



Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative

// Jeunes et Internet : observer, accompagner //

Conférence-débat INJEP

2^{ème} table ronde

25 septembre 2012

1 # Information des jeunes

- Une politique publique nationale d'information des jeunes depuis 40 ans...
 - * **L'information, un élément essentiel pour la prise d'autonomie**
 - Préoccupation majeure des jeunes qui revient régulièrement dans les consultations nationales et européennes
 - Outil d'aide à la décision dans leurs parcours (fonction pratique et stratégique = choisir et agir)
 - Apport de connaissances pour construire leurs relations au monde, à la société, aux autres (fonction éducative = apprendre, se former, s'éclairer)

 - * **Une attribution historique du ministère chargé de la jeunesse**
 - Développement et soutien du réseau information jeunesse
 - Création d'outils d'information des jeunes (ex. www.jeunes.gouv.fr)
 - Actions d'information et de sensibilisation (opération Jobs d'été...)

1 # Information des jeunes

- ... qui fait face à de nouveaux enjeux...
 - * **Des acteurs nombreux et divers**
 - **Domaine d'intervention partagé entre de nombreux opérateurs privés (associatifs et marchands), parapublics et publics, aux compétences et aux spécificités différentes, à des échelles de territoire distincts**
 - * **Un accès et des contenus d'information transformés par la numérisation croissante de la société**
 - **Accès à l'information en partie facilité par le numérique mais générant d'autres inégalités**
 - **Quantité d'informations produites exponentielle**
- ... et nécessite de réinterroger l'action publique

2 # Mission de réflexion DJEPVA

- Phase 1 (octobre 2011-janvier 2012)
 - * Synthèse des travaux et études de recherche sur la relation des jeunes à l'information et au numérique et repérage des enjeux dans ce triptyque

- Phase 2 (février-août 2012)
 - * Recensement et analyse de l'offre publique existante en matière d'information des jeunes
 - Offre d'information des jeunes à travers des réseaux de lieux d'accueil et d'information publics et parapublics
 - Offre d'information à travers des ressources numériques

- Phase 3 (septembre-décembre 2012)
 - * Recueil et analyse du différentiel pouvant exister entre l'offre et les attentes et besoins des parties prenantes
 - Jeunes bénéficiaires (en fonction des âges, genres, situations et territoires)
 - Professionnels intervenant dans l'information des jeunes au sens large

- Phase 4 (2013)
 - * Mise en œuvre et/ou expérimentations des préconisations issues de la réflexion

3 # Enjeux repérés dans la phase 1

Jeunes et numérique

1. Accès | Infrastructures et équipements

- Plutôt meilleur que les autres catégories de la population mais fortement dépendant du milieu socioéconomique

2. Usages

- Activités: communiquer (réseaux sociaux, blogs, messagerie instantanée), se divertir et jouer (vidéo, musique, jeux | streaming et téléchargement), s'informer (pour l'école ou pour soi)
- Exploration limitée même si elle s'accroît avec l'âge
- Poids des représentations des adultes
- Conscience des risques même si elle n'empêche pas quelques pratiques à risque

3. Comportements et attitudes

- Rapport au temps: gagner et perdre du temps (immédiateté, asynchronicité, sérendipité)
- Rapport à l'espace: effacement apparent des contraintes géographiques
- Rapport à soi: enjeu de la visibilité (injonction à être présent numériquement, complexification de l'énonciation, narration et représentation de soi)
- Rapport aux autres: enjeu de l'appartenance et l'incorporation des codes (développement du capital social, réification des relations, coopérations faibles)
- Rapport aux apprentissages: impatience, zapping, ennui | mode essai/erreur -> besoins de collaboration, interactivité, expérimentations

4. Compétences | Inégalités socioculturelles et transférabilité difficile

- Compétences techniques
- Compétences documentaires
- Compétences communicationnelles
- Compétences hypertextuelles

Jeunes et information

1. Rapport à l'information

- Besoin: rarement ressenti sauf en cas de problème ou d'urgence
- Recherche d'information:
 - Modalités: Internet source primaire même si d'autres sources peuvent être utilisées
 - Avantages: immédiateté, asynchronicité, simplicité, présentations des contenus attrayantes
 - Inconvénients: recherche mal définie = cul-de-sac, surabondance, fiabilité
 - Requêtes par mots-clé dans moteur de recherche (Google) et collecte par copier-coller
 - Compétences: conceptuelles, méthodologiques, techniques
- Énaction de l'information: information pas toujours compréhensible et claire

