



#Génération2020 – Les usages numériques des jeunes en question

Synthèse des résultats de la journée d'étude et perspectives

1. Contexte de l'enquête	p. 1
2. Comptes rendus des tables rondes	p. 3
3. Perspectives	p. 16



1. Contexte de l'enquête

#Génération2020 est une enquête sur les pratiques numériques des enfants et des adolescents en Fédération Wallonie-Bruxelles, menée en 2019-2020 par Média Animation et le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) dans le cadre du projet européen B-BICO3 – *Better Internet Consortium*. Via cette enquête, plus de 2000 jeunes de 6 à 18 ans ont été sondés, via leurs écoles et par le biais de questionnaires, sur les différents aspects de leur vie connectée (appareils et réseaux sociaux de prédilection, rapport à l'information, gestion des interactions en ligne, etc.). Les pratiques numériques des jeunes nourrissant beaucoup de fantasmes, un des objectifs de l'enquête #Génération2020 a été d'offrir une vision éclairée et objective des usages effectifs des jeunes en ligne pour tracer des perspectives en éducation aux médias numériques qui soient cohérentes avec la réalité. Les principaux chiffres et graphiques de l'enquête sont repris dans le livret de l'enquête « #Génération2020, les jeunes et les pratiques numériques », disponible en version papier ou téléchargeable via www.generation2020.be.

Le mercredi 16 septembre 2020, une grande journée consacrée aux résultats de l'enquête a été organisée par le CSEM et Média Animation. L'événement a rassemblé des représentants du CSEM, de Média Animation, ainsi qu'une dizaine d'expert.e.s qui ont porté un regard réflexif sur trois grandes thématiques de l'enquête constituant trois tables-rondes : « Fracture(s) numériques » ; « Les jeunes et l'actu » ;



« Interactions en ligne : sexting, vie affective et cyberharcèlement ». Madame Bénédicte Linard, Ministre de l'Enfance, de la Santé, de la Culture, des Médias et des Droits des femmes a introduit la journée et a relevé tout l'intérêt de l'enquête et de ses apports dans les réflexions relatives à l'éducation aux médias numériques, plus particulièrement celles des plus jeunes. Professionnel.les de l'éducation aux médias, enseignant.es, chercheur.es ont été convié.es à assister à cette grande journée et à partager leurs questions et réactions avec les expert.es présent.es. Afin de respecter les mesures sanitaires liées au COVID, cette journée a été ouverte en présentiel à un nombre limité de personnes. Une retransmission en ligne et en direct a été organisée via la page Facebook du CSEM, de Média Animation et le site web de l'enquête : www.generation2020.be. Il est possible de visionner les séquences enregistrées de la journée sur le site web de l'enquête.

Les réflexions issues de ces interventions et tables-rondes ont été particulièrement stimulantes et ont permis de mettre l'enquête #Génération2020 en perspective, de pointer ses qualités et ses apports ainsi que les nuances à y apporter. Sur base des chiffres et graphiques présentés dans le livret, une série de questionnements ont émergé, qui sont autant de pistes d'investigation à creuser pour la suite. Partant du déroulé de la journée du 16 septembre 2020, et plus particulièrement des trois tables-rondes qui ont réuni les expert.es et le public, le présent document offre un aperçu des discussions, questions et perspectives suscitées par les résultats de l'enquête #Génération2020.

Précisions méthodologiques sur l'enquête

Le questionnaire de l'enquête à destination des élèves du primaire a abordé plusieurs thèmes : les appareils que les enfants possèdent ; les app' utilisées ; les usages et la gestion quotidienne de ces appareils et de ces app' ; l'éducation aux médias ; la consommation de musique et de films en ligne ; les pratiques de jeu en ligne ; les actualités ; la publication de contenus en ligne ; le cyberharcèlement ; le sexting. Certaines thématiques ont été soumises à tous les élèves. Des thématiques ont été distribuées de façon aléatoire à tous les degrés d'enseignement. Enfin, les questions relatives au sexting et au cyberharcèlement ont été posées aux élèves à partir de la 3^{ème} primaire, et ce de façon aléatoire.

Le questionnaire de l'enquête à destination des élèves du secondaire a abordé plusieurs thèmes : les appareils que les jeunes possèdent ; les app' utilisées ; les usages et la gestion quotidienne de ces appareils et de ces app' ; l'éducation aux médias ; la gestion de la vie privée en ligne ; le rapport à l'actualité en ligne ; l'engagement en ligne ; le sexting ; le cyberharcèlement. Certaines thématiques ont été soumises à tous les élèves. Des thématiques ont été distribuées de façon aléatoire à tous les degrés d'enseignement. Enfin, les questions relatives à l'engagement en ligne, à la gestion de la vie privée ont été soumises aux élèves à partir de la 3^{ème} année secondaire.

Cette distribution aléatoire des questions implique une nécessaire **prise de distance dans la lecture et l'interprétation des résultats**. En effet, un nombre restreint d'élèves aura reçu, par exemple, les questions relatives au sexting. Dès lors, les réponses récoltées sur cette thématique ne concernent pas l'ensemble des élèves ayant répondu, mais seulement une partie d'entre eux. De même pour les questions relatives



à la consommation de musique en ligne, aux pratiques de jeu en ligne, aux actualités, à la publication de contenus en ligne, au sexting et au cyberharcèlement. Enfin, il est à noter qu'il s'agit bien ici d'usages « déclaratifs » des jeunes.

2. Comptes rendus des tables-rondes

Trois tables-rondes ont été organisées. Plusieurs expert.e.s ont été invité.e.s à commenter les résultats de l'enquête, à les enrichir de leurs expériences, à répondre aux questions des participant.e.s et à tracer des pistes éducatives en éducation aux médias numériques.

Les thématiques des tables-rondes ont été articulées autour des enjeux repérés dans les résultats de l'enquête: fracture numérique, les jeunes et l'actu, interactions en ligne (sexting, vie affective et cyberharcèlement).

L'enregistrement de l'intégralité des tables-rondes est [disponible ici](#).

