

#GÉNÉRATION 2020

Les usages des écrans chez les moins
de 20 ans



LA CONFÉRENCE

Coordination de la conférence : Sophie Huys
Rédaction : Briec Guffens, Sophie Huys, Bérénice Vanneste

À l'initiative du CSEM et de Média Animation, l'enquête *#Génération2020* a été mise en débat lors d'une conférence exceptionnelle. Introduite par Madame Bénédicte Linard, Ministre de l'Enfance, de la Santé, de la Culture, des Médias et des Droits des femmes, cette journée a rassemblé une quinzaine d'experts et expertes en éducation aux médias. Leur tâche : offrir un regard réflexif sur trois grandes thématiques de l'enquête, devenues autant de tables rondes durant la journée : « Fracture(s) numérique(s) » ; « Les jeunes et l'actu » ; « Interactions en ligne : sexting, vie affective et cyberharcèlement ». Petit florilège d'interventions et d'échanges, d'apports et de nuances, pour enrichir les données récoltées. Comment les interpréter afin de déployer des politiques et des pédagogies d'éducation aux médias pleinement adaptées et novatrices ?

L'intégralité des débats en table ronde est à revoir en vidéo sur <https://www.generation2020.be/evenement/journee-en-videos/>



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

Ce sont les chiffres relatifs aux appareils connectés dont les jeunes disposent, et aux usages qu'ils et elles en font, qui ont été abordés pendant cette première table ronde. Elle a également mis en question l'accompagnement des pratiques numériques des jeunes par les adultes (parents et pédagogues). Les chiffres et graphiques mis en discussion sont à retrouver aux chapitres suivants, dans l'enquête : « Les jeunes et les écrans – accès à une variété d'appareils » (p. 17) ; « Les réseaux sociaux : pour se divertir, interagir et créer » (p. 25) et « Réguler ses propres pratiques numériques : entre règles et non-dits » (p. 57).

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

Expertes et experts :

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

Des chiffres en regard de la crise sanitaire de 2020-2021

En 6e primaire, 87% des élèves disposent de leur *smartphone*. 94% des adolescent-es interrogé-es disposent du leur. Ces statistiques élevées corroborent une vision communément admise : les jeunes sont ultra-connecté-es, et bien équipé-es. Daniel Bonvoisin ouvre les débats sur le fait qu'il existe pourtant « *une minorité non négligeable d'enfants qui n'ont pas accès aux outils numériques. Le chiffre augmente lorsqu'on s'intéresse à des équipements plus pointus comme l'ordinateur portable ou fixe, qui reste assez faiblement utilisé* » (Daniel Bonvoisin). En secondaire, « seul-es » 70% des jeunes disposent en effet de cet équipement. Ce chiffre pourrait être perçu comme satisfaisant si l'on considère ces outils pour leur potentiel en termes de loisir, d'accès à l'information ou à la sociabilité en ligne. Mais la crise sanitaire de 2020 et 2021 a mis en évidence les problèmes auxquels sont confronté-es trois jeunes sur dix lorsqu'il s'agit d'avoir accès à un outil adapté pour suivre les cours à distance. Chez les élèves du fondamental, « *seulement 70% ont accès à une tablette, qui est souvent le médium le plus utilisé pour les cours à distance dans l'enseignement primaire. Cela veut dire quand même qu'un tiers des enfants* »

n'a pas cette possibilité et donc est potentiellement laissée sur le côté de la classe numérique » (Daniel Bonvoisin). Si la collecte de résultats s'est effectuée avant la crise sanitaire, révèlent-ils aujourd'hui les problèmes concrets que posent les disparités d'accès à certains dispositifs numériques ?

Fractures multiples ?

« *Quand on parle de fracture numérique on essaye d'identifier des groupes sociaux dont certains auraient accès à internet, et d'autres seraient exclus de cet accès. Est-ce qu'il existe un groupe social qui n'a pas accès à internet, et si oui, quelles sont les caractéristiques de ce groupe ?* » (Pierre Fastrez). Les chiffres de *#Génération2020* ne permettent pas d'identifier une ou des catégories sociodémographiques plus spécifiques de jeunes subissant cette fracture, ni de percevoir la proportion d'entre eux et elles « volontairement » déconnecté-es. Pierre Fastrez encourage, par ce constat, à une certaine prudence dans l'interprétation des chiffres et leur mise en rapport avec la notion de fracture numérique. Il faudrait, pour lui, croiser d'autres variables (Réalité économique ? Niveau d'études ? Lieu de vie ?) pour identifier quel-les enfants sont empêché-es dans leur accès au numérique.

#Génération2020 révèle, cependant, une différence entre deux catégories d'outils : objets tactiles mobiles d'une part (*smartphones*, tablettes), ordinateurs (portables ou pas) d'autre part. « *On pourrait se dire que la population pourrait avoir le smartphone et la tablette comme porte d'entrée sur le numérique et que ça suffit pour l'essentiel des gens. Mais dans la période qu'on vit actuellement (la crise sanitaire liée au Covid-19), qui a forcé tout le monde à télétravailler pour les adultes, et à assister au cours à distance pour les enfants, l'utilisation d'objets plus avancés représente un enjeu* » (Pierre Fastrez). Samy Carrère invite, lui, à distinguer la détention d'un appareil « connectable » du fait de le connecter effectivement à Internet. « *On peut détenir des appareils, on peut les utiliser, faut-il encore pouvoir les connecter, et si on les connecte faut-il encore avoir une qualité au niveau de la connexion qui permette une utilisation viable* » (Samy Carrère). Au-delà de la possession d'appareils numériques pourrait ainsi être mise en question la couverture « web » du territoire belge. Abonné-e chez un opérateur de distribution d'Internet, chacun et chacune jouit-il et elle d'un débit suffisant pour suivre une visioconférence ou consulter des contenus audiovisuels en ligne ? Plus fondamentalement et au-delà de considérations logistiques, l'accès à ces technologies n'indique rien quant aux compétences acquises pour en optimiser l'utilisation.

Geneviève Bazier insiste, d'autre part, sur la diversité des pratiques numériques d'une famille à l'autre. « *Je ne sais pas si on peut encore parler d'une fracture numérique en termes d'accès. Ce qu'on a constaté c'est plutôt une différence dans les pratiques numériques. (...) Il y a des parents qui sont convaincus qu'ils doivent mettre leur enfant dès les premiers mois devant une tablette parce que ça fait partie de son univers. Il y en a d'autres, au contraire, qui vont dire "non, non, on va interdire tout cela, ce n'est pas bon"* » (Geneviève Bazier). Alors que certains enfants sont

confronté-es très tôt aux appareils connectés, d'autres s'en voient restreindre l'accès avant un certain âge. Dès lors, on peut constater des différences de compétences lorsque l'enfant arrive à l'école.

Si peu de pistes ont été abordées afin de combler le manque d'accès au numérique de certain-es, la disparité des compétences et du degré de maîtrise d'outils plus complexes (ordinateurs) fait consensus.

Une consommation médiatique délinéarisée

Joëlle Desterbecq pointe l'usage, toujours élevé, de la télévision. Elle note que celle-ci, dans *#Génération2020*, est abordée comme un équipement, mais que, à travers les entretiens, les jeunes expriment la multiplicité des usages auxquels se prête l'appareil. Elle invite à distinguer la télévision comme « téléviseur » et la télévision comme « mode de consommation ». « *On perçoit peut-être une forme de complémentarité dans l'utilisation à la fois des équipements dits traditionnels et des modes de consommation dits traditionnels, et des équipements numériques et connectés. Il y a une utilisation du téléviseur pour regarder des contenus qui sont délinéarisés, par exemple utiliser la télévision pour regarder YouTube. Et on relève aussi une utilisation des supports numériques pour consommer des contenus qui sont originaires du linéaire* » (Joëlle Desterbecq). Dès lors, comment les jeunes exploitent-ils et elles les outils disponibles pour explorer des contenus médiatiques ?

Samy Carrère relève que les jeunes font preuve d'autonomie dans leur recherche de contenus : ils et elles les sélectionnent en fonction de leurs affinités et du potentiel de l'outil. Ils et elles les utilisent parfois de manière complémentaire, naviguent entre différents appareils et applications, dans une forme de zapping qui dénote leur capacité à choisir et à s'approprier les contenus. L'offre de diffusion médiatique s'est étoffée, ainsi que les usages. Pour le CSA, le fonctionnement des plateformes et la multiplicité des contenus a imposé de nouvelles démarches de régulation. Les différents acteurs doivent en effet être traités de manière équitable, et les mêmes règles doivent s'appliquer à chaque média de diffusion ou de partage de contenu. La directive européenne sur les services de médias audiovisuels a été récemment révisée en regard de l'évolution des réalités du marché. « *Les services de vidéo à la demande (VOD) seront désormais soumis à davantage de règles en termes de protection des mineurs, des consommateurs, ou en termes de quotas d'œuvres européennes (...) ou de diffusion des discours de haine* » (Joëlle Desterbecq).