2. Rapport au temps

- Vision court-terme, difficulté à se projeter, urgence

3. Rapport au territoire

- Ressources et lieux inégaux en fonction des territoires
- Méconnaissance de son environnement
- Mobilité réduite

4. Rapport à soi

- Identité et parcours en construction: manque de confiance en soi, sentiment d'échec ou d'angoisse -> Stratégies d'évitement ou de fuite et procrastination

5. Rapport aux autres

- Influence de l'entourage (pairs, parents, adultes du quotidien): non spécialistes + risque de reproductions sociales et de renforcement des inégalités socioculturelles
- Attentes fortes de conseils et d'accompagnement: écoute, disponibilité, investissement, dialogue, confiance, pédagogie

Jeunes, numérique et information

1. Déplacement du fossé informationnel

Moins l'accès que l'infobésité
Pauvreté relative des pratiques
Compétences mal maîtrisées

2. Hybridation des outils médias/TIC/information

Confusion de plus en plus grande entre les 3

3. Émergence d'une information sociale et relationnelle

Risque du renforcement de l'entre-soi et des phénomènes de reproduction sociale

4. Biais technologiques

Redondance de l'information
Nivellement de l'information

4 # Phase 2 : Offre publique à travers des lieux d'accueil

■ Périmètre de recherche

* Tous les réseaux

- constitués de plusieurs lieux,
- offrant un accueil et un service d'information physique, généraliste ou spécialisé,
- portés par des opérateurs publics ou parapublics,
- pouvant concerner des jeunes de 11 à 30 ans
- et d'envergure plutôt nationale

* Soit 45 réseaux analysés au total

■ Principaux constats (à ce stade de la démarche – résultats définitifs fin 2012)

* Couverture thématique et géographique

- toutes les thématiques sont couvertes par plusieurs réseaux
- toutes les échelles territoriales présentent au moins un réseau par thématique (local, départemental, régional)
 - 91% des réseaux sont représentés au niveau départemental ou infra-départemental

4 # Phase 2 : Offre publique à travers des lieux d'accueil

- **Principaux constats** (à ce stade de la démarche – résultats définitifs fin 2012)
 - * **Opérateurs**
 - 67% des opérateurs sont parapublics ou associatifs
 - 33% sont publics

 - * **Publics**
 - 78% des réseaux sont « tout public »
 - 22% sont dédiés spécifiquement aux jeunes mais selon des critères et des tranches d'âge qui peuvent varier
 - Cœur de cible: 15-25 ans

 - * **Grande hétérogénéité des réseaux, y compris ceux intervenant sur les mêmes thématiques**
 - la place de l'information dans leurs missions (centrale ou non)
 - l'identité métier des professionnels
 - des réseaux plus ou moins structurés selon leur histoire et la forme du réseau (pyramidale ou horizontale) et selon les secteurs thématiques

4 # Phase 2 : Offre publique à travers des lieux d'accueil

- **Principaux constats** (à ce stade de la démarche – résultats définitifs fin 2012)
 - * **Néanmoins, des services d'information qui s'articulent tous autour d'éléments transverses**
 - un accueil physique, téléphonique et dématérialisé
 - de l'information qui s'appuie sur de la documentation et des publications
 - du conseil et de l'orientation vers d'autres acteurs et lieux ressources
 - un accompagnement dans les démarches
 - des actions de promotion, de sensibilisation, voire de formation hors les murs

 - * **Quelques principes de fonctionnement communs**
 - la gratuité
 - un accès libre selon certaines plages horaires
 - la possibilité de rendez-vous et d'entretiens individualisés

4 # Offre publique à travers des lieux d'accueil

■ Points en tension

* **Fréquentation des lieux**

- **Concurrence et redondance apparentes de l'offre**
- **Lisibilité des spécificités de chaque réseau**
- **Poids des représentations**
- **Volatilité de la fréquentation car volatilité du besoin d'information**

* **Impact des réseaux numériques sur les réseaux physiques**

- **Rivalité ou multi-territorialité ?**
- **Création de nouvelles attentes et exigences du public**
- **Modification des services, de leur organisation et des pratiques des professionnels**

* **Phénomène de concentration des financements publics**

- **Réduction des dépenses publiques**
- **Redécoupage des compétences et domaines d'intervention entre l'État et les collectivités territoriales**

5 # Phase 2 : Offre à travers les ressources numériques

■ Périmètre de recherche

* **Toute ressource numérique**

→ généraliste ou thématique

→ produite et diffusée par des opérateurs publics et parapublics

→ pouvant concerner des jeunes de 11 à 30 ans

→ d'envergure nationale

→ i.e. sites, portails, applications mobiles, e-services, médias sociaux, vidéos, jeux sérieux...