Table-ronde #1 – Fracture(s) numérique(s)



Cette première table-ronde a abordé les chiffres relatifs aux appareils connectés dont les jeunes disposent, et aux usages qu'ils en font. Elle a également traité de la question de l'accompagnement des pratiques numériques des jeunes par les adultes (parents et enseignants). Les chiffres et graphiques mis en discussion sont à retrouver dans les chapitres suivants du livret : « *Les jeunes et les écrans – accès à une variété d'appareils* » (p.13-18) ; « *Les réseaux sociaux : pour se divertir, interagir et créer* » (p.23-28) et « *Réguler des propres pratiques numériques : entre règles et non-dits* » (p.59-65).

Animateur : Daniel Bonvoisin, responsable de l'éducation permanente à Média Animation ASBL



Expertes et experts :

- Geneviève Bazier, Directrice du service Etudes et stratégie à l'ONE
- Samy Carrère, Responsable de l'Unité Distributeurs et Opérateurs du CSA
- Joëlle Desterbecq, Directrice des Etudes et Recherches au CSA
- Pierre Fastrez, Maître de recherche FNRS, responsable du GReMS, UCLouvain

Retour sur les résultats du livret

Daniel Bonvoisin introduit cette première table-ronde en proposant un retour sur les chiffres et graphiques relatifs à l'accès des jeunes aux appareils connectés.

Au niveau des usages des différents appareils connectés, on constate une différence assez nette entre les enfants et les adolescents. Les enfants privilégient la télévision (80%), suivie de près par la tablette (60%) puis la console et le smartphone. Concernant le smartphone, celui-ci est de plus en plus présent au fur et à mesure que les enfants grandissent : en 6^{ème} primaire, 87% des élèves disposent de leur smartphone. La restriction d'accès à certains appareils, comme la tablette ou l'ordinateur, peut s'expliquer par une décision prise par les parents ou par la non-possession des appareils concernés à la maison.

Quant aux adolescents, leur appareil de prédilection est le smartphone : 94% des jeunes interrogés disposent de leur téléphone connecté. Ils utilisent également la télévision (pour 73% d'entre eux). Concernant l'accès aux appareils connectés, une minorité d'adolescents n'y a pas du tout accès, et les chiffres augmentent quand il s'agit de l'ordinateur portable ou fixe.

Concernant les règles et accords à propos des différents usages des appareils, les enfants consultent principalement leurs parents à propos du moment d'usage (pour 55% des répondants). En cas de problème sur l'un ou l'autre appareil (question technique, souci de compréhension, ...), les enfants consultent de préférence leurs parents (pour 64% d'entre eux) et ensuite, leurs frères ou sœurs (38%). 8% se tournent vers un instituteur, une institutrice, un éducateur ou une éducatrice. Concernant les ados, ceux-ci semblent plus autonomes dans la gestion du temps d'utilisation des appareils (72% d'entre eux décident seuls de cet aspect), du moment d'usage (choisi de façon autonome pour 64%) et de l'endroit de l'utilisation (qu'ils décident, seuls, pour 82% d'entre eux). 61 % des ados sondés dialoguent avec leurs pairs sur les questions posées par le numérique et 45% avec un frère ou une sœur. Le corps enseignant est sollicité par 7% d'entre eux.

Discussions des expert.es - nuances, perspectives, problématiques émergentes : résumé

Accès et usages des appareils connectés au regard de la crise sanitaire

L'enquête a été réalisée avant la crise sanitaire : l'animateur et les expert.es pointent que la question de l'accès aux appareils connectés est, depuis, devenue encore plus aiguë. Par exemple, en primaire, 70% ont indiqué avoir accès à une tablette numérique, ce qui implique que les 30% restant ont pu rencontrer des difficultés lorsque la scolarité a été organisée à distance. Ils relèvent également que l'utilisation plus avancée d'outils tels que la tablette, ou encore l'ordinateur, est un véritable enjeu, toujours au regard de



la période vécue récemment et de la nécessité de pouvoir maîtriser au mieux les appareils connectés pour assurer des activités à distance – scolaire ou autres. Samy Carrère invite par ailleurs à distinguer les notions de : possession, usage et connexion. Afin de pouvoir utiliser ces appareils encore faut-il disposer d'une bonne connexion, mais aussi des compétences et connaissances pour utiliser ces appareils à bon escient.

« Fracture numérique » : précisions et nuances dans l'interprétation des résultats

Pierre Fastrez encourage à une certaine prudence dans l'interprétation des chiffres sur la possession des appareils et leur mise en rapport avec la notion de fracture numérique. Il est rejoint sur ce point par Samy Carrère. Quand on parle de fracture numérique, on essaie généralement d'identifier des profils sociodémographiques, de questionner leur accès ou non à certains réseaux sociaux numériques par exemple, et d'identifier les raisons d'une éventuelle disparité. Or, l'enquête et les chiffres qu'elle révèle permettent davantage d'approcher la question de l'utilisation que de celle de l'accès. Quand un enfant indique ne pas utiliser un appareil, cela peut vouloir dire : qu'il n'en a pas à la maison, ou qu'on ne l'autorise pas à l'utiliser, et dans ce cas on n'est pas dans la fracture numérique, mais plutôt dans le cadre d'une régulation familiale. Il faudrait, pour Pierre Fastrez, croiser d'autres variables pour identifier quels enfants n'ont véritablement accès à rien. Par ailleurs, il revient sur l'approche de la fracture numérique mesurée selon la proportion totale d'usage ; cela laisse sous-entendre que 100% d'usage serait un idéal à atteindre. Or, il rappelle que certaines personnes font le choix, *consciemment*, de la déconnexion totale.

Geneviève Bazier insiste sur la diversité des pratiques numériques d'une famille à l'autre. Alors que certains enfants sont confrontés, dès leur plus jeune âge, aux appareils connectés, d'autres s'en voient restreindre l'accès avant quelques années. Dès lors on peut constater des différences de compétences lorsque l'enfant arrive à l'école.