Apparaît donc une opportunité pour les jeunes (développer sa propre consommation numérique), qui s'accompagne d'une difficulté (considérer et réguler des usages de plus en plus hybrides). Plus tard dans le débat sera pointée par un membre du public l'importance des jeux vidéo en ligne pour interagir, à travers les boîtes de chat. Pierre Fastrez répondra à cette remarque qu'en effet, « *on a tendance, par facilité, à segmenter par appareil ou par application. Or on a tout intérêt à segmenter par type d'utilisation. Quelle est la finalité de ce qu'on est en train de*

faire ? Est-ce qu'on est en train de jouer ? Est-ce qu'on est en train d'échanger avec ses pairs ? Évidemment les choses peuvent être concomitantes. (...) Il y a une telle fluidité entre les plateformes que ça a de moins en moins de sens de segmenter les choses par outil » (Pierre Fastrez).

À nouveau, les fractures ne sont peut-être pas entre des appareils, ni même entre des applications que l'on pourrait aisément catégoriser. Les jeunes jonglent avec les outils disponibles, déploient des pratiques personnelles pour atteindre leur objectif. N'est-ce pas en regard des pratiques, et non en regard d'outils ou services, qu'une éducation au numérique doit se déployer ?

Produire ou liker des contenus ?

Distinction peut être faite entre les médias de diffusion et les médias de contribution. Pierre Fastrez pointe, dans l'enquête, des contrastes dans l'activité médiatique des enfants et ados : 63% des élèves du primaire déclarent produire du contenu, et on peut se réjouir de cette exploitation active du numérique. Mais en secondaire : les comportements tels que « aimer/suivre » prennent le pas sur les comportements de production. Pour ceux et celles qui publient leurs contenus, à qui celui-ci est-il destiné ? « *Quand on partage ses propres publications, on les partage plutôt avec une communauté de gens qu'on connaît, avec ses amis, ses pairs. Ça permet aussi de mettre le doigt sur la figure de l'inconnu. On oppose "partager avec ses pairs" versus "partager avec l'inconnu". L'inconnu est toujours nappé de mystères et de danger. Partager avec l'inconnu, ce serait potentiellement dangereux. Il y a peut-être lieu de nuancer ce jugement. Ce qu'on constate à travers ce portrait des adolescents, c'est que peu d'entre eux font de la production sociale au sens large, c'est-à-dire où ils peuvent s'adresser à des communautés de gens qu'ils ne connaissent pas (...) » (Pierre Fastrez). Il y aurait là une opportunité à saisir : encourager les jeunes à s'adresser à un public plus large pour faire entendre leur voix, et ce, sans tomber dans des discours alarmistes laissant penser que ce public plus large est synonyme de danger.*

Les plateformes consultées par les jeunes : un environnement clos ?

Daniel Bonvoisin relève l'utilisation massive par les jeunes de services centrés sur le divertissement et le partage de contenus. Ces plateformes de réseaux sociaux (Instagram en tête) proposent à l'utilisateur-riche une utilisation « clé sur porte », très formatée. La création est facilitée (poster une photo sur un réseau social est élémentaire), mais très encadrée (il n'est possible de faire que ce que l'application permet). « *Est-ce que l'omniprésence de ces outils ne va pas à l'encontre de l'apprentissage de compétences numériques utiles dans des circonstances éducatives ou professionnelles ? Est-ce que l'usage de ces services prépare bien aux besoins numériques de la société ? Est-ce n'est pas là aussi les signes d'une fracture numérique automatique du fait de l'omniprésence de ces outils-là ? » (Daniel Bonvoisin). Là où*

le *geek* des années nonante se muait en explorateur débrouillard face à un bug, le ou la jeune connecté-e en 2020 n'est pas encouragé-e à développer une « curiosité technologique ». Comment enrichir les compétences et pratiques numériques des jeunes dès lors qu'ils et elles explorent ces univers clos, formatés et « trop » faciles d'utilisation ?

À nouveau, un lien entre les apprentissages technologiques et les équipements disponibles peut être fait. Si les *smartphones* et tablettes proposent une utilisation « verrouillée », c'est l'ordinateur qui permet (un tant soit peu) de s'immerger dans une machine et dans des logiciels plus complexes. « *Est-ce qu'il n'y a pas des opportunités à créer pour que les enfants se familiarisent avec ces types d'équipements (ordinateurs), qui ont une complexité inhérente à laquelle il faut faire face en termes de technicité ? (...) Même si les compétences médiatiques ne sont pas que des compétences techniques, avoir cette familiarité avec la technique peut être un atout* » (Pierre Fastrez).

Pierre Fastrez complète cette réflexion en proposant 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, et des jeunes avec des usages plus basiques et qui se concentrent sur un nombre plus limité de plateformes ? On peut considérer qu'une majorité des jeunes reste principalement sur une seule plateforme avec ses pairs, ayant des usages basiques, tandis qu'une minorité d'autres ont des usages plus approfondis d'une variété de plateformes. Cette distinction entre deux profils – l'un fidèle à « sa » plateforme, l'autre plus curieux – induit l'acquisition de compétences numériques différentes. « *Dans le fait de passer d'une plateforme à l'autre, dans une versatilité dans les usages, on peut aussi tirer une certaine forme d'expertise qui peut être un avantage* » (Pierre Fastrez). Une étude américaine montrait déjà il y a une dizaine d'années que la grande majorité des jeunes « traînent » en ligne là ou d'autres « investissent du temps dans l'appropriation d'outils numériques » (Pierre Fastrez). « *Au niveau des parents c'est exactement la même chose. Certains vont être dans l'utilisation tout à fait basique : avoir un smartphone pour communiquer et envoyer quelques photos. Puis il y en a d'autres qui vont investiguer, aller plus loin, et qui vont aussi faire participer leur enfant à cette découverte. Il y a là aussi des inégalités* » (Geneviève Bazier). Pour Geneviève Bazier, les parents saisissent l'opportunité d'utiliser les réseaux sociaux pour échanger des pratiques, outils et supports entre pairs, et parfaire ainsi leur expertise du numérique.

L'accompagnement des jeunes dans leurs usages numériques

Dans l'enquête, 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 s'adresser principalement à des « bons amis ou camarades de classe » (61 %). Concernant la concertation des adultes de leur entourage dans ce même cas de figure : 35 % des répondant-es déclarent consulter leurs parents ou tuteurs, et seulement 7 % leur enseignant-e,

éducateur ou éducatrice. « *Il y a une faible représentation des parents, et la quasi-absence du corps enseignant, éducateurs ou personnel éducatif au sens large qui accompagne des jeunes, que ce soit dans l'école ou l'extrascolaire (l'animateur jeunesse par exemple). Est-ce qu'il n'y a pas une difficulté à aller chercher l'expertise ? Il y a un lien qui n'est pas fait entre ceux qui seraient susceptibles d'avoir des choses à transmettre et les jeunes qui en auraient peut-être besoin, mais se tournent vers leurs pairs ?* » (Daniel Bonvoisin).

Selon les chiffres de l'enquête, la concertation entre parents et enfants à propos des pratiques numériques est faible. « *Quand on interroge les parents pour savoir comment ils utilisent le numérique avec leurs enfants, on se rend compte qu'il y a très peu de dialogue. Il y a là une sensibilisation à faire pour prendre en compte la dimension éducative, qui est manquante* » (Geneviève Bazier). Geneviève Bazier souligne que les parents ne sont pas toujours en mesure de savoir ce que leurs enfants font sur les écrans. Quand un enfant regarde la télévision dans le salon, aux yeux de toute la famille, les parents peuvent mieux percevoir ses réactions. Mais quand un enfant consulte son écran d'ordinateur ou de *smartphone* seul, dans sa chambre, c'est plus compliqué à appréhender. Or, pour Geneviève Bazier, il faut aussi prendre en compte la question de l'affect, des émotions provoquées par les écrans.

Pourquoi l'expertise est-elle pensée comme l'exclusivité des plus jeunes ? « *Par rapport au fait de ne pas se tourner vers les parents et les professeurs, on se demandait s'il y avait un gap générationnel réel, ou est-ce que c'est une question de représentation sociale, la représentation qu'on se construit de l'univers technologique, qui serait d'abord une affaire de jeunes. Il serait aussi intéressant de faire une analyse par genre, de l'ordre des compétences masculines. (...) Est-ce que c'est quelque chose qui se construit sur des stéréotypes ? Est-ce qu'il n'y a pas un travail à faire sur les biais inconscients ?* » (Joëlle Desterbecq).

