

Rapport sur l'enquête  
menée auprès  
des professionnels  
de l'information  
jeunesse pour le projet  
Information des jeunes  
contre désinformation  
: Les médias sous la  
loupe !

**Med****a**  
*Media under the microscope!*

# Rapport sur l'enquête menée auprès des professionnels de l'information jeunesse pour le projet Information des jeunes contre désinformation : Les médias sous la loupe !

## Imprint

ERYICA : Eva Reina et Katie Eitler  
Jugendinfo Eupen / Infotreff : Lara Liebertz et David Langela  
Infor Jeunes Luxembourg : Yannick Boelen et Thomas Stévenart  
Infor Jeunes Huy : Pierre Boileau  
ANIJ : Didace Kalisa  
Christelle Kodische (PIJ Esch/Alzette)  
Aline Durieu

Création graphique et mise en page et maquette: Ismet Lisica  
Publié par ERYICA en mai 2022

Cette publication est issue du projet « MedYIa », financé par le programme Erasmus+ de l'Union Européenne.

Par respect pour l'environnement, cette publication est principalement diffusée au format numérique.

### CONSORTIUM DU PROJET :

Jugendinfo (Belgique)  
ERYICA (Luxembourg)  
Agence Nationale pour l'Information des Jeunes (ANIJ, Luxembourg)  
Infor Jeunes Luxembourg (Belgique)  
Infor Jeunes Huy (Belgique)

### PARTENAIRES ASSOCIÉS :

Centre d'Information et de Documentation Jeunesse (France)  
Fédération Infor Jeunes Wallonie-Bruxelles (Belgique)



european youth information  
and counselling agency



Agence Nationale  
pour l'Information  
des Jeunes



Cette publication est sous licence Creative Commons Attribution-NonCommercial-Licence internationale NoDerivatives 4.0



Erasmus+

Cette publication a été réalisée avec le soutien du programme Erasmus+ de l'Union Européenne. Le soutien apporté par la Commission Européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.

ISBN 978-2-919810-32-1

# TABLE DE MATIÈRES

1 Introduction / 4

2 Contexte et objectifs / 4

3 Méthode d'enquête / 5

4 Résultats de l'enquête MedYIa / 6

4.1 Résultats démographiques

4.2 Intérêts pour l'EMI

4.3 Difficultés en EMI

4.4 Savoir plus

4.5 Recommandations des répondants

5 Recommandations / 13

6 Synthèse / 13

de l'enquête #génération2020

7 Recommandations / 15

suite à l'analyse de l'enquête #génération2020  
et des focus groups réalisés par ERYICA dans le  
cadre de SMART-EU

Annexes / 16

Webographie / 21

# Introduction

En 2020, les partenaires du projet *MedYIa - Information jeunesse vs. désinformation: les médias à la loupe!* (financé par Erasmus+) se sont réunis afin d'élaborer une stratégie dans le but de renforcer les connaissances en Éducation aux Médias et à l'Information (ci-après EMI) des personnes travaillant dans le secteur de la jeunesse (informateurs jeunesse, éducateurs, travailleurs jeunesse).

Il a semblé évident pour les partenaires de commencer par questionner les travailleurs et informateurs jeunesse sur leurs attentes concernant cette thématique plus qu'actuelle. Pour ce faire, la pandémie ayant empêché des regroupements en présentiel, il a été décidé de réaliser une enquête en ligne, diffusée au printemps 2021.

Cette enquête deviendra la base de travail sur laquelle les partenaires MedYIa se concentreront afin de pouvoir, au final, créer une formation sur mesure et en présentiel au plus proche des besoins des travailleurs jeunesse.

L'enquête a été largement diffusée dans les trois langues des partenaires du projet (français, allemand et anglais).

Le rapport final fournira des recommandations aux décideurs, aux organismes institutionnels et aux professionnels du travail de jeunesse et de l'information jeunesse.

## Contexte et objectifs

L'objectif ultime de ce projet est de fournir aux travailleurs (de l'information) de jeunesse des ressources et des outils pour mener des activités liées à l'éducation aux médias et à l'information avec les jeunes afin de doter ces derniers des compétences nécessaires pour naviguer dans l'information avec laquelle ils sont en contact tous les jours.

Le projet MedYIa est basé sur les besoins, puisqu'il se concentre sur les demandes du secteur de la jeunesse et des jeunes eux-mêmes.

La définition des objectifs de cette enquête est le fruit de nombreux remaniements, liés notamment aux contraintes de la pandémie.

Il s'agissait dans un premier temps d'une enquête destinée aux jeunes, afin d'évaluer leurs besoins en matière d'EMI. Cependant, en raison des problèmes survenus durant la pandémie de COVID-19, notamment la question relative au nombre de jeunes répondants ainsi que la publication dans la foulée des résultats d'une autre enquête réalisée auprès des jeunes, le groupe cible de l'enquête a été réorienté.

De fait, l'enquête a finalement été destinée au groupe cible des professionnels de l'Information Jeunesse, tels que les animateurs, les informateurs jeunesse ou encore les enseignants. Cela nous a permis de garantir des réponses qualitatives et de diffuser l'enquête au sein de nos propres réseaux. Le projet

prévoyait des *focus groups* avec des professionnels du secteur de la jeunesse. Ces *focus groups* ont été remplacés par l'enquête.

Toutefois, nous avons tenu compte des *focus groups* qu'ERYICA a réalisés dans le cadre du projet européen *SmartEU (Programme Media Literacy for All)*, sur cette même thématique et avec le même groupe cible. Afin de faire le lien avec les points de vue des jeunes, ainsi que leurs besoins, ce rapport fait également référence aux conclusions d'autres études récentes ciblant les jeunes.

Par la suite, ces résultats devaient servir de base au Produit Intellectuel 2, à savoir une collection sophistiquée de ressources et d'outils MIL, regroupés par thème et par langue, pour en optimiser la convivialité et l'accessibilité. Cependant, les partenaires MedYIa ont réalisé en cours de projet qu'une telle « boîte à outils » était disponible en ligne (<https://betternet.be>), et ce alors même que le projet avait été présenté et approuvé.

Dès lors, afin de ne pas faire doublon et d'optimiser les ressources financières disponibles, il a été décidé de modifier la PI2 en proposant le développement d'un programme de formation et des activités de formation aux professionnels de la jeunesse. L'enquête a donc été orientée en ce sens.

La première phase du projet, « *Intellectual Output 1 : État des lieux* » (ci-après IO1), a donc pour objectif final la réalisation d'une enquête permettant :

- d'approfondir la compréhension qu'ont les professionnels de la jeunesse de l'EMI,
- d'identifier les compétences manquantes et les lacunes du secteur,
- d'identifier les outils et les pratiques existants,
- de déterminer quels types d'outils seraient les plus utiles pour ceux qui travaillent avec les jeunes.

## Méthode d'enquête

Cette enquête, réalisée sous l'impulsion des opérateurs de la PI1, est le résultat d'un réel travail de coopération entre les partenaires MedYIa afin de définir et de rédiger des questions ayant une véritable plus-value pour la suite du projet.

Réalisée via Google Forms en français, allemand et anglais et anonyme, son contenu peut être divisé en trois parties :

- données démographiques,
- intérêt pour l'EMI et besoins, et
- coordonnées.

La durée de l'enquête était d'environ 10 minutes. Elle a été diffusée au réseau des partenaires du projet, qui comprend des travailleurs de jeunesse, des informateurs jeunesse, des ONG et des écoles. Toutefois, d'autres profils ont répondu, comme par exemple des psychologues.