La télévision, symbole d'une consommation délinéarisée

Joëlle Desterbecq pointe l'usage, toujours élevé, de la télévision. Elle note cependant que celle-ci, dans le rapport, est abordée comme un équipement, mais que dans les verbatim on devine la multiplicité des usages auxquels se prête l'appareil. Elle invite à distinguer la télévision comme « téléviseur » et la télévision comme « mode de consommation ». Les usages de la télévision peuvent être complémentaires aux usages d'autres appareils, on peut soupçonner une forme de complémentarité entre ces usages. Elle invite à questionner plus en profondeur la consommation délinéarisée de contenus par les jeunes.

Samy Carrère relève que les jeunes font preuve de volonté en termes de recherche de contenus ; ils ne se limitent pas aux contenus qui leur sont proposés, ils les sélectionnent en fonction de leurs affinités, des plateformes qu'ils utilisent parfois de manière complémentaire ; ils naviguent entre différents appareils, entre différentes applications, dans une forme de « zapping » qui dénote leur capacité à choisir et à s'approprier les contenus qu'ils consomment.

La production de contenus en ligne par les jeunes

Pierre Fastrez pointe que l'enquête révèle des contrastes vis-à-vis de la production médiatique des enfants et ados : 63 % des primaires déclarent produire du contenu – on peut s'en réjouir. Mais en secondaire : les



comportements tel que « aimer/suivre » prennent le pas sur les comportements de production. Et quand on partage, on partage à une communauté qu'on connaît. Il invite aussi à nuancer ce qui apparaît, dans le livret, comme une opposition : le fait de partager avec ses pairs *versus* le fait de partager avec des inconnus. Il y a là une opportunité à saisir : encourager les jeunes à faire de la production destinée à un public plus large et ce, sans tomber dans des discours alarmistes laissant penser que ce public plus large est synonyme de danger. Il y a des intérêts à partager et à produire au-delà de ses groupes de pairs.

Les plateformes consultées par les jeunes : un environnement clos ?

Daniel Bonvoisin relève l'omniprésence des services centrés sur les divertissements, à priori très sollicités par les jeunes, mais également la tendance de ces derniers à explorer des univers relativement clos. Qu'est-ce qui pourrait inciter les jeunes à aller explorer d'autres univers numériques, au-delà de ces plateformes largement utilisées ? Se pose alors la question du développement des compétences et pratiques numériques des jeunes dès lors qu'ils explorent des univers clos et formatés.

Pierre Fastrez complète cette réflexion en émettant des pistes : est-ce qu'on pourrait distinguer des profils de jeunes qui utilisent un répertoire large de plateformes et ont des usages plus versatiles, ou des jeunes avec des usages plus basiques et qui se concentrent sur un nombre plus limité de plateformes ? On peut penser que des jeunes restent principalement sur une seule plateforme avec leurs pairs, ayant des usages basiques de cette plateforme, tandis que d'autres ont des usages plus approfondis de multiples plateformes.

L'accompagnement des jeunes dans leurs usages numériques

À la question « Vers qui te tourner en cas de questions sur les médias (Instagram, YouTube, Spotify, ...) » et sur l'utilisation des appareils (smartphone, ordinateur portable, tablette, ...), les jeunes déclarent se tourner principalement vers des « bons amis ou camarades de classe » (61%). Concernant la concertation des adultes de leur entourage dans ce même cas de figure : 35% des ados déclarent consulter leurs parents ou tuteurs, et 7% leur enseignant.e, éducateur ou éducatrice. Les expert.es relèvent donc l'omniprésence des pairs et le peu de présence des parents ou des enseignants. Il semble, selon les chiffres de l'enquête, y avoir peu de concertation entre les parents et enfants, se pose la question du « pourquoi ? ». L'expertise serait-elle pensée uniquement entre les mains des plus jeunes ? Y a-t-il un fossé générationnel ? Est-ce une question de représentations sociales ? Les technologies seraient-elles d'abord une affaire de jeunes, voire de genre ?

Geneviève Bazier souligne que les parents ne sont pas toujours en mesure de savoir ce que leurs enfants font sur les écrans. Pour illustrer cet aspect, elle prend l'exemple d'un enfant qui regarde la télévision dans le salon, aux yeux de toute la famille, et celui d'un enfant qui consulte son écran d'ordinateur ou de smartphone seul, dans sa chambre. Si dans le premier cas les parents peuvent mieux percevoir les réactions des enfants face aux contenus qu'ils consultent cela est, dans le second cas, plus compliqué à percevoir. Or, pour Geneviève Bazier, il faut aussi prendre en compte la question de l'affect, des émotions provoquées par les écrans.



Pierre Fastrez constate, suite aux chiffres sur les règles élaborées dans le cadre familial, une différence entre les usages que les jeunes font des appareils connectés et ce que leurs parents en savent. Les jeunes utilisent certains appareils en « vase clos », avec leurs pairs, privilégiant d'autres plateformes pour contacter leurs parents. Plus le jeune grandit, plus on constate que les règles s'estompent pour laisser la place à une forme d'autorégulation des usages des appareils connectés par les ados.

Enfin, les expert.es pointent l'espace disponible pour une concertation entre les jeunes et les adultes, dès lors que les premiers ont davantage de compétences opérationnelles, techniques des appareils et les seconds seraient plutôt en mesure de partager leur expertise d'analyse, d'évaluation, de critique de l'information. Ces échanges d'expertises seraient une opportunité pour l'éducation aux médias. Face à des phrases de parents comme « *Je n'y connais pas grand-chose, mon enfant s'y connaît mieux que moi* », Joëlle Desterbecq estime qu'il faut faire passer le message suivant : il ne faut pas nécessairement être compétent pour s'intéresser aux pratiques numériques de son enfant, la notion de compétence est à relativiser quand on constate qu'elle peut être un frein à l'accompagnement des enfants, par leurs parents, dès leur plus jeune âge.

