Belgique-België
P 407015
1040 Bruxelles 4
1/4167

PUBLICATION QUADRIMESTRIELLE - AUTOMNE 2026

ITINÉRANCE

LE MAGAZINE DE LA FÉDÉRATION ARCHIPEL

ARCHIPEL
Fédérer, Soutenir,
Représenter la Jeunesse

JEUNES & MÉDIAS
DÉCRYPTER L'ÈRE DES ALGORITHMES

03 **ÉDITO**

04 **ÉDUCATION AUX MÉDIAS :**
comprendre, questionner et agir dans un monde médiatisé

09 **S'INFORMER, S'EXPRIMER, S'ENGAGER :**
quelle citoyenneté à l'heure des algorithmes ?

16 **FRACTURE NUMÉRIQUE :**
les jeunes sont connecté·es, mais sont-iels vraiment égaux face au numérique ?

21 **PEUT-ON RÉELLEMENT RÉGULER LES GÉANTS DES RÉSEAUX SOCIAUX ?**

28 **L'INTERDICTION DES RÉSEAUX SOCIAUX AUX MINEUR·ES EST-ELLE LA NOUVELLE PANACÉE ?**

36 **INTERVIEW :**
les coulisses de l'action éducative de la RTBF

42 **ACTION MÉDIAS JEUNES,**
20 ans à décrypter les médias avec les jeunes

46 **COMMENT LES MEMBRES D'ARCHIPEL S'INSCRIVENT DANS L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ?**

49 **À TESTER :**
le journal médiatique



VOICI LE PREMIER NUMÉRO DE NOTRE NOUVELLE REVUE THÉMATIQUE

Fruit d'un long travail mené par l'équipe communication d'Archipel, cette revue s'inscrit pleinement dans la réflexion que nous menons sur la pertinence et l'impact de nos actions au bénéfice de celles et ceux que nous accompagnons.

Depuis plusieurs années, nous avons à cœur de questionner nos pratiques, de faire évoluer nos services et de porter un regard critique sur notre action. Cette revue a l'ambition de devenir un véritable outil de réflexion, de débat et d'inspiration autour des sujets qui traversent notre secteur.

À travers la profondeur de ses dossiers, ses enquêtes et ses témoignages, nous souhaitons vous proposer des analyses critiques, nourries par les réalités de terrain, mais surtout susceptibles d'éclairer l'action et de nous aider collectivement à avancer.

Je tiens sincèrement à féliciter et à remercier toutes les personnes qui ont contribué à la création de ce premier numéro, ainsi que toutes celles et ceux qui, demain, participeront à son développement, à sa richesse et à sa qualité.

Je profite également de ces quelques lignes pour vous partager mon profond respect et ma grande admiration pour le chemin parcouru par notre Fédération ces dernières années.

Malgré un contexte socio-économique morose, Archipel et ses membres ont choisi de faire front et de continuer à porter un projet ambitieux, sans tabou et résolument tourné vers l'avenir. Nous avons fait le choix de ne pas subir, mais d'agir, avec la conviction que la mutualisation de nos forces, de nos compétences et de nos énergies constitue une réponse essentielle en temps de crise.

C'est dans cette dynamique, avec cette même ambition et cette même confiance dans la force du collectif, que je continuerai à diriger notre Fédération durant les trois prochaines années de mon nouveau mandat.

Pour un projet de société qui fait sens.

Merci à toutes et à tous.

Hadrien Wilputte,

Secrétaire Général



ÉDUCATION AUX MÉDIAS : COMPRENDRE, QUESTIONNER ET AGIR DANS UN MONDE MÉDIATISÉ

par Marine Sonet

DE QUOI PARLE-T-ON QUAND ON PARLE D´ÉDUCATION AUX MÉDIAS ?

Il faut se rendre à l'évidence : les médias font aujourd'hui partie intégrante de la vie de chacun·e et la rapidité avec laquelle ils évoluent ne cesse d'augmenter. L'éducation aux médias se présente comme une boussole pour naviguer dans le monde médiatique en étant conscient·e de sa consommation, autonome et responsable de ses créations et critique face aux informations que l'on reçoit.

Les médias, et particulièrement les réseaux sociaux, ont modifié les interactions entre les individus mais également notre rapport à la technologie. L'omniprésence de ceux-ci nous invite à mener une réflexion approfondie sur nos pratiques, que nous soyons consommateur, consommatrice, lecteur, lectrice, ou producteur, productrice de contenus et c'est précisément l'objectif poursuivi par l'éducation aux médias.

Est-ce que si j'utilise mon téléphone pour m'informer, je fais de l'éducation aux médias ? Est-ce que si j'apprends à mes élèves à trouver des sources fiables en ligne, je fais de l'éducation aux médias ? Est-ce que créer un podcast avec des jeunes est une animation d'éducation aux médias ? Toutes ces questions sont légitimes et si vous êtes en contact avec des jeunes dans le cadre de votre métier, vous vous les êtes sûrement déjà posées. L'éducation aux médias (EAM) peut paraitre vague et abstraite pourtant, elle est définie par le décret relatif à l'Éducation aux Médias comme étant « l'ensemble des pratiques éducatives visant le développement des connaissances, des compétences et des usages médiatiques de leurs bénéficiaires, enfants, jeunes et adultes, dans le but de rendre ceux-ci actifs, autonomes, critiques, réflexifs, créatifs et solidaires dans leur utilisation des médias. Elle rend ainsi ses bénéficiaires aptes à faire usage des médias en tant que destinataires, usagers, créateurs ou contributeurs, tout au long de leur vie. »

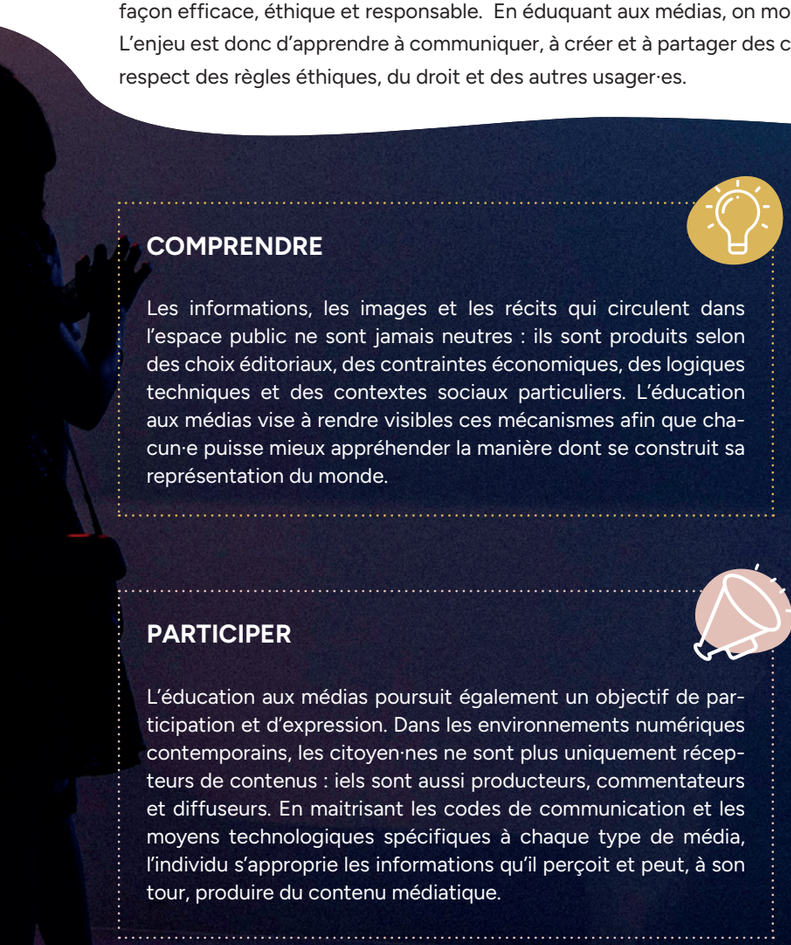
Le CSEM, Conseil Supérieur de l'Education aux Médias, l'organe d'avis en matière d'EAM en Fédération Wallonie-Bruxelles, ajoute à cette définition qu'éduquer aux médias c'est « rendre chaque individu capable de comprendre la situation dans laquelle il se trouve lorsqu'il est destinataire, mais également aujourd'hui, producteur de messages médiatiques. » En d'autres termes, l'éducation aux médias permet de comprendre la place des médias dans la société.

Cette compréhension est d'autant plus essentielle lorsqu'on observe la portée des réseaux sociaux sur notre quotidien. Car si les médias constituent un ensemble d'outils utiles et innovants, ils sont également porteurs de messages de haine, d'harcèlement en ligne et de radicalisation. Face à ces phénomènes, l'éducation aux médias permet de se poser des questions et d'aiguiser son sens critique.

Il serait néanmoins réducteur de définir l'éducation aux médias uniquement comme une réponse aux phénomènes sociaux. Elle est également source de créativité et de liberté d'expression. En analysant les messages médiatiques que ce soit par l'image, le son ou la lecture, on sensibilise les jeunes à la création et l'éveil de leur imagination.

COMPRENDRE, CRITIQUER, PARTICIPER

L'éducation aux médias ne se réduit ni à l'apprentissage des outils numériques ni à la lutte contre les fausses informations. Son ambition est plus large : permettre à chaque citoyen·ne de comprendre l'environnement médiatique dans lequel iel évolue, d'exercer son esprit critique et de participer de manière autonome à la vie démocratique. L'UNESCO définit ainsi l'éducation aux médias et à l'information comme un ensemble de compétences permettant d'accéder à l'information, de l'analyser, de l'évaluer de manière critique, de la produire et de la partager de façon efficace, éthique et responsable. En éduquant aux médias, on mobilise donc plusieurs compétences clés. L'enjeu est donc d'apprendre à communiquer, à créer et à partager des contenus de manière responsable, dans le respect des règles éthiques, du droit et des autres usager·es.



COMPRENDRE

Les informations, les images et les récits qui circulent dans l'espace public ne sont jamais neutres : ils sont produits selon des choix éditoriaux, des contraintes économiques, des logiques techniques et des contextes sociaux particuliers. L'éducation aux médias vise à rendre visibles ces mécanismes afin que chacun·e puisse mieux appréhender la manière dont se construit sa représentation du monde.

PARTICIPER

L'éducation aux médias poursuit également un objectif de participation et d'expression. Dans les environnements numériques contemporains, les citoyen·nes ne sont plus uniquement récepteurs de contenus : iels sont aussi producteurs, commentateurs et diffuseurs. En maitrisant les codes de communication et les moyens technologiques spécifiques à chaque type de média, l'individu s'approprie les informations qu'il perçoit et peut, à son tour, produire du contenu médiatique.

CRITIQUER

Un autre objectif est de développer l'esprit critique. Dans un contexte marqué par l'abondance de contenus, l'accélération de la circulation de l'information et la personnalisation algorithmique des plateformes numériques, il devient essentiel d'être capable d'interroger les sources, de vérifier les informations, d'identifier les biais, les stéréotypes ou les stratégies de persuasion qui traversent les productions médiatiques. Cette démarche critique ne consiste pas à se méfier systématiquement de tout, mais à acquérir les outils intellectuels nécessaires pour porter un jugement éclairé.

Enfin, l'éducation aux médias s'inscrit dans un projet de citoyenneté démocratique. Elle vise à former des citoyen·nes capables de participer au débat public, de résister aux manipulations de l'information, de comprendre les enjeux du numérique et d'agir de façon responsable dans une société de plus en plus médiatisée. Lors de la Conférence internationale « Éducation aux médias et à la démocratie pour la résilience sociétale » tenue en septembre 2025, le Chef du service de l'Éducation du Conseil de l'Europe déclarait : « L'éducation aux médias est la boussole qui aide les jeunes à s'orienter dans l'espace public numérique, mais elle doit être associée aux compétences pour la culture démocratique – telles que la pensée critique, l'empathie et le sens civique – pour renforcer la résilience face à la désinformation et à la polarisation ». Au fond, l'éducation aux médias ne cherche pas seulement à former des usager·es compétent·es. Elle vise à former des individus autonomes, capables de comprendre les mécanismes de l'information, de s'exprimer de manière responsable et de participer pleinement à la vie démocratique.

PLUSIEURS DIMENSIONS, PLUSIEURS ACTEURS : LE MULTIVERS DE L'EAM

L'éducation aux médias s'inscrit dans une démarche démocratique, elle est une clé de compréhension du monde médiatique qui nous entoure et nous permet de développer de nouveaux savoirs de manière critique et consciente. Les médias reposent sur trois dimensions étroitement liées : informationnelle, technique et sociale. Ces trois aspects sont indissociables car aucun média n'existe en dehors des contenus qu'il véhicule, des technologies qui le rendent possible et du contexte social dans lequel il est produit et reçu. Chaque dimension mobilise des compétences différentes chez les individus.

La **dimension informationnelle** repose sur le fait que tout média véhicule des représentations, des informations et des contenus. Qu'il s'agisse d'un article de presse, d'une vidéo ou d'une publication sur les réseaux sociaux, tout contenu est construit à l'aide de langages, de codes et de choix narratifs qui influencent notre compréhension du réel. Développer des compétences informationnelles consiste à être capable d'analyser ces contenus, d'en comprendre le sens et d'identifier les idées, les émotions ou les sentiments qu'ils communiquent.

La **dimension technique** renvoie aux outils et aux procédés qui permettent de produire, diffuser et recevoir des contenus médiatiques. Tout média repose sur une technologie, qu'il s'agisse d'appareils, de logiciels, d'ordinateurs, etc. Les compétences techniques ne se limitent pas à l'utilisation de ces outils ; elles impliquent également de comprendre leur fonctionnement, leurs possibilités et leurs contraintes afin de pouvoir les utiliser de manière éclairée et créative.

La **dimension sociale** rappelle que toute communication s'inscrit dans un contexte relationnel. Les médias sont produits par des acteurs qui poursuivent certaines intentions et s'inscrivent dans des modèles économiques particuliers. Ils influencent les comportements et les représentations du grand public. Les compétences sociales consistent dès lors à identifier les acteurs en présence, à comprendre les enjeux qui sous-tendent la production de contenus et à analyser les effets que ceux-ci peuvent avoir sur les différents publics.

Parents, enseignant·es, animateurs, animatrices, éducateurs, éducatrices, jeunes, enfants… toute personne peut éduquer aux médias. Cela peut passer par une simple conversation lors d'un repas ou par une animation d'un acteur spécialisé en la matière, l'important est de soutenir le développement d'un esprit critique. L'éducation aux médias doit se faire dès le plus jeune âge et continuer tout au long de notre vie. Si chacun·e peut sensibiliser à l'éducation aux médias à son échelle, l'école, les médias eux-mêmes, le monde associatif (Jeunesse et Education permanente) et les parents restent les acteurs les plus à même d'accompagner les jeunes dans leurs apprentissages.

ÉDUQUER AUX MÉDIAS OU PAR LES MÉDIAS ?

La distinction entre l'éducation par les médias et l'éducation aux médias reste pertinente, même si les deux approches sont complémentaires. L'une aide à comprendre les médias ; l'autre mobilise leur potentiel pédagogique. Dans la pratique, de nombreux projets articulent les deux dimensions.

Puisque l'EAM tend à rendre ses bénéficiaires des personnes actives, autonomes, critiques, réflexives, créatives et solidaires, savoir utiliser un logiciel ou une plateforme ne suffit pas. Les compétences techniques doivent s'accompagner d'une réflexion critique. Dans l'éducation aux médias, les médias sont l'objet d'apprentissage. On cherche à comprendre leur fonctionnement, leurs contenus, leurs effets et leurs modes de production. Par exemple, une Organisation de Jeunesse peut créer un podcast avec un groupe de jeunes sur les différentes formes de participation des jeunes via les réseaux sociaux. On retrouve dans cette animation les trois dimensions des médias.

Lorsque l'on parle d'éducation par les médias, on utilise les médias comme un outil au service d'autres apprentissages. C'est-à-dire qu'on entend l'utilisation de films, d'émissions, de reportages, d'affiches publicitaires, etc. en soutien à l'enseignement ou au sujet traité.

FORMER DES CITOYEN·NES PLUTÔT QUE DES CONSOMMATEURS, CONSOMMATRICES

L'éducation aux médias ne vise pas seulement à protéger contre les risques informationnels. L'objectif n'est pas d'apprendre à se méfier de tout, mais de comprendre pour exercer un jugement éclairé. Elle cherche avant tout à permettre à chacun·e d'appréhender les mécanismes qui structurent l'espace médiatique, d'y participer de manière consciente et d'exercer pleinement sa citoyenneté dans une société où les médias occupent une place centrale. À ce titre, elle constitue un levier essentiel de la démocratie. En développant l'esprit critique et la capacité à analyser l'information, elle permet aux citoyen·nes de se forger une opinion, de prendre part au débat public et de participer pleinement à la vie collective. Elle apparait ainsi non seulement comme un outil indispensable au fonctionnement démocratique mais aussi comme une pratique concrète de la démocratie.