Pierre Fastrez constate, concernant les règles élaborées dans le cadre familial, le cloisonnement 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 place à une forme d'autorégulation des usages d'appareils connectés par les ados. « *On a l'impression, d'une part, que leurs vies numériques sont relativement séparées, d'autre part, que s'ils interagissent, c'est autour de règles de l'ordre de la restriction, et très peu de la médiation active* » (Pierre Fastrez).

Cette perception hermétique de la vie numérique des jeunes par rapport au monde des adultes est remise en question par un membre du public : « *On a visiblement balayé toute la partie éducative de YouTube. C'est-à-dire qu'on voit les chaînes de vulgarisation, les chaînes scientifiques, qui font des millions voire des dizaines de millions de vues. (...) YouTube est vraiment une colonne vertébrale dans l'appren-*

tissage des jeunes. On voit des jeunes qui étudient grâce à YouTube parce qu'ils trouvent que leur prof de math n'est pas très bon, mais ils en trouvent un autre (qui est un adulte). Donc quand vous dites "ils ne se tournent pas vers les adultes", je pense que ce n'est pas tout à fait vrai. Ils se tournent vers d'autres adultes. Mais pas ceux qu'ils ont en face d'eux, parce qu'en fait il y a encore énormément de professeurs qui, eux, sont les principales victimes de la fracture numérique » (membre du public). Pour le panel d'expert-es, il est en effet évident que ce zapping effectué par les jeunes a bien des vertus créatives et informationnelles, et que l'impression de passivité des jeunes face à leur écran est à relativiser. Les jeunes font bel et bien preuve de créativité dans leurs recherches, et il faut accorder une certaine confiance en leurs capacités.

Mais les expert-es pointent l'espace disponible pour une concertation « hors écran » 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 aux craintes que de nombreux parents expriment, Joëlle Desterbecq estime qu'il ne faut pas nécessairement être compétent pour s'intéresser aux pratiques numériques de son enfant, et ouvrir le dialogue. Si l'absolue nécessité d'être formé est à relativiser, l'éducation aux médias a, malgré tout, la capacité à réduire une forme de déterminisme : c'est chez les parents qui sont le mieux équipés et compétents dans le numérique que les formes fécondes de médiation active du numérique avec leurs enfants apparaissent. « *On peut y voir une forme de reproduction sociale : ce sont déjà dans ces milieux qui sont, de ce point de vue là, favorisés, que les enfants ont l'environnement qui leur permettra de développer leurs compétences. Là, on a un boulevard pour affirmer la nécessité d'une éducation aux médias qui essaierait d'égaliser ces différences sociales. Que ce soit pour accompagner les parents et les aider à accompagner leurs enfants ou pour accompagner les enfants eux-mêmes » (Pierre Fastrez).*

Table ronde #2 – Les jeunes et l'actu

Quelles relations les jeunes entretiennent-ils et elles avec l'actualité : quels sont leurs appareils de prédilection pour s'informer ? Et quels sont les sujets consultés en priorité ? Les chiffres et graphiques mis en discussion dans cette table ronde sont à retrouver dans le chapitre de l'enquête intitulé « Le rapport à l'actualité » (p. 39).

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

Expertes :

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

Les jeunes face à l'info : des consommations spécifiques ?

En primaire, les médias « traditionnels » occupent encore une place importante pour les enfants quand il s'agit de s'informer. « *Au niveau de l'enseignement primaire, à la question "comment apprends-tu ce qui s'est passé dans notre pays et dans le monde", on retrouve en première place la télévision, avec une distinction qui est faite entre les émissions d'information et le JT. En deuxième place la radio. Ensuite, l'idée selon laquelle il n'y a pas de recherche qui est faite. Vient ensuite la télévision, mais plutôt ciblée émission jeunesse ou formats médiatiques qui s'adressent à des jeunes* » (Martin Culot). Dépassant l'enjeu que représente l'accès aux équipements, mais questionnant plutôt le type d'information que les ados consomment, l'enquête révèle une mobilisation importante sur les questions culturelles (dans l'ordre : sport, musique, ciné) et aux faits divers. Les jeunes ont, cependant, un intérêt relativement faible quant aux questions politiques. Ces constats poussent Martin Culot à proposer différents axes de réflexion au panel d'invitées :

- Comment les médias s'adressent-ils aux jeunes ? Quels sont les formats médiatiques qui s'adressent à eux et elles ? Quelles infos sont spécifiquement pensées pour ce public dans le paysage médiatique de la Fédération Wallonie Bruxelles ?
- Les formats sont-ils poreux ? Les limites sont-elles claires entre les informations et les divertissements ?

- Est-ce qu'il y a une manière de consommer l'information qui est spécifique au public jeune ?
- Quelle est 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 ?

De manière plus globale se pose la question des différences entre les jeunes consommateurs-rices d'info et les adultes. Cette idée de partage communautaire de l'information est-elle vraiment l'apanage d'un public jeune ?

Une consommation informationnelle impulsée par les adultes

Cassiopée Henaff évoque l'intérêt d'être en contact direct avec les jeunes (et toute la diversité que ce terme recouvre), sur les terrains qu'ils et elles occupent, afin de comprendre le rapport entretenu avec les médias. « *Par rapport aux résultats dans le primaire, ce n'est pas très étonnant de retrouver la télé, la radio... On se retrouve face à l'utilisation de médias qui est fort conditionnée par la manière dont les parents consomment l'information (...). Et concernant les médias qui sont à destination d'enfants du primaire (Niouzz, JDE...), il y a aussi tout un travail qui est fait par l'école, qui va principalement proposer "tiens, on regarderait bien le JDE parce qu'il y a eu tel sujet d'actualité"* » (Cassiopée Henaff). Pour Muriel Hanot également, les résultats confirment ses observations du CDJ, révélées grâce à un autre indicateur : le public exprime souvent ses préoccupations en regard de contenus informationnels qui seraient problématiques pour un jeune public. « On constate que toute une série de plaintes portent sur les images violentes dans les médias, quels qu'ils soient » (Muriel Hanot). Consommés ensemble, les contenus informationnels se devraient-ils ainsi d'être adaptés en regard du « tout public » ? Ce qui frappe plus spécifiquement Céline Gautier, c'est ce que semblent révéler les réponses des ados, questionnés sur les contenus qu'ils et elles apprécient. S'agissant principalement de sujets culturels apparentés au registre du divertissement, ne constate-t-on pas une incompréhension de leur part sur ce que recouvre le terme « information » ?

Information et divertissement : une frontière poreuse entre les genres

« *Il y a certainement un flou, qui n'est pas nécessairement négatif mais qui est questionnant, entre ce qui est une information et ce qui est une consommation de divertissement. Il y a quelque chose d'intéressant avec cette nouvelle frontière* » (Céline Gautier). Valentine François estime que, si les jeunes disent s'informer peu, ils le font en réalité, sans conscientiser cette pratique. « *En secondaire, lorsqu'on pose la question "qui est-ce qui s'informe dans une classe", on va souvent n'avoir qu'une ou deux mains levées. Si on creuse un peu et qu'on demande "est-ce que vous êtes sur les réseaux sociaux ? Est-ce que vous regardez tel ou tel type de contenu ?", et que les jeunes réalisent qu'il s'agit aussi d'une certaine forme d'information, tout de suite*

on a l'ensemble des mains qui se lèvent » (Valentine François). Mais si ces chiffres pointent soit un désintérêt pour l'information « sérieuse », soit un manque de clarté dans ce qui relève de cette catégorie, différentes questions émergent : « *Si on avait posé la question il y a 5, 10 ou 30 ans, est-ce qu'on n'aurait pas eu des résultats similaires ? Est-ce qu'il n'y a pas quelque chose de spécifique à cette tranche d'âge ? Et si on pose ces questions à des adultes, est-ce que l'on n'aurait pas des résultats similaires parce que l'époque a une plus grande défiance envers les médias ? On observe aussi que les jeunes de secondaire se disent plus intéressés par une information plus visuelle, médiée par l'image, les infographies* » (Valentine François). La tendance du public (jeune ou moins jeune) à préférer certains formats plutôt que d'autres anime en effet les rédactions et leur intime de rendre les contenus informationnels visuellement attractifs. Ce qui semble en tous cas, pour les jeunes, être nommé comme « information », est ce qui émane des médias institutionnalisés. Ils et elles consomment pourtant, d'autre part, un vaste panel de contenus informationnels issus de sources variées (youtubeurs-euses, médias militants, indépendants...). 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 adolescent-es. « *On est parti du postulat qu'ils savaient ce qu'était l'information. Or, on est aujourd'hui dans un univers où l'information n'est plus quelque chose qui est spécifiquement identifié. On a évoqué la source, mais même cette source, cette marque d'information, n'est plus une garantie qu'on est face à de l'information (...). Il y a plein d'énonciateurs différents, il y a plein de sources potentielles. Elles peuvent toutes être de l'information ou ne pas en être. L'univers de l'information est imbriqué dans l'univers du divertissement* » (Muriel Hanot). Dans cette perspective, « *Les catégories que l'on utilise jusqu'à présent (sport, actu, musique...) sont en fait remises en question (par les jeunes)* » (Martin Culot).