Interactions avec le public

- YouTube est présenté comme une plateforme de divertissement. C'est oublier que YouTube peut être un vecteur éducatif, une colonne vertébrale dans l'apprentissage des jeunes via des vidéos de vulgarisation, des tutoriels, etc. Par ailleurs, les jeunes peuvent, sur YouTube, se tourner vers des adultes qui produisent certaines vidéos qu'ils consultent, mais peut-être ne les identifient-ils pas comme des adultes.
- A-t-on interrogé les jeunes sur ce qu'ils regardent sur ces plateformes ?
- A-t-on comparé cette étude avec d'autres plus anciennes selon lesquelles, par exemple, la télévision rendrait les jeunes passifs ?



Table-ronde #2 – Les jeunes et l’actu



Cette table-ronde a été consacrée au rapport que les jeunes entretiennent avec l’actualité : quels sont leurs appareils de prédilection pour s’informer ? Et quels sont les sujets qu’ils consultent en priorité ? Les chiffres et graphiques mis en discussion sont à retrouver dans le chapitre du livret des résultats intitulé « Le rapport à l’actualité » (p.39-44).

Animateur : Martin Culot, formateur et coordinateur du centre de ressources à Média Animation ASBL

Expertes et experts :

- Valentine François, chargée de projets multimédias à AMJ
- Céline Gautier, journaliste, fondatrice du magazine Médor
- Muriel Hanot, secrétaire générale du CDJ
- Cassiopée Henaff, chargée de projets multimédias à AMJ

Retour sur les résultats du livret

Les enfants de primaire s’informent principalement via la télévision (pour 40% d’entre eux), puis par le biais de la radio (37%). Les ados consomment eux aussi l’actualité via la télévision et la radio, mais on constate aussi la place importante prise, en ce domaine, par les réseaux sociaux. 41% des jeunes interrogés déclarent consulter quotidiennement des informations partagées sur les réseaux sociaux (via Facebook ou Instagram par exemple). Ce chiffre monte à 62% pour une consultation hebdomadaire. Concernant les sujets traités de façon préférentielle par les jeunes, on retrouve en tête de liste l’actualité sportive, puis la culture, et ensuite les informations sensationnelles. Les informations les moins « populaires » sont liées à la politique.

Discussions des expert.es - nuances, perspectives, problématiques émergentes : résumé

Pour lancer les discussions, Martin Culot propose quatre axes de réflexion :



- Comment les médias s'adressent-ils aux jeunes ? Quelles infos sont spécifiquement pensées pour ce public-là ?
- Est-ce qu'il y a une manière de consommer l'information qui soit spécifique au public jeune ?
- L'importance sociale de l'information : est-ce que dans la consommation de l'information, on peut penser qu'il y a quelque chose de l'ordre du lien, de la communauté ? Est-ce que c'est l'information consommée qui compte, ou bien le fait d'être ensemble, de partager l'information qui est important ?
- La porosité des formats : les limites sont-elles claires entre les informations et les divertissements ?

Une consommation médiatique impulsée par les parents ?

Cassiopée Henaff relate son expérience de terrain et constate que les enfants suivent leurs parents sur la manière de se tenir informés.

Muriel Hanot revient sur le constat d'un glissement, avec l'âge, des usages et des moyens d'information. La consommation en famille reste quand-même un moyen important. Le CDJ a constaté que les jeunes s'adressent aussi aux sites des journaux et qu'ils recourent aussi aux réseaux sociaux pour s'informer.

La porosité entre information et divertissement

Valentine François estime que, à priori, les jeunes disent qu'ils s'informent peu. En réalité, ils le font mais avec une porosité entre les informations et le divertissement. Mais, en cela, est-ce différent du comportement des adultes ? De plus, il apparaît parfois que, pour des jeunes, ce qui définit l'information, c'est la source de l'information elle-même.

Muriel Hanot souligne que, dans le questionnaire pour les enfants, le terme « information » a été défini alors qu'il ne l'a pas été dans le questionnaire soumis aux adolescents. Il y aurait eu lieu de préciser les choses. Elle ajoute qu'il serait intéressant d'aborder la question de la porosité (info/divertissement) dans l'autre sens : que recherchez-vous comme info ? Et où le faites-vous ?

Pour Céline Gautier, il est important de faire comprendre aux jeunes les modèles économiques des principales sources d'informations. Pour les jeunes, comme pour les adultes, c'est le comportement et la manière de consommer qui importent, pas ce qu'on déclare... N'est-il pas normal de choisir des formats et des contenus plus « faciles » à consommer ?

La représentation des jeunes dans les médias

Muriel Hanot estime que les jeunes sont relativement peu présents dans les infos traitées par les médias. En plus, ceux-ci ne savent pas comment s'adresser aux jeunes... L'offre d'information aux jeunes doit absolument passer par les nouveaux supports, leur donner la parole et peut-être les stigmatiser moins systématiquement. Elle complètera plus tard : en matière d'information, ce qui intéresse les jeunes, c'est ce qui les entoure et ce qui leur permet de faire cohésion. Comme les adultes ! Ce n'est pas la catégorie



des centres d'intérêt qui leur importe ; la manière de les associer à l'actualité est plus importante. Si on ne donne pas une place aux jeunes dans l'actualité, ils risquent de s'en désintéresser.

Outiller, représenter, donner la parole aux jeunes : pistes, projets, exemples

Céline Gautier pense que les jeunes ont de réelles aptitudes à rechercher l'information mais qu'il faut les outiller davantage à l'analyse et la critique de celle-ci.

Valentine François évoque un outil de critique de l'info développé par AMJ. Pour elle, il est très important que les jeunes eux-mêmes créent leur propre média ; cela est très formateur. Elle revient aussi sur une initiative d'AMJ qui a consisté à donner la parole aux jeunes sur leurs « médias idéaux ». Ils sont sensibles aux sujets sociaux et environnementaux, ils attendent du décryptage de l'info et sont tournés vers les nouveaux médias.

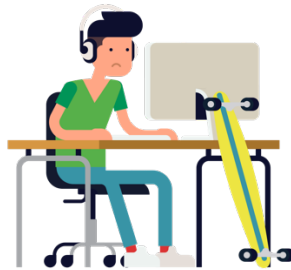
Puisqu'une enquête similaire existe en Flandre, il serait quand-même intéressant de la comparer avec #Génération2020 à propos des jeunes et de l'actu. Médias et jeunes doivent se rencontrer.