SOURCES :

Conseil de l'Europe. (2025, 18 septembre). *Le Conseil de l'Europe met en avant le rôle de l'éducation aux médias et à la démocratie pour des sociétés résilientes.* https://www.coe.int/fr/web/education/-/council-of-europe-highlights-the-role-of-media-literacy-and-democracy-education-for-resilient-societie

Conseil supérieur de l'éducation aux médias. (2019, septembre). *L'éducation aux médias en 12 questions.* https://www.csem.be/sites/default/files/2021-01/proposition%20finale%20HD%20%20v2.pdf

Parlement de la Communauté française. (2024, 16 mai). *Décret relatif à l'éducation aux médias. Moniteur belge,* 12 septembre 2024

UNESCO. (2024, February 5). *Media and information literacy*. https://www.unesco.org/en/articles/media-and-information-literacy



S'INFORMER, S'EXPRIMER, S'ENGAGER : QUELLE CITOYENNETÉ À L'HEURE DES ALGORITHMES ?

par Jonathan Piroux

Jamais l'information n'a semblé aussi accessible. Jamais non plus, elle n'a été aussi abondante, personnalisée et imbriquée dans nos usages quotidiens. Pour les jeunes générations, cette transformation n'est pas seulement médiatique : elle change aussi les manières de découvrir le monde, de se construire une opinion, de découvrir une cause et, parfois, de s'engager. Une formidable ouverture démocratique ? Oui, en partie. Mais une ouverture dont les portes d'entrée sont de plus en plus souvent biaisées par des algorithmes.

Il suffit aujourd'hui de quelques secondes pour passer d'une vidéo humoristique à une explication du conflit israélo-palestinien, d'un réel (vidéo sur Instagram) sur la mode à un témoignage sur les violences sexistes. On peut découvrir une mobilisation, interpeller une personnalité politique ou rejoindre un collectif sans quitter son téléphone.

Cette réalité est devenue tellement ordinaire qu'on oublierait presque à quel point elle est récente. Pendant longtemps, s'informer supposait de se tourner volontairement vers ceux qui produisaient l'information : ouvrir un journal, écouter la radio, regarder un JT à heure fixe. Pour une partie importante des jeunes, ce chemin s'est inversé : **on ne va plus nécessairement chercher l'information, elle vient à nous**. Et ce déplacement transforme les conditions dans lesquelles se construit notre citoyenneté.

DE « ONLINE FIRST » À « SOCIAL FIRST »

En dix ans, le basculement est spectaculaire. En 2015, 21 % des 18-24 ans interrogé·es par le Reuters *Institute* désignaient les réseaux sociaux comme leur principale source d'information, contre 36 % pour les sites et applications des médias. En 2025, le rapport s'est inversé : 39 % contre 24 %. Le Reuters Institute parle désormais d'une génération « social first ».

En Europe, 42 % des 16-30 ans déclarent les réseaux sociaux comme l'une de leurs principales sources d'information sur les questions politiques et sociales, devant la télévision (39 %). Instagram arrive en tête des plateformes utilisées pour s'informer, devant TikTok et YouTube.

Mais ce déplacement ne change pas seulement le support ou le format. **Il transforme aussi les intermédiaires auxquels nous confions la tâche de nous raconter le monde**. Journalistes, militant·es, expert·es, responsables politiques ou influenceurs et influenceuses peuvent désormais apparaître dans un même fil, avec parfois les mêmes codes. Le statut de celui ou celle qui informe devient plus flou.

UNE PORTE D'ENTRÉE GIGANTESQUE SUR LE MONDE

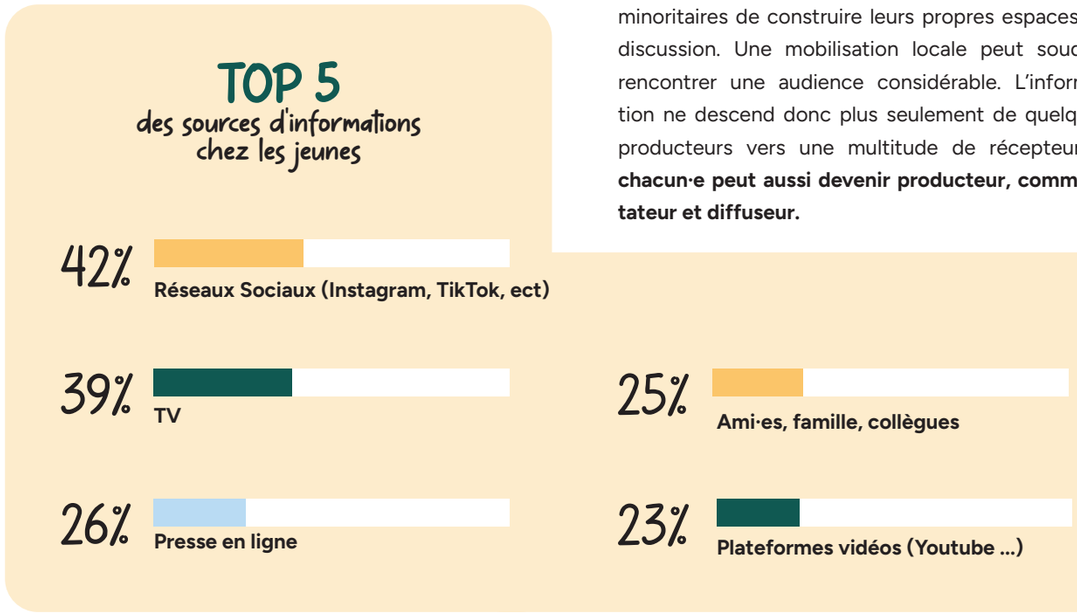
À force de parler des *fake news*, de TikTok ou des bulles algorithmiques, on risque parfois de passer à côté d'une transformation démocratique majeure : **jamais autant de connaissances, de témoignages et de points de vue n'ont été aussi facilement accessibles.**

Un smartphone permet de passer d'un grand média international au témoignage d'une personne dont l'expérience est peu représentée dans les médias traditionnels. Pour un·e jeune, cela signifie pouvoir être confronté·e très tôt à des réalités éloignées de son environnement immédiat : discriminations, changement climatique, conflits internationaux…

C'est aussi ce qui ressort de « Être Jeune en 2023 », vaste consultation du Forum des Jeunes auprès de 1 032 jeunes de Wallonie et de Bruxelles : les réseaux sociaux apparaissent notamment comme des espaces de découverte de causes et de réalités éloignées de leur quotidien.

Cette ouverture permet à des expériences auparavant peu visibles de circuler et à des groupes minoritaires de construire leurs propres espaces de discussion. Une mobilisation locale peut soudain rencontrer une audience considérable. L'information ne descend donc plus seulement de quelques producteurs vers une multitude de récepteurs : **chacun·e peut aussi devenir producteur, commentateur et diffuseur.**

TOP 5
des sources d'informations chez les jeunes



DE PUBLIC À PARTICIPANT·E

Et les plateformes ne permettent pas uniquement de savoir. Elles permettent aussi **d'agir** : partager une publication, signer une pétition, interpeller un responsable politique ou rejoindre une mobilisation.

Les chiffres européens permettent d'ailleurs de sortir du cliché d'une jeunesse politiquement désengagée. Parmi les 16-30 ans interrogé·es par le Parlement européen, 39 % déclarent avoir voté, 26 % avoir créé ou signé une pétition, 20 % s'être investi·es bénévolement dans une association ou une campagne et 19 % avoir publié en ligne une opinion politique ou sociale.

Poster une story n'équivaut évidemment pas à consacrer dix ans de sa vie à une association. Mais ces nouvelles pratiques obligent à regarder l'engagement autrement. Le rapport « Be Seen, Be Heard » du European Youth Forum souligne ainsi la diversification des formes de participation des jeunes, notamment autour du climat et des droits, alors même qu'iels restent sous-représenté·es dans les espaces traditionnels de décision. Une étude de la Commission européenne consacrée spécifiquement à l'impact d'Internet et des réseaux sociaux sur la participation des jeunes montre, de son côté, que **les outils numériques peuvent soutenir la participation citoyenne**, à condition d'être accompagnés des compétences nécessaires pour s'en saisir.

Internet n'a donc pas nécessairement remplacé l'engagement. Il en a **élargi le répertoire et abaissé le seuil d'entrée**. Il n'est plus nécessaire de connaître une association ou de pousser la porte d'un local pour rencontrer une cause : le premier contact peut être une vidéo de trente secondes regardées dans son lit.

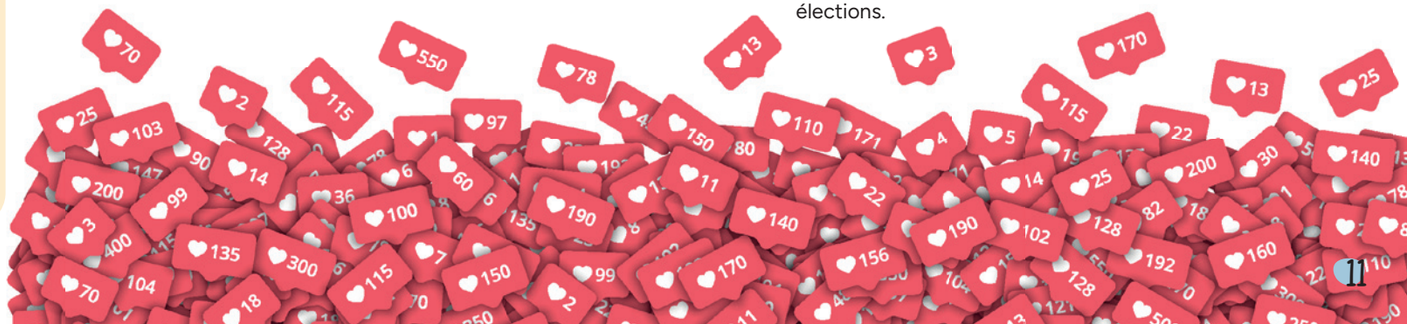
Lorsqu'on s'interroge sur la citoyenneté des jeunes aujourd'hui, l'enjeu n'est peut-être donc pas d'opposer un « vrai engagement », physique et durable, à un « faux engagement » numérique et superficiel. Il est plutôt de comprendre comment ces différentes formes d'engagement peuvent se nourrir les unes les autres.

MAIS QUI CHOISIT CE QUE NOUS VOYONS ?

C'est ici que l'histoire se complique. Car avoir potentiellement accès à tout ne signifie évidemment pas tout voir. Quelqu'un doit sélectionner.
Longtemps, cette fonction a été largement exercée par les rédactions. Leurs choix étaient imparfaits et jamais neutres, mais ils s'inscrivaient dans une ligne éditoriale théoriquement identifiable. Sur les grandes plateformes, une part considérable de cette sélection est désormais confiée à des « systèmes de recommandation ».

Le rapport belge « #Génération2024 – Les jeunes et la consommation en ligne », réalisé par Média Animation, montre combien ces mécanismes de personnalisation font désormais partie de l'expérience quotidienne des jeunes. Deux personnes ouvrant TikTok au même moment n'ouvrent pas vraiment le même média. Ce qu'elles voient dépend de ce qu'elles regardent, ignorent, aiment, partagent ou recherchent.

Or, l'objectif premier de ces systèmes n'est pas de nous proposer une représentation équilibrée du débat démocratique. Il est de sélectionner ce qui semble le plus susceptible de retenir notre attention. Cela vaut pour une paire de chaussures. Mais aussi pour le féminisme, l'immigration, le climat ou les élections.



QUAND L'INFORMATION NOUS TROUVE

Cette mécanique transforme notre rapport à l'information. Sur les plateformes, une partie de celle-ci est « incidente » : une vidéo d'actualité peut surgir entre la publication d'un proche et un contenu humoristique sans que nous ayons décidé de nous informer. Et lorsqu'un sujet nous intéresse, l'environnement apprend rapidement à nous en proposer davantage. Cela peut être formidable. Une première vidéo sur le changement climatique peut conduire vers des scientifiques, des associations, puis vers une mobilisation. Des points de vue longtemps sous-représentés peuvent trouver un espace pour circuler. Cette ouverture permet aussi de questionner les discours dominants et de contester des autorités qui méritent parfois de l'être.

Mais la même logique peut progressivement renforcer certains cadrages. Plus nous interagissons avec certains contenus, plus la plateforme est susceptible de nous en proposer de semblables. **L'immensité des informations accessibles ne signifie donc pas que nous soyons confronté·es à toute leur diversité.** Voilà toute l'ambivalence : la démocratisation de la parole permet de contester des autorités qui méritent parfois de l'être ; elle ne garantit pas que ce qui les remplace soit plus fiable.



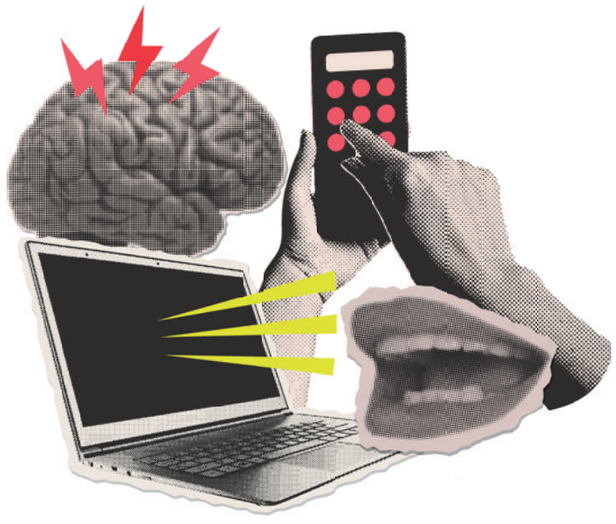
SOMMES-NOUS ENFERMÉ·ES DANS DES BULLES ?

Les algorithmes rencontrent ici un mécanisme qui n'a rien de numérique : **le biais de confirmation**. Nous avons spontanément tendance à chercher, croire et retenir plus facilement ce qui conforte ce que nous pensons déjà. Si les plateformes nous proposent parallèlement davantage de contenus avec lesquels nous avons tendance à interagir, les deux phénomènes peuvent se renforcer.

Notre environnement informationnel peut alors nous donner l'impression que notre vision du monde est plus évidente ou plus largement partagée qu'elle ne l'est réellement. **Pourquoi douter d'une conviction que tout ce que nous voyons semble confirmer ?**

C'est en partie ce que recouvrent les notions de « bulles algorithmiques » ou de « chambres d'écho ». La recherche confirme l'existence de regroupements idéologiques et d'une exposition préférentielle à des contenus proches de nos opinions. Mais elle invite aussi à la nuance : **voir davantage d'opinions similaires ne transforme pas automatiquement quelqu'un en extrémiste**. Une vaste étude publiée dans Nature en 2023, menée auprès de plus de 23 000 utilisateurs et utilisatrices de Facebook aux États-Unis pendant l'élection présidentielle de 2020, a ainsi montré que réduire fortement leur exposition à des sources politiquement proches modifiait bien les contenus qu'iels voyaient, sans modifier significativement leurs opinions politiques ou leur niveau de polarisation.

Parce que la polarisation n'est pas qu'une affaire d'information. Elle est aussi sociale, identitaire et affective : nos idées peuvent structurer notre appartenance à un groupe et les personnes auxquelles nous faisons confiance. Les recherches montrent donc des liens entre certains usages numériques et la polarisation, mais avec des effets très variables selon les plateformes et les contextes. **L'algorithme n'invente pas nécessairement nos divisions. Mais il peut les amplifier considérablement**.



QUAND TOUT POUSSE À AVOIR UNE OPINION

Les réseaux transforment aussi les règles de la conversation publique. Une opinion n'y est pas seulement exprimée : elle est quantifiée en *likes*, commentaires, partages et audience.

Or, une explication prudente et nuancée est rarement aussi immédiatement efficace qu'une certitude ou une indignation. Cela ne signifie pas que TikTok ou Instagram rendent mécaniquement les jeunes plus radicaux. Mais **l'environnement dans lequel se construisent leurs opinions récompense certaines manières de parler du monde**.

Il peut même produire une forme paradoxale d'uniformisation. Pas forcément des idées : celles-ci peuvent être extrêmement divergentes. Mais des formats et des comportements : mêmes formats courts, mêmes mécanismes d'accroche, mêmes injonctions à réagir vite. Dans cet écosystème où journalistes, militant·es, politiques, créateurs et créatrices utilisent parfois les mêmes codes, les frontières deviennent elles aussi moins lisibles.

Le débat public ne disparaît pas. Il change d'architecture.