* **Soit 280 ressources analysées**

■ Principaux constats (à ce stade de la démarche – résultats définitifs fin 2012)

* **Couverture thématique**

→ toutes les thématiques sont couvertes par plusieurs types de ressources numériques

* **Opérateurs**

→ 65% des opérateurs sont publics

5 # Offre à travers les ressources numériques

■ Principaux constats (à ce stade de la démarche – résultats définitifs fin 2012)

* Publics

- 59% des ressources sont « tout public »
- 41% sont dédiées aux jeunes
 - à 80% aux plus de 16 ans
 - 2/3 appliquent un choix esthétique correspondant à une cible jeune mais sans langage ou terminologie spécifique

* Caractéristiques générales des ressources

- large prédominance des sites parmi les ressources
- prépondérance des contenus textuels
- date de mise à jour rarement disponible
- aménagements pour faciliter l'accessibilité aux personnes présentant un handicap rarement présents
- possibilité de partager les contenus mais pas de les commenter ou de les évaluer

* Vidéos

- plutôt présentes sur les médias sociaux, moins sur les sites et les applications mobiles
- privilégiant une approche documentaire et testimoniale

5 # Phase 2 : Offre à travers les ressources numériques

- **Principaux constats** (à ce stade de la démarche – résultats définitifs fin 2012)
 - * **E-services (procédures dématérialisées)**
 - principalement présents sur les sites et les applications mobiles
 - * **Contenus ludiques interactifs**
 - principalement des quizz et des sondages, peu de jeux sérieux
 - largement plus sérieux que ludiques
 - * **Applications mobiles**
 - mixent généralement contenus textuels, actualités et éventuellement e-services
 - recours à la géolocalisation et la téléphonie embarquée
 - peu de services d'alerte par sms, peu de contenus ludiques
 - * **Médias sociaux**
 - contenus mal référencés par les moteurs de recherche
 - permettent une plus grande interactivité-réactivité avec le public
 - présentent des informations plutôt dynamiques et volatiles

5 # Phase 2 : Offre à travers les ressources numériques

- **Articulation des ressources numériques entre elles**
 - * **Les ressources analysées forment un réseau, subdivisé en sous-réseaux sectoriels, mais qui est peu dense**
 - 6 clics au maximum pour aller d'une ressource à l'autre
 - le réseau existe grâce à des ressources qui jouent un rôle de centre de ressources, un rôle de passeur ou un rôle de porte d'entrée
 - les applications mobiles et les médias sociaux renvoient moins vers le réseau (cul-de-sac ou sortie)
 - * **Ce « réseau » numérique renvoie pour plus d'1/3 vers des accueils physiques**

6 # Axes de questionnements en cours de recherche

- **Sur la production et la diffusion de l'information (contenus)**
 - * **Comment l'offre d'information actuelle est-elle perçue et évaluée par les jeunes et les professionnels ?**
 - connaissance, visibilité, lisibilité
 - pertinence et adaptabilité
 - « utilisabilité »
 - quels critères sont privilégiés, quels principes doivent être favorisés?
 - * **Comment rationaliser et fluidifier pour lutter contre l'infobésité sans réduire, ni uniformiser, ni cliver ?**
 - * **Quelle place donner aux vidéos, médias sociaux et applications mobiles dans l'information (≠ communication, divertissement et socialisation) ?**

- **Sur le processus d'information**
 - * **Comment éduquer à la culture informationnelle?**
 - Qui ? Quand ? Comment ?
 - * **Comment accompagner vers et dans l'information ?**
 - en prenant en compte les temporalités, la diversité des jeunes, les compétences et les pratiques des jeunes et des professionnels, les contraintes des structures et des territoires, le rôle des adultes de proximité...
 - tout en faisant système ?

- Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative
 - * Bureau de l'information, de l'initiative et de la participation des jeunes
 - Dominique Billet, chef du bureau – dominique.billet@jeunesse-sports.gouv.fr
 - Valérie Dao-Duy, chargée de mission « information des jeunes » - valerie.dao-duy@jeunesse-sports.gouv.fr