Comment situer l'action pédagogique en éducation aux médias, partant de ce constat ? Aussi, comment situer l'action des médias qui s'adressent aux jeunes, qu'ils soient traditionnels (RTBF, Journal des Enfants...) ou émanant de sources très fréquentées par les jeunes (YouTube, Instagram...) ? « *On a des formats qui sont très divertissants, et qui peuvent avoir de l'information à l'intérieur : les deux ne sont pas forcément exclusifs. Mais il y a une tendance à surfer sur un format qui est court, dynamique, qui est "peps", et cela réduit beaucoup d'informations. Et ce qui fonctionne beaucoup pour le moment, ce sont les témoignages. Si vous surfez sur votre fil Facebook, ou que vous allez sur Instagram, vous allez avoir beaucoup de "face-caméra", avec quelqu'un qui va vous donner de l'information, mais qui relève très fort du témoignage, du vécu, du ressenti* » (Cassiopée Henaff). Il y a par ailleurs un écueil à formater l'info en regard de ce que les jeunes sont censés apprécier : le rap, l'insolite, le témoignage, le tout exprimé dans un vocable « de jeune ». La qualité de l'information se perdrait-elle au milieu de formats « trop » séduisants et formatés en regard d'une « culture jeune » stéréotypée ? « *C'est un peu l'œuf ou la poule : quelle est la responsabilité du média de proposer de l'information, mais aussi quelle est la responsabilité des humains (des jeunes) d'aller chercher de l'information ?* » (Cassiopée Henaff). Pour Valentine François, un enjeu important

sur le terrain est de faire comprendre aux jeunes les modèles économiques des principales sources d'information, y compris des médias de service public. « *On est dans un modèle d'économie de l'attention, où on va vouloir capter l'utilisateur et l'utilisatrice. Dans ce modèle-là, les algorithmes ont bien compris que ce n'est pas le déclaratif (ce qu'on a envie de regarder) qui est important, mais ce sont nos comportements* » (Valentine François). On ne clique pas nécessairement sur ce que l'on avait envie de regarder ou sur ce que l'on cherchait, mais on sélectionne plutôt parmi des propositions. Sur les plateformes que nous consultons, n'est-il pas normal, alors, de choisir des formats et des contenus plus « faciles » à consommer ? « *Le contenu qu'on met en avant, il faut quand même qu'il fonctionne, et même pour les médias de service public, au-delà de la question économique, si on propose un format et que personne ne le regarde, c'est aussi un problème* » (Valentine François). À nouveau, la question ne se pose pas pour les jeunes en particulier, mais pour le public dans sa globalité : « *est-ce que ce n'est pas très humain de regarder des choses de manière compulsive et pulsionnelle, qui vont être du domaine du divertissement, du léger, et pas une analyse et un décryptage du conflit israélo-palestinien ?* » (Valentine François).

Les jeunes, incarnés par les médias ?

Les médias semblent ainsi à la croisée des chemins : rendre l'information séduisante pour les jeunes quitte à la simplifier à outrance ? Maintenir un niveau plus élevé d'information et de déconstruction des événements de l'actualité au risque de louper l'opportunité de faire mouche ? Comment se projeter, en tant que journaliste, dans ce public jeune ? Bien que travaillant pour un média ne s'adressant pas spécifiquement aux jeunes (Médor), la question se pose tous les jours pour Céline Gautier. Elle dépasse, d'ailleurs, le clivage jeunes-vieux, et confronte les médias d'information à une question centrale. « *Est-ce qu'on fait un journalisme de l'offre ou un journalisme de la demande ? Est-ce qu'on propose aux gens ce qu'ils ont envie de regarder, ou alors des choses que, nous, on estime être de qualité ? (...)* On s'est longtemps posé la question en étant sûr qu'il fallait faire un journalisme de l'offre, c'est-à-dire rester sur une information exigeante de haute qualité, et en étant sûr que la qualité finit toujours par payer et par trouver son public. (...) Mais le constat que l'on fait aujourd'hui, c'est que même si on peut parler de réussite, on passe quand même à côté d'une partie de notre mission puisqu'on ne répond pas du tout à la question de "comment faire pour ramener à nous une partie du public adulte ou jeune qui se sent absolument déconnecté des médias, qui ne se sent pas du tout en confiance avec les médias, et qui même parfois les détestent ?". Et je ne parle pas nécessairement d'un public très précarisé ou très peu éduqué. Quand on voit parfois des réactions de politiciens qui se permettent de dire des choses à propos des journalistes comme si c'était une profession de parias... » (Céline Gautier). Parmi les médias qui s'adressent aux jeunes, certains sont plus qualitatifs et offrent une véritable ouverture vers l'actu internationale pour les enfants. Mais l'ensemble de cette réflexion confronte invariablement les médias d'information au modèle économique qui doit permettre leur subsistance. C'est parce que le journalisme se

réinvente que la qualité fluctue. « *Est-ce qu'il n'y a pas une refonte totale des médias qui est en train de se produire, avec beaucoup d'essai-erreur et beaucoup de déchets, au passage ?* » (Céline Gautier).

Pour Muriel Hanot, s'inspirant d'une étude menée par le CSA, la tentative de repositionnement parfois maladroit des médias d'information peut se lire en regard de deux problématiques. D'une part, les jeunes sont peu représentés dans les médias d'information. N'ayant toujours pas suffisamment la parole, ils se sentent mis à l'écart des enjeux traités. D'autre part, ils et elles expriment le fait que les médias ne savent pas comment s'adresser aux jeunes, rappelant l'idée, évoquée précédemment, d'une stéréotypisation infructueuse de ce qui constituerait leur « culture ». On constatait dans cette étude que la télévision « *donnait du jeune une image passive : on ne leur donne pas la parole, on les montre souvent en lien avec des problèmes liés à un "groupe jeune", à une "identité jeune". On ne va jamais les chercher sur des sujets de société, on les cantonne dans des rôles bien fermés. On va plus les solliciter parce qu'ils sont des sportifs, parce qu'ils sont issus du monde culturel (...)* » (Muriel Hanot). Deux univers – les journalistes et les jeunes – n'arriveraient ainsi pas à se rencontrer et interagir.

Le contexte de crise sanitaire (autour du Covid19), contemporain à la tenue de cette table ronde, permet au panel d'invitées de pointer des évolutions spécifiques. « *On a vu beaucoup plus de jeunes à la télévision qu'à d'autres moments, parce qu'ils étaient au centre de discussions autour de leurs responsabilités dans ce qui se passait. Et peut-être que c'est bien, parce qu'on a entendu d'autres discours* » (Muriel Hanot). Mais, pour Valentine François, cette exposition de la jeunesse dans cette grand-messe retrouvée du Journal Télévisé s'est accompagnée d'une certaine stigmatisation. « *Les jeunes auraient été responsables de transmissions du virus en ayant fait la fête, ils se sont retrouvés à l'hôpital parce qu'ils n'ont pas fait assez attention. On (Action Médias Jeunes) était assez choqué de ce traitement, et en même temps on trouvait qu'il y avait une forme de traitement schizophrène. Parce qu'en même temps certains médias se demandent "comment toucher cette jeunesse, touchons-les via des influenceurs, via des personnes qui leur parlent". Et en même temps, le rendez-vous du JT, qui en cette période est devenu un peu plus généralisé, stigmatise ce même public* » (Valentine François).

Pour Céline Gautier, lorsqu'on cherche à s'adresser au jeune public, un travers est de se réfugier de manière démesurée dans une communication exploitant les réseaux sociaux. « *Cette réflexion peut être extrapolée à d'autres groupes de la population, qui sont tout autant sous-représentés ou stigmatisés. Il y a bien sûr les personnes d'origine étrangère, les personnes plus âgées, d'une certaine manière les femmes dans certains types de contenus... et je crois que, pour arriver à mieux s'adresser à ces personnes, on ne le fera peut-être pas avec d'autres sujets, mais en cherchant dans les sujets de société la manière qui peut les intéresser, les concerner, répondre à des questions qu'ils se posent. Et ça passera sans doute par de réelles rencontres. Et je ne vois pas beaucoup, malheureusement, autour de moi dans les médias, qu'on investit*

vraiment dans le contact humain direct. Les réseaux sociaux réels, ça marche assez bien aussi », conclut la journaliste, non sans ironie.