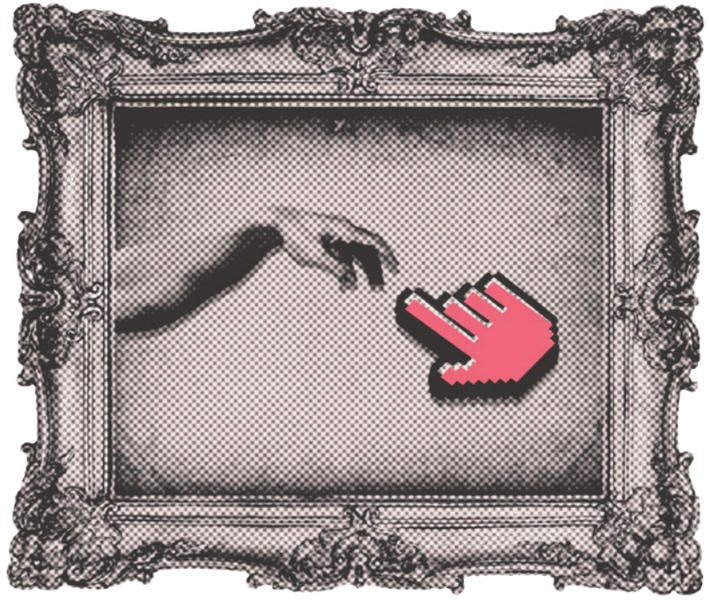
LUCIDES… MAIS PAS IMMUNISÉ·ES

Pour autant, les jeunes ne sont pas des victimes naïves subissant passivement leurs écrans. L'étude « #Génération2024 » montre qu'iels identifient beaucoup de mécanismes auxquels iels sont confronté·es : publicité, influence, stratégies destinées à capter leur attention… Mais comprendre que l'on essaie de nous influencer ne signifie pas que l'influence cesse d'exister.

Cette ambivalence se retrouve face à la désinformation. Selon l'« Eurobaromètre jeunesse 2025 » du Parlement européen, 76 % des 16-30 ans européen·nes pensent avoir été exposé·es à de la désinformation ou à des *fake news* au cours de la semaine précédente, tandis que 70 % se disent confiant·es dans leur capacité à les reconnaître.

La question éducative ne peut donc pas se limiter à rappeler que « tout ce qu'on voit sur Internet n'est pas vrai ». Elle doit aller plus loin : pourquoi faisons-nous confiance à cette personne ? Pourquoi cette publication nous a-t-elle été montrée ? Qui a intérêt à ce qu'elle circule ? Quels contenus n'avons-nous pas vus ? Et surtout : **comment savons-nous que nous avons raison ?**





FORMER DES CITOYEN·NES DANS UN MONDE QUI CHANGE EN PERMANENCE

Avec une difficulté supplémentaire : **l'environnement médiatique change plus vite que les outils que nous construisons pour l'appréhender.** Facebook dominait hier, TikTok et Instagram occupent aujourd'hui une place centrale, tandis que l'IA transforme déjà les manières de chercher, de produire et de recevoir de l'information.

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS COMME APPRENTISSAGE DE LA CITOYENNETÉ

C'est probablement ici que les enjeux de citoyenneté rejoignent pleinement ceux de l'éducation aux médias. Car au-delà de la fiabilité d'une source, c'est désormais **tout l'environnement dans lequel l'information circule** qui peut être interrogé : qui produit ? Qui sélectionne ? Qui recommande ? Qui finance ? Et qu'est-ce que tout cela produit sur notre manière de voir le monde ?

Média Animation invite justement à dépasser deux caricatures : celle de jeunes victimes passives des plateformes et celle de jeunes tellement habitué·es au numérique qu'iels en seraient naturellement expert·es. L'enjeu est plutôt de rendre visibles des mécanismes qui, parce qu'ils sont quotidiens, finissent par paraître naturels.

C'est aussi ce qui fait de l'éducation aux médias un enjeu profondément citoyen : non pas apprendre aux jeunes **quoi penser**, mais renforcer leur capacité à comprendre **comment se construit ce qu'iels pensent.**

Les plateformes passent, les usages évoluent, les technologies se transforment. D'où l'importance de compétences qui, elles, peuvent traverser ces évolutions : interroger une source, croiser l'information, comprendre les intérêts à l'œuvre, accepter l'incertitude, chercher d'autres points de vue ou simplement savoir ralentir avant de partager.

Ce sont **moins des compétences techniques que des compétences démocratiques**. Et c'est précisément là que les pratiques développées depuis longtemps dans le secteur de la Jeunesse et de l'éducation aux médias prennent tout leur sens : créer des espaces où l'on peut questionner, expérimenter, confronter les informations et les points de vue, mais aussi changer d'avis.

NI PARADIS DÉMOCRATIQUE, NI MACHINE À RADICALISER

Alors, les réseaux sociaux rendent-ils les jeunes plus engagé·es ou plus manipulables ? La question est probablement mal posée. Ils peuvent ouvrir l'accès à la connaissance et nous noyer sous l'information ; donner une voix à celles et ceux qui en avaient peu et amplifier celles et ceux qui crient le plus fort ; faire découvrir une cause et enfermer dans une bulle de représentation.

Les algorithmes ne fonctionnent pas séparément de nous : ils rencontrent nos identités, nos émotions, nos appartenances, nos biais et nos convictions. **Une partie croissante de notre accès au monde est ainsi médiée par des systèmes dont nous ne connaissons ni précisément les règles, ni complètement les objectifs, ni réellement les effets.**

Pour une génération qui grandit dans cet environnement, être citoyen·ne ne consiste donc plus seulement à avoir accès à l'information. Il faut aussi pouvoir comprendre **comment cette information arrive jusqu'à nous.**

C'est peut-être là que se rejoignent finalement les transformations décrites dans cet article et le travail mené quotidiennement par celles et ceux qui font de l'éducation aux médias : **donner davantage de prises sur un environnement médiatique en perpétuelle évolution, pour pouvoir y exercer sa liberté et sa citoyenneté.**

Car disposer de toute l'information du monde dans sa poche n'est pas encore être libre de penser. **Mais savoir comment elle est arrivée jusque-là constitue déjà un bon début.**

SOURCES :

Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., Mukherjee, M., & Fletcher, R. (2026, 24 mars). *Understanding young news audiences at a time of rapid change*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://doi.org/10.60625/risj-r08r-mt26

European Parliament, Directorate-General for Communication. (2025). *Flash Eurobarometer FL013EP: Youth survey*. European Union. https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2024_2029/plmrep/COMMITTEES/CULT/DV/2025/04-07/Youthsurvey_Infographic_EN.pdf

Forum des Jeunes. (2023). *Être Jeune en 2023 - Perspectives d'une jeunesse aux 1000 visages* [Mémorandum]. https://forumdesjeunes.be/wp-content/uploads/2023/12/memorandum-2023-digital.pdf

The Body Shop International & Office of the United Nations Secretary-General's Envoy on Youth. (2022). *Be seen, be heard: Understanding young people's political participation*. https://www.youthforum.org/files/UPDATED_UN_REPORT_TBS_Accessible_Version_090622.pdf

European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. (2018). *Study on the impact of the internet and social media on youth participation and youth work: Final report. Publications Office of the European Union*. https://doi.org/10.2766/180124

François, V., Guffens, B., & Goffinon, Z. (2025).*#Génération 2024 : Les jeunes et la consommation en ligne.* Média Animation ASBL. https://media-animation.be/wp-content/uploads/2025/12/GENE2024-Les-jeunes-et-la-conso-Web.pdf

Nyhan, B., Settle, J., Thorson, E., Wojcieszak, M., Barberá, P., Chen, A. Y., Allcott, H., Brown, T., Crespo-Tenorio, A., Dimmery, D., Freelon, D., Gentzkow, M., González-Bailón, S., Guess, A. M., Kennedy, E., Kim, Y. M., Lazer, D., Malhotra, N., Moehler, D., … Tucker, J. A. (2023). *Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarizing*. Nature, 620(7972), 137-144. https://doi.org/10.1038/s41586-023-06297-w

Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2023). *A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy*. Nature Human Behaviour, 7(1), 74-101. https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1

Newman, N. (2025, June 17). *Overview and key findings of the 2025 Digital News Report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary

European Parliament. (2025, February 17). *Cost of living and environment are the main concerns of young people in the EU*. https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20250210IPR26795/cost-of-living-and-environment-are-the-main-concerns-of-young-people-in-the-eu

FRACTURE NUMÉRIQUE : LES JEUNES SONT CONNECTÉ·ES, MAIS SONT-IELS VRAIMENT ÉGAUX FACE AU NUMÉRIQUE ?

par Hélène Lempereur

Smartphone en poche, réseaux sociaux, streaming, jeux vidéo, plateformes scolaires et désormais intelligence artificielle : difficile d'imaginer une génération plus connectée que celle des jeunes d'aujourd'hui. En Belgique, les 16-24 ans sont d'ailleurs la tranche d'âge qui passe le plus de temps en ligne. En 2025, iels y consacrent en moyenne plus de cinq heures par jour et 78 % de ce public dépassent trois heures quotidiennes.

La fracture numérique désigne les inégalités qui existent dans l'accès aux outils et à Internet, mais aussi dans les compétences, l'autonomie et la capacité à comprendre et à utiliser les environnements numériques. À première vue, la fracture numérique semble être un problème qui concerne surtout les générations plus âgées. Pourtant, être connecté·e ne signifie pas nécessairement être compétent·e, autonome ou capable de comprendre les environnements numériques dans lesquels on évolue. C'est précisément là que le cliché du digital native[1] montre ses limites.

1. L'expression *digital native*, popularisée au début des années 2000, désigne les personnes ayant grandi avec les technologies numériques. Elle est souvent associée aux générations Y et Z, sans qu'il existe de bornes d'âge universellement admises.

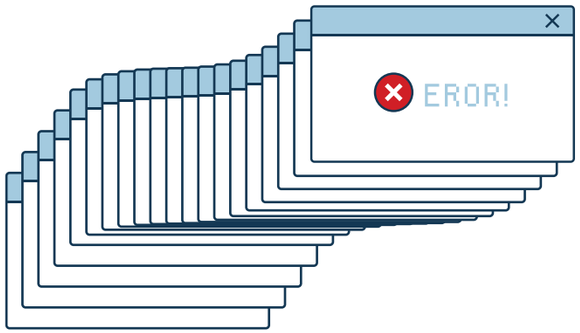
DES JEUNES HYPERCONNECTÉ·ES, MAIS PAS TOUS ÉGAUX

Le dernier « Baromètre de l'inclusion numérique » de la Fondation Roi Baudouin est particulièrement éclairant. En 2023, près d'un·e jeune Belge de 16 à 24 ans sur trois, soit **32 %**, **se trouvait encore en situation de vulnérabilité numérique**. Deux ans auparavant, iels étaient 33 %. Autrement dit, malgré l'omniprésence croissante du numérique, la situation a à peine évolué.

Le niveau d'études accentue fortement ces différences. Parmi les jeunes internautes peu diplômé·es, **52 % avaient de faibles compétences numériques**, contre seulement 10 % parmi les plus diplômé·es. Le fossé entre les deux groupes s'était même considérablement creusé en deux ans.

Les données belges montrent ainsi quelque chose d'essentiel : les inégalités numériques ne disparaissent pas avec le renouvellement des générations. Elles suivent et peuvent même renforcer des inégalités sociales déjà présentes.

À l'échelle de l'ensemble de la population belge, la situation s'améliore néanmoins. Les dernières données publiées par Statbel en décembre 2025 indiquent que **61 % des Belges de 16 à 74 ans possèdent désormais au moins les compétences numériques de base**, contre 54 % en 2021. Mais cela signifie aussi que près de deux personnes sur cinq n'atteignent toujours pas ce niveau. La Belgique reste encore loin de l'objectif européen fixé pour 2030 : 80 % des adultes devraient alors posséder au moins les compétences numériques de base.



SAVOIR UTILISER TIKTOK N'EST PAS SAVOIR MAÎTRISER LE NUMÉRIQUE

L'une des difficultés vient probablement de notre manière de définir les compétences numériques. Poster une vidéo, envoyer des messages, utiliser une application ou naviguer rapidement entre plusieurs réseaux sociaux donne une impression d'aisance. Mais les compétences numériques mesurées au niveau européen sont beaucoup plus larges.

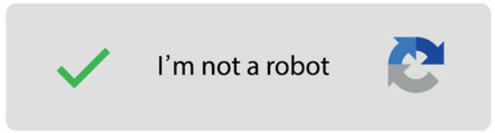
Elles concernent cinq domaines :

- rechercher et comprendre l'information et les données ;
- communiquer et collaborer ;
- créer du contenu numérique ;
- résoudre des problèmes ;
- assurer sa sécurité en ligne.

Pour être considéré·e comme possédant au moins les compétences numériques de base, il faut avoir réalisé au moins une activité relevant de chacun de ces cinq domaines. L'indicateur européen part du principe que la réalisation de ces activités témoigne des compétences correspondantes.

Un·e jeune peut donc être parfaitement à l'aise sur Instagram, Snapchat ou TikTok et rencontrer des difficultés lorsqu'iel doit vérifier une information, protéger ses données, comprendre les paramètres d'un service, utiliser certains logiciels ou réaliser une démarche administrative.

En Belgique, les résultats varient fortement selon les domaines évalués. En 2025, 86 % des Belges atteignaient au moins le niveau de base pour la communication en ligne, mais seulement 43 % pour la sécurité numérique. Cette dernière constitue donc un point faible. Le problème n'est donc plus uniquement de savoir qui possède un ordinateur ou une connexion à Internet. La fracture numérique concerne aussi ce que chacun·e est réellement capable de faire avec ces outils.



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AJOUTE UNE NOUVELLE COUCHE D'INÉGALITÉS

Depuis 2024, et surtout 2025, une nouvelle question s'est invitée dans le débat : l'intelligence artificielle générative. Son adoption par les jeunes est extrêmement rapide. Selon Eurostat, **63,8 % des Européen·nes de 16 à 24 ans ont utilisé un outil d'intelligence artificielle générative en 2025**, soit presque deux fois plus que dans l'ensemble de la population âgée de 16 à 74 ans. Près de quatre jeunes sur dix l'ont utilisée dans le cadre de l'éducation formelle. L'enjeu n'est donc déjà plus de savoir si les jeunes utiliseront l'IA. Iels l'utilisent.

LA QUESTION DEVIENT PLUTÔT : POUR QUOI FAIRE, ET AVEC QUELLES CLÉS DE COMPRÉHENSION ?

Savoir écrire une question à ChatGPT ne signifie pas comprendre comment une IA produit une réponse. Il faut pouvoir identifier une erreur ou une information inventée, vérifier une source, comprendre ce que deviennent les données fournies, reconnaître certains biais et décider dans quelles situations l'utilisation de l'outil est pertinente.

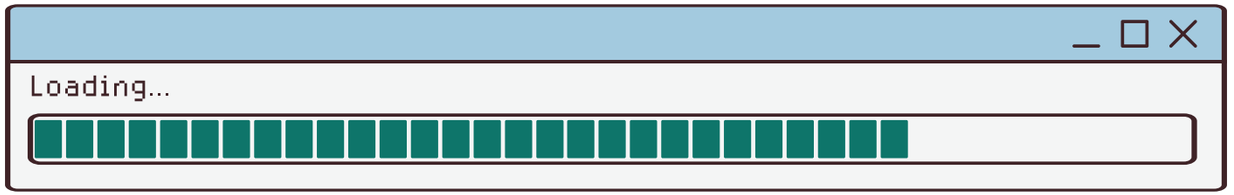
La fracture numérique risque donc progressivement de devenir aussi une **fracture dans la capacité à utiliser intelligemment l'IA**. Entre un·e jeune qui dispose d'un ordinateur, d'un accompagnement et des compétences nécessaires pour questionner les résultats produits, et un·e autre qui utilise gratuitement un chatbot sur son smartphone sans accompagnement, les possibilités offertes ne sont déjà plus les mêmes.

LA FRACTURE NUMÉRIQUE EST AUSSI UNE QUESTION D'ACCÈS AUX DROITS

Cette question dépasse largement l'école ou les compétences techniques. Prendre un rendez-vous, consulter un dossier, rechercher un emploi, s'inscrire à une activité, effectuer une démarche administrative ou accéder à certains services passe de plus en plus souvent par Internet.

Le « Baromètre de l'inclusion numérique » rappelle que l'accès aux outils ne suffit d'ailleurs pas. Parmi les personnes disposant de faibles revenus, **11 % n'avaient toujours pas de connexion Internet à domicile** en 2023 et un quart ne disposait que d'un smartphone pour naviguer en ligne. Or, remplir un formulaire complexe, rédiger un CV, suivre une formation ou gérer des documents administratifs uniquement depuis un téléphone n'offre évidemment pas les mêmes conditions que quand on dispose d'un ordinateur et d'une connexion stable. Pour un·e jeune qui entre progressivement dans la vie adulte, ces difficultés peuvent rapidement devenir très concrètes. Le numérique conditionne désormais une partie de l'accès à l'emploi, à la formation, aux études, à l'information et à la participation citoyenne.