Interactions avec le public

- Sabine Van der Putten (RTBF) revient sur le projet « Izi News » de la RTBF qui donne la parole aux jeunes ; notamment par une chaîne comme TARMAC. Il est important de parler à des jeunes de sujets qui les concernent. Mais il est possible d'aller plus loin si on a pris soin de se reconnecter avec eux auparavant. Ça n'empêche pas l'information de qualité. La RTBF veut vraiment se reconnecter avec les ados.
- Laurence Lorie (RTBF) se dit déçue par la table-ronde car elle attendait davantage d'analyse de l'enquête #Generation2020 et moins l'expression des attentes à l'égard d'un service public... Il est difficile pour la RTBF d'identifier la bonne manière. Il serait intéressant d'aller plus loin (étude quantitative et qualitative) sur la recherche et la consommation d'informations par les jeunes ; quelles sont leurs attentes ?



Table-ronde 3 – Interactions en ligne : sexting, vie affective et cyberharcèlement



Cette table-ronde a été consacrée aux questionnements suivants : Comment les jeunes gèrent-ils leurs interactions en ligne ? Dans quelle mesure les outils numériques les accompagnent-ils dans l'exploration de leur vie affective et amoureuse ? Sont-ils touchés par le cyberharcèlement, et comment le comprennent-ils ? Les chiffres et graphiques qui ont nourri les discussions et réflexions de cette table-ronde sont à retrouver au chapitre « Embrouilles en ligne : stress, harcèlement et drague non-désirée » du livret » (p. 45-58).

Animatrice : Sandrine Geuquet, conseillère pédagogique numérique à Wallonie-Bruxelles Enseignement.

Expertes et experts :

- Yves Collard, experts et formateur en éducation aux médias à Média Animation ASBL
- Pascal Minotte, chercheur au CRÉSAM
- Arnaud Zarbo, Responsable du secteur prévention à NADJA Asbl
- Isabelle Kidawa, animatrice multimédia à Centre Ener'J
- Claire-Anne Sevrin, directrice de Yapaka

Retour sur les résultats du livret

47% des ados ne s'imaginent pas passer une journée sans leur smartphone, via lequel ils se sentent davantage connectés à leurs amis (pour 59%) et mieux informés (pour 68%). 39% déclarent faire un usage trop important de cet appareil, et 61% reçoivent des remarques régulières de leurs parents à ce propos. Les enfants ont également été interrogés sur leur rapport avec différents appareils, et notamment la tablette (appareil que les enfants de primaire utilisent le plus) : 55% déclarent qu'ils ressentiront un manque s'ils sont privés de leur tablette pendant une journée, et 61% s'estiment « trop attachés » à cet appareil. Ils estiment, pour 56% d'entre eux, que leurs parents eux-mêmes sont trop occupés avec certains appareils, en l'occurrence le smartphone.

Globalement, les ados veillent à protéger leur vie privée sur les réseaux sociaux et ce principalement via un contrôle a priori : ne pas accepter certains amis sur des réseaux sociaux (79%) ou gérer les paramètres de confidentialité (64%).



Un nombre restreint de jeunes a répondu aux questions relatives au sexting. 4% des enfants interrogés déclarent avoir déjà envoyé une photo « sexy » d’eux-mêmes à quelqu’un d’autre. 4% préfèrent ne rien dire à ce sujet. Concernant la réception de ce genre de contenu, 16% déclarent en avoir déjà été les destinataires. Les chiffres concernant les ados et les pratiques de sexting sont les suivants : 15% des jeunes déclarent avoir pris des photos coquines d’eux-mêmes, mais ne l’ont pas pour autant effectivement envoyée. De toutes les photos à connotation sexuelle ou érotique, 24% ne sont pas envoyées. 17% des répondants déclarent avoir déjà reçu des photos coquines de quelqu’un d’autre.

Concernant les résultats relatifs au cyberharcèlement (distribution aléatoire des questions sur ce thème, à un nombre restreint d’élèves) : 11% des enfants sondés déclarent avoir souffert d’une intimidation en ligne, et 13% préfèrent ne pas répondre à la question. 9% d’entre eux ont déjà été intimidés. Quant aux ados, 79% déclarent ne jamais avoir eu d’embrouilles en ligne (intimidation, agressivité, arnaque...). Pour ceux qui ont été confrontés à un souci en ligne, il s’agissait d’un message blessant, haineux ou de menaces. Et dans 61% des cas, de la part de personnes qu’ils connaissent bien. Lorsqu’ils rencontrent ce type de souci, 19% préfèrent n’en parler avec personne, 47% échangent avec des amis, 39% avec un parent et 17% avec un ou une enseignant.e.

Discussions des expert.es - nuances, perspectives, problématiques émergentes : résumé

Sandrine Geuquet introduit l’échange : le terme « embrouilles en ligne » choisi dans la rédaction du rapport #Génération 2020 est provocateur et révélateur. Il éclaire sur les ennuis que les jeunes pourraient rencontrer via les réseaux sociaux mais aussi sur l’image que la société a de ce que pourraient être ces dangers. Cette table-ronde est une occasion d’éclairer sans minimiser, de démystifier certains usages et de renvoyer aux adultes un miroir de leurs propres utilisations.

Pour enclencher la suite des discussions, l’animatrice propose de partir de mots-clés, projetés sous forme de hashtag sur l’écran et à partir desquels les experts développent leur propos.

#Retours de terrain

Terme choisi par Isabelle Kidawa.

Les résultats de l’enquête confirment le ressenti de terrain. En classe, lorsque les élèves parlent de dérives, ce ne sont pas forcément des mauvaises rencontres « extérieures », éloignées, il s’agit plutôt d’amis, de copains qui agissent sans se rendre compte des conséquences négatives sur autrui. Ils considèrent souvent que leur liberté d’expression est sans limite. Ce qui est de nature à provoquer des propos racistes, discriminants et blessants. La plupart des élèves sont davantage « témoins » que visés directement.