Recréer le lien, consulter les jeunes

Une membre du public, journaliste à la RTBF, précise que les jeunes qui portent le projet IZI News ont une totale liberté dans les sujets qu'ils et elles choisissent de traiter. Ces jeunes sont encadrés par les équipes de la RTBF afin de satisfaire aux exigences d'une information précisément vérifiée. L'initiative s'ancre dans le constat d'un désamour des jeunes par rapport à cette institution. « *Ce qu'on a décidé de faire en premier, c'est de reconnecter avec eux. Il y a aussi les jeunes de la diversité : il y avait aussi ce problème-là. C'est pour cela qu'on a dit "on va aller chercher des jeunes potentiellement capables de parler à eux-mêmes".* » Pour la journaliste, l'idée a été de se reconnecter avec le jeune public par l'entremise des formats qui leur parlent, et d'utiliser ce format comme hameçon pour, ensuite, aborder des sujets plus complexes. Les rédactions « jeunes » ont ainsi été amenées à traiter des sujets tels que l'armistice ou les élections, et « *faire des milliers de vues* ». Pour Cassiopée Henaff, c'est en effet important de « *sortir de ses considérations d'adulte, ses priorités et ses sujets de prédilection, pour laisser la place aux ados* » (Cassiopée Henaff).

Une autre membre du public, également journaliste à la RTBF, exprime une déception par rapport aux échanges. Au-delà de débattre des supports de la RTBF, mettre l'enquête en perspective de manière plus aiguë aurait eu du sens. L'intervenante pointe la complexité et le défi que représente cette question de l'actu et des jeunes. Qu'est-ce qui les intéresse ? [#Génération2020](#) ne le dit pas. Au-delà des formats qui, de manière assez logique, se réinventent en regard des modes de consommations, comment identifier les sujets, les thématiques et enjeux qui mobilisent les plus jeunes ? La complexité du sujet induit de nombreuses interrogations dans le monde des journalistes, et une étude plus poussée sur la thématique précise de cette table ronde semble nécessaire. Muriel Hanot précise pourtant « *qu'en matière d'information, le centre d'intérêt des enfants et des jeunes, c'est ce qui se passe autour d'eux. L'info a comme ambition de mettre en perspective ce qui se passe dans le monde, proche ou lointain. Et s'il y a bien quelque chose que montre l'étude, c'est que les enfants du primaire et les ados en secondaire aiment discuter, comme les adultes, de choses qui leur sont communes* » (Muriel Hanot). Une solution, selon elle, peut résider dans le décloisonnement des publics et des pratiques journalistiques, et impliquer chacun et chacune dans l'info, quel que soit son âge.

Pour Valentine François, c'est au contact des jeunes que l'on peut cerner leurs attentes. « *On a fait un projet avec 250 jeunes où l'idée était qu'ils devaient imaginer leur média « idéal ».* Dans un futur où tous les médias seraient tombés, comment est-ce qu'ils recréeraient un monde médiatique, et en quoi consisterait leur média ? De cela, on a tiré plusieurs constats. D'abord, les jeunes sont fort préoccupés par des questions sociales, climatiques, et très très préoccupés par l'inclusion. On avait des

médias qui devaient absolument s'adresser à tout le monde. Il y a une forte demande de contextualisation et de médiation de l'information » (Valentine François). C'est aussi le rôle des médias dans une société démocratique que semblent interroger les jeunes. Quel est leur rôle de contre-pouvoir ? Ces constats peuvent, aujourd'hui, servir de pistes de réflexion aux champs journalistiques et éducatifs.

L'éducation aux médias en perspective

Pour Cassiopée Henaff, une éducation aux médias est plus que jamais nécessaire pour déconstruire les différents genres médiatiques, tellement mêlés. La comparaison entre la publicité et la propagande a, lors d'animations auprès des jeunes, révélé les difficultés d'identifier à quel contenu médiatique ils et elles ont à faire, et les intentions qui s'y cachent. Cet axe pédagogique mérite d'être accentué, en classe. Pour Muriel Hanot, l'identification de l'énonciateur est, en effet, un enjeu éducatif central. Pour Céline Gautier, c'est sur la notion d'esprit critique qu'il faut se focaliser, plutôt que sur une forme de promotion des médias traditionnels. « *Les jeunes sont super spécialistes dans certains domaines, ce que moi je n'étais pas à leur âge. Et quand il y en a qui développent un intérêt particulier pour une thématique, en général, ils parviennent à trouver un flot d'informations considérable, et c'est passionnant. C'est peut-être là qu'on peut les outiller. Parce que sur la recherche d'information, le choix des médias, je ne suis pas sûre qu'on ait une énorme influence. Par contre, s'assurer qu'ils arrivent à décoder, à faire la différence entre un fait, un témoignage, une opinion, qu'ils essayent de ne pas être complètement submergés par les émotions* » (Céline Gautier). L'occasion rêvée, pour Valentine François, d'orienter les enseignant-es vers *Critique de l'info, l'outil ultime*¹, développé par Action Médias Jeunes : une série de parcours pédagogiques pour « *aborder les enjeux liés à l'information en ligne, être en phase avec les usages des jeunes et développer l'esprit critique des élèves* ».

1. <https://acmj.be/outilultime/>

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

Comment les interactions en ligne sont-elles gérées par les jeunes ? Dans quelle mesure les outils numériques les accompagnent-ils et elles dans l'exploration de leur vie affective et amoureuse ? Le cyberharcèlement les touche-t-il ? Comment les jeunes considèrent-ils et elles cette problématique ? 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* » (p. 45) de l'enquête.

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

Expertes et experts :

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

Sandrine Geuquet introduit les échanges : le terme « embrouilles en ligne », choisi dans la rédaction du rapport *#Génération2020*, se veut provocateur. Par les questions adressées aux jeunes, il met aussi en lumière l'image que la société a de ce que pourraient être les dangers auxquels les jeunes sont exposés. Cette table ronde est une occasion de démystifier certains usages des jeunes, et de renvoyer aux adultes un miroir de leurs propres utilisations.

Pour enclencher le débat, l'animatrice propose de partir de différents mots-clés, autour desquels les expert-es pourront développer leur propos.

#Retours de terrain

C'est à Isabelle Kidawa qu'est demandé un premier retour critique sur ce mot-clé, par la confrontation des résultats de l'enquête à ses expériences de terrain. De manière générale, ces résultats semblent en accord avec le ressenti, avec les expériences vécues en animation avec des jeunes autour des mêmes thématiques. Certains points, pourtant, lui semblent plus étonnants. Dans l'enquête, les jeunes

expriment majoritairement ne pas partager leurs mots de passe (de réseaux sociaux). Or, sur le terrain, *« ils disent souvent qu'ils partagent leur mot de passe avec leurs meilleurs amis, ou leur petit ami, pour prouver leur confiance, leur amitié »* (Isabelle Kidawa). Concernant les mauvaises rencontres, *« étonnamment, il n'y en a pas vraiment. C'est souvent des amis qui les embêtent. Dans les groupes que nous rencontrons, on n'a jamais eu l'occasion de rencontrer un enfant qui a été accosté par quelqu'un d'extérieur, un adulte extérieur »* (Isabelle Kidawa). Ce qui émerge du rapport, c'est que les jeunes sont souvent témoins de comportements problématiques, de la part de personnes qu'ils ou elles connaissent. *« Régulièrement ils nous disent qu'ils ont vu des insultes, des menaces ou des propos racistes, haineux »* (Isabelle Kidawa).

Corollaire de cette observation, les jeunes sont-ils et elles conscients de leurs propres écarts ? *« Pour eux il y a la fameuse liberté d'expression. Généralement ils se disent "on a le droit de le dire". Et puis quand on discute avec eux pour savoir à quel moment le droit s'arrête, c'est très difficile pour eux »* (Isabelle Kidawa). Les animations en contact direct avec les jeunes sont, bien sûr, des espaces privilégiés pour une prise de conscience des limites à cette liberté, quand elle blesse les autres. Pour Arnaud Zarbo, *« La liberté, c'est évidemment un thème cher à l'adolescent. Les réseaux sociaux sont le lieu pour l'exprimer, la vivre et la confronter aux autres. Pour les adolescents, l'enjeu n'est pas tellement d'être confronté au monde adulte et de voir comment eux vont réagir à ce qu'on dit, mais c'est surtout de voir comment les autres ados vont réagir »* (Arnaud Zarbo). L'adolescent-e est en train de se construire tout un monde de représentations : sa parole et ses positions vont s'ajuster ou se déformer par rapport à celles des autres ados. C'est la réaction à ce qu'il ou elle exprime qui prend une grande importance. *« Pour l'adolescent, le curseur principal de la fiabilité et la viabilité d'une info, c'est ce qu'en disent les copains et les copines. Le réseau social, avec son dispositif et ses algorithmes, renforce cela, parce qu'il se met au diapason des enjeux des adolescents »* (Arnaud Zarbo).