D'autres apports, tels que les résultats de *focus groups* réalisés par ERYICA dans le cadre de Smart -EU, ont été ajoutés à l'enquête et à ce rapport afin d'étoffer les résultats de celle-ci.

Aussi, comme mentionné précédemment, la pandémie ayant mis à mal le souhait des partenaires MedYIa de réaliser des *focus group* avec des jeunes, nous nous sommes basés sur de nombreuses enquêtes déjà réalisées par divers acteurs (voir webographie) récemment, en France et en Belgique, avec un focus

particulier sur l'enquête #génération2020 de Media Animation / CSEM<sup>1</sup> qui nous a semblé particulièrement pertinente dans le cadre de ce projet.

Étant donné le grand nombre d'enquêtes disponibles, nous avons décidé de nous limiter à celles dont la réalisation était postérieure à 2014 et ne concernant que les jeunes de 12 à 20 ans.

## Résultats de l'enquête MedYIa

### 4.1 Résultats démographiques

Selon le type de structures dans laquelle ils travaillent, les répondants occupent des fonctions variées : l'enseignement, les centres d'info jeunesse, les services d'accompagnement psycho-socio-éducatif et autres.

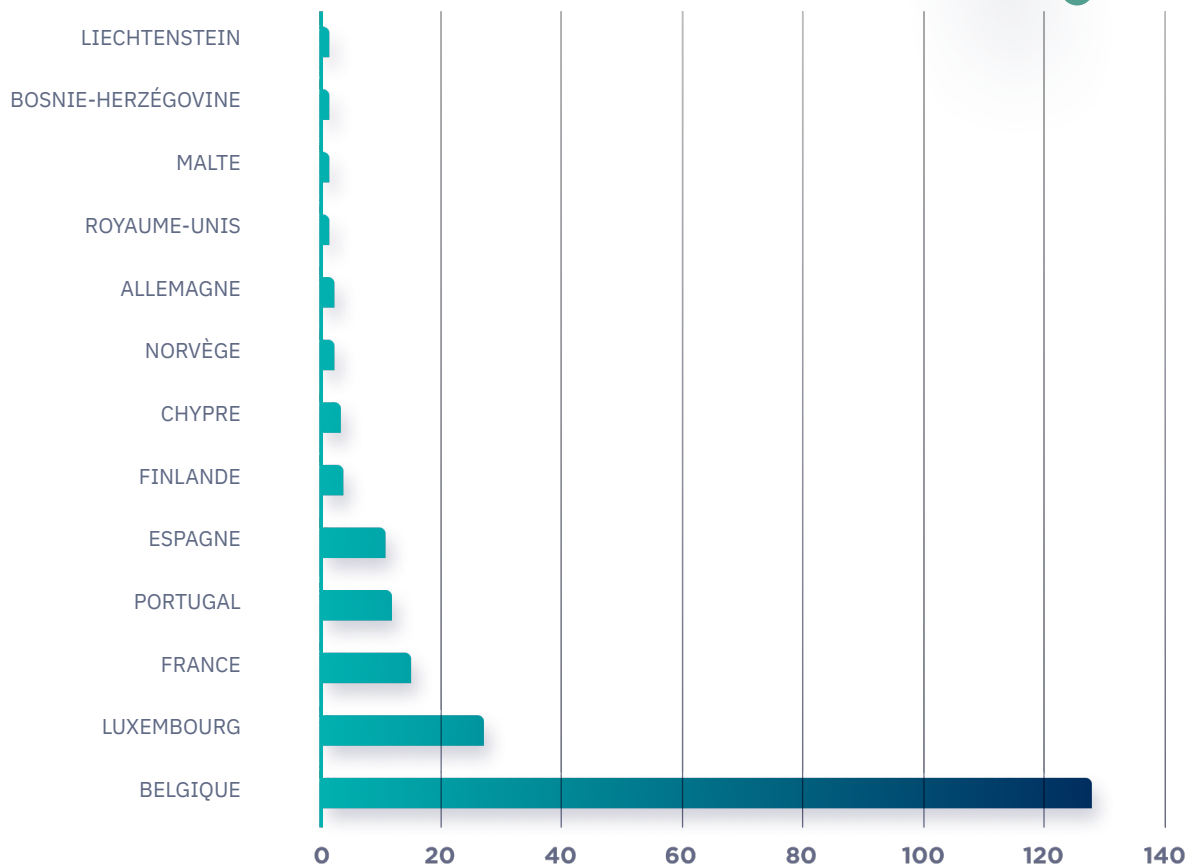
La majorité des répondants sont des animateurs, des éducateurs et des informateurs de jeunesse. Nous avons eu beaucoup de réponses différentes, qui comprennent par exemple des directeurs ou coordinateurs de structures de jeunesse, des chargés de projet et des pédagogues. Il y a aussi des répondants qui correspondent à plusieurs options : par exemple, ils sont éducateurs et informateurs de jeunesse.

#### Professionnels de jeunesse



Les répondants contactés exercent leurs pratiques dans 13 pays, mais la majorité (61%) travaille dans des centres de jeunesse en Belgique, alors que le reste œuvre en France (7%) ou au Luxembourg (13%). Les autres réponses (19%) sont issues d'autres pays, notamment, le Portugal, l'Espagne et la Finlande. La majorité belge s'explique par le fait que la majorité des partenaires du projet MedYIa soient belges, et que l'enquête a été largement diffusée dans les réseaux des partenaires. Les autres partenaires viennent du Luxembourg et de la France, ce qui explique le nombre élevé de répondants provenant de ces pays. La péninsule ibérique compte de nombreux membres du partenaire MedYIa « ERYICA », Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes.

<sup>1</sup> Voir annexe



Une majorité des répondants travaille dans une structure de jeunesse ou dans un centre d'info jeunesse, comme l'indiquent les postes de travail du graphique ci-dessous.

## Structures de jeunesse



**A retenir :** Les principaux répondants sont des animateurs, des éducateurs et des informateurs de jeunesse travaillant dans des structures jeunesse ou des centres d'info jeunesse et sont d'origine belge, luxembourgeoise et française.

## 4.2 Intérêts pour l'EMI

Dans cette section, nous examinons la manière dont les répondants perçoivent et gèrent leurs activités pratiques d'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) avec les jeunes.

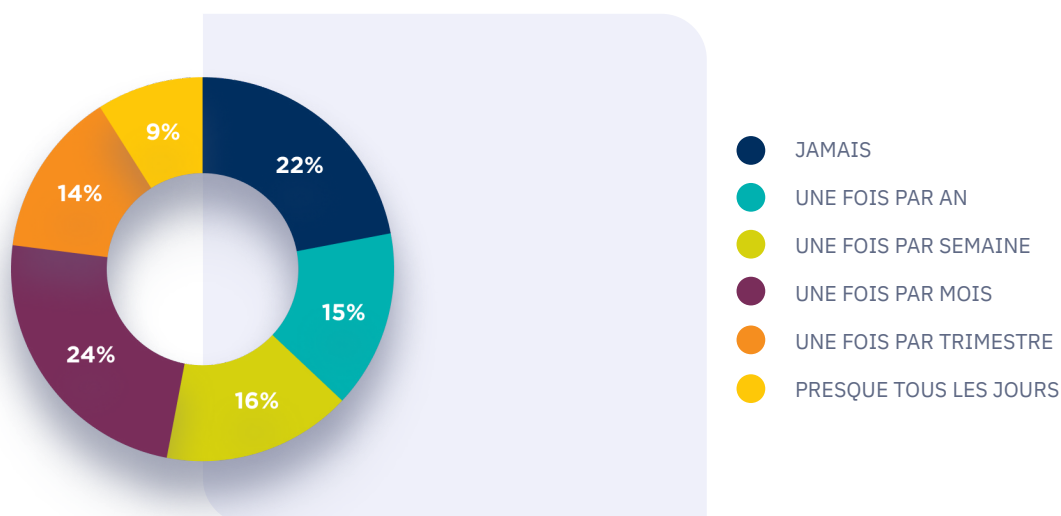
À cet effet, nous examinons successivement dans quelles mesures ils s'investissent dans les activités suivantes :

- lecture et analyse des médias,
- prise de connaissance du fonctionnement des médias,
- participation aux débats,
- mise en production d'information par les jeunes,
- développement des compétences de recherche et de gestion de l'information, et
- développement des pratiques du numérique responsable.