Sur ce dernier point, un chiffre publié par Eurostat en avril 2026 interpelle particulièrement : en 2025, **seul·es 12,3 % des jeunes Belges de 16 à 29 ans déclaraient participer en ligne à des questions civiques ou politiques**, contre 24,3 % des jeunes au niveau européen. Être présent·e en ligne ne signifie donc pas automatiquement pouvoir y prendre sa place comme citoyen·ne.

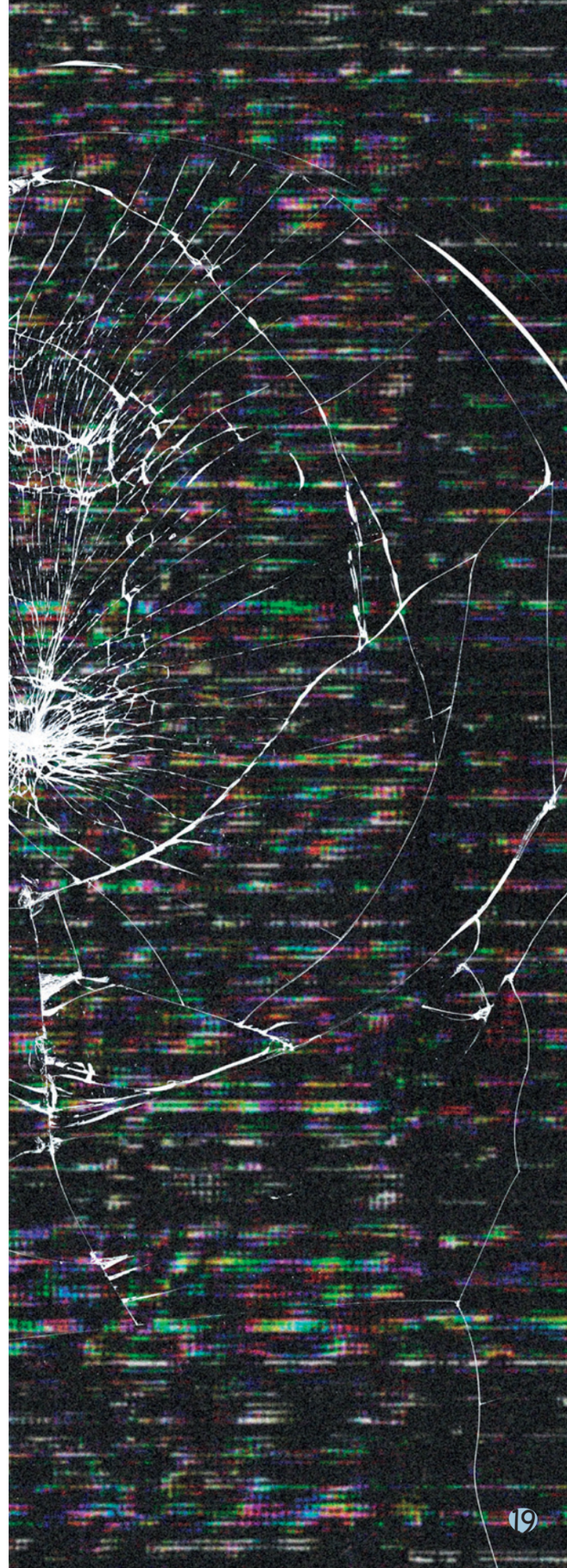


LE SECTEUR JEUNESSE A UN RÔLE À JOUER

Face à ces constats, la réponse ne peut pas consister uniquement à mettre davantage d'écrans entre les mains des jeunes. L'équipement reste indispensable lorsqu'il manque, mais l'enjeu est désormais aussi celui de l'accompagnement. La Commission européenne le souligne elle-même : grandir entouré·e d'appareils numériques ne suffit pas pour développer spontanément des compétences numériques avancées.

C'est précisément ici que les Organisations de Jeunesse et l'ensemble du secteur Jeunesse ont une carte importante à jouer. Une Maison de Jeunes, une OJ, un mouvement de jeunesse ou une association n'est pas une salle de cours. Et c'est justement sa force. Ces espaces permettent d'expérimenter, de se tromper, de discuter et de partir des pratiques réelles des jeunes. On peut y apprendre à démonter une *fake news*, comprendre pourquoi une vidéo apparaît dans son fil TikTok, questionner les réponses d'une IA, créer un podcast, parler de cyberharcèlement, découvrir comment une plateforme utilise les données personnelles ou simplement apprendre à effectuer une démarche numérique que l'on n'ose pas réaliser seul·e.

L'enjeu est également de ne pas considérer les jeunes uniquement comme des personnes qu'il faudrait « former au numérique ». Iels ont leurs propres usages, leurs connaissances et leurs stratégies. L'éducation au numérique gagne donc à se construire **avec elles et eux**, à partir de leurs expériences, plutôt qu'à leur expliquer ce qu'iels devraient faire de leurs écrans, dans une logique descendante.



PASSER DE L'ACCÈS AU POUVOIR D'AGIR

En 2026, parler de fracture numérique uniquement en termes d'accès à Internet serait donc largement insuffisant. La véritable question est désormais celle du **pouvoir d'agir dans une société numérisée**. Avoir accès à un outil est une première étape. Savoir l'utiliser en est une deuxième. Comprendre son fonctionnement, identifier ses limites, protéger ses données, vérifier l'information, créer du contenu et pouvoir décider quand l'utiliser ou non constituent l'étape suivante. Les jeunes sont probablement la génération la plus connectée que nous ayons connue. Cela ne fait pas automatiquement d'eux la génération la mieux armée face au numérique.

Pour le secteur Jeunesse, le défi des prochaines années sera donc moins d'amener les jeunes vers le numérique que de leur permettre **d'y trouver leur place, d'en comprendre les règles et surtout de garder la possibilité d'agir dessus plutôt que de simplement les subir.**

SOURCES OFFICIELLES ET ÉTUDES :

Bureau fédéral du Plan. (2025, 31 octobre). *Compétences numériques* (indicateur G04_DSK). Indicateurs de développement durable. https://indicators.be/fr/i/G04_DSK/fr

Eurostat. (2026, juillet 15). *75% of young Europeans have at least basic digital skills.* https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/edn-20260715-1

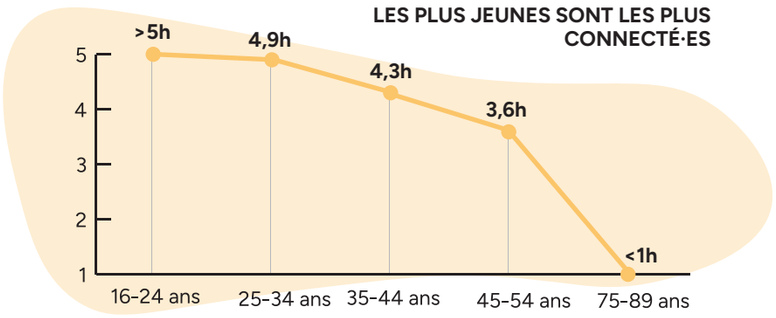
Eurostat. (2026, 10 février). *64% of 16-24-year-olds used AI in 2025* [Eurostat news]. https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/edn-20260210-1

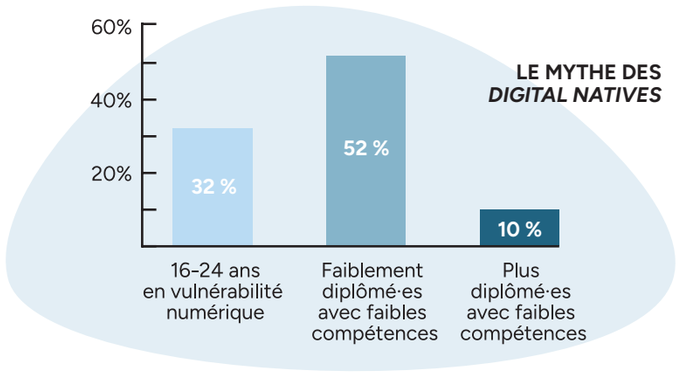
EuropeanCommission.(2025).*Belgium2025DigitalDecade country report.* https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/belgium-2025-digital-decade-country-report

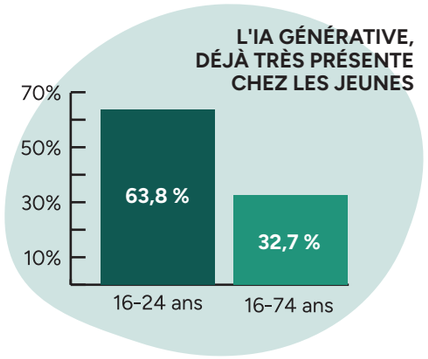
Fondation Roi Baudouin. (2024). *Baromètre de l'inclusion numérique 2024.* https://kbs-frb.be/fr/barometre-inclusion-numerique-2024

Statbel. (2025, 18 décembre). *Deux Belges sur cinq ne disposent pas des compétences numériques de base.* https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/deux-belges-sur-cinq-ne-disposent-pas-des-competences-numeriques-de-base

Statbel. (2025). *Enquête sur l'utilisation des TIC auprès des ménages et des individus,* 2025. Office belge de statistique. https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/utilisation-des-tic-aupres-des-menages







PEUT-ON RÉELLEMENT RÉGULER LES GÉANTS DES RÉSEAUX SOCIAUX ?

par Marine Sonet

C'est quand même fou, tout le monde a un téléphone dans sa poche et personne ne sait comment ça fonctionne. Je pense qu'il n'y a pas un objet dans l'histoire de l'humanité qui a eu un taux de pénétration aussi puissant et auquel on ne comprend absolument rien.

Ces mots, ce sont ceux de Jérôme Collin, animateur de l'émission « Entrer sans frapper » et auteur de « Je suis né dans la tempête », un livre qui suit la vie d'un jeune garçon né le même jour que le premier IPhone. Ces propos illustrent bien la raison pour laquelle l'éducation aux médias est incontournable aujourd'hui et le sera d'autant plus à l'avenir.

Les plateformes des réseaux sociaux se développent et s'introduisent dans nos relations à une vitesse folle. Pour contrôler cette influence croissante, les pouvoirs publics européens et belges ont entrepris de renforcer leur encadrement. Mais réguler les plateformes ne suffit pas. Face à ces géants de la tech', les législateurs peinent à suivre le rythme. Pourtant, la régulation est le seul levier politique activable pour contrôler ces entreprises globalisées. Mais avant de plonger dans les législations qui entourent les plateformes, balisons ce que « réseau social » veut vraiment dire.

DE QUOI PARLE-T-ON EXACTEMENT LORSQU'ON ÉVOQUE LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

L'expression « réseaux sociaux » est omniprésente dans le débat public, mais elle recouvre une réalité plus complexe qu'il n'y paraît. À l'origine, un réseau social désigne une plateforme numérique permettant à des utilisateurs et utilisatrices de créer un profil, d'entrer en relation avec d'autres personnes et de partager différents types de contenus. Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, LinkedIn ou encore X (anciennement Twitter) font partie de cette catégorie.

Aujourd'hui, cependant, ces plateformes sont bien plus que de simples outils de mise en relation. Elles sont devenues des espaces hybrides où se mêlent information, divertissement, publicité, militantisme, commerce en ligne et création de contenus. Un·e jeune peut, à la fois, y suivre l'actualité, discuter avec ses amis, regarder des vidéos humoristiques, découvrir un·e artiste, participer à une mobilisation citoyenne ou encore être exposé·e à des messages publicitaires ciblés.

Cette évolution explique pourquoi les institutions européennes parlent de plus en plus de « plateformes en ligne » plutôt que de simples réseaux sociaux. Le *Digital Services Act* (DSA) vise ainsi un large éventail de services numériques, allant des réseaux sociaux aux plateformes de partage de vidéos. Les réseaux sociaux constituent donc une catégorie particulière au sein d'un écosystème numérique plus vaste. Les autorités de régulation, comme le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) en Belgique, considèrent d'ailleurs que leur influence dépasse largement le simple cadre des interactions sociales puisqu'ils jouent désormais un rôle majeur dans l'accès à l'information et la formation de l'opinion publique.

Une autre caractéristique fondamentale des réseaux sociaux réside dans le rôle joué par les algorithmes. Contrairement aux médias traditionnels, où les contenus sont hiérarchisés par une rédaction, ce sont ici des systèmes automatisés qui sélectionnent les publications susceptibles de retenir l'attention de chaque individu. Les contenus affichés dans le fil d'actualité ne sont donc pas le reflet neutre de la réalité, mais le résultat de choix techniques et économiques destinés à maximiser l'engagement. Comprendre ce fonctionnement est d'ailleurs aujourd'hui un élément central de l'éducation aux médias.

C'est précisément parce que les réseaux sociaux sont devenus des acteurs majeurs de la circulation de l'information, de la publicité et du débat public que leur régulation est un enjeu politique, démocratique et éducatif à l'échelle européenne.

POURQUOI RÉGULER ?



Pendant de nombreuses années, les grandes plateformes numériques ont largement fixé leurs propres règles. Les conditions d'utilisation, les critères de modération ou les choix algorithmiques relevaient essentiellement de décisions privées prises par des entreprises souvent situées hors d'Europe.

Les débats sur la régulation des réseaux sociaux sont souvent présentés comme une opposition entre liberté d'expression et contrôle des contenus. La réalité est plus nuancée. Les législateurs cherchent avant tout à répondre à plusieurs problèmes devenus structurels : diffusion de contenus illégaux, désinformation, harcèlement en ligne, manipulation de l'information, atteintes à la vie privée ou encore pratiques commerciales peu transparentes. Le poids croissant des algorithmes, qui déterminent une grande partie de ce que voient les utilisateurs et utilisatrices, soulève également de nombreuses interrogations sur le plan démocratique.

Les jeunes sont particulièrement concerné·es car ils et elles utilisent les plateformes de manière intensive et y accèdent souvent avant d'avoir acquis les outils nécessaires pour en comprendre tous les mécanismes. La régulation vise donc aussi à mieux protéger les mineur·es et à limiter certains risques spécifiques.

L'EUROPE : UN ÉCOSYSTÈME DE RÉGULATIONS

Le principal texte européen en matière de régulation des plateformes est le ***Digital Services Act* (DSA)**, adopté en 2022 et pleinement applicable depuis le 17 février 2024. Ce règlement s'applique directement à tous les États membres de l'Union européenne, dont la Belgique.

L'objectif du DSA est de créer un environnement numérique plus sûr et plus transparent. Concrètement, il impose des obligations aux plateformes en ligne, en particulier aux très grandes plateformes comme Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube ou X et aux grands moteurs de recherche. Le DSA propose, par exemple, une différence claire entre le contenu illégal et le contenu offensant ou controversé.

Au niveau européen, le DSA est aujourd'hui le texte central pour les réseaux sociaux, mais il s'inscrit dans un ensemble beaucoup plus large de réglementations. Contrairement à une idée répandue, l'Union européenne ne part pas d'une page blanche. Depuis plusieurs années, elle construit progressivement un arsenal législatif destiné à encadrer les plateformes numériques, leurs modèles économiques et leurs effets sur les utilisateurs.

Les réseaux sociaux sont également soumis au **Règlement général sur la protection des données (RGPD)**, qui encadre la collecte et l'utilisation des données personnelles. Celui-ci joue un rôle central dans les débats relatifs à la publicité ciblée, au profilage des utilisateurs et des utilisatrices ou encore à la protection des données notamment des mineur·es.

L'Union européenne agit également sur le terrain de la concurrence avec le ***Digital Markets Act (DMA).*** Ce règlement vise les grandes plateformes considérées comme des « contrôleurs d'accès » du numérique. Son objectif est moins de réguler les contenus que de limiter les comportements anticoncurrentiels des géants technologiques et de rééquilibrer les rapports de force sur les marchés numériques.

À cet arsenal s'ajoute, depuis son entrée en vigueur cet été, l'***AI Act***, premier cadre juridique mondial consacré à l'intelligence artificielle (IA). Bien qu'il ne vise pas spécifiquement les réseaux sociaux, il a des conséquences directes sur leur fonctionnement. C'est ainsi que l'on voit apparaitre, depuis peu, des mentions spécifiques indiquant clairement qu'un contenu a été généré par une IA. La loi concerne également les algorithmes de recommandation, les outils de modération automatisée ou encore les assistant·es conversationnels intégré·es aux plateformes.

Le ***European Media Freedom Act*** **(EMFA)** cherche quant à lui à préserver le pluralisme de l'information et à mieux encadrer les relations entre les grandes plateformes et les médias d'information. Il limite notamment la suppression arbitraire ou la censure de contenus journalistiques et prévient les ingérences politiques ou commerciales sur les plateformes.

Enfin, plusieurs réglementations sectorielles s'appliquent également aux réseaux sociaux, notamment en matière de contenus terroristes en ligne (TERREG), de publicité politique ou de protection des consommateurs et consommatrices.