Arnaud Zarbo ajoute qu’un.e adolescent.e qui provoque cherche à se construire, à voir comment les autres vont réagir. Le curseur principal du jeune est de voir ce qu’en disent les copains-copines. Les algorithmes renforcent cette identité en construction.

Yves Collard revient sur les entretiens qualitatifs menés dans le cadre de l’enquête « Génération 2020 », pas mal de thématiques renvoient à des questions morales du type « qu’est-ce qui est bon ? » « Qu’est-ce



qui est bien ? ». Les normes de genre sont extrêmement visibles. Le contrôle de la sexualité des filles apparaît clairement. Pour les jeunes filles, une zone est à négocier constamment entre un niveau de désirabilité et de respectabilité.

#Intimité-extimité

Terme choisi par Claire-Anne Sevrin

Yapaka a travaillé sur la thématique « les enfants et les écrans ». Comment les nouvelles technologies entrent-elles en résonance par rapport à l'âge des enfants, à la règle « 3-6-9-12 ans » ? Que viennent-ils chercher sur un réseau social ?

Pour les ados, la pire sanction des parents est de confisquer leur téléphone : « *Si mes parents prennent mon téléphone, ils me volent ma vie* ». On n'est pas dans un clivage « réel-virtuel ». Le moment de passage de l'intimité sur une plate-forme virtuelle est plutôt à nommer « désintimité » : ce moment où l'ado se sent poussé par l'extérieur à déposer sur le web des choses qu'il n'aurait peut-être pas mises, dans le but d'avoir un retour des autres, un avis, un regard. L'ado se construit. Cette « pratique » existait déjà avant internet, bien sûr, mais aujourd'hui elle se fait aussi virtuellement. Or, le niveau de développement psychique de l'ado n'est pas celui de l'adulte. Il est moins abouti, il est en construction. Il y a « embrouille » quand il y a désintimité pure, quand l'intimité est déposée dans un cadre qui n'est pas bienveillant. C'est comme si on prenait un morceau d'intimité de l'ado, il ne lui appartient plus.

Pascal Minotte ajoute que cette période concerne surtout la fin de l'enfance et le début de l'adolescence. Par essai-erreur, les ados apprennent à se construire des habilités, une résistance.

Yves Collard précise que les garçons et les filles mettent en place des techniques de contrôle de l'image très abouties, surtout les filles. Que peut-on montrer sur le Net ? Quelle photo de mon intimité je poste ? Les réponses sont précises et focalisées plutôt sur les filles. Lorsqu'ils forment un couple, les règles sont assouplies ou éclatent. Apparaît alors la crainte de la trahison.

#Sexualisation-sexy

Terme choisi par Arnaud Zarbo.

Il faut se méfier du prisme de la lecture par le « risque » (tendance de la posture d'éducateur) et en ce sens, le livret des résultats adopte un ton rafraîchissant, prenant le contrepied de certaines craintes ou préjugés. Le livret permet de se préserver de la vision diagnostique qui tend à « pathologiser » à tout-va les écarts par rapport à la norme.

A l'adolescence, la sexualisation des liens existe et c'est normal. Une disparité de genre est bien visible : la sexualité des filles est contrôlée. Un levier pour l'éducation pourrait être le développement de solidarité de genre et faire prendre conscience des dommages, des blessures provoquées. La victime subit souvent une double peine : sa photo intime est diffusée et elle est critiquée par ses pairs (« elle n'avait qu'à pas poster cette photo d'elle »). Celui qui a partagé est rarement inquiété. Il importe également de ne pas



confondre maladresse/manque de compétences (propres à l'adolescence) avec une volonté manifeste de nuire.

Isabelle Kidawa confirme la double peine : on ne critique pas celui qui a repartagé la photo, mais bien la jeune fille qui y figure. Une jeune fille doit être séductrice mais pas trop... Le jugement des filles entre elles est souvent encore plus dur. Il n'y a pas de solidarité de genre. Yves Collard partage mais souligne que les partages d'images restent le plus souvent dans un cadre très limité. Le phénomène existe aussi pour les garçons : les « *dick pick* », envoi de photos de (gros) sexes masculins aux filles sont vite balayés : « si un garçon m'envoie cela, je le vire ».

Claire-Anne Sevrin évoque « Le blog de 100drine » : les ados peuvent venir y déposer des morceaux de leur vie ou commenter les articles d'autres. La question la plus posée sur le moteur de recherche est « Comment savoir si un garçon m'aime ? ». Ce qui anime les ados c'est la question du désir. Comment rencontrer l'autre ? Qui suis-je pour l'autre ?

Arnaud Zarbo estime que les photos sur le web, c'est comme une redécouverte du corps. Les ados veulent du présentiel. Penser la question de l'image en lien avec le corps. Comment s'approprier de manière critique le rapport au corps ?

#Surutilisation

Terme choisi par Pascal Minotte

Dans l'enquête et les questions qu'elle pose, considérer que « les jeunes » sont trop attachés à leur smartphone, ou leur tablette contient un biais : la question est posée par l'adulte. La rhétorique de l'addiction phagocyte trop souvent l'éducation aux médias. Le lien entre médias sociaux et stress ou mal-être est extrêmement complexe. Il faut éviter d'entrer dans la médicalisation à outrance et de faire des corrélations hâtives. Il faut être dans une lecture large qui sort de la linéarité. Le média permet aussi d'échapper au stress.

Yves Collard estime que les enquêtes posent généralement les mauvaises questions. Il faudrait parfois les retourner et ne pas les lier systématiquement aux technologies : « *penses-tu que tu es trop attaché à tes amis ?* » plutôt que « *penses-tu que tu passes trop de temps sur ton smartphone ?* ». Pour le jeune, il n'y a pas d'abord de la technologie, il y a d'abord des amis, de l'info...

Arnaud Zarbo ajoute qu'il ne faut pas oublier de qui on parle. La fonction de l'ado est de tester les limites. La fréquence d'utilisation des réseaux sociaux est un excellent point de départ pour une discussion en famille sur les comportements, les limites, les valeurs. Le « territoire jeunes » n'existe plus. On ne laisse plus les jeunes à l'extérieur. Le jeune a bien compris, il est là où l'adulte n'est pas : sur les réseaux sociaux.