Pour dégager l'intérêt en EMI des répondants, le questionnaire contient des pratiques pédagogiques d'EMI avec des cases à cocher déterminant la fréquence des rencontres avec ces pratiques pédagogiques d'EMI.

En moyenne, de toutes les pratiques pédagogiques testées, un cinquième des pratiques ne sont jamais appliquées. Néanmoins, presque la moitié de ces pratiques est appliquée assez souvent (plus qu'une fois par mois). Toutes les questions individuelles se situent en annexe a.

Moyenne: pratiques pédagogiques liées à l'EMI



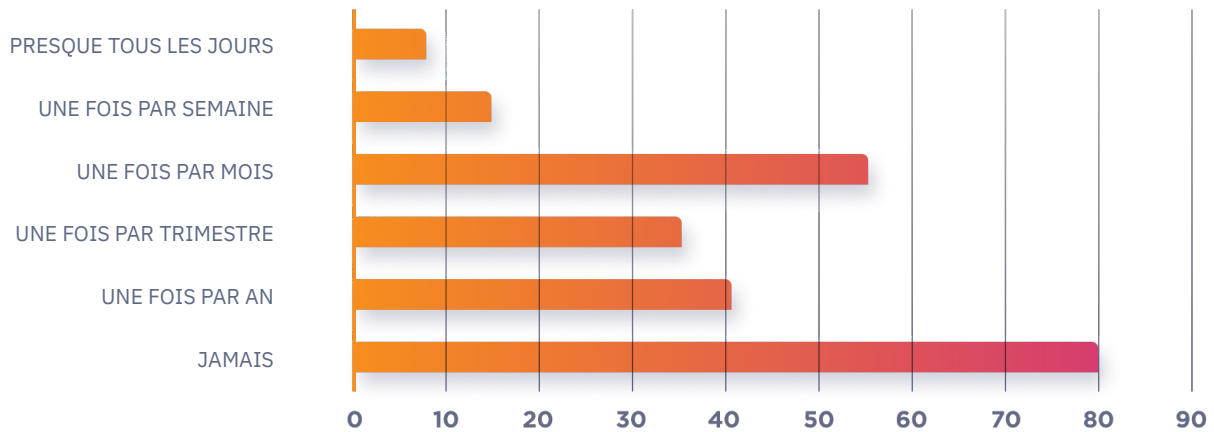
Comme indiqué précédemment, six catégories de pratiques ont été mesurées :

- Lecture et analyse des médias (audio, vidéo, écrit...),
- Connaître le fonctionnement des médias et des systèmes informationnels,
- Mener des débats,
- Mettre les jeunes en production d'information (exposition, journal scolaire, webradio, etc.),
- Développer les compétences de recherche, de sélection, d'interprétation de l'information, vérifier ses sources, et
- Développer une pratique du numérique responsable.

En général, les réponses sont très proches de la moyenne, à une exception près. La pratique qui est appliquée la moins souvent est la mise en production d'information des jeunes, avec 34% des répondants qui ont indiqué qu'ils ne le font jamais.



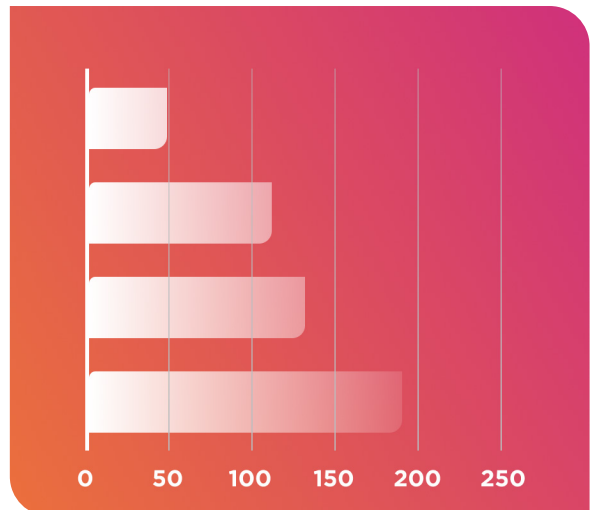
## Mettre les jeunes en production d'information (exposition, journal scolaire, webradio, etc.) :



L'enquête contient également une question visant à estimer l'intérêt des répondants vis-à-vis de l'EMI et la motivation à son égard. Les répondants ont répondu à cette question à choix multiple assez positivement, en reconnaissant l'importance de l'EMI du fait de son actualité.

## Vous démontrez un intérêt pour l'EMI car :

- JE COMPRENDS L'INTÉRÊT DE L'EMI, MAIS JE N'AI PAS LE TEMPS/NE VOIS PAS COMMENT L'INTÉGRER À MES PRATIQUES PROFESSIONNELLES
- LES JEUNES SE QUESTIONNENT : LES JEUNES SE/VOUS POSENT SOUVENT DES QUESTIONS LIÉES À L'INFORMATION ET VOUS VOUDRIEZ POUVOIR LEUR APPORTER DES ÉLÉMENTS DE RÉPONSE
- C'EST UN INTÉRÊT PERSONNEL : VOUS AIMEZ VOUS QUESTIONNER SUR L'ACTUALITÉ ET LE MONDE DE L'INFORMATION VOUS INTERPELLE
- C'EST D'ACTUALITÉ : VOUS PENSEZ QUE C'EST IMPORTANT DE POUVOIR EN DISCUTER AVEC LES JEUNES CAR C'EST UNE THÉMATIQUE NÉCESSAIRE POUR ÊTRE UN "CRACS" (CITOYEN RESPONSABLE ACTIF CRITIQUE SOLIDAIRE)



**A retenir :** Les répondants pratiquent régulièrement toutes sortes d'activités liées à l'EMI, poussés notamment par un fort intérêt dû à l'actualité de cette thématique. Cependant, une activité est laissée de côté, il s'agit de la production d'information par les jeunes.