LES PLATEFORMES À L'HEURE DES CONDAMNATIONS

Depuis une dizaine d'années et encore récemment, les grandes plateformes de réseaux sociaux ont fait l'objet de nombreuses condamnations et amendes. Principalement pour atteinte à la vie privée, collecte illégale de données personnelles, manquements à la protection des mineur·es ou pratiques commerciales trompeuses. Ces décisions ont progressivement redéfini les obligations des acteurs numériques.

Découvrez un tour d'horizon des condamnations des trois réseaux sociaux comptant le plus d'utilisateurs et utilisatrices : Meta (Facebook et Instagram), Tik Tok et X.

X, UNE PREMIÈRE SANCTION DANS LE CADRE DU DIGITAL SERVICES ACT

En décembre 2025, l'Union européenne distribuait son premier jugement dans le cadre du *Digital Services Act* à l'attention de Tik Tok. Il lui était reproché d'avoir commis trois infractions : d'abord, d'avoir trompé les utilisateurs et utilisatrices avec les coches bleues censées certifier les sources d'information mais qui pouvaient être achetées par n'importe qui via la souscription d'un abonnement payant. Ensuite, X était accusé d'un manque de transparence concernant les publicités puisqu'il ne détenait pas de registre des publicités accessible et consultable. Finalement, l'UE reprochait à X d'imposer volontairement des obstacles aux chercheurs et chercheuses indépendant·es dans l'accès à ses données publiques (nombre de vues, de likes, de partage, etc.). Une amende « symbolique » de 120 millions de dollars avait alors été réclamée par l'exécutif européen. Depuis, ce dernier a accepté les modifications proposées par X pour remédier à ces manquements, le réseau social dispose d'un délai de six mois depuis le 15 juillet pour les mettre en application.

META (FACEBOOK ET INSTAGRAM), LA PLATEFORME LA PLUS SANCTIONNÉE

Meta concentre, à elle seule, une part importante des sanctions infligées au secteur que ce soit aux Etats-Unis ou en Europe. D'abord, avec l'affaire emblématique de *Cambridge Analytica* : en 2019, le *New York Times*, le *Guardian* et *The Observer* avaient révélé que l'entreprise britannique avait exploité les données Facebook de dizaines de millions d'américain·es à des fins politiques sans leur consentement. On apprendra d'ailleurs que cette fuite de données avait également ciblé des européen·nes à hauteur de 2,7 millions de personnes.

Cet été encore, le tribunal fédéral d'Oakland a conclu un accord à l'amiable avec Meta en lui imposant de verser la somme de 17 milliards de dollars à plusieurs États mais surtout, à repenser son design en prêtant une attention particulière à la santé mentale des jeunes. La maison mère de Facebook et Instagram doit ainsi limiter à deux heures par jour l'utilisation de ses plateformes par les mineur·es et supprimer certaines notifications rendant l'utilisation assez addictive. Ce procès est inédit car c'est la première fois qu'une instance judiciaire arrive à modifier le fonctionnement d'un réseau social. Ceci va bien au-delà de ce que toutes les législations européennes sont parvenues à faire jusqu'ici malgré les lourdes sanctions financières déjà imposées à Meta.

On peut citer notamment le cas de l'Irlande agissant dans le cadre du RGPD en 2023 avec une amende de 390 millions d'euros ; ou encore en 2024, avant l'entrée en vigueur du *Digital Markets Act*, lorsque Meta a été condamné à verser 798 millions d'euros à la Commission européenne pour manquement à la concurrence.



TIKTOK VISÉE POUR LA PROTECTION DES MINEURS

L'autorité irlandaise de protection des données, où se situe le siège européen de Tik Tok, agissant dans le cadre du RGPD, a infligé au réseau social, une amende de 345 millions d'euros. Les autorités ont reproché à la plateforme d'avoir configuré par défaut certains comptes d'adolescent·es en mode public et de ne pas avoir suffisamment vérifié l'âge des utilisateurs et utilisatrices. Plus récemment, en 2025, la plateforme n'ayant pas été capable de garantir un niveau de protection des données des européen·nes accessibles en Chine équivalent à celui de l'Union européenne, a écopé d'une amende de 530 millions d'euros.

MALGRÉ CES PLUIES DE CONDAMNATION DES DEUX CÔTÉS DE L'ATLANTIQUE, LES GÉANTS DE LA TECHNOLOGIE RESTENT « TOO BIG TO FALL » EN TERMES DE CHIFFRE D'AFFAIRES ET D'UTILISATION À TRAVERS LE MONDE.

LE DERNIER JUGEMENT DE META EN CALIFORNIE MARQUE CEPENDANT UN TOURNANT. PLUS QU'UNE AMENDE, IL FAÇONNE, OSONS L'ESPÉRER, UNE NOUVELLE MANIÈRE DE RENDRE EFFICACEMENT PLUS RESPONSABLES LES PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX.

SOURCES :

BitJoy Global eSIM. (2026, 1 février). *Réglementations européennes sur les réseaux sociaux : comprendre l'impact du RGPD et de la DSA*. https://thebitjoy.com/fr/blogs/blog/eu-social-media-regulations-what-they-are-and-why-they-matter

Boyd, d.m. and Ellison, N.B. (2007), *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.* Journal of Computer-Mediated Communication, 13 : 210-230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Conseil supérieur de l'audiovisuel. (s.d.). *Plateformes en ligne (DSA)*. https://www.csa.be/plateformes-en-ligne-dsa

European Data Protection Board. (2025, 11 septembre). *Guidelines 3/2025 on the interplay between the DSA and the GDPR (Version 1.1)*. https://www.edpb.europa.eu/system/files/2025-09/edpb_guidelines_202503_interplay-dsa-gdpr_v1_en.pdf

Laloux, P. (2026, 26 août). *Meta : un accord de 17 milliards de dollars pour mettre fin au procès pour addiction*. Le Soir. https://www.lesoir.be/767201/article/2026-08-26/meta-un-accord-17-milliards-de-dollars-pour-mettre-fin-au-proces-pour-addiction

Le Monde avec AFP. (2024, 14 novembre). *Meta sanctionné d'une amende de 798 millions d'euros par la Commission européenne pour avoir enfreint les règles de la concurrence.* Le Monde. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/11/14/meta-sanctionne-d-une-amende-798-millions-d-euros-par-la-commission-europeenne-pour-avoir-enfreint-les-regles-de-la-concurrence_6393853_4408996.html

Le Monde avec AFP. (2025, 2 mai). *TikTok condamné à une amende de 530 millions d'euros dans l'Union européenne pour avoir enfreint les règles européennes de protection des données.* Le Monde. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2025/05/02/tiktok-condamne-a-une-amende-de-530-millions-d-euros-dans-l-union-europeenne-pour-avoir-enfreint-les-regles-europeennes-de-protection-des-donnees_6602270_4408996.html

Le Monde avec AFP. (2026, 15 juillet). *L'Union européenne accepte les mesures correctives de X après l'amende de 120 millions d'euros prononcée à la fin de 2025.* Le Monde. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2026/07/15/l-union-europeenne-accepte-les-mesures-correctives-de-x-apres-l-amende-de-120-millions-d-euros-prononcee-a-la-fin-de-2025_6723612_4408996.html

Mugnier, A. (2018, 9 avril). *Facebook : comprendre le scandale Cambridge Analytica.* Le Soir. https://www.lesoir.be/150181/article/2018-04-09/facebook-comprendre-le-scandale-cambridge-analytica

Nenadić, I. (2024, 18 octobre). *The interplay of the Digital Services Act and the European Media Freedom Act: The power remains with platforms?* Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute. https://cmpf.eui.eu/digital-services-act-and-european-media-freedom-act/

Willemsen, G. (2026, 30 juillet). *Vos réseaux sociaux obligés de changer : les mentions « généré par IA » obligatoires.* RTL Info. https://www.rtl.be/actu/monde/europe/vos-reseaux-sociaux-obliges-de-changer-les-mentions-genere-par-ia-obligatoires/2026-07-30/article/796002

ARCHIPEL

Fédérer, Soutenir, Représenter la Jeunesse

vous accompagne dans vos formations et développement de compétences :

CONNAISSANCE DU SECTEUR JEUNESSE
MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE BIEN-ÊTRE
RECHERCHE DE FINANCEMENTS
RÉDACTION DE PLAIDOYERS
GESTION DE L'EMPLOI
NÉGOCIATION
COMMUNICATION
...

Rendez-vous sur www.archipel.be/formations



L'INTERDICTION DES RÉSEAUX SOCIAUX AUX MINEUR·ES EST-ELLE LA NOUVELLE PANACÉE ?

par Emilie Quenon

Aujourd'hui, la dégradation de la santé mentale des jeunes, le cyberharcèlement et la désinformation, entre autres choses, poussent les gouvernements à envisager la mise en place d'une interdiction des réseaux sociaux aux mineur·es. Cette question est vive au sein de l'Union européenne où différents États membres réfléchissent à l'élaboration d'un cadre à ce sujet. La Belgique ne fait pas exception. L'exemple australien, premier pays au monde à avoir interdit l'accès à de nombreux réseaux sociaux aux mineur·es de moins de 16 ans, fera-t-il tache d'huile ? La question reste entière à ce stade. Notre pays s'apprête-t-il à franchir le cap ? Qu'apporte l'Europe et que pourrait-elle apporter ? Quelle est la teneur des discussions à ces deux niveaux ? Et quelles sont les limites d'une telle proposition ? Cet article propose d'explorer ces questions sans prétendre y répondre de manière exhaustive.

Une question d'actualité en Belgique et en Europe

ÉLÉMENTS DE DISCUSSION DANS NOTRE PAYS

En 2025 et 2026, la Belgique a vu naitre une véritable discussion politique sur l'idée d'une limite d'âge légale pour l'accès aux réseaux sociaux ainsi que sur la vérification de l'âge. Aucune interdiction générale n'est encore entrée en vigueur à l'échelle belge au moment de rédiger cet article, mais plusieurs initiatives importantes ont malgré tout marqué cette période.

En mai 2025, le Gouvernement flamand est sommé d'agir plus fermement face à l'omniprésence des écrans et des réseaux sociaux chez les jeunes. En effet, une lettre ouverte coordonnée par le mouvement Kids Unplugged, à laquelle dix-sept expert·es ont été associé·es, avait été envoyée au Gouvernement flamand. En réaction, la ministre des Médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles a exprimé sa volonté d'interdire l'accès des réseaux sociaux aux moins de 15 ans. S'ensuivra la communication d'une « position commune » du gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles concernant l'accès des enfants aux réseaux sociaux : sans fixer de seuil précis, l'exécutif francophone se disait favorable à l'instauration d'une limite d'âge pour l'accès aux réseaux sociaux, une harmonisation qui devrait de préférence être fixée au niveau européen.

Nous tenons à remercier vivement **Michèle Ledger** qui nous a apporté son précieux éclairage, en particulier sur la législation européenne actuelle et à venir, dans le cadre de la rédaction de cet article. Michèle Ledger est chercheuse au Centre de Recherche en Information, Droit et Société (CRIDS) de l'Université de Namur où elle enseigne les aspects réglementaires des plateformes en ligne. Elle travaille également depuis plus de vingt ans chez Cullen International, un bureau d'étude et fournisseur indépendant d'informations et d'analyse sur la réglementation, où elle dirige le service de veille réglementaire des médias. Sa spécialisation porte sur les questions réglementaires, audiovisuelles et numériques.

Au niveau fédéral, deux propositions de résolution ont été déposées à la fin de l'année 2025 et au début de l'année 2026, afin d'agir face aux dangers existants sur les réseaux sociaux. Il y était question de limites d'âge de 15 et 16 ans. Dans le même temps, la ministre fédérale du Numérique Vanessa Matz a affirmé vouloir doter la Belgique d'un cadre législatif robuste concernant la protection des mineur·es en ligne. Et en mars 2026, la Ministre a annoncé qu'un système de vérification de l'âge des utilisateurs et utilisatrices des réseaux sociaux devrait être finalisé d'ici l'été 2026.

Notons encore qu'en 2026, au nord du pays, le gouvernement a déposé un projet de loi prévoyant d'interdire les réseaux sociaux au moins de 13 ans.

PERSPECTIVES AU SEIN DE L'UNION EUROPÉENNE ET DANS SES ÉTATS MEMBRES

Au moment de la rédaction de cet article, plusieurs pays européens ont adopté, préparent ou envisagent de restreindre, voire d'interdire, l'accès aux réseaux sociaux pour les jeunes mineur·es. En France, le 21 juillet 2026, le Parlement a définitivement adopté l'interdiction des réseaux sociaux pour les mineur·es de moins de 15 ans - la disposition ayant été rejetée par le Conseil constitutionnel le 14 août. L'Allemagne, le Danemark, l'Espagne, la Grèce, l'Italie, le Portugal, entre autres, se sont penchés et se questionnent sur des dispositifs similaires, à des degrés d'avancement variables.

Au niveau de l'Union européenne, le sujet est également d'actualité. Alors qu'en juillet, le panel d'expert·es sur la régulation des réseaux sociaux a remis son rapport, une législation est attendue d'ici peu. Si le contenu reste incertain à l'heure actuelle, on peut néanmoins s'attendre à ce que la législation prenne en considération les résultats et les recommandations du groupe d'expert·es, parmi lesquelles figurent un accès limité aux services numériques pour les moins de 13 ans, plutôt qu'une interdiction générale des réseaux sociaux (l'accord des parents pourrait entrer en ligne de compte). À partir de l'âge de 13 ans, les jeunes pourraient y avoir progressivement accès, sous certaines conditions.

La mise en place de telles mesures nécessitera quoiqu'il en soit d'utiliser une solution de vérification d'âge. La Commission européenne a déjà proposé un système de vérification basé sur ce qu'on appelle la double anonymité. Ce type d'outil doit permettre aux utilisateurs et utilisatrices de prouver qu'ils et elles ont atteint un âge requis, sans transmettre leur identité ni leur date de naissance aux plateformes. Actuellement, la législation laisse dans les mains des plateformes la décision de ce qu'ils vont utiliser comme système de vérification d'âge. Il se peut, sans certitude, que des précisions soient amenées à ce sujet dans la législation à venir au mois de septembre – législation qui devra être adoptée par les institutions européennes et ne sera donc certainement pas d'application avant septembre 2027.



UN CADRE EUROPÉEN DÉJÀ PRÉSENT

Lorsqu'on aborde la question de l'interdiction des réseaux sociaux aux mineur·es dans une perspective européenne, il est utile de rappeler qu'il existe déjà un cadre contenant quelques dispositifs visant à garantir la protection des mineur·es en ligne. Il s'agit du *Digital Services Act* (DSA), un règlement sur les services numériques adopté en 2022. Même s'il n'y est pas question à proprement parler d'interdiction de réseaux sociaux, la notion de vérification d'âge y est sous-jacente. Ce règlement vise de manière générale à créer un environnement en ligne plus sûr pour les utilisateurs et utilisatrices de l'Union européenne. Plus spécifiquement, l'article 28 soutient l'idée que les plateformes accessibles aux mineur·es doivent mettre en place des mesures appropriées et proportionnées pour garantir un niveau élevé de sûreté, de sécurité et de protection de la vie privée pour les mineur·es. Les articles 34 et 35 reposent sur l'idée que les très grandes plateformes (TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, Snapchat, X) doivent évaluer les risques systémiques générés par leurs services, l'évaluation des risques pouvant conduire les plateformes à considérer qu'un système de vérification de l'âge fait partie des mesures nécessaires pour limiter certains risques.

En outre, pour compléter l'article 28 du DSA et préciser les mesures attendues des plateformes accessibles aux mineur·es, notamment en matière d'assurance de l'âge pour limiter l'accès à certains contenus ou services réservés aux adultes. La Commission européenne a adopté en juillet 2025 une guidance qui n'a pas de caractère obligatoire, contrairement au DSA qui est un règlement et qui de facto s'impose aux États membres. Cette guidance fournit de véritables lignes directrices pour les plateformes : il s'agit de leur expliquer comment se conformer à l'article 28, sans pour autant les y contraindre. Les principales recommandations comprennent des moyens de protéger les enfants et les adolescent·es contre la cyberintimidation, les contenus préjudiciables ou encore les contacts indésirables de la part d'étrangers.

Si la Belgique décide de légiférer, elle devra en tout état de cause s'assurer d'être en conformité avec le DSA. Sachant que le rapport d'experts préconise de laisser aux États membres la liberté d'introduire des restrictions d'accès supplémentaires s'ils le jugent nécessaire. Cela pourrait inclure la proposition de fixer un âge légal plus élevé.



Interdiction des réseaux sociaux : quels en sont les risques et les limites ?

Si la teneur précise des décisions au niveau européen et belge reste à déterminer, la notion d'interdiction des réseaux sociaux soulève d'importantes questions. Qu'elles soient juridiques, techniques, éducatives ou encore sociales, il nous parait utile d'en faire le tour de manière non exhaustive dans la suite de cet article. Cette réflexion s'appuie à la fois sur l'entretien réalisé avec Michèle Ledger et sur des positionnements, articles et interventions d'acteurs Jeunesse experts de l'éducation aux médias et de la santé.