Pour Yves Collard, qui a mené auprès des jeunes certains entretiens qualitatifs de [#Génération2020](#), il y a des biais inhérents à la démarche d'enquête, surtout quand on aborde des questions plus personnelles. *« Face à un enquêteur adulte, l'adolescent va tenter de sauver la face, évidemment. Leur mantra est de dire qu'il faut se protéger de la présence adulte dans leur sexualité, considérée comme personnelle, comme intime. Les adolescents, dans l'enquête qualitative, parlent surtout des autres adolescents. Ils ont du mal – et c'est normal – à le faire eux-mêmes »* (Yves Collard). C'est autour de questions morales que les débats se situent : le bon et le moins bon, ce qui est autorisé ou pas. Il ressort des entretiens l'importance du collectif pour définir les limites morales. *« Toute une série de prescrits qu'ils estiment relever de leur propre liberté sont en fait des prescrits de groupe, collectifs, dont on débat amplement avant. Dans les questions morales, il y a toutes les questions liées au contrôle de la sexualité adolescente, vu par les parents comme étant nécessaire. Pour les adolescents, le contrôle de la sexualité, ça se fait au sein d'un groupe. C'est là qu'on définit les normes »* (Yves Collard). Pour l'expert, cette définition normée

de « ce qui se fait ou pas » fluctue en fonction du genre. « *Pour les adolescents et les adolescentes, exposer son corps ou exposer son physique, c'est en quelque sorte indiquer son niveau de moralité. Pour les filles spécifiquement, le niveau de désirabilité, et en même temps de respectabilité. Et donc c'est une zone extrêmement compliquée à négocier pour les adolescentes, en dépit de laide, des prescrits et des normes du groupe qui peuvent être extrêmement drastiques* » (Yves Collard).

#Intimité #extimité

Cette mise en question de l'intime dans la vie numérique des jeunes est évidemment au cœur des débats. Pour Claire-Anne Sevrin, notre identité est « prolongée » en ligne. « *On a notre identité propre quand on est ensemble, mais on a une identité qui appartient à la sphère Internet. Et cette identité prolongée, les adolescents y tiennent particulièrement. Quand vous les interrogez sur la pire des sanctions que les parents peuvent leur faire, c'est leur prendre leur capacité à être en réseau virtuel, ailleurs. Ils le disent d'emblée : "il a volé ma vie"* ». (Claire-Anne Sevrin). L'opposition communément admise entre le virtuel et le réel n'aurait, dans cette perspective, que peu de sens : « *ce qui se passe sur les réseaux sociaux fait partie du réel, d'une autre manière* » (Claire-Anne Sevrin). À la demande de précisions quant au concept d'extimité, l'experte introduit celui de « désintimité », mobilisé par Angélique Goslan. « *Dans l'intime, il faut savoir ce dont on parle. C'est ce qui appartient à la vie privée, mais ce qui est le moins profond, intérieur, qui est habituellement protégé du regard extérieur. La "désintimité" c'est le passage de l'intime à l'extérieur de soi sur les plateformes virtuelles. C'est ce moment-là. (...) Les adolescents ont beau savoir les modalités de protection de leur vie privée sur Internet, ils sont quand même poussés à l'extérieur, à montrer des éléments d'eux-mêmes, et c'est là qu'on en vient à "textimité". Ils sont poussés à déposer des choses d'eux-mêmes sur le Net pour avoir un retour des autres, pour que les autres puissent donner leur approbation sur tel ou tel morceau de leur subjectivité* » (Claire-Anne Sevrin). C'est sur base des interactions que l'adolescent-e se construit, rendant ce moment de partage de l'intimité très important. Il n'a pas lieu « dans la vraie vie », dans une relation charnelle, mais est mis à distance par l'interposition des écrans. Cette démarche d'exposition est la même pour les adultes. Mais, dans leur cas, le processus de construction de l'estime de soi est a priori complété, offrant une série de systèmes de défense face aux réactions (négatives) des autres. Pour l'adolescent-e, la situation est tout autre : il s'expose plus probablement aux « embrouilles », quand « *il y a une "désintimité" pure. C'est-à-dire que ce morceau d'intimité qu'on dépose sur Internet, il n'est pas toujours dans un environnement bienveillant. Et donc, il peut être accaparé par quelqu'un d'extérieur. Et là, c'est la désappropriation de sa propre identité. Donc c'est comme si on prenait un morceau de votre identité, de votre intimité, et qu'il ne vous appartenait plus. Et là ça fait des mouvements plus traumatiques à l'adolescence, plus difficiles pour la construction de l'estime de soi* » (Claire-Anne Sevrin). Ce « dépôt d'intimité » n'est pas toujours conscient chez l'adolescent-e. Ce que Pascal Minotte observe dans les pratiques, c'est que cet enjeu est particulièrement vérifié au début de l'adolescence, à la fin de l'enfance. « *Et puis progressivement, par*

essai erreur, (...) les enfants et les adolescents apprennent à "faire avec", construisent des habilités, des résistances éventuellement » (Pascal Minotte).

Rappelant des éléments issus des entretiens qualitatifs de l'enquête, Yves Collard revient sur les techniques de contrôle précises mises en œuvre collectivement quant à la gestion de l'image, a fortiori pour les filles. « *Quand on demande aux ados "qu'est-ce qu'on peut montrer, qu'est-ce qu'on peut faire sur le Net?", les réponses sont précises. Elles se focalisent davantage sur ce que les filles peuvent faire, que ce soient les garçons ou les filles (qui s'expriment). Par exemple, sollicitation sexuelle : ne pas répondre tout de suite. Demande de photos intimes : en donner toujours moins que ce qui est demandé. Pour les publications publiques ou semi-publiques, "pas de bikini ou de décolleté" : on voit bien qu'il y a une distinction entre filles et garçons (...). Ces règles éclatent dans les conversations privées, au moment où on est en couple. Il y a potentiellement une espèce de pacte qui fait qu'on peut s'envoyer un peu ce qu'on veut. Néanmoins, avec toujours la crainte de la trahison. Donc ils placent à la fois eux-mêmes des règles précises, et quand ils les dépassent, ils ont conscience du risque qu'ils prennent » (Yves Collard).*

#Sexualisation, #sexy

Arnaud Zarbo engage le débat sur ce sujet par une sollicitation à l'adresse du public. Il invite à se méfier de la tentation « *de choisir le prisme du risque pour investiguer les questions d'éducation à la vie affective et sexuelle et d'éducation aux médias. C'est une tentation qu'on a souvent en tant qu'adulte, et d'éducateur aux soins de manière très large, d'aller explorer la notion de risque, de danger, de ce qui est compromettant. Et, ce faisant, je pense qu'on perd l'essentiel, qui est que la sexualité est normale à l'adolescence, et que "adolescence" implique sexualisation des liens. L'adolescence c'est aussi se retrouver avec un corps sexué, avec du désir, de la libido, avec des fantasmes, qui, évidemment, vont se déployer dans les réseaux sociaux, mais aussi dans l'espace intime » (Arnaud Zarbo). Comme ses collègues, il pointe une pression plus grande, un contrôle plus drastique de la sexualité des jeunes femmes, justifiant des démarches éducatives spécifiques autour d'une solidarité entre les genres sur cette question. Les photos intimes rendues publiques sont souvent le fait des garçons, inconscients des dommages qu'ils causent aux victimes. « *Mais j'invite aussi à la prudence sur des conseils qui viseraient, l'air de rien, en creux, à dire qu'il y a une bonne sexualité, à savoir la sexualité "adulte". (...) Je pense qu'il faut aussi, pour les adultes, ramener de l'indulgence, et ne pas confondre ce qui est maladresse, manque de maturité, avec des problèmes que l'on va pathologiser. Il ne faut pas non plus prendre les adolescents pour plus bêtes qu'ils ne sont. Si je publie une photo que je sais être compromettante, je le fais justement parce qu'il y a un potentiel de risque. C'est une preuve d'amour, c'est une preuve d'intimité. Donc il y a un challenge aussi là derrière. Je ne la publie pas à n'importe qui, je la publie dans un cadre intime, amoureux, ou pour accroître une intimité. Donc il n'y a pas un débordement pulsionnel et libidinal chez l'adolescent qui ferait n'importe quoi. Ce n'est pas de la pornographie, c'est vraiment "je travaille mon corps", l'effet sur les autres, et j'essaye**

de m'approprier tout ça comme je peux, avec mes moyens d'ados. Et nous adultes on vient avec nos gros sabots. C'est parfois difficile de calmer un peu tout le monde là-dessus » (Arnaud Zarbo).