Pascal Minotte souligne un gros malentendu : tandis que les adultes cherchent à proposer une offre de contenus qui plairait/conviendrait aux jeunes, la préoccupation de ceux-ci est d'abord l'autonomie : « laissez-nous en paix ».

#Autorégulation-corégulation



Terme choisi par Yves Collard

Les jeunes semblent avoir une vision très claire de qu'on dit, ce qu'on envoie et à qui. Ils sont globalement très autonomes dans leurs réflexions. Cela vient aussi d'un intense travail de réflexion collective de ce qu'il y a à faire ou pas.

Isabelle Kidawa ajoute que certains jeunes raisonnent leurs parents, leurs grands frères, grandes sœurs sur ce qu'ils publient sur le Web. On aurait pu ajouter cette question dans le questionnaire Génération 2020.

En guise de conclusion de la table-ronde

Public : les adultes de 35-45 ans constituent une génération qui est une sorte de « trou noir » : ils pensent qu'ils savent tout sur le web, les réseaux sociaux... qu'ils ne doivent rien apprendre alors qu'ils ne respectent pas le droit à l'image de leurs enfants par exemple.

Pascal Minotte signale que ce ne sont pas les adolescents qui sont les premiers pourvoyeurs de théories farfelues. Or, on considère souvent qu'« *il faut les éduquer aux médias pour leur apprendre à...* ». Il y aurait aussi un travail à mener chez les plus âgés.

Arnaud Zarbo revient sur le besoin connu depuis longtemps de vouloir se différencier de la génération d'avant et de celle d'après. Il y a une éducation aux médias, mais il y a aussi un rapport au monde. Le rapport au média est culturel. Il se transmet dans les familles. Qu'est-ce qui est le plus important pour vous ? Que voulez-vous transmettre ? Ce n'est pas tant le contrôle sur le média mais plutôt comment renforcer le lien, l'empathie, la solidarité qui sont au cœur de l'éducation. Peu importe le média. Il faut éviter de cliver les générations, se méfier de cette dichotomie entre les jeunes et les vieux. Les jeunes sont peut-être plus immatures. Il ne faut pas avoir la même attente de régulation chez les jeunes. Ce n'est ni utile, ni éthique.

Yves Collard a constaté pendant les entretiens que ce n'est pas tellement la technologie qui préoccupe les ados mais ce sont les pratiques. Par exemple, les adolescents ne parlent pas de cyber harcèlement mais de harcèlement. Or, les parents sont parfois focalisés sur la technologie.



3. Perspectives



Réunie en séance plénière le 21 octobre 2020, l'assemblée du CSEM est revenue sur les résultats de l'enquête et sur la journée d'étude. Se basant sur les réflexions des expert.e.s recueillies dans les tables-rondes, les membres du CSEM ont réagi et proposé des pistes qui pourraient constituer des perspectives à saisir.

► Recueillir des données supplémentaires / assurer une collecte de données longitudinales

L'enquête est riche en enseignements sur les pratiques des jeunes. Dans le même temps, elle révèle des manquements et nécessiterait un état des lieux davantage documenté. Il serait indispensable de pérenniser ce type d'enquête de manière longitudinale puisque c'est sur base de ce type de données que des initiatives de terrain et des projets de recherche cohérents peuvent être lancés.

La récolte de données pour l'enquête #Génération 2020 a été réalisée avec un financement européen ponctuel. Ce type de recherche est difficile à mener dans les Universités et les centres de recherche associés sans un financement adéquat. Il convient aussi de pointer le manque de financement disponible pour l'éducation aux médias de la part des bailleurs de fond classiques en recherche (FNRS, ...).

Le CSEM pourrait également se saisir d'autres enquêtes et recherches en cours ou déjà abouties pour les articuler.

Par exemple :

- la FAPEO avait fait une enquête sur le bien-être, le sentiment d'isolement et la fracture qui pouvait exister au niveau des jeunes et au niveau des parents corrélée avec le niveau économique et le niveau d'éducation (communication suivra)
- l'étude en cours du JRC (Joint Research Center) de l'Union Européenne relatif à l'étude des impacts de la crise COVID sur les usages numériques des jeunes (en cours de réalisation)
- le sondage du Forum des Jeunes relatif à l'éducation aux médias pour les jeunes de 16 à 30 ans



- l'étude sur les pratiques et consommations culturelles de la population en Fédération Wallonie-Bruxelles réalisé par l'Observatoire des politiques culturelles

De nombreux membres du CSEM sont prêts à collaborer afin de co-construire un projet de recherche et la mise en place d'un baromètre permanent des usages médiatiques. Le service d'études de la RTBF marque son intérêt sur le fond et la méthodologie.

Le CSEM réunira en 2021 le groupe de travail "Recherche" élargi aux partenaires intéressés (CSA, RTBF, OPC, direction de la recherche du Ministère,...) afin d'envisager la mise en place d'une nouvelle enquête à l'horizon 2023.

► Etendre le baromètre à d'autres catégories de publics

L'étude #Génération 2020 contient des données récoltées auprès de jeunes de 6 à 18 ans. Elle met également en lumière que la catégorie d'âge sondée n'est pas « isolée » dans ses usages : interactions parents-enfants et entre pairs influencent leur rapport aux médias numériques.

Il en résulte la nécessité d'étendre cette enquête à d'autres publics : seniors, « jeunes » adultes, personnes en situation de vulnérabilité sociale et culturelle ...

Disposer d'une enquête élargie à d'autres publics permettrait d'identifier les besoins en accompagnement de ces publics.