DES LIMITES JURIDIQUES

Tout d'abord, en ce qui concerne l'idée d'interdire les réseaux sociaux au niveau belge, Michèle Ledger nous rappelle que savoir si les États membres peuvent eux-mêmes adopter une telle législation, alors qu'ils sont poings liés par le DSA, reste une question ouverte. Ce dernier ne prévoit pas une interdiction aux mineur·es d'accéder aux réseaux sociaux. L'opinion juridique dominante semble offrir aux États membres la possibilité d'introduire un âge minimum pour accéder aux réseaux sociaux. Par contre, ils ne pourraient pas dicter aux plateformes ce qu'elles devraient faire pour mettre l'interdiction en œuvre. Cette dimension est en effet du ressort de l'Union européenne (et du DSA) et sera peut-être reprécisée dans l'initiative législative à venir. Les plateformes sont un véritable enjeu en termes de pistes de solution. Mentionnons encore un autre enjeu juridique du côté de l'UE – mais pas uniquement – : définir exactement la notion de « réseau social ». Le DSA apporte des définitions mais le rapport d'expert·es évoque une notion (mediaplace) plus large que les contours repris dans le DSA, et qui inclurait, par exemple, les compagnons IA ou encore les services de jeux en ligne.

UNE ATTEINTE POTENTIELLE AUX DROITS DES JEUNES

Les réseaux sociaux ne sont pas uniquement des outils de divertissement. Ils sont aussi des espaces d'information, d'expression, de participation citoyenne et de socialisation. Dès lors, plusieurs acteurs soulignent qu'une interdiction pourrait limiter l'accès des jeunes à ces droits fondamentaux, notamment le droit à l'information, à l'expression et à la participation consacré par la Convention internationale des droits de l'enfant. C'est d'ailleurs parce qu'elle pourrait être une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression et à la vie privée que la proposition d'interdiction des réseaux sociaux (aux moins de 15 ans) a été rejetée par le Conseil Constitutionnel en France en août dernier. Le European Youth Forum met également en lumière la contradiction entre la volonté de renforcer la participation des jeunes à la vie démocratique et la fermeture de canaux où ils et elles s'informent, débattent et s'engagent.



UN RISQUE D'EXCLUSION SOCIALE ET DE RENFORCEMENT DES INÉGALITÉS

Les réseaux sociaux jouent un rôle important dans la construction identitaire et relationnelle des adolescent·es : ils permettent de maintenir des liens, de créer des communautés et d'accéder à des espaces de soutien. Une interdiction pourrait affecter davantage certains groupes déjà vulnérables pour qui les réseaux sociaux constituent un espace de socialisation ou d'entraide difficilement remplaçable.

UNE EFFICACITÉ INCERTAINE ET FACILEMENT CONTOURNABLE

Autre dimension problématique : l'efficacité supposée de l'interdiction. En effet, les jeunes peuvent contourner les restrictions par de faux comptes, l'utilisation de VPN (connexion privée entre l'appareil et le reste d'Internet), l'emprunt de comptes d'adultes ou le recours à des plateformes moins connues. Une telle mesure risque donc davantage de déplacer les usages vers des espaces moins régulés que de supprimer les risques. Elle pourrait même rendre les jeunes plus difficiles à accompagner et à protéger.

DES ENJEUX IMPORTANTS DE VIE PRIVÉE ET DE VÉRIFICATION DE L'ÂGE

Pour être effective, une interdiction suppose un système de vérification de l'âge. Or celui-ci soulève plusieurs questions : quelles données collecter ? Qui les contrôle ? Comment éviter la surveillance généralisée ou les usages commerciaux de ces données ? Plusieurs sources alertent sur les risques liés à la centralisation des identités numériques et à l'affaiblissement de l'anonymat en ligne. Ce dont il faut avoir conscience également, c'est que peu importe le système de vérification d'âge choisi, celui-ci impactera chaque citoyen·ne, y compris celles et ceux qui ont l'âge requis.

Interdire ne suffit pas

Interdire l'accès aux réseaux sociaux ne supprime ni les contenus problématiques, ni les modèles économiques qui les favorisent. Les phénomènes de cyberharcèlement, de désinformation, de promotion de contenus extrémistes ou de mécanismes addictifs sont principalement liés au fonctionnement des plateformes, à leurs algorithmes et à leurs logiques de conception. C'est pourquoi il y a un relatif consensus sur l'idée que les efforts devraient porter en priorité sur la régulation des plateformes plutôt que sur une interdiction d'accès. La transparence algorithmique, la modération des contenus et l'application renforcée du DSA sont également mises en avant.

L'APPROCHE EUROPÉENNE ACTUELLE, UNE PISTE DE SOLUTION ?

Pour Michèle Ledger, le DSA et la guidance qui l'accompagne ont un véritable potentiel lorsqu'il est question de protéger les jeunes. Pour rappel, la guidance offre des lignes directrices claires à destination des plateformes sur ce qu'elles devraient mettre en place. L'un des messages fondamentaux du document est que les plateformes doivent être sûres dès leur conception (*safe by design*) : la protection des mineur·es devrait être intégrée dans le design des services, dans les paramètres par défaut, dans les systèmes de recommandation, dans la gestion des comptes, dans l'organisation générale des plateformes. Notons également, de manière positive au regard des risques identifiés précédemment, que la guidance souligne plusieurs éléments essentiels pour garantir la proportionnalité des mesures. Parmi ceux-ci figurent le droit des enfants à la participation, le droit à la vie privée, la protection des données à caractère personnel ainsi que les libertés d'expression et d'information. Elles doivent donc absolument être évaluées et entrer en ligne de compte lorsqu'il est question de prendre des mesures.

Puisque l'existant – le DSA et la guidance – est porteur d'espoir et de solutions, qu'est-ce qui justifie le fait que la protection des mineur·es ne soit pas une réalité attestée dès à présent ? Pour Michèle Ledger, un des éléments de réponse réside dans le fait que la guidance n'est juridiquement qu'une guidance, ce qui laisse une certaine marge de manœuvre aux plateformes. Elle souligne par ailleurs que la procédure permettant à la Commission européenne de « poursuivre » les plateformes qui ne se conforment pas au DSA est longue et complexe. Il faudra donc voir dans quelle mesure la législation à venir permettra d'apporter des (pistes de) solutions.

ÉDUQUER AUX MÉDIAS ET ACCOMPAGNER

L'éducation aux médias, le développement de l'esprit critique et l'accompagnement des jeunes par les parents, l'école et les acteurs éducatifs constituent bien évidemment un pendant incontournable de la responsabilisation des plateformes. Apprendre aux jeunes à comprendre les algorithmes, reconnaître les contenus problématiques, protéger leur vie privée et demander de l'aide constitue probablement une protection plus durable qu'une simple interdiction. Plus on est éduqué·e jeune au fonctionnement des plateformes, aux problématiques que peuvent générer l'économie de l'attention, plus on a de chances de devenir un·e adulte de demain « armé·e ». Le CSEM et le Forum des Jeunes, entre autres, insistent aussi sur la nécessité d'associer les jeunes à l'élaboration des politiques publiques qui les concernent.

L'approche du Défenseur des droits de l'enfant devrait sous-tendre toute mesure prise ou imaginée lorsqu'il est question des jeunes et des réseaux sociaux : comment protéger les jeunes dans le numérique plutôt que de les exclure du numérique ? S'attaquer aux causes structurelles des problèmes rencontrés est indispensable, et la responsabilité des plateformes ainsi que l'éducation aux médias doivent certainement faire partie de la solution.

L'article a été rédigé avant le 17 septembre, jour où la Commission européenne a officiellement présenté sa nouvelle initiative législative *EU Kids Act*, dont l'ambition est de renforcer la sécurité en ligne des enfants dans l'ensemble de l'Union. La proposition interdit aux plateformes de médias sociaux d'accéder aux enfants de moins de 13 ans et fixe un âge minimal à l'échelle de l'UE pour que les mineur·es puissent ouvrir leur propre compte à l'âge de 15 ans. Le *Kids Act* renverse également la charge de la preuve. Maintenant, les fournisseurs de services devront montrer que leurs services sont adaptés à l'âge et sûrs dès la conception. Le règlement proposé s'appliquera aux « médias sociaux+ ». Il s'agit des services de médias sociaux, des plateformes de partage de vidéos et des jeux en ligne qui présentent des risques de conception spécifiques pour les mineurs, ainsi que des dialogueurs IA et des compagnons IA.

SOURCES :

Belga. (2025, 18 juillet). *Enfants et réseaux sociaux : le gouvernement de la FWB s'accorde sur une position commune.* Le Soir. https://www.lesoir.be/688554/article/2025-07-18/enfants-et-reseaux-sociaux-le-gouvernement-de-la-fwb-saccorde-sur-une-position

Belga. (2026, 13 juillet). *Restriction d'âge sur les réseaux sociaux : « Le rapport manque d'ambition ».* La Libre. https://www.lalibre.be/dernieres-depeches/2026/07/13/restriction-dage-sur-les-reseaux-sociaux-le-rapport-manque-dambition-LJBWWT35GFHZVHL6T2RNLNMFWI/

Chaaban, F., & Deseille, L. (2026, 17 août). *Mineurs et réseaux sociaux : quels pays européens comptent imposer un âge minimum ?* Toute l'Europe. https://www.touteleurope.eu/societe/mineurs-et-reseaux-sociaux-quels-pays-europeens-comptent-imposer-un-age-minimum/

Conseil supérieur de la Santé. (2025). *Les effets de l'utilisation des écrans et des médias sociaux sur les jeunes: Résumé* (Avis n° 9877). https://www.hgr-css.be/file/download/f01b0bd1-d990-41fa-9c51-9736ee94a787/36pVXSKbERPWymtIAY3g9EdT5w01h9AbQYoB0rjRE3d.pdf

Conseil supérieur de l'éducation aux médias. (2025, juillet). *L'interdiction des réseaux sociaux aux moins de 15 ans* (Éclairages, n° 4). https://www.csem.be/sites/default/files/2025-07/Interdiction%20RS%2015%20ans%20def_2.pdf

Dominé, L. (2026, 22 juillet). *En Belgique, l'interdiction des réseaux sociaux pour les moins de 15 ans fait débat : « Les politiques n'écoutent pas la société civile ».* La Libre. https://www.lalibre.be/belgique/societe/2026/07/22/en-belgique-linterdiction-des-reseaux-sociaux-pour-les-moins-de-15-ans-fait-debat-les-politiques-necoutent-pas-la-societe-civile-UXLTOBFNYBFK7BXU3RBTZRXCJE/

European Commission. (2026). *Child safety online: Protecting and empowering minors in a digital world.* Report by the co-chairs of the Special Panel on Child Safety Online. https://commission.europa.eu/document/download/4c5d55f1-9072-4bb9-a263-094461525ca6_en?filename=Child-Safety-Online-summary.pdf

European Commission. (2026, 17 septembre). *EU KIDS Act to restrict social media platforms' access to children in the EU.* Shaping Europe's Digital Future. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/eu-kids-act-restrict-social-media-platforms-access-children-eu

European Commission. (2026, 17 septembre). *Proposal for an EU KIDS Act: EU keeping internet digital spaces accountable and trustworthy.* https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/library/proposal-eu-kids-act-eu-keeping-internet-digital-spaces-accountable-and-trustworthy

Forum des Jeunes. (2026, avril). *Les jeunes et les réseaux sociaux : Une régulation nécessaire mais nuancée.* https://forumdesjeunes.be/wp-content/uploads/2026/04/Position-sur-les-reseaux-sociaux-2026-Forum-des-Jeunes.pdf

KidsUnplugged Belgium. (s.d.). *KidsUnplugged Belgium.* https://www.fr.kidsunplugged.be

Laqdim, S. (2026, 27 janvier). *Audition relative aux propositions de résolution visant à mettre fin à l'anonymat en ligne et à instaurer un contrôle effectif de l'âge pour l'accès aux réseaux sociaux (DOC 56 1039) et relative à l'utilisation des réseaux sociaux par les enfants et les adolescents (DOC 56 1260) : Exposé introductif du Délégué général aux droits de l'enfant. Délégué général aux droits de l'enfant.* https://www.defenseurdesenfants.be/sites/default/files/inline-files/audition-doc-56-1039-et-1210-expose-introductif-du-delegue-general-aux-droits-de-l-enfant-solayman-laqdim.pdf

Mason, L. (2026, 15 juin). *Europe's social media ban debate risks silencing the very people it claims to protect.* European Youth Forum. https://www.youthforum.org/news/europes-social-media-ban-debate-risks-silencing-the-very-people-it-claims-to-protect

Parlement européen. (2025, 26 novembre). *Protection des mineurs en ligne (2025/2060(INI)).* Journal officiel de l'Union européenne, C/2025/5519. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=OJ:C_202505519

RTBF. (2026, 14 août). *France : l'interdiction des réseaux sociaux aux moins de 15 ans censurée par le Conseil constitutionnel.* https://www.rtbf.be/article/france-l-interdiction-des-reseaux-sociaux-aux-moins-de-15-ans-censuree-par-le-conseil-constitutionnel-11770422

Union européenne. (2022). *Règlement (UE) 2022/2065 relatif à un marché unique des services numériques (Digital Services Act).* https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065



INTERVIEW :

LES COULISSES DE L'ACTION ÉDUCATIVE DE LA RTBF

Historienne de formation, ancienne enseignante et aujourd'hui coordinatrice de la cellule Action éducative de la RTBF, Louise Monaux défend une vision de l'éducation aux médias fondée sur la rencontre entre journalistes, jeunes et acteurs de terrain.

Propos de Louise Monaux recueillis par Marine Sonet

QUE PEUX-TU NOUS DIRE SUR LA CELLULE ACTION ÉDUCATIVE DE LA RTBF ?

La RTBF poursuit trois grandes missions : informer, divertir et éduquer. La mission éducative de la RTBF se concrétise à travers de nombreux contenus, produits dans différents services ou départements de l'entreprise. C'est une bonne chose car cela amène une variété d'initiatives et de produits éducatifs dans de nombreux domaines (l'info, la culture, le documentaire, l'événementiel…) mais ça crée aussi un manque de coordination et de fil conducteur. Beaucoup de choses sont réalisées, elles méritent d'être mieux valorisées, et d'être plus accessibles auprès de tous les publics avec une attention particulière vis-à-vis des professionnel·les de l'éducation.

Le 1er janvier 2026, nous avons donc créé une cellule transversale appelée « Action éducative ». À travers le mot « action », nous voulons signifier que nous sommes dans des démarches concrètes. Nous voulons renforcer l'impact des contenus et des actions éducatives de la RTBF. Pour que ce que nous produisons et menons soit utile et utilisable par les acteurs de l'éducation. Cela signifie à la fois inspirant et directement exploitable dans leurs activités professionnelles : en classe, en ateliers, en animation de jeunes, etc. Je vais prendre un exemple : certaines émissions produites par la RTBF ne sont pas suffisamment séquencées ni correctement indexées sur nos plateformes. Le contenu existe, il est souvent excellent, mais si personne ne le retrouve ensuite, on passe à côté de tout son potentiel.

Notre ambition est donc de construire une stratégie commune autour de l'action éducative. En neuf mois, nous avons déjà installé une dynamique qui facilite les échanges et clarifie les points de contact, tant en interne qu'auprès de partenaires externes.

AVANT D'ÊTRE COORDINATRICE DE CETTE CELLULE, TU ÉTAIS RESPONSABLE DE LA MÉDIATION ET DES RELATIONS PUBLIQUES AU SEIN DE LA RTBF. QU'EST-CE QUE TA FONCTION PRÉCÉDENTE T'A APPORTÉ ?

L'éducation aux médias a toujours guidé mes choix. Même si j'ai quitté l'enseignement, je suis toujours restée en lien avec le monde scolaire. Et c'est notamment pour ça que j'avais lancé les ateliers d'éducation aux médias et mis en place le Studio Lab[1] pour les écoles. Quand je travaillais à la médiation, plus je répondais aux questions des gens, plus je me rendais compte qu'un simple échange par mail ne suffisait pas. Tu apportes une réponse, bien sûr, mais cela suscite souvent de nouvelles interrogations. Il m'a toujours paru important d'accompagner le questionnement critique des publics par une expérience sur le terrain. Faire venir les gens, leur montrer l'envers du décor, créer des moments d'échange et de partage, c'est aussi le rôle du média public. Pour leur permettre de comprendre la réalité du travail journalistique ou de production médiatique. Je constate que beaucoup d'enseignant·es ne sont pas très à l'aise avec l'éducation aux médias et à l'information. Iels peuvent se réfugier derrière des notions théoriques parce qu'iels ne connaissent pas suffisamment le fonctionnement très concrètement de l'information. La théorie, les concepts ne pourront jamais suffire. Le risque, c'est que les élèves retiennent des idées trop simplifiées : « un·e journaliste ne peut pas donner son opinion »,

1 Atelier interactif pour expérimenter la production audiovisuelle

« un·e journaliste doit être objectif », « un·e journaliste doit être neutre ». Ce sont pourtant des questions complexes, à approfondir, à débattre, à nuancer en tenant compte des contextes pour développer l'esprit critique. À mes yeux, il est impossible de faire de l'éducation aux médias uniquement à travers des présentations, des analyses théoriques ou des simulations. Il faut créer la possibilité de s'immerger dans les réalités de travail et les questionnements des professionnel·les.