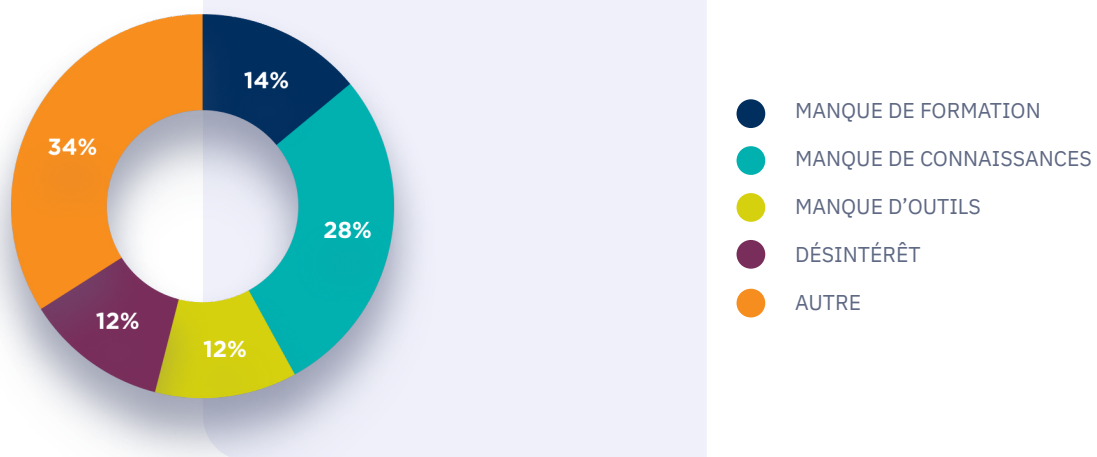
### 4.3 Difficultés en EMI

Pour mesurer les différentes difficultés rencontrées en pratiquant l'EMI, les répondants ont eu la chance de répondre avec leurs propres mots.

Dans les analyses, les réponses ont été catégorisées en 5 différents types :

- Manque de formation : Le répondant a mentionné un manque de formations professionnelles pour enseigner l'EMI
- Manque de connaissances – Le répondant n'a pas les connaissances fondamentales de l'EMI
- Manque d'outils – Le répondant a des connaissances fondamentales, mais il y a un manque d'outils pour avancer ou former
- Autre

Difficultés en EMI



Les difficultés rencontrées au regard de l'EMI sont en majorité la conséquence d'un manque de connaissances. Le manque de formations arrive en seconde place.

Pour le manque de formations professionnelles, les répondants notent des exemples concrets, tels que :

- manque de pédagogie,
- manque de capacité à motiver les jeunes pour ce sujet,
- manque de formation d'eux-mêmes, et
- manque de formation de leurs collègues.

La catégorie « Autre » inclut notamment le manque en temps et en ressources. Le manque de connaissances veut aussi dire que les répondants ne savent pas comment les jeunes utilisent les réseaux sociaux, par exemple, ou ne comprennent pas leur relation avec l'EMI.

**A retenir :** Les répondants manquent principalement de connaissances et de formations au regard de l'EMI.

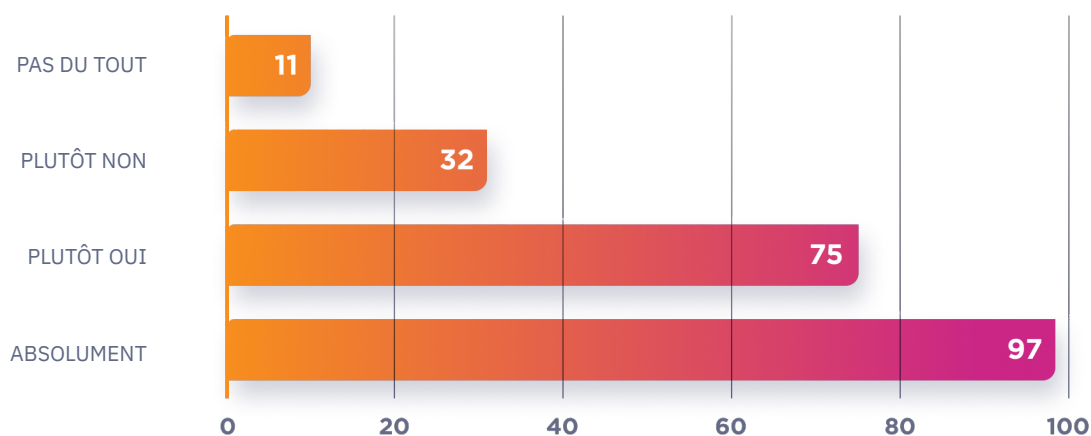
## 4.4 Savoir plus

Pour identifier les écarts de connaissances et les intérêts spécifiques des répondants, le questionnaire a demandé aux répondants d'évaluer les sujets suivants par niveau d'intérêt :

1. **La liberté d'expression et d'information** (aborder des sujets tels que la (cyber-) citoyenneté, la liberté d'expression, la liberté d'information, la propagande, le rôle des médias dans le processus démocratique...)
2. **Le circuit de l'information** (prendre connaissance des étapes de la fabrication d'une information, en partant du fait jusqu'à la publication en passant par la déontologie et l'éthique de l'information)
3. **Recherche et vérification de l'info** (quels sont les éléments indispensables pour rechercher et ensuite vérifier une information sans tomber dans le piège de la désinformation)
4. **Médias nouveaux et traditionnels** (de Gutenberg à TikTok, passage en revue de l'évolution des médias et de leur impact sur les CRACS. Utilisation concrète avec les jeunes des réseaux sociaux numériques)
5. **Théories du complot** (comment aborder les théories du complot avec les jeunes, les décoder, les mettre en critique)
6. **Bulle de filtre et algorithmes** (comprendre la raison d'être des algorithmes sur Internet et être critique vis-à-vis des bulles de filtres qui en découlent)
7. **La représentation dans les médias** (genre, sexualité, sans-abrisme, racisme, migration, réfugiés... comment les images véhiculées par les médias (de l'actualité à la publicité) influencent-elles notre perception de nous-mêmes et des autres ?)
8. **Comment réagir à des situations complexes** (Récits complotistes, radicalisation, sujets sensibles et/ou clivants...):

Chaque sujet, sauf « le circuit de l'information », a été voté majoritairement comme absolument intéressant. En général, tous les sujets ont été déterminés comme intéressants (plutôt que non). Tous les graphiques sur les sujets individuels peuvent être trouvés en annexe b.

### Mayenne : Savoir Plus



**A retenir :** Les répondants portent un grand intérêt pour toutes les thématiques proposées sauf, dans une moindre mesure, pour le circuit de l'information.

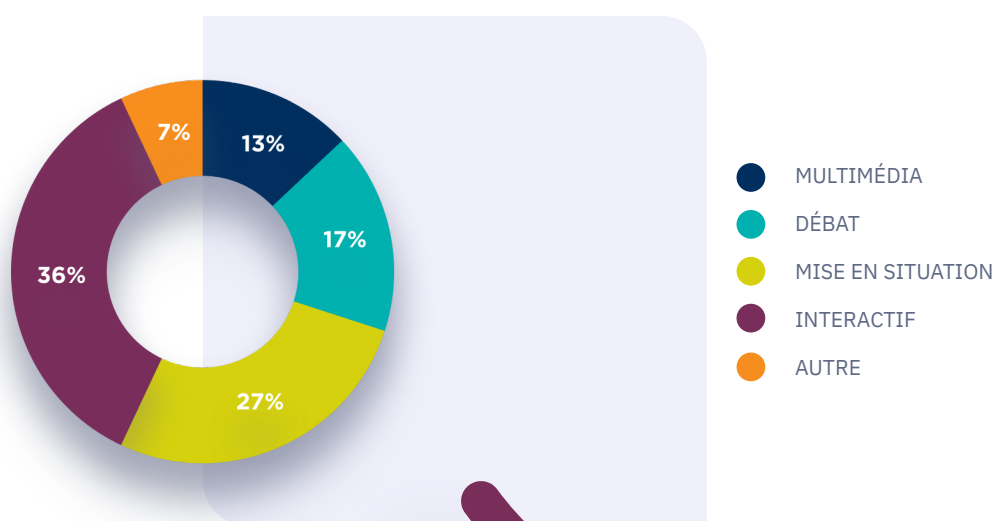
## 4.5 Recommandations des répondants

En dernière partie du questionnaire, les répondants ont dû écrire, avec leurs propres mots, des recommandations pour des activités qui fonctionnent chez les jeunes quand il s'agit de les sensibiliser à des problématiques spécifiques.