Isabelle Kidawa insiste, elle aussi, sur l'inégalité de traitement face aux partages et repartages de photos intimes. « *Ce qui est étonnant quand elles "fuient", c'est que rarement on critique le jeune homme ou l'amoureux qui a partagé. Mais on critique la personne qui s'est photographiée. (...) On dit "oui mais c'est sa faute, elle n'avait pas besoin de faire cette photo". Il y a un jugement des pairs qui est impressionnant. La fille (...) va être jugée par les copains qui font, en fait, la même chose, mais qui ont eu la chance que ça ne soit pas repartagé* » (Isabelle Kidawa). L'invitée regrette, par ailleurs, le manque de solidarité « entre filles », face à ce genre de situation très difficile. Si les garçons minimisent la problématique ou sa gravité, « *l'entourage féminin a tendance à émettre un jugement extrêmement négatif* » (Isabelle Kidawa). Yves Collard confirme ce « chemin » qu'opère une image sortie de son cadre relationnel intime. Elle transite entre quelques garçons, et arrive dans le groupe des filles. Pourtant, en général, « *elle ne va pas plus loin. Il faut être prudent. Quand on dit "tu vas te retrouver partout sur le Net", ce n'est pas si vrai que ça. Ça reste en général dans un cadre semi-public, ou semi-privé* » (Yves Collard). Il poursuit, en réaction à une remarque concernant le fait que les jeunes reconnaissent recevoir plus de sextos qu'ils et elles en produisent, « *c'est en lien avec ce qui est dicible* ». Les jeunes ont exprimé dans les entretiens la fréquence des « *dick pics* », c'est-à-dire les photos de sexes masculins en érection. « *La plupart des filles disent "on en reçoit, même beaucoup". Il y a une espèce de banalisation de la pratique. C'est pourtant un attentat à la pudeur. Les filles disent "c'est choquant, c'est violent", mais en même temps elles disent "je ne suis pas si choquée que ça, et je ne me sens pas si violentée que ça. C'est des connards, une fois qu'on reçoit des dick pics, on vire le gars, même si au départ on le trouvait sympathique". Et même, certaines filles m'ont dit, "nous on se les échange entre copines, on trouve ça tellement con qu'on en rigole"* » (Yves Collard). Il semble donc que les garçons n'assument pas, pour diverses raisons, s'adonner à ce genre de pratiques.

Claire-Anne Sevrin rappelle que les débats qui animent la table ronde sont abordés de manière fictionnelle dans *Le blog de 100drine*². Ce personnage y raconte sa vie, et les ados peuvent contribuer aux débats. « *La plus grande partie des ados arrive parce qu'ils tapent dans Google "comment savoir si un garçon m'aime ?". Ce qui anime ces ados c'est la question du désir. Que ce soit chez les filles ou les garçons, peu importe, ce qui les bouge, c'est "comment rencontrer l'autre ? Qui je suis pour l'autre ? Quelle valeur j'ai pour l'autre ?". Et inversement* » (Claire-Anne Sevrin). À nouveau, se voir exister dans le regard des autres semble central à ce moment de la vie. « *Avec le sexting, avec tous ces échanges de photos, c'est comme si on redécou-*

2. <http://www.100drine.be/>

vrait le corps. (...) Les jeunes s'approprient les réseaux sociaux à la mesure de leurs enjeux. Un adolescent est avant tout un être charnel, qui a des besoins, qui a envie d'être en contact. (...) Ils veulent des contacts permanents. Ils travaillent la question de leur corps, de leur libido. Et ça nous pousse, nous, adultes et éducateurs, à penser la question de l'image en lien avec le corps, et pas juste en lien avec la conscience, avec l'intellect » (Arnaud Zarbo). Pour le psychologue, le monde des adultes se doit de se reconnecter avec le territoire des jeunes. « C'est comme si on redécouvrait que oui, les adolescents sont là. Ils sont sur un territoire numérique. On pensait qu'ils nous fichaient la paix, à distance, chacun chez eux. Non, ils ont besoin des corps des uns des autres. Ils nous poussent nous, adultes, à accepter cela et faire avec cette sensualité au sens très large du terme, qui est celle de l'adolescence » (Arnaud Zarbo).

#Surutilisation

Plus de la moitié des élèves expriment qu'ils ou elles ressentiraient un certain manque s'ils ou elles ne pouvaient plus utiliser leur tablette pendant une journée. Est-ce qu'ils sont donc trop attachés-es à cette tablette ? 61% des enfants estiment que oui. Cette proportion est même plus importante si on questionne les ados par rapport à l'éventuelle privation de leur *smartphone*. Pour Pascal Minotte, les enfants et les jeunes expriment surtout ce qu'ils et elles pensent que les adultes attendent. Il conviendrait donc de prendre ces statistiques élevées avec des pincettes. Quand on demande à des jeunes de commenter l'affirmation « je suis trop sur mon *smartphone* », généralement, ils ou elles répondent par l'affirmative, parce que c'est une remarque que les adultes leur adressent fréquemment. « Dans le cadre d'entretiens qui se déploient dans le temps, ou en thérapie par exemple, ça tombe assez vite : "moi c'est mon plaisir, c'est mon truc", tout simplement. Ils savent qu'ils ont en face d'eux un adulte. Cette question du "trop d'usage" a été complètement phagocytée par toute la rhétorique de l'addiction notamment, qui a pris le pouvoir sur une partie de l'éducation aux médias – j'exagère peut-être un peu, mais en tous cas dans la façon dont elle s'est popularisée – et qui est fort regrettable. Les adolescents sont des éponges (...), et les enfants aussi. Ils ont intégré, absorbé tout cela » (Pascal Minotte). Il conviendrait donc de mesurer la dramatisation de cette thématique, et considérer ce que cela a comme impact sur les enfants et les jeunes qui intègrent ce discours. D'une certaine manière, on culpabilise une pratique spontanée et positive.

Pascal Minotte introduit également la notion de stress, souvent mise en lien avec la surexposition aux écrans. « Les liens entre les médias sociaux, les outils numériques, les jeux vidéo et le stress sont des liens complexes. On peut penser que les médias sociaux, ça peut stresser : singulièrement si on est victime de cyberharcèlement. Mais c'est aussi une façon de gérer son stress. (...) Il faut être dans une lecture qui est beaucoup plus large, et qui sort de la linéarité. Généralement, si on surinvestit un média, c'est plutôt parce qu'on a envie d'échapper à son stress quotidien que l'inverse. Potentiellement les écrans déstressent les adolescents. (...) Dans #Génération2020, on n'est pas dans cette approche médicalisée, qui dévitalise le sens » (Pascal Minotte). Ce n'est pas tant l'exposition aux écrans qui serait alors en question, mais le

contenu des interactions, potentiellement problématique, que l'on soit jeune ou pas. À nouveau, Arnaud Zarbo rappelle l'âge des personnes dont on parle, et les enjeux qui sont mobilisés à cette période de la vie. Tester les limites, c'est finalement le job de l'adolescent-e. C'est une nécessité de confronter les adultes sur les règles de vie, familiale ou scolaire. Les réseaux sociaux peuvent alors devenir « *un excellent moyen, entre adultes et ados, de questionner ce que veut dire "se dépasser", parce que c'est nécessaire à l'évolution. Pour devenir un adulte "équilibré", il faut avoir fait l'expérience du dépassement, de la prise de risque, et de tester ses propres limites et (celles) de son système d'origine* » (Arnaud Zarbo).

Une explication en particulier donne envie aux jeunes d'investir les espaces numériques pour tester les limites (mais pas seulement) : les adultes en sont absents. « *Dans nos sociétés modernes, les territoires jeunes n'existent pas, il n'y a plus de jeunes en liberté sans qu'on leur colle un éduc, un psy : on ne peut pas laisser les jeunes à l'extérieur. Surtout en Belgique, on a tous été un peu traumatisé il y a quelques années. Ça participe au fait qu'en tant qu'adultes, on a une représentation de "où devrait être un jeune". Le jeune l'a bien compris. Il est là où l'adulte n'est pas, c'est-à-dire sur le réseau social. (...) Il faut aussi sortir de cette logique d'excès version "dépendance" pour parler des enjeux développementaux* » (Arnaud Zarbo). Yves Collard abonde en ce sens, rappelant que la majorité des enquêtes relayées par la presse posent les mauvaises questions, de type « est-ce que tu es trop attaché à ta tablette, à ton smartphone ? ». « *Posons la question aux jeunes autrement : "est-ce que tu penses que tu es trop attaché à tes amis ? Est-ce que tu penses que tu es trop attaché à l'information que tu consultes ?". Il faut bien se dire que la préoccupation de l'accoutumance, l'addiction, la chronophagie liée à la technologie, les adolescents ne la voient pas du tout comme ça. Pour eux la technologie n'existe pas. Il n'y a pas de technologie, il y a des amis, des informations* » (Yves Collard). Pour Pascal Minotte, la tentation est en effet grande d'envisager le lien que les jeunes entretiennent avec leurs réseaux sociaux comme un lien d'aliénation. Pour les adolescent-es, ce lien avec les écrans relève plus des notions de liberté et d'autonomie. « *Il y a un gros malentendu sur ce coup-là. On se posait la question tout à l'heure de savoir comment faire pour que les adolescent-es viennent nous trouver, pour les guider... On peut y réfléchir, pour effectivement améliorer la communication. Ceci étant, leurs enjeux, c'est l'autonomie, c'est "foutez-nous la paix ! Ne soyez pas là s'il vous plaît !"* » (Pascal Minotte).