► Partager et/ou produire des contenus en ligne

Partager des contenus en ligne ou les produire constituent deux démarches différentes. « Génération 2020 » montre que l'activité des jeunes sur les réseaux sociaux consiste principalement à liker et « suivre ». Ils partagent du contenu entre eux dans un relatif isolement, dans leur cercle, en restant dans un environnement connu. Certains experts soulignent le fait qu'il serait intéressant d'inciter les jeunes à produire des contenus destinés à un public plus large et d'interroger les mouvements de solidarité, les dynamiques d'engagement. Un enjeu serait d'accompagner les jeunes dans cette production de contenus afin de les « professionnaliser », d'encadrer la parole et de la rendre moins polarisante. L'angle d'analyse via la production de contenus est originale et pourrait être étendue. Il serait intéressant d'outiller les enseignant.e.s pour accompagner les élèves à la production de contenus en classe, ou encore de creuser cette question de production de contenus dans des TFE, mémoire et autres travaux de recherche appliquée.

► Les jeunes et l'actu



Les jeunes s'informent davantage via les réseaux sociaux que les médias « traditionnels », même si ces derniers continuent à exister dans leurs pratiques informationnelles. Les contenus délinéarisés prennent une place importante dans les usages, entraînant des conséquences sur le rapport des jeunes à l'actualité, les modes de consommation et sur la complémentarité des appareils et usages.

Une porosité entre « information » et « divertissement » est présente : sur le Web, tous les genres sont mélangés... Comment s'y retrouver ? Quels sont les critères qui distinguent l'information du divertissement ? L'information doit-elle être attractive pour susciter la curiosité des jeunes ? Pour s'informer, les jeunes accordent beaucoup d'importance au témoignage direct et cliquent plus facilement sur contenu plus « accessible », plus facile à consommer (tout comme leurs aînés d'ailleurs...).

L'éducation aux médias pourrait mettre l'accent sur la diversification des sources d'information et les compétences informationnelles pour permettre aux jeunes de développer leur curiosité par rapport à l'actualité et d'élargir la diversité de leurs sources d'information. Dans la recherche d'information par exemple, les jeunes consultent très souvent les mêmes plateformes. Comment les inciter à développer d'autres plateformes que les plateformes classiques qu'ils consultent ? Il serait également intéressant de développer leurs compétences techniques pour comprendre comment fonctionne l'outil, approfondir la connaissance des modèles économiques des fournisseurs face à l'omniprésence de services centrés sur le divertissement et la domination de certains grands groupes.

Un autre constat réside dans le fait que les jeunes sont relativement peu représentés dans les médias « traditionnels » et les consultent peu. Or, des contenus spécifiques existent. La RTBF, par exemple, développe des programmes d'actualité spécialement conçus pour les moins de 14 ans et les 15-25 ans. Il serait opportun de mieux faire connaître ces programmes aux enseignant.e.s, éducateur.rice.s, parents pour qu'il.elle.s encouragent les jeunes à consulter ces outils conçus pour eux.

► Elargir la questions des interactions en ligne (sexting, vie affective, cyberharcèlement)

Il serait intéressant d'élargir les thématiques liées aux interactions en ligne. L'enquête a bien identifié un certain nombre d'enjeux liés aux interactions avec les parents et les proches notamment la dimension affective, les stéréotypes de genre et le harcèlement. Mais la tendance est à se cantonner dans des interactions conçues avec les plus proches. Il faudrait élargir les compétences techniques des adolescents mais aussi les compétences sociales : apprendre aux jeunes à s'exprimer dans des espaces sociaux plus larges que leurs proches et leur donner les moyens d'intervenir dans des communautés d'intérêt.

L'enquête fait état d'une omniprésence des normes de genre sur les réseaux sociaux et d'un fort contrôle de la sexualité des filles, à savoir ce qui est peut (ou pas) être publié, envoyé sur le net et les jugements qui s'en suivent. La norme hétérosexuelle est massivement présente dans les résultats. L'absence de solidarité de genre (entre jeunes filles) a été relevée. Il serait intéressant d'étudier les phénomènes de mobilisation et les mouvements de solidarité entre les jeunes.



Il ne faut pas cantonner le soutien à la parentalité uniquement pour la petite enfance, il doit être envisagé plus largement. Les cultures familiales autour des écrans sont des leviers intéressants pour l'éducation aux médias. Le soutien à la jeunesse passe par le soutien à la parentalité.

Intégrant les résultats de #Génération 2020, un groupe de travail du CSEM « Parentalité et médias numériques » se réunira fin novembre en lien avec l'outil « Parents connectés.be ». L'objectif est d'échanger des réflexions entre partenaires sur les échos des résultats de l'enquête dans son propre travail et par rapport à son public, d'évaluer le type d'informations dont les parents ont besoin et d'envisager comment mieux répondre aux parents sur ces questions.

► Faire confiance aux jeunes eux-mêmes...

La catégorie nommée « les jeunes » dans l'enquête est généralisante et peu nuancée. Elle est utilisée par facilité. Le lecteur avisé aura remplacé « les jeunes » par « une grande partie des jeunes ». La majorité des jeunes a un usage « basique » du Web, une minorité « geeke ». Il est indispensable que les adultes, éducateur.rice.s, changent leur regard par rapport aux jeunes, qu'ils quittent le mythe d'une génération « passive » qui ne s'intéresse à rien... Faisons confiance aux jeunes pour être inventifs... Ils sont aussi des personnes-ressource, ils ont des compétences médiatiques, conseillent souvent leurs aînés...

Il serait intéressant de leur donner davantage la parole, de leur demander quelles pistes ils proposent pour solutionner certaines questions. Il convient d'éviter de limiter le questionnement à la technologie et de favoriser la coopération entre tous les acteurs.

► Des pratiques numériques aux usages médiatiques

L'enquête a été centrée sur les pratiques numériques des jeunes de 6 à 18 ans. La distinction entre pratiques numériques et usages médiatiques devient de plus en plus poreuse dans la mesure où les formes médiatiques contemporaines s'imbriquent et sont déclinées dans des formats numériques. Il serait intéressant d'étendre l'enquête à d'autres usages médiatiques comme le rapport à la télévision (linéaire ou délinéarisée) et ses différents genres (séries, documentaires,...) ou encore le cinéma qui font partie intégrante des usages médiatiques des jeunes et des adultes.