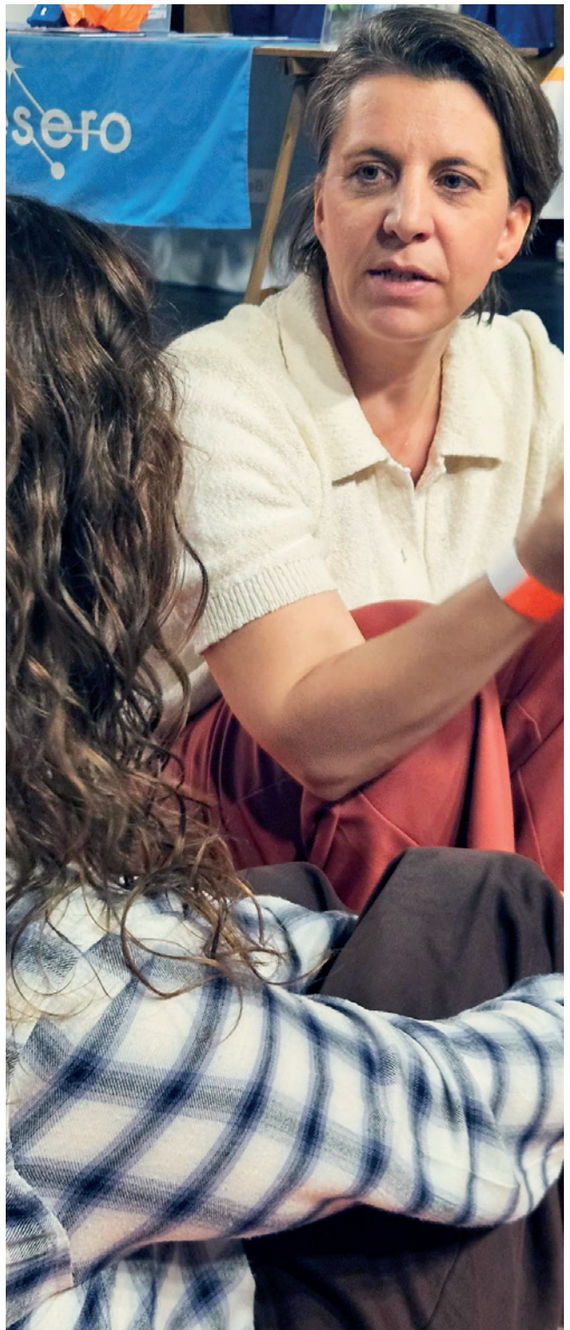
EST-CE QUE LE RÔLE DE LA CELLULE EST ÉGALEMENT DE « MIEUX COMMUNIQUER » VERS LES PUBLICS ?

Oui, clairement. Communiquer, c'est valoriser ce qui existe à sa juste mesure. Mais c'est aussi s'assurer que la communication soit adaptée à ceux qui doivent la recevoir. À la RTBF, les contenus sont organisés par thématiques : Information, Société, Culture, Fiction, Divertissement, Service aux publics, etc. En interne, nous avons notre catégorisation. Mais si nous utilisons ce vocabulaire avec des enseignant·es, cela ne leur parle pas forcément. Nous devons donc envisager aussi nos contenus selon leur logique : histoire, philosophie, sciences, technologies, numérique, éducation aux médias… Voilà des catégories qui leur parlent immédiatement. C'est un principe fondamental de communication : s'adresser à son public avec son propre langage et sa propre logique. C'est quelque chose que nous n'avions pas encore fait de manière suffisamment cohérente jusqu'ici, au niveau des contenus éducatifs.

À QUI S'ADRESSE LES SERVICES DE L'ACTION ÉDUCATIVE ?

L'éducation concerne toute la vie, donc en théorie tous les publics. Pour faciliter notre action, nous avons distingué deux grands niveaux : le B2B et le B2C. Dans le B2B, nous nous adressons aux enseignant·ees et, plus largement, à tous les acteurs de l'éducation : animateurs et animatrices, éducateurs et éducatrices, associations, ainsi qu'aux parents, de manière plus indirecte. Pour l'instant, nous avons focalisé nos efforts sur le secteur de l'enseignement mais les associations de Jeunesse sont aussi notre cible.

Pour le B2C, la RTBF et son action éducative s'appuient sur ses différentes marques. Ainsi, les équipes de l'info développent des contenus pour tous les âges : « Les Niouzz » pour les enfants de 8 à 12 ans, « Mise à jour » pour les 12-17 ans, « Izi News » pour les 15-25 ans. Le rôle de la cellule Action éducative est, dans ce cas, de mettre en valeur le travail des équipes, de renforcer son impact, notamment en prolongeant la vie de ces contenus, en les valorisant dans des activités, dans des évènements, dans des outils d'apprentissages…



QU'EST-CE QUI CARACTÉRISE UN CONTENU ÉDUCATIF IMPACTANT SELON TOI ?

C'est une excellente question. Elle n'est pas simple et il est important que nous nous la posions. On peut toutes et tous avoir des critères différents de ce qu'est un bon contenu éducatif. Nous souhaiterions approfondir cette question et constituer un groupe de travail avec des acteurs externes afin de nous aider à dresser un cadre pour nos contenus et nos actions. Parmi les critères importants, il y a bien celui de l'utilisabilité. Un contenu éducatif doit pouvoir être facilement exploité, réutilisé. Il doit pouvoir devenir une ressource que l'on utilise en classe, dans une animation ou dans un projet pédagogique.

QUELS SONT LES CHANTIERS EN COURS ?

Parmi les chantiers, je peux citer un autre travail de réflexion qui concerne les espaces éducatifs de nos plateformes. Aujourd'hui, les contenus éducatifs de la RTBF sont présentés à différents endroits sur RTBF Auvio, RTBF Actus, etc. Quand on se met à la place d'un·e enseignant·e, d'un parent ou d'un éducateur ou une éducatrice qui cherche une ressource, un contenu qu'iel aimerait retrouver et exploiter en classe, on se rend compte que ce n'est pas simple. Nous voulons simplifier l'accessibilité et la découvrabilité des contenus éducatifs sur nos plateformes.

QUELLE EST VOTRE VISION DES OJ AU SEIN DE LA CELLULE ?

Comme nous avons démarré il y a seulement quelques mois, nous avons d'abord mis le focus sur l'enseignement. Cela dit, dans les missions que nous nous sommes fixées au sein d'Action éducative, l'éducation permanente a toute sa place, et certainement le secteur Jeunesse.

L'intention, pour moi, est d'abord de mieux comprendre ce que vous faites et comment nous pouvons fonctionner ensemble. Nous savons que vous êtes des acteurs indispensables. Au fond, les médias participent eux aussi à l'éducation informelle. L'école n'a pas toujours la place nécessaire pour ouvrir de véritables espaces de débat sur des sujets comme le masculinisme, les bulles de filtres, l'envahissement des écrans, le stress, etc. surtout compte tenu des difficultés qu'elle rencontre aujourd'hui. Or, ils sont souvent davantage travaillés dans les associations de Jeunesse parce que la parole des jeunes s'y libère plus facilement. Parce que parler avec les jeunes n'est pas simplement votre métier, c'est votre expertise. C'est moins la nôtre, même si nos équipes connaissent aujourd'hui

Parce que parler avec les jeunes n'est pas simplement votre métier, c'est votre expertise.

beaucoup mieux les codes des jeunes qu'auparavant. Certaines équipes sont devenues très spécialisées dans les usages des jeunes, mais nous sommes malgré tout bien moins que vous sur le terrain. Notre mission principale est de produire du contenu et nous nous rendons compte que cela ne suffit pas. C'est la raison pour laquelle des contenus médias destinés aux jeunes s'associent avec des actions de terrain, bien souvent en collaboration avec des associations ou des écoles. Je pense par exemple à l'opération « Balance ton son », à « Tarmac » et à « La Classe au Micro » ou encore au « Faky d'Or ».

UN OUTIL QUI S'ADRESSE NOTAMMENT AUX OJ, C'EST LE DICO ÉDUCATION. PEUX-TU EXPLIQUER CE QUE C'EST ?

La RTBF avait déjà lancé le Dico Culture, qui rassemble les contenus culturels de la RTBF à destination du secteur culturel. On s'est donc dit qu'il fallait faire la même chose pour les contenus éducatifs. Le Dico suit une logique par thématique: sciences, histoire, philosophie, citoyenneté, décryptage de l'actualité, etc. Ensuite, à l'intérieur de chaque catégorie, les contenus sont classés par âge. Pour la prochaine édition qui sortira à la fin du mois de septembre, nous voudrions aller plus loin que la simple description des contenus et expliquer comment ils peuvent être utilisés avec les jeunes. À chaque nouvelle édition, on tentera d'améliorer le Dico éducation. D'ailleurs, tous les retours sont les bienvenus.

Envie de découvrir le dico ? Scannez le QR-code

COMMENT ENVISAGES-TU DES COLLABORATIONS AVEC LES OJ ?

Les associations d'éducation aux médias et la RTBF font toutes les deux de l'éducation aux médias. L'intérêt est de le faire de manière complémentaire. Je pense sincèrement que la RTBF ne doit pas faire ce que les autres savent déjà très bien faire. Nous devons apporter une valeur ajoutée, avec les spécificités qui sont les nôtres. Ce qu'une Organisation de Jeunesse ne peut pas montrer, ce sont les coulisses d'un média. Elle ne peut pas (ou pas facilement en tous cas) faire rencontrer aux jeunes des journalistes, connu·es ou moins connu·es. Elle ne peut pas leur permettre de voir concrètement comment se fabrique une information dans un grand média. C'est là que se situe notre valeur ajoutée. En tant que service public, la RTBF a aussi la responsabilité de rendre visible ce que les associations, le secteur Jeunesse et, plus largement, les différents acteurs de la société civile produisent et construisent.

Je pense sincèrement que la RTBF ne doit pas faire ce que les autres savent déjà très bien faire. Nous devons apporter une valeur ajoutée, avec les spécificités qui sont les nôtres.

SI TU DEVAIS DIRE UNE CHOSE AUX JEUNES AUJOURD'HUI, QU'EST-CE QUE TU AURAIS ENVIE DE LEUR DIRE ?

Un message positif. La société, le monde leur font de moins en moins de cadeaux et malgré cela, je les trouve très courageux et courageuses.
Parce qu'un avenir, il y en a un, ça c'est sûr. Et cet avenir doit être construit pour elles et eux, et pour celles et ceux qui arriveront après. Nous, les générations plus âgées, c'est notre plus grande responsabilité : leur assurer le meilleur avenir qui puisse être. Je cherche mes mots, parce que c'est un sujet qui me touche beaucoup.

Aujourd'hui, nous sommes à un moment de bascule. Les générations qui ont bénéficié des conditions les plus favorables sont celles qui vieillissent aujourd'hui. Nous sommes probablement parmi les dernières générations à avoir connu cette forme de confort. Nos enfants et les générations qui suivent vont vivre dans des conditions plus difficiles à cause des enjeux climatiques, des tensions politiques, des modèles de croissance qui montrent leurs limites, des difficultés sociales, des difficultés liées au pouvoir d'achat, à l'énergie ou encore au marché du travail. Franchement, on ne leur a pas facilité les choses. Cela me fait vraiment mal parce que notre responsabilité, c'est de leur garantir un monde meilleur, pas l'inverse.

Le message que j'aurais envie de leur adresser, c'est de garder confiance.
Je sais qu'il y en a beaucoup qui ont envie d'agir. Mais je sais aussi qu'il y en a beaucoup qui souffrent, qui cherchent du sens et qui ont du mal à en trouver. Et c'est parfaitement normal. À leur place, nous nous poserions exactement les mêmes questions.
Certain·es jeunes adultes ne veulent plus avoir d'enfants, d'autres sont complètement perdus dans leur choix d'orientation. Tous ces questionnements sont des signaux que la Jeunesse envoie à la société. Et la société doit absolument entendre ces signaux. C'est une immense responsabilité collective. Le minimum du minimum, c'est donc de les écouter et de leur donner des raisons de garder confiance, par l'accompagnement et par l'action.





ACTION MÉDIAS JEUNES, 20 ANS À DÉCRYPTER LES MÉDIAS AVEC LES JEUNES

En 2026, Action Médias Jeunes célèbre vingt années riches en projets, en rencontres et en réflexions autour de l'éducation aux médias. En vingt ans, le paysage médiatique a énormément changé. Les blogs et les premiers réseaux sociaux ont laissé une place toujours plus importante aux plateformes, aux jeux vidéo, aux influenceurs et influenceuses, aux algorithmes et, aujourd'hui, à l'intelligence artificielle. Action Médias Jeunes a suivi ces évolutions en adaptant constamment ses projets aux pratiques et aux questionnements des jeunes. Mais derrière tous ces changements, une même volonté traverse les années : permettre aux jeunes de comprendre les médias qui les entourent, de développer leur regard critique, mais aussi de créer, de s'exprimer et de prendre leur place dans cet environnement.

À l'occasion de cet anniversaire, toute l'équipe de la Fédération Archipel souhaitait donc prendre le temps de revenir sur quelques moments qui ont marqué ces vingt dernières années et, surtout, de souhaiter un très bel anniversaire à toute l'équipe d'Action Médias Jeunes et à toutes les personnes qui ont participé à cette aventure !

par Hélène Lempereur

2011 À 2012 : TRANSMETTRE AUSSI AUX PERSONNES QUI ACCOMPAGNENT LES JEUNES

Petit à petit, l'expérience acquise sur le terrain commence également à être transmise aux professionnel·les. En 2011, paraît notamment *Tournez Jeunesse !*, un outil pédagogique réalisé par Action Ciné Médias Jeunes en collaboration avec Média Animation. Ce guide accompagne les enseignant·es, animateurs et animatrices ou encore éducateurs et éducatrices dans toutes les étapes d'un projet vidéo avec des jeunes, de l'idée de départ jusqu'au montage et à la diffusion. On retrouve déjà ce qui caractérise encore aujourd'hui le travail de l'association : mener des projets directement avec les jeunes, mais aussi donner des outils à celles et ceux qui les accompagnent.

2006 À 2008 : LES BLOGS ENTRENT DANS LA PARTIE

En 2006, Facebook est encore balbutiant en Europe, TikTok n'existe évidemment pas et les Skyblogs occupent une place importante dans les pratiques numériques des ados. Action Ciné Médias Jeunes, qui deviendra plus tard Action Médias Jeunes, s'intéresse déjà à ces nouvelles façons de communiquer. Avec des initiatives comme *BlogoMag*, l'association aborde les blogs, les comportements en ligne et les usages que les jeunes font d'Internet. Elle travaille aussi avec les adultes pour les aider à mieux comprendre ces pratiques. Une idée commence déjà à s'imposer : les jeunes ne sont pas simplement des consommateurs et consommatrices de médias. Iels en produisent également et doivent pouvoir porter un regard critique sur ce qu'iels créent, voient et partagent.

2009 À 2010 : CRÉER POUR S'EXPRIMER

À cette époque, l'image et la création restent très présentes dans les projets de l'association. Avec *FotoStory*, des jeunes sont par exemple invité·es à utiliser le roman photo pour parler de citoyenneté, de l'Europe ou encore des frontières. En 2010, *FotoStory 2* rassemble 17 jeunes autour du thème « Murs et frontières dans l'Europe de demain ». Iels imaginent leur message, écrivent leur scénario, créent les décors, prennent les photos et construisent finalement leur propre roman photo. Cette manière d'apprendre en pratiquant va rester une constante dans le travail d'Action Médias Jeunes.

2013 À 2015 : UNE ASSOCIATION QUI GRANDIT ET PRÉCISE SON PROJET

À partir de 2013, les rapports d'activités publics permettent de suivre beaucoup plus précisément l'évolution de l'association. Les activités se diversifient et le public augmente rapidement. En 2014, Action Ciné Médias Jeunes réalise 110 activités et touche plus de 3 649 jeunes. C'est 39 % de plus que l'année précédente. Les jeux vidéo, le web et les nouvelles pratiques numériques prennent progressivement davantage de place aux côtés de l'audiovisuel.
En 2015, l'équipe ressent aussi le besoin de mettre des mots sur ce qu'elle construit depuis plusieurs années. Avec le Conseil d'administration, elle travaille pendant toute une année à la rédaction d'un cadre pédagogique.
Celui-ci permet de préciser ce que signifie concrètement « faire de l'éducation aux médias » chez ACMJ.