Après l'analyse, les réponses ont été catégorisées de la manière suivante :

- Débat : Discuter en classe, et avec les camarades, de manière critique.
- Multimédia : Utiliser vidéos, audio, réseaux sociaux pour éduquer
- Interactif : Le travail en groupe, de travailler activement, pédagogie inversée.
- Mise en situation : Jeux de rôle, simulations, débats avec des personnes qui ont été soumis aux situations discutées.

Recommandation  
d'activités



**A retenir :** En général, les répondants favorisent une approche active qui implique les jeunes de façon interactive.

# Recommandations

Les impressions fondamentales sont le lien important entre le manque de connaissances et le manque de formation chez les répondants. Il faut mettre en évidence le besoin de formations qui soient accessibles d'un point de vue géographique et à la fois pertinentes par rapport à la demande des thématiques. Il existe déjà de nombreuses formations qui abordent les sujets de l'EMI : ces formations doivent être valorisées et adaptées pour les différents (futurs) pratiquants de l'EMI.

Les répondants ont clairement marqué un intérêt pour l'EMI. Ils ont également des idées de pédagogie pour éduquer les jeunes sur ce sujet. Néanmoins, les connaissances et l'aisance par rapport au sujet sont manquantes. Des formations pour augmenter la confiance en soi des pratiquants d'EMI est donc nécessaire.

Concernant les difficultés des catégories « autre », qui sont principalement le manque de temps et de ressources, nous invitons les structures de jeunesse à considérer l'EMI comme faisant partie intégrante de leurs institutions et de leurs programmes scolaires ou extra-scolaires et d'y consacrer du temps et des ressources (comme par exemple le matériel informatique).

## Synthèse de l'enquête #GENERATION2020

Cette enquête traite des jeunes et de (leur) l'information et se concentre sur 3 éléments principaux qui sont :

- Identification et accès à l'actualité (donc ce que les jeunes considèrent être de l'info et comment ils s'informent)
- Usages sociaux de l'information (comment les jeunes vivent et consomment l'info au quotidien, avec leurs pairs)
- Réception critique de l'information (le regard critique des jeunes vis-à-vis de l'information)

Ces 3 parties sont détaillées et illustrées avec la parole des jeunes sous forme de témoignages. Une synthèse en 11 points plus transversaux est ensuite rédigée.

Enfin, des pistes pédagogiques sont proposées.

Le maître mot de cette enquête est « paradoxe ». Les jeunes font un peu tout et son contraire.

Les infos qui peuvent être importantes pour des travailleurs jeunesse en ce qui concerne l'usage des jeunes

- **Identification et accès à l'actualité**
  - L'actualité des jeunes n'est pas celle des adultes. Les jeunes s'intéressent plutôt aux faits divers et à l'actualité culturelle au sens large (musique, manga, people, etc.)

- Ils y accèdent principalement via les RSN même s’ils ne considèrent pas cette info comme la plus fiable (la télé serait plus fiable au niveau du contenu, mais contenu moins intéressant avec une suspicion d’orientation de la pensée). Les autres sources d’info sont, par ordre de préférence, l’entourage, puis la télévision, les sites web, la radio. Pas de mention de la presse écrite. C’est principalement une question de format, et de possibilité de choix par opposition aux médias de flux comme la télé / radio.
- L’information passe par du relationnel, dans ce sens que les jeunes aiment moins, ou accrochent moins avec la « neutralité » des journalistes (d’où notamment l’attirance pour des youtubeurs, etc.). Cependant, leur intuition les pousse à tout de même passer par moments par l’information, plus neutre, des journalistes.
- **Usages sociaux de l’information**
  - Le cercle familial est un lieu de confrontation, de débat mais l’actu discutée avec les adultes (celle du JT) n’est pas la même que celle discutée entre pairs (celle des RSN) ;
  - Besoin de la confiance des pairs pour discuter d’un sujet > prise de risque de perdre la face ou d’être moqués. Donc, pour parler de l’actu, les jeunes ont besoin de se sentir en confiance, avec de vrais copains, des parents, des enseignants, etc.
  - Les jeunes se savent surveillés et surveillent leurs pairs en ce qui concerne la publication d’informations potentiellement erronées.
- **Réception critique de l’information**
  - JT = fiable mais trop sélectif ; oriente les idées avec la hiérarchisation de l’info

## des préjugés sur les jeunes par rapports à l’usage des médias

- Il y a bel et bien un intérêt existant pour l’info mais pas tel qu’on la conçoit (pas le même type d’actu)
- Le mode d’information principal est les RSN
- Les jeunes ont peu ou pas de connaissance en ce qui concerne les théories du complot
- Ils connaissent le *fact-checking* (en théorie) mais n’en font pas usage
- Ils vérifient plutôt l’info dont ils doutent mais en faisant surtout confiance à leur « instinct » et à l’avis des pairs
- Ils font confiance aux pairs pour discuter de / ou valider une info, ils discutent entre eux de l’info > se renseignent en ligne et puis discutent entre eux.
- Les jeunes ont besoin de pouvoir se faire une opinion (*donc pas passif*)
- Même s’ils n’ont pas de connaissances approfondies, ils ne sont pas dupes face aux buzz, aux « putaclick », etc.

## à quelle finalité les jeunes utilisent un certain média ? Importante par rapport aux pairs, construction d’une réputation,...

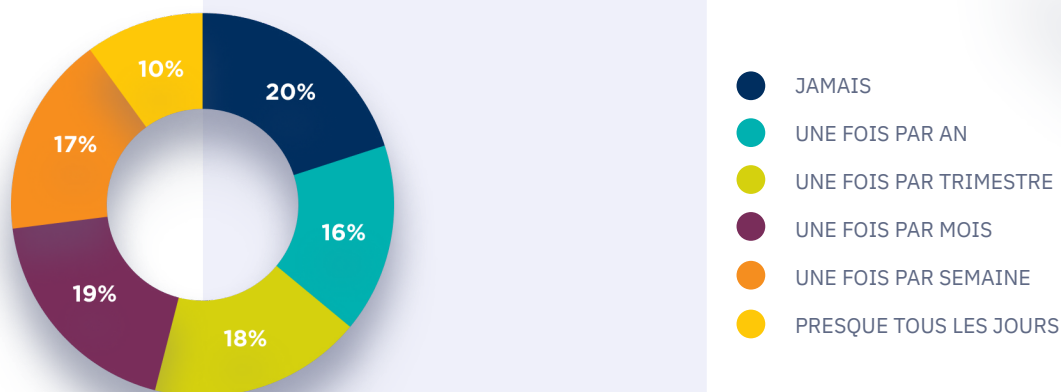
- **ludique**
- **informatif**
  - pour être « in », faire partie des discussions
  - pour passer le temps > elle doit sauter aux yeux sans pour autant sembler vouloir faire le buzz
  - pour assouvir sa curiosité

## Recommandations suite à l'analyse de l'enquête #génération2020 et des focus groups réalisés par ERYICA dans le cadre de SMART-EU

