place.

L'animateur leur donne alors la consigne suivante : « Une fois qu'un algorithme a pris le temps d'observer les recherches d'un utilisateur, ses goûts et le nombre de fois qu'il clique sur des vidéos qui se ressemblent, il utilise toutes ces données collectées pour faire entrer l'utilisateur dans une "case". Il a le choix entre plusieurs cases, plusieurs profils types avec des caractéristiques différentes. »



Dans le cadre de l'exercice, les enfants n'ont évidemment pas le temps ni les compétences pour établir des profils types de façon raisonnée et complète. L'animateur leur propose donc les tableaux en annexe afin de les aiguiller et de les aider dans leur catégorisation : « *Votre objectif, en tant qu'algorithme de recommandation, est d'être observateur et ingénieux. Vous avez à votre disposition une mine d'informations "brutes", qui n'ont pas de lien entre elles, et vous devez essayer de faire en sorte que ces informations vous aident à déterminer quelles vidéos sont susceptibles d'intéresser votre binôme. Pour cela, référez-vous aux tableaux sur votre fiche (voir annexe 2, page 25).* »

### c. Faire une liste de recommandations (15 MIN)

Grâce aux tablettes (ou ordinateurs), les enfants, toujours dans le rôle de l'algorithme de recommandation, sont invités à prendre leurs grilles complétées et à se rendre sur la plateforme YouTube afin de sélectionner, parmi les vidéos disponibles sur <https://www.youtube.com> 2 vidéos susceptibles de plaire à l'utilisateur observé.

Idéalement, si le matériel le permet, chaque élève cherche individuellement ces deux vidéos sur un dispositif de recherche connecté à la plateforme YouTube. Sinon, l'animateur organise le travail par groupes de deux : chaque élève en conseille alors un autre sur les vidéos à sélectionner en fonction du contenu de ses grilles.

Une fois la sélection réalisée, chaque enfant copie le lien des deux vidéos choisies en cliquant sur l'onglet « Partager », situé en dessous à droite de chaque vidéo.



Les enfants font alors un « copier-coller » de ces liens dans un document Word (ou se les envoient via un service de messagerie en ligne si tous les participants du groupe en disposent) et se partagent les liens des vidéos sélectionnées.

Chaque « utilisateur observé » prend alors le temps de visionner les propositions envoyées par son algorithme de recommandation.

### 2.3. Mise en commun et retour sur l'expérience (10 MIN)

L'animateur place les enfants en cercle et leur propose de parler tous ensemble de l'expérience qu'ils viennent de vivre à tour de rôle, en tant qu'algorithme, et en tant qu'utilisateur observé : « *Que pensez-vous des vidéos que votre camarade vous a proposées ? Sont-elles intéressantes ? Pensez-vous que tout le monde dans la classe les trouve intéressantes ? Est-il facile de connaître les goûts de quelqu'un ? Comment s'y prendre dans une discussion orale ? Et sur internet, comment connaître les goûts des utilisateurs, à votre avis ? Êtes-vous d'accord avec le fait que l'on collecte vos informations pour vous montrer des vidéos et des publicités que vous aimez peut-être ?* »



L'animateur s'assure que chacun peut s'exprimer et être écouté. Il veille à éviter tout jugement sur les pratiques des jeunes. Il rappelle également que cette expérience avait pour objectif de les faire réfléchir, d'échanger sur un sujet qui pourrait occuper une place dans leur vie quotidienne et non pas de tirer une leçon ou une quelconque vérité de cet exercice.

## PROLONGEMENTS

### ORGANISER UNE COMMUNAUTÉ DE RECHERCHE PHILOSOPHIQUE

L'animateur organise une communauté de recherche philosophique (CRP) à partir de la question « *Qu'est-ce que je choisis de montrer sur les réseaux sociaux ? Pourquoi ? Comment ?* »





## ANNEXE 1

### QUIZZ

#### QUELLE EST TA PERSONNALITÉ ?

Qui es-tu ?

Qu'est-ce que tu aimes faire avec tes amis ?

Qu'est-ce que tu aimes faire avec ta famille ?

Qu'est-ce que tu aimes faire quand tu es seul ?

As-tu une idole ?

Quelle est la chose la plus précieuse pour toi ?

Quel est le sujet sur lequel tu pourrais discuter pendant des heures ?

#### CHERCHES-TU DES VIDÉOS SUR INTERNET ?

**Si oui...**

Sur quelle plateforme ?

Combien de temps par semaine ?

Quelle est la vidéo que tu as regardée le plus de fois ?

Quelle est la vidéo que tu as le plus partagée avec tes amis ?

Quelle est la durée des vidéos que tu regardes ?

#### QUE CHOISIS-TU ?

Livre d'amour **ou** film historique

Jeux vidéo **ou** télévision

Faire ses devoirs **ou** faire la vaisselle

Piscine **ou** cinéma

Chat **ou** chien

Rire **ou** réfléchir

Grasse matinée **ou** sport le matin

Un meilleur ami **ou** une bande de copains

Plus fort que YouTube !

## ANNEXE 2

### GRILLES D'ANALYSE

Quel(s) type(s) de vidéos serai(en)t susceptibles d'intéresser ton binôme ?  
Entoure la ou les réponses qui lui correspondent.

<b>Émissions TV</b> Extraits ou replay d'émissions de télé-réalité, de jeux télévisés...	<b>Prank</b> Vidéos drôles, farces de la vie quotidienne faites par des amateurs.	<b>Musicales</b> Clips musicaux, concerts en live, chansons...	<b>Éducatives</b> Questions-réponses, expériences scientifiques, documentaires historiques...	<b>Gaming</b> Sur l'univers des jeux vidéo, le Game Play en ligne ou non.
<b>How to ?</b> Vidéos pratiques/tutos où l'on apprend comment faire quelque chose : cuisine, sport, bricolage, maquillage...	<b>Vlogs</b> Vidéos authentiques sur la vie quotidienne, les pensées et les sentiments d'un influenceur YouTube.	<b>Sketchs d'humoriste, scènes de films drôles</b> Vidéos faites par des professionnels.	<b>Best-of</b> Compilations de vidéos différentes sur des thèmes variés (les chansons, les chiens, les voitures...).	<b>Autres</b> .....

Pourquoi pourrait-il regarder des vidéos ? Entoure la ou les réponses qui correspondent à ton binôme.

S'informer sur l'actualité.	Avoir des réponses à des questions précises (sciences, histoire, géo, langues, informatique...).	Suivre des YouTubeurs connus.	Écouter de la musique ou regarder des clips.	Regarder des vidéos de jeux vidéo, de Gaming.
Apprendre des choses.	Faire du sport à distance ou découvrir des techniques sportives.	Regarder un film (bande-annonce, extrait ou film d'animation).	Rire, se divertir.	Autre .....