#Autorégulation et #Corégulation

Pourtant, pour un parent, ce n'est pas facile de « lâcher la grappe » à son ado, de le laisser naviguer en ligne en toute liberté. « *C'est très paradoxal parce qu'on ne laisse plus les ados aller traîner au coin de la rue, au centre commercial, au parc du coin, on préfère qu'il soit dans la chambre. Mais s'il est dans sa chambre, il est où ? Sur son réseau social* » (Claire-Anne Sevrin). Pour Isabelle Kidawa, le smartphone des jeunes remplit aussi d'autres fonctions, au-delà de la seule sociabilité : c'est leur téléphone, c'est leur réveille-matin, c'est un outil « tout en un ». Pendant

ses animations en classe, elle demande souvent aux jeunes de placer leur *smartphone* dans une boîte, le temps de l'animation. Ils et elles acceptent, bon gré mal gré, de ne consulter leurs messages qu'à la pause. « *J'ai fait la même chose avec un rassemblement de parents, le même système, ça a été la catastrophe ! Les parents étaient vraiment anxieux, alors que ça durait une heure. Je leur ai expliqué que "leurs" adolescents rechignaient aussi, qu'ils n'avaient pas envie de le faire, mais que ce n'était pas si problématique. À partir du moment où notre GSM devient un outil indispensable pour le boulot, pour nous, adultes, il faut comprendre que cet outil est aussi indispensable pour eux, pour leurs interactions entre amis, mais aussi pour plein d'autres choses. (...) Dans le train pour venir ici, il n'y avait que des vieux, ils étaient tous sur leur smartphone. Et je ne pense pas qu'on fasse des études pour dire que les adultes sont tous "addict" » (Isabelle Kidawa). Le jeune serait ainsi la cible privilégiée de craintes et de critiques qui concernent aussi (et surtout ?) les adultes. Pourtant, leur utilisation de l'outil est peut-être plus diversifiée que celle des aînés.*

Un membre du public, formateur en TIC, va bien plus loin, parlant de « catastrophe globale » pour considérer les pratiques en ligne (vie affective, *sexting*...) des quarantennaires. « *Ils n'ont eu aucune éducation aux médias. Ce n'est pas un problème d'adolescent, c'est un problème d'adultes de 40-45 ans qui n'ont aucune limite, aucun frein. Les plus jeunes, par contre, ont appris. Il y a une espèce de trou noir (dans cette tranche d'âge), de personnes qui disent "moi, je ne dois pas apprendre, je sais". Cette thématique serait bien plus intéressante chez les quadras* » (membre du public). Pour Pascal Minotte, si on considère qu'il faut éduquer les jeunes à trier, par exemple, les sources d'information qu'ils et elles consultent, ce sont bien les adultes qui produisent et diffusent massivement des contenus problématiques. Dans cette perspective, un énorme travail d'éducation aux médias est effectivement à produire auprès de ces publics. Pour Yves Collard, les jeunes ont en effet appris à vivre « connectés », avec ce que cela comporte de précautions : ils et elles ont conscience que leurs actes et leurs propos peuvent potentiellement être relayés et commentés. L'environnement technologique des jeunes, bien que maîtrisé, impose donc des règles de conduite, appréciables ou pas.

Pour Isabelle Kidawa, on aurait pu, en effet, ajouter à l'enquête des questions sur la manière dont les jeunes considèrent la vie en ligne des adultes. Selon certains témoignages, il n'est pas rare que les rôles traditionnels soient inversés, et que les jeunes conseillent leurs parents sur l'exploitation qu'ils et elles font du numérique. Pour Arnaud Zarbo, il faut pourtant se méfier d'une catégorisation trop stéréotypée « par tranches d'âge ». « *Le rapport aux médias est un rapport culturel, et dans les familles, ça se transmet, le rapport aux médias. Ce qui se transmet c'est surtout ce qui va sembler le plus important. Aux parents et aux éducateurs, c'est ce que j'enjoins à faire : "c'est quoi le plus important pour vous ? Qu'est-ce que vous voulez transmettre ?". C'est pas le contrôle sur le média qui est important, c'est comment renforcer le lien, l'empathie, la décentration, la solidarité, qui sont au cœur des dispositifs d'éducation, peu importe le média en question. Il faut éviter, selon moi, de cliver les générations. Parce que sinon on se retrouve avec des êtres étranges des*

deux côtés de la frontière, et personne ne se reconnaît. Et ça, je trouve que c'est assez dangereux. (...) Il faut être vigilant tout en respectant le fait que les jeunes ont une immaturité, et qu'il ne faut pas avoir la même pression, la même attente de régulation chez les jeunes que chez les adultes, où déjà c'est pas gagné. Il suffit de voir les commentaires de votre page Facebook préférée et vous allez voir... » (Arnaud Zarbo).

Pour clôturer

Quelles idées maîtresses ressortent du débat ? Qu'est-ce qui mériterait d'être prolongé dans les études suivantes ?

Ce qu'Isabelle Kidawa souhaite mettre en avant, c'est l'idée que les ados peuvent aider les adultes dans l'appropriation des technologies. « *Ils sont très doués pour faire une vidéo YouTube, mais faire un CV devient compliqué. Ce serait bien d'élargir leur panel. Utiliser leurs expertises dans certains domaines, mais leur montrer autre chose* » (Isabelle Kidawa). L'idée d'une éducation aux médias transdisciplinaire apparaît ici. Le débat a, selon elle, peut-être manqué de pistes concrètes, émanant des jeunes ou pas, pour imaginer collectivement les solutions à apporter aux « embrouilles » en ligne. Un échange plus étroit entre les réflexions d'adultes et les astuces des jeunes pourrait s'avérer fructueux.

Pascal Minotte renvoie le public à une publication récente du CRéSaM, intitulée *Adolescence, médias sociaux et santé mentale*³, afin d'investiguer plus avant les questions abordées. Il y a par ailleurs une demande des secteurs éducatifs de « *creuser la question du sexting. Comment orienter le travail d'éducation aux médias et de prévention de manière intelligente, en tenant compte des questions de genre qui ont été évoquées ?* » (Pascal Minotte). C'est également un enjeu central pour Claire-Anne Sevrin, qui nécessite d'être approfondi, afin de comprendre ce qui motive les plus jeunes à ces échanges de photos intimes. De manière plus large et plus positive, l'experte prône de valoriser les mouvements de solidarité qui permettent aux jeunes de solutionner des « embrouilles », pour affronter des enjeux qui leur sont chers : la cause environnementale, l'expulsion d'un ou une camarade hors du territoire...

Pour Yves Collard, « *quelquefois les parents sont peut-être focalisés sur la technologie et ce qu'elle empêche de faire* ». Pourtant, les ados passent très bien de l'un à l'autre, de l'écran au réel : « *ils ne parlent pas de cyberharcèlement, ils parlent de harcèlement. Et on règle le problème en allant voir physiquement la personne. On ne parle pas de cyber sexualité, on parle de relations affectives ou de sexualité* » (Yves Collard). Pour l'invité, une question intéressante à se poser concerne

3. <http://www.cresam.be/wp-content/uploads/2020/06/Ados-RSN-et-SM-rapport-final-light.pdf?fbclid=IwAR2xwWcVJpwwdqQGZMysiQ4z7nlfE9QaCG5QknCZbXQ-f9IrlAInxZRHAiY>

la norme hétérosexuelle, qui s'est imposée pendant des entretiens avec les jeunes. Les autres genres, à l'adolescence, trouvent-ils leur place dans cet affichage massif d'une sexualité uniforme ?

Pour conclure, Arnaud Zarbo salue le « *ton rafraîchissant* » du rapport *#Génération2020*, permettant d'éviter, en matière d'éducation (aux médias), la vision diagnostique qui « *pathologise à tout va les écarts par rapport aux normes* » (Arnaud Zarbo). Pour le thérapeute, il y aujourd'hui un intérêt à identifier le déploiement de ressources mobilisées à travers les écrans par les jeunes et par les familles. Soutenir la jeunesse signifie aussi soutenir la parentalité. Ces deux chemins se croisent « *Les cultures familiales des écrans, le rapport aux écrans installés dans les familles, les transmissions que cela suppose : ce sont des sujets fascinants et qui peuvent être des leviers magnifiques pour le débat, la discussion et l'éducation aux médias au sens très large* » (Arnaud Zarbo).

#GÉNÉRATION2020