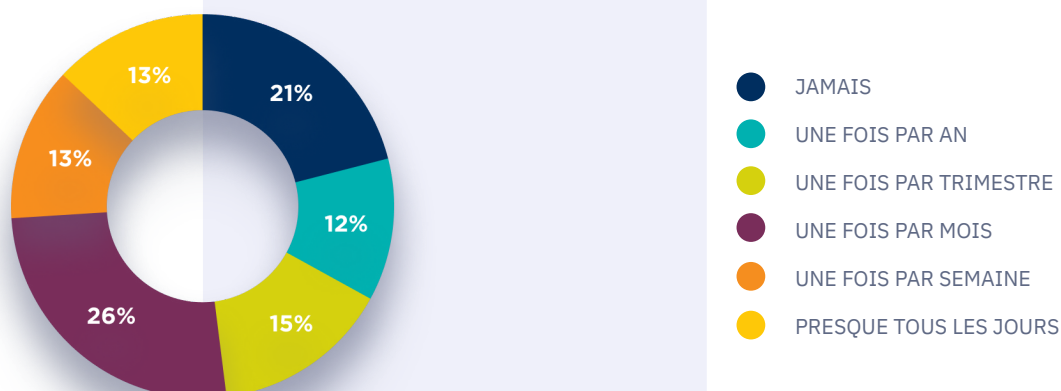
- Il est nécessaire de défaire les clichés projetés sur les jeunes quant aux usages sociaux de l'information ainsi que concernant leurs pratiques numériques relatives à l'information.
- Ce qui freine les jeunes pour une éventuelle production de l'information sont des compétences techniques (vidéo Youtube, graphisme, etc.). Nous avons constaté suite à l'enquête que ces compétences manquent également aux professionnels de la jeunesse. Si une formation ultérieure pourrait être envisagée à cet égard, il a été décidé d'intégrer de la technique tout au long de la formation MedYIa en proposant aux participants des activités actives de production de contenu qu'ils pourront aisément s'approprier et utiliser avec les jeunes.
- Bien que le circuit de l'information soit la thématique la moins enthousiasmante pour les travailleurs jeunesse, on constate que c'est ici que se trouvent le plus grand nombre de lacunes, tant chez les jeunes que chez les participants aux *focus groups*. Cette thématique sera abordée de manière transversale dans le cours de formation développé dans le cadre du projet MedYIa.
- Enfin, trois éléments sortent du lot et devraient avoir une place de choix dans le cours de formation MedYIa (ou toute autre formation ultérieure), à savoir :
  - a. La posture affective dans la consommation de l'info (le côté « affect » d'un informateur plus important que l'expertise),
  - b. La question des algorithmes, et
  - c. L'économie des réseaux sociaux numériques.

## Annexe a. Intérêts en EMI

Connaître le fonctionnement des médias et des systèmes informationnels :



Développer les compétences de recherche, de sélection, d'interprétation de l'information, vérifier ses sources :

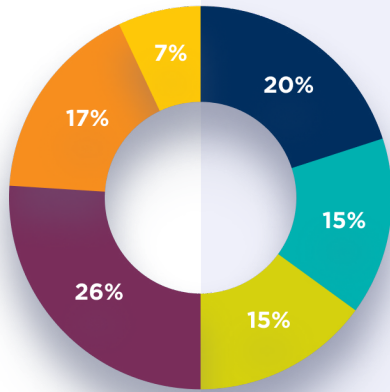


Mettre les jeunes en production d'information (exposition, journal scolaire, webradio, etc.) :



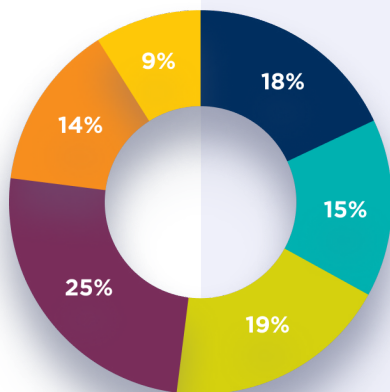


Lecture et analyse des médias (audio, vidéo, écrit... ) :



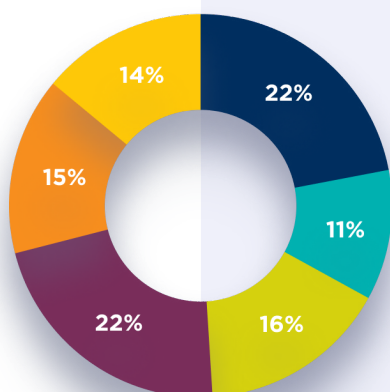
- JAMAIS
- UNE FOIS PAR AN
- UNE FOIS PAR TRIMESTRE
- UNE FOIS PAR MOIS
- UNE FOIS PAR SEMAINE
- PRESQUE TOUS LES JOURS

Mener des débats :



- JAMAIS
- UNE FOIS PAR AN
- UNE FOIS PAR TRIMESTRE
- UNE FOIS PAR MOIS
- UNE FOIS PAR SEMAINE
- PRESQUE TOUS LES JOURS

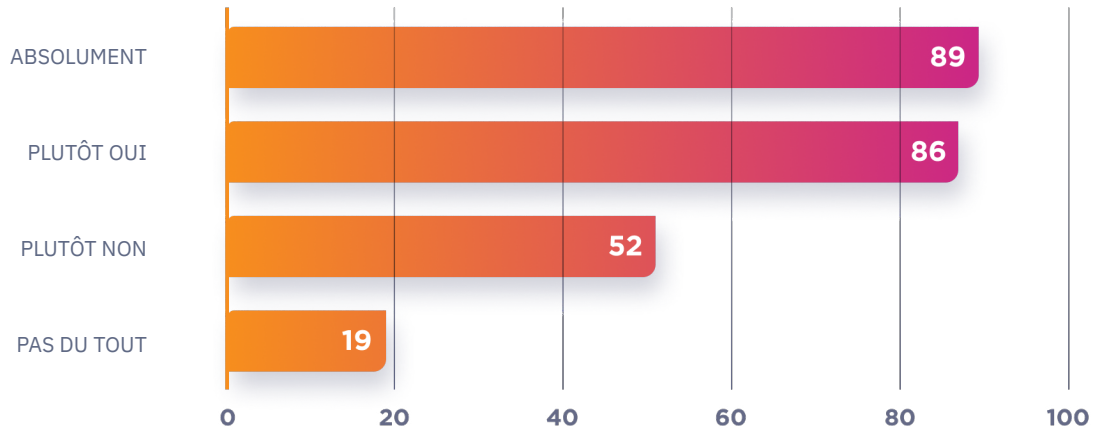
Développer une pratique du numérique responsable :