2016 À 2019 : UNE NOUVELLE ÉTAPE POUR ACTION MÉDIAS JEUNES

Au fil des années, l'association continue à se transformer et à structurer sa manière de travailler. En 2016, Action Ciné Médias Jeunes adapte son identité en l'actuel Action Médias Jeunes.
En 2017, un pôle pédagogique est notamment mis en place afin de mieux organiser, conserver et faire évoluer les nombreux outils développés par l'équipe. La même année paraît *Communiquer efficacement avec les jeunes*, un ouvrage qui contribue à renforcer la reconnaissance de l'association pour son expertise autour des usages médiatiques des jeunes.
De nouveaux projets apparaissent également. Les *MINUTES MED* ou encore la *Super Semaine* permettent de proposer gratuitement des activités d'éducation aux médias et d'aller à la rencontre de publics différents.
En 2019, un nouveau plan quadriennal fixe les grandes priorités pour les années suivantes. Il est notamment question d'innover, de toucher des publics diversifiés, de favoriser l'expression des jeunes et de partager davantage l'expertise développée par l'équipe.

2020 À 2021 : CONTINUER, AUTREMENT

Puis arrive 2020. Comme pour l'ensemble du secteur Jeunesse, la crise sanitaire vient bouleverser les habitudes. Impossible de poursuivre toutes les activités comme avant. L'équipe adapte donc ses projets et cherche d'autres façons de maintenir le contact avec les jeunes.
La *Super Semaine* devient notamment la *Super Summer* et permet de proposer gratuitement des ateliers dans des plaines, des camps et des Maisons de Jeunes.
Les *MINUTES MED* trouvent également une nouvelle utilité avec des capsules permettant de continuer à questionner les médias sous une autre forme.

2022 À 2023 : *FAKE NEWS*, RÉSEAUX SOCIAUX ET NOUVELLES QUESTIONS

Après la pandémie, les pratiques médiatiques ont encore changé. Les réseaux sociaux occupent une place toujours plus importante et les questions liées à l'information, aux sources et à la désinformation deviennent incontournables.
Action Médias Jeunes développe notamment *C'est pas sourcé*, un jeu qui place les participant·es dans la peau d'une rédaction et les amène à choisir, hiérarchiser et recouper leurs sources. Mais l'éducation aux médias reste aussi un moyen de donner la parole aux jeunes. Avec *Mon Namur idéal*, réalisé en collaboration avec l'AMO Passages, des jeunes Namurois·es parlent de leurs quartiers, de mobilité, d'espaces verts, de loisirs, de sécurité ou encore de leurs rapports avec la police.

2024 À 2025 : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ARRIVE DANS LES ATELIERS

En quelques années seulement, l'intelligence artificielle générative s'est installée dans les pratiques quotidiennes. Elle devient donc naturellement un nouveau terrain de travail pour Action Médias Jeunes. Une animation consacrée aux IA génératives est développée en 2024. Face aux demandes et aux expériences accumulées avec les jeunes, l'équipe crée ensuite en 2025 une formation *IA & Jeunes* destinée aux personnes qui les accompagnent.

2025 voit également l'aboutissement d'*Influence heureuse*.
Ce jeu pédagogique, testé auprès d'une centaine de jeunes avant sa sortie, permet d'aborder très concrètement l'influence en ligne, l'argent, la popularité, la santé mentale, les placements de produits ou encore les relations entre créateurs et créatrices et communautés. Cette expertise trouve aussi une reconnaissance institutionnelle. En mai 2025, Claire Berlage, coordinatrice d'Action Médias Jeunes, est élue à la présidence du Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias pour cinq ans.

2026 : ET MAINTENANT ?

En vingt ans, l'association sera donc passé des blogs à l'intelligence artificielle, avec entre les deux la vidéo en ligne, les réseaux sociaux, les jeux vidéo, les *fake news*, les influenceurs et influenceuses, les podcasts et les algorithmes. Difficile de savoir quels médias occuperont les jeunes dans vingt ans. Ce qui semble beaucoup moins difficile à imaginer, c'est qu'il faudra toujours apprendre à les comprendre et à les questionner. C'est finalement ce qui lie toutes ces années. Les outils changent, les pratiques évoluent, de nouvelles questions apparaissent, mais Action Médias Jeunes continue de partir de l'expérience des jeunes pour construire avec elles et eux une éducation aux médias critique, créative et ancrée dans leur quotidien. Cette approche reste aujourd'hui au cœur de la présentation que l'association fait elle-même de sa pédagogie.

ACTION MÉDIAS JEUNES

Alors, pour ces vingt années de projets, de créations, de réflexions, de rencontres et sans doute de quelques expérimentations improbables aussi, la Fédération Archipel souhaite un très bel anniversaire à Action Médias Jeunes. Et surtout, une très belle suite d'aventure !

COMMENT LES MEMBRES D'ARCHIPEL S'INSCRIVENT DANS L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ?

par Estelle Namur

Il n'y a pas une seule façon d'aborder l'EAM avec les jeunes. À travers quelques exemples, Archipel met en lumière la diversité des approches et des méthodes de travail de ses membres.

Les jeunes grandissent aujourd'hui dans un environnement où le numérique occupe une place centrale. Réseaux sociaux, jeux en ligne, intelligence artificielle, créateurs et créatrices de contenu… façonnent leur réalité. Il est devenu indispensable d'accompagner les jeunes dans le développement d'un regard critique et éclairé sur les médias, et les Organisations de Jeunesse ont un rôle essentiel à jouer. En proposant des espaces d'expérimentation, de débat et d'apprentissage, elles contribuent à former des citoyen·nes capables de comprendre, questionner et utiliser les médias de manière critique et responsable.

PARTIR DES USAGES RÉELS DES JEUNES

Avant de parler de risques ou de bonnes pratiques, il est important de comprendre ce que les jeunes vivent en ligne. Quels réseaux utilisent-iels ? Quels créateurs ou créatrices de contenu suivent-iels ? Comment s'informent-iels ? Quelles sont leurs préoccupations ?

À travers son outil *Accompagner les jeunes sur les réseaux sociaux*, Action Médias Jeunes (ACMJ) propose des pistes concrètes pour aborder ces questions sans jugement ni discours alarmiste. L'objectif est d'aider les animateurs et animatrices à se sentir plus légitimes pour engager la discussion autour des usages numériques et des opportunités offertes par le web.

RÉFLÉCHIR AUX TECHNOLOGIES DE DEMAIN

L'éducation aux médias ne se limite pas à analyser les outils actuels. Elle permet également de questionner les innovations émergentes et leurs impacts sur la société.

L'outil pédagogique *Le Futur, c'est maintenant !* d'ACMJ invite les adolescent·es à explorer les enjeux liés aux technologies de demain grâce à la démarche du *Design Fiction*. En imaginant des scénarios futurs, les jeunes développent leur capacité à interroger les conséquences sociales, éthiques et environnementales des innovations technologiques.

DÉVELOPPER L'ESPRIT CRITIQUE FACE À L'INFORMATION

Dans un contexte où chacun·e peut publier, partager ou commenter une information, apprendre à vérifier les sources devient une compétence fondamentale.

L'atelier *C'est pas sourcé* d'Action Médias Jeunes plonge les participant·es dans la peau de journalistes. À travers un jeu de rôle, iels doivent sélectionner, comparer et recouper différentes sources afin d'identifier les informations les plus fiables. Une manière ludique et concrète d'aborder les mécanismes de désinformation et les réflexes de vérification.

De son côté, le projet *Émoti'Médias* développé par Jeune et Citoyen (JEC) met en lumière un aspect souvent oublié : l'influence de nos émotions sur notre perception de l'information. L'animation aide les jeunes à comprendre comment certaines informations suscitent des réactions émotionnelles fortes et comment prendre du recul avant de partager ou de réagir.

INTÉGRER L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS DANS LES ACTIVITÉS DU QUOTIDIEN

L'EAM ne doit pas nécessairement prendre la forme d'un grand projet ou d'une animation complexe. De petites activités peuvent être intégrées facilement dans la vie de l'organisation.

La collection *Keskonfiche ?* d'ACMJ propose quatorze fiches pédagogiques prêtes à l'emploi, conçues pour mener des animations courtes, ludiques et accessibles. Ces outils permettent d'aborder différents enjeux médiatiques en séjour, lors d'ateliers ponctuels ou même dans le cadre d'activités informelles.

Les capsules vidéo *MINUTES MED* d'ACMJ constituent également un support pour lancer une discussion. Grâce à des formats courts et humoristiques, elles vulgarisent différents aspects du fonctionnement des médias et encouragent les jeunes à cultiver leur curiosité et leur esprit critique.

COMPRENDRE LES MÉCANISMES INVISIBLES DU NUMÉRIQUE

Les algorithmes influencent largement les contenus que nous voyons chaque jour, sans que leur fonctionnement soit toujours compris.

Pour approfondir la compréhension des environnements numériques fréquentés par les jeunes, JEC propose également la ressource *Twitch : une plateforme pour les CRACS ?* Celle-ci aide à mieux comprendre les usages liés à Twitch, une plateforme devenue incontournable dans les pratiques médiatiques de nombreux jeunes.

L'activité *Dans la peau d'un algorithme* d'ACMJ permet aux jeunes de construire eux-mêmes un système de recommandation à partir de données réelles. Cette approche déconnectée rend accessibles des notions souvent perçues comme complexes et favorise une réflexion sur la personnalisation des contenus, les bulles informationnelles et les logiques des plateformes numériques

FAIRE DE L'EAM UN LEVIER D'ÉMANCIPATION

L'éducation aux médias ne consiste pas uniquement à prévenir les risques liés au numérique. Elle vise avant tout à permettre aux jeunes de comprendre le monde médiatique dans lequel ils évoluent, d'exercer leur esprit critique et de devenir des citoyen·nes capables d'agir de manière autonome et responsable.

Les Organisations de Jeunesse disposent aujourd'hui de nombreux outils gratuits et accessibles pour intégrer progressivement l'EAM dans leurs pratiques. Qu'il s'agisse d'aborder les réseaux sociaux, l'information, les émotions, les algorithmes ou les technologies émergentes, chaque activité peut devenir une occasion d'échanger avec les jeunes et de renforcer leur pouvoir d'agir dans un environnement numérique en constante évolution.

LE JOURNAL MÉDIATIQUE

Quels médias occupent réellement nos journées ? Pour quoi faire ? Combien de temps ? Et nos usages correspondent-ils vraiment à l'idée que nous nous en faisons ?

Le **journal médiatique** est un exercice d'auto-observation proposé notamment dans les outils d'éducation aux médias de l'UNESCO. Le principe est simple : pendant quelques jours, les participant·es gardent une trace de leurs usages médiatiques avant de prendre le temps de les observer et de les mettre en discussion.

Pas question ici de distribuer les bons et les mauvais points ou de traquer le « temps d'écran ». L'objectif est plutôt de **rendre visibles des pratiques devenues tellement quotidiennes qu'on ne les remarque parfois même plus**.

Public : adaptable dès 12 ans

Durée : trois jours d'observation + 45 à 60 min d'animation

Matériel : une grille par participant·e + de quoi prendre des notes

1. PENDANT TROIS JOURS : TENIR SON JOURNAL

Pendant trois jours, chacun·e garde une trace des moments où il ou elle utilise un média : réseaux sociaux, télévision, radio, presse, sites d'information, podcasts, jeux vidéo, plateformes de streaming…

Inutile de noter chaque TikTok, reel ou article consulté. On relève plutôt les différents moments d'usage : 20 minutes à scroller sur TikTok, regarder le JT en famille, écouter un podcast dans le bus, rechercher une information sur Google…

Pour chaque moment, quelques informations suffisent :

MOMENT	MÉDIA	CONTENU	DURÉE	POURQUOI ?	AVEC QUI ?
9h30	Instagram	Stories, actu	15min	Voir les nouveautés	Seul·e
17h	TikTok	Humour, Sport, actu	25min	Me détendre	Seul·e
20h	TV	JT	30min	M'informer	En famille

On peut également indiquer si l'usage était plutôt actif (rechercher, publier, commenter, créer…) ou passif (regarder, écouter, scroller…).

ARCHIPEL
Fédérer, Soutenir, Représenter la Jeunesse

2. PRENDRE LE TEMPS DE REGARDER SES PROPRES USAGES

Après trois jours, chacun·e reprend son journal. L'idée n'est pas de calculer un « score », mais de regarder ce qui se dégage de l'ensemble.

Qu'est-ce qui me surprend ? Quels médias prennent le plus de place ? Pour quoi est-ce que je les utilise principalement : m'informer, me divertir, communiquer, créer ? Quels usages sont plutôt actifs ou passifs ? Seul·e ou avec d'autres ? Où et comment est-ce que je rencontre de l'actualité ?

Le journal reste personnel. Il n'est pas nécessaire de montrer ses réponses : **ce sont les constats que l'on mettra ensuite en commun, pas le détail des usages de chacun·e.**

3. METTRE LES CONSTATS EN COMMUN

En petits groupes ou tous ensemble, on peut ensuite comparer les observations. Quelles habitudes sont largement partagées ? Quelles différences apparaissent ? Certains résultats nous ont-ils surpris ? Utilisons-nous les mêmes médias pour nous informer et pour nous divertir ?

Et puis, on peut pousser la réflexion un peu plus loin : **est-ce que je choisis toujours ce que je rencontre comme contenu ?** Quand j'ouvre Instagram, TikTok ou YouTube, est-ce que je sais ce que je viens chercher ? Quelle information ai-je rencontrée sans la chercher ? Quelle place occupent les contenus recommandés ?

Une manière très concrète de passer de **« quels médias est-ce que j'utilise ? »** à **« comment se construit mon environnement médiatique ? »**.

Animation adaptée des activités *Media Diary*
proposées dans le guide *Pedagogies of Media and Information Literacies* de l'UNESCO.

À DÉCOUVRIR AUSSI : MÉDIARAMA

Le Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) propose *Médiarama*, un jeu pédagogique pour explorer l'évolution des médias et questionner la manière dont celle-ci a transformé nos usages. À travers 30 cartes illustrées à replacer sur une ligne du temps, les jeunes parcourent plus d'un siècle d'histoire de la presse, de la radio, de la musique, de la bande dessinée, des jeux vidéo ou encore des technologies numériques.

Le jeu s'accompagne de plusieurs pistes d'exploitation pédagogique. Parmi elles, « Mes usages médiatiques » propose de partir des cartes pour questionner ses propres pratiques : quels médias utilisons-nous ? Pour quels usages ? Quelle place occupent-ils dans notre quotidien ? Une manière de mettre nos pratiques actuelles en perspective avec l'évolution des médias.



ITINÉRANCE - PUBLICATION QUADRIMESTRIELLE D'ARCHIPEL
BE416.289.158 - 25, rue des Drapiers – 1050 Ixelles - 02/2303283
info@archipel.be - www.archipel.be - Registre des Personnes Morales Tribunal de Bruxelles
ÉDITEUR RESPONSABLE : Hadrien Wilputte - COORDINATION : Estelle Namur
ÉQUIPE DE RÉDACTION : Hélène Lempereur, Estelle Namur, Jonathan Piroux, Émilie Quenon et Marine Sonet
MISE EN PAGE : Elisa Pirondeau - ILLUSTRATIONS ET PHOTOGRAPHIES : Elisa Pirondeau & magnific.com
IMPRIMÉ par Media Process sur du papier recyclé.

Fédération d'Organisations de Jeunesse reconnue par la Fédération Wallonie-Bruxelles

Archipel regroupe 26 associations œuvrant dans le domaine de la Jeunesse.

Animagique

Fédération des Récupérathèques

Kaleo

musée du c/kapitalisme museum

Réseau de Collectifs en Recherche de Résilience

Les Guides – La vie en vrai

BE LA RP

réseau ignatien des jeunes

Citizen Motion

Déclic en perspectives

JOC – Jeunes organisés & combatifs

Jeunes CSC

Ocarina – On parie que tu reviendras ?

magma*

Jagora – Se comprendre pour mieux vivre ensemble

tilt

Volont'R

S.I.A.J. – De soi aux autres

Patro – Fédération nationale des patros

Jeune et Citoyen

Carrefour 19

indications

Bas les Masques – Oser Grandir et se Dire

Parc Parmentier

Action Médias Jeunes

ASBL Gratte – Ose des loisirs différents

CONTACT

Archipel
Rue des Drapiers 25
1050 Ixelles
02 230 32 83
info@archipel.be
www.archipel.be

Avec le soutien de :

Fédération Wallonie-Bruxelles

Région de Bruxelles-Capitale

Wallonie

Éditeur responsable : Hadrien Wilputte, Rue des Drapiers 25 - 1050 Ixelles