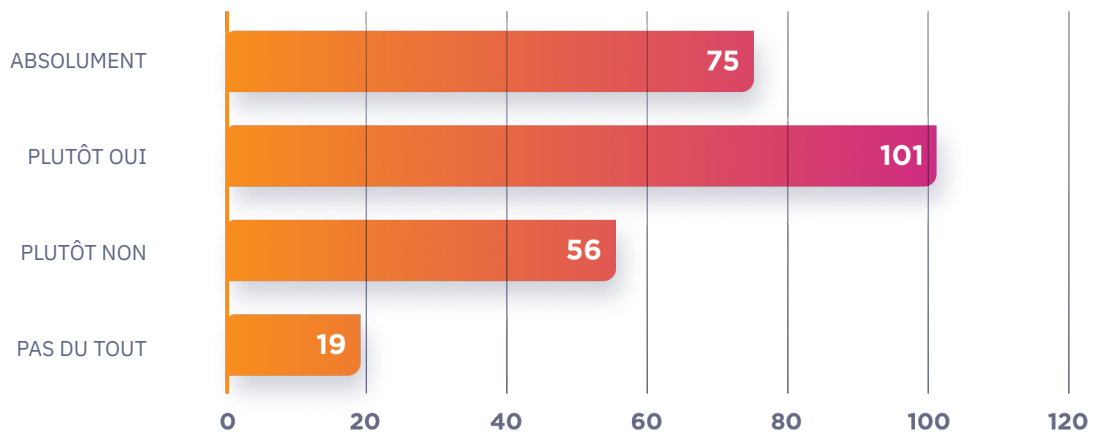
- JAMAIS
- UNE FOIS PAR AN
- UNE FOIS PAR TRIMESTRE
- UNE FOIS PAR MOIS
- UNE FOIS PAR SEMAINE
- PRESQUE TOUS LES JOURS

## Annexe b. Savoir plus

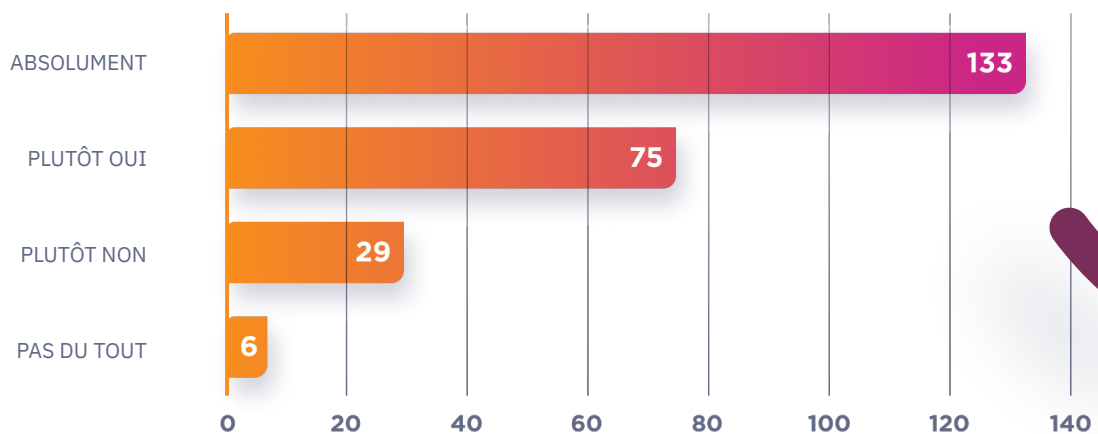
**Bulle de filtre et algorithme** (comprendre la raison d'être des algorithmes sur Internet et être critique vis-à-vis des bulles de filtres qui en découlent)



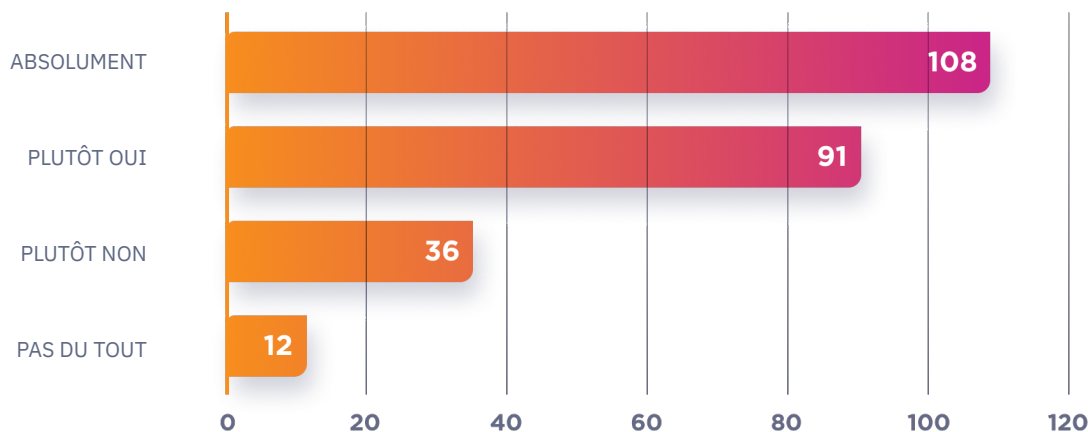
**Le circuit de l'information** (prendre connaissance des étapes de la fabrication d'une information, en partant du fait jusqu'à la publication en passant par la déontologie et l'éthique de l'information)



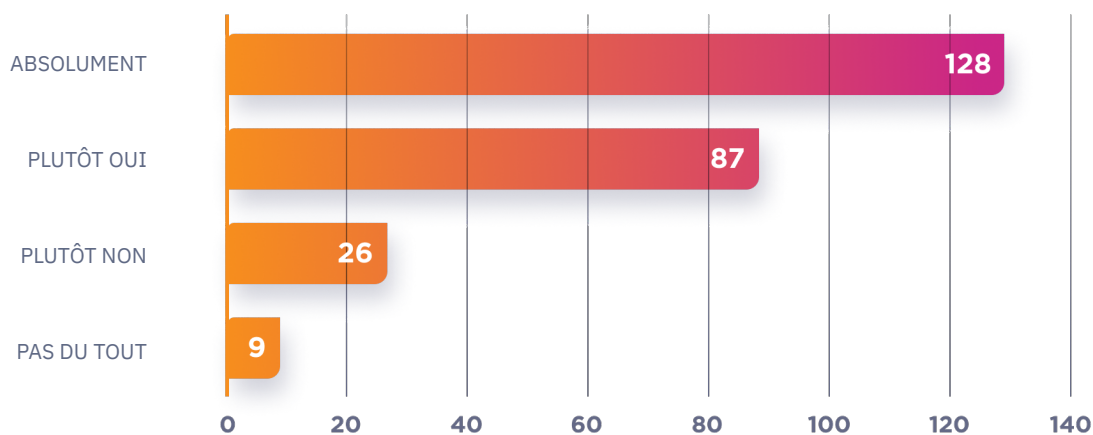
**La représentation dans les médias** (genre, sexualité, sans-abrisme, racisme ... comment les images véhiculées par les médias (de l'actualité à la publicité) influencent-elles notre perception de nous-mêmes et des autres ?)



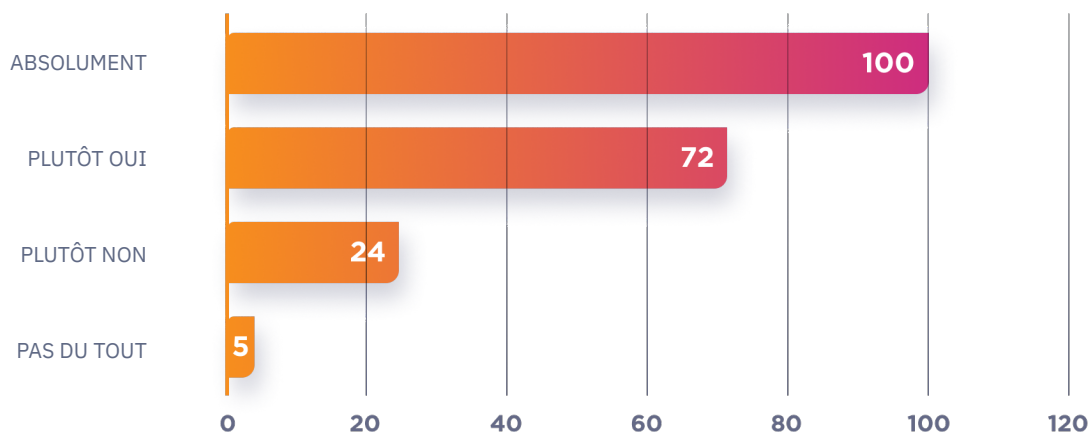
**La liberté d'expression et d'information** (aborder des sujets tels que la (cyber-) citoyenneté, la liberté d'expression, la liberté d'information, la propagande, le rôle des médias dans le processus démocratique, ...)



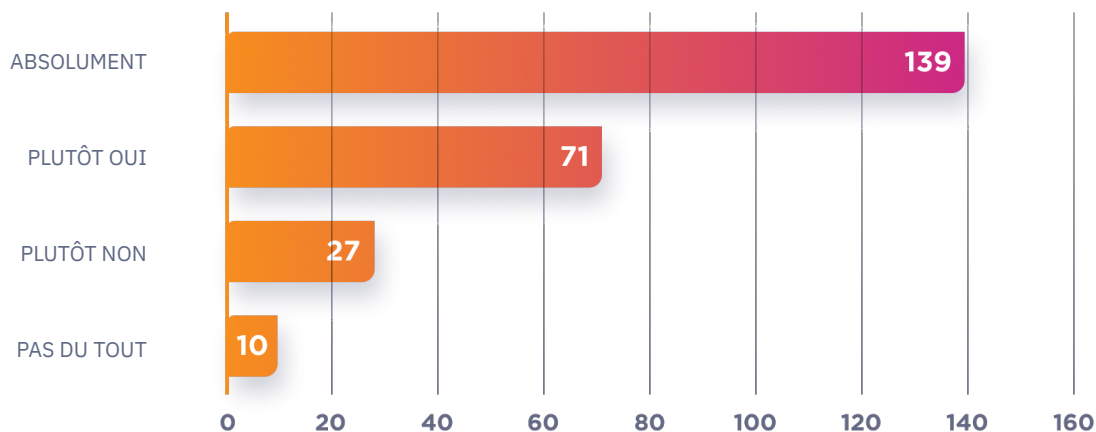
**Médias nouveaux et traditionnels** (de Gutenberg à TikTok, passage en revue de l'évolution des médias et de leur impact sur les CRACS. Utilisation concrète avec les jeunes des RSN (Réseaux sociaux numériques))



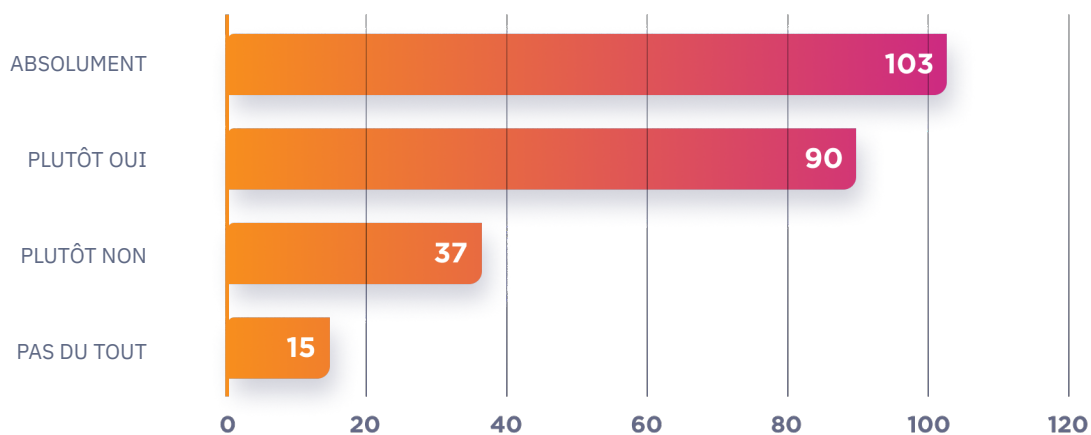
**Comment réagir à des situations complexes**  
(Récits complotistes, sujets sensibles et/ou clivants...)



**Recherche et vérification de l'info** (quels sont les éléments indispensables pour rechercher et ensuite vérifier une information sans tomber dans le piège de la désinformation ?)



**Théories du complot** (comment aborder les théories du complot avec les jeunes, les décoder, les mettre en critique)



# Webographie

« #Génération 2020 - Les usages des écrans chez les moins de 20 ans » Enquête réalisée par Media-Animation et le CSEM, consulté le 1 février 2022 :

<https://media-animation.be/Generation-2020-Les-usages-des-e-crans-chez-les-moins-de-20-ans.html>

« #Génération2020 - Les jeunes et l'info » Enquête réalisée par Media-Animation et le CSEM, consultée le 5 février 2022 :

<https://media-animation.be/Generation2020-Les-jeunes-et-l-info-les-resultats-de-l-enquete.html>

« Analyse qualitative des pratiques informationnelles collaboratives des jeunes » – Etude d'Interreg IV-A, consulté en novembre 2020 :

<http://www.crijlorraine.org/UserFiles/File/analyse-qualitative-des-pratiques-informationnelles-collaboratives-des-jeunes-rapport-3-relu.pdf>

Betternet.be, consulté en octobre 2020 :

<https://betternet.be>

« Comprendre les usages numériques des jeunes » Article de Bruno Devauchelle,

<http://www.cafepedagogique.net/lexpresso/Pages/2020/10/09102020Article637378262638428609.aspx>

« Éducation aux médias et à l'actualité : comment les élèves s'informent-ils ? » Note d'analyse réalisée par le CNESCO, 2018. Consulté le 17 décembre 2020 :

[http://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2019/02/190221\\_Zoom\\_Cnesco\\_Medias.pdf](http://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2019/02/190221_Zoom_Cnesco_Medias.pdf)

« Enquête sur les pratiques numériques des 11-18 ans », Enquête de Génération Numérique, consulté le 18 novembre 2020 :

<https://asso-generationnumerique.fr/enquetes/>

« Les défis de l'éducation aux médias et à l'information » Avis du CESE, consulté en décembre 2020 :

[https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2019/2019\\_30\\_defi\\_education\\_medias\\_information.pdf](https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2019/2019_30_defi_education_medias_information.pdf)

« Les jeunes et l'information » Synthèse de l'analyse faite par MEDIAMETRIE, consulté en novembre 2020 :

<https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communique-de-presse/Les-jeunes-et-l-information-une-etude-du-ministere-de-la-Culture-vient-eclairer-les-comportements-des-jeunes-en-matiere-d-acces-a-l-information>

SALTO - Participation and Information, Resource Pool, consulté en février 2021 :

<https://participationpool.eu/resource/?l1=14>

Smart EU – Social media resilience toolkit, consulté en février 2021 :

<http://smart-toolkit.eu>

« Socialisation adolescente et usages du numérique », Dossier réalisé par l'INJEP. Consulté le 05.10.2020 :

<https://injep.fr/wp-content/uploads/2018/07/synthese-2017-04-socialisation-numerique.pdf>

Rapport sur l'enquête  
menée auprès  
des professionnels  
de l'information  
jeunesse pour le projet  
Information des jeunes  
contre désinformation  
: Les médias sous la  
loupe !

ISBN 978-2-919810-32-1



9 782919 810321



Erasmus+

Cette publication a été réalisée avec le soutien du programme Erasmus+ de l'Union Européenne. Le soutien apporté par la Commission Européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.