

# ACCOMPAGNER LES PRATIQUES MÉDIATIQUES ET NUMÉRIQUES DES JEUNES

LE GUIDE DES ACTEURS  
ÉDUCATIFS

CRIJ Rhône-Alpes, M@isontic Grigny,  
Fréquence écoles. Octobre 2012.





# ACCOMPAGNER LES PRATIQUES MÉDIATIQUES ET NUMÉRIQUES DES JEUNES

Le guide « Accompagner les pratiques  
médiatiques et numériques des jeunes »  
est un ouvrage collectif du **CRIJ Rhône-Alpes**,  
de la **M@isontic Grigny** et de **Fréquence écoles**.

# AVANT- PROPOS

QU'ON S'EMBALLE POUR LES  
NOUVELLES TECHNOLOGIES OU  
QU'ON Y SOIT RÉFRACTAIRES,  
QU'ON AIT DES PROJETS  
ORIENTÉS NUMÉRIQUES OU PAS,  
LES MÉDIAS NE SONT PLUS  
UNE OPTION.

ILS PARTICIPENT AUJOURD'HUI  
PLUS QUE JAMAIS  
À LA CONSTRUCTION  
DE CHACUN.

# UN GUIDE POUR LES ACTEURS ÉDUCATIFS

Le CRIJ Rhône-Alpes, la M@isontic Grigny et Fréquence écoles ont conçu ce guide pour aider les acteurs éducatifs à accompagner les pratiques numériques et la consommation médiatique des jeunes.

Pour ce faire, nous vous proposons ici de mettre en relation vos pratiques éducatives, les enjeux de l'éducation populaire et les objectifs de l'éducation aux médias numériques pour favoriser le développement de l'esprit critique des jeunes ainsi que le développement de leurs compétences numériques.

Dorie BRUYAS, co-directrice de Fréquence écoles, a rédigé ce guide en partageant son expérience de l'éducation aux médias, acquise durant dix ans dans le cadre des projets et missions de l'association.

Aujourd'hui, cette publication contribue à l'effort de production de ressources adaptées aux animateurs de jeunesse afin de favoriser l'insertion de tous au cœur de la société de l'information.

## NOUS RETROUVER, NOUS CONTACTER

- **CRIJ Rhône-alpes** : [www.crijrhonealpes.fr](http://www.crijrhonealpes.fr)
- **M@isontic Grigny** : [www.maison-tic.org](http://www.maison-tic.org)
- **Fréquence écoles** : [www.frequence-ecoles.org](http://www.frequence-ecoles.org)

## **POUR PARTAGER LES ENJEUX**

ACCOMPAGNER LES JEUNES DANS LE  
MÉDIATIQUE : LES RAISONS DE L'URG  
QUELLES CONVERGENCES ENTRE « F  
ET ÉDUCATION POPULAIRE? \_ p.11  
LE RÔLE DE L'ANIMATEUR DANS L'A  
DES USAGES NUMÉRIQUES \_ p.15

## **CE QUE TOUT EDUCATEUR DOIT SAVOIR**

... SUR LES RESSOURCES DISPONIBLES  
... SUR L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE \_ p.12  
... DU DROIT SUR INTERNET \_ p.13

## **AU QUOTIDIEN, ACCOMPAGNER**

**LES CONSOMMATIONS MÉDIATIVES**  
TROUVER LA BONNE INFORMATION  
DONNER LA JUSTE PLACE AU TÉLÉP  
RÉAGIR À LA VIOLENCE ET L'HYPER  
AIDER LES JEUNES SUR FACEBOOK  
BIEN COMMUNIQUER ET APPRENDRE

**REFERENC**

EUR CONSOMMATION  
GENCE \_ p.9  
RÉVOLUTION NUMÉRIQUE »

ACCOMPAGNEMENT

VOIR ...

BLES \_ p.19

\_ p.21

23

SUR INTERNET \_ p.27

HONE PORTABLE \_ p.33

SEXUALISATION DES MÉDIAS \_ p.37

\_ p.42

RE À COMMUNIQUER \_ p.48

ES \_ p.53

# POUR PARTAGER LES ENJEUX



TOUS LES ADULTES SONT  
EN CAPACITÉ D'ACCOMPAGNER  
LES ENFANTS ET LES  
ADOLESCENTS, QUELLES QUE  
SOIENT LEURS COMPÉTENCES ET  
LEURS USAGES EN MATIÈRE DE  
NUMÉRIQUE.



# ACCOMPAGNER LES JEUNES DANS LEUR CONSOMMATION MÉDIATIQUE : LES RAISONS DE L'URGENCE

**Les médias numériques offrent un terrain idéal  
à l'expérience de la jeunesse**

**Pour les plus jeunes, curieux, joueurs, et déjà avides d'images en mouvement, Internet représente une source de distractions et de connaissances.** Devenus adolescents, ces jeunes se cherchent à travers leurs amis, s'identifient et trouvent dans le web l'opportunité de ne jamais rompre le lien. À l'inverse, certains y trouvent un refuge, un espace de liberté et se forgent de nouvelles amitiés « en ligne » bien réelles.

## **Dépasser les risques**

**La question des risques — la mauvaise rencontre, l'addiction, les atteintes à la réputation — a souvent monopolisé l'attention des éducateurs en évacuant les bienfaits des pratiques numériques.** Pour les acteurs de l'éducation aux médias, l'arrivée d'Internet ne fait que réactualiser les enjeux éducatifs que sont le développement de l'autonomie, de l'esprit critique, de la responsabilité individuelle et collective.

Faire face à une panne technique, choisir son identité numérique, être conscient de la place du marketing dans nos choix de consommation, avoir accès à l'information la plus diversifiée possible : **l'éducation aux TIC — Technologies de l'Information et de la Communication — doit permettre à tous les jeunes d'accéder au même niveau d'autonomie.**

## Permettre à tous de se saisir des opportunités

Si les usages sont relativement les mêmes d'un jeune à l'autre aujourd'hui (prendre des photos avec son téléphone, les publier sur *Facebook*, tchater avec ses amis en écoutant un clip sur *YouTube*, chercher des informations sur *Google*) **leurs compétences sont différentes selon la place que les adultes prennent auprès d'eux.**

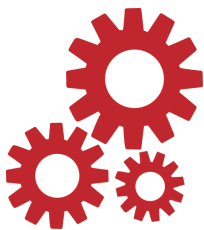
Certains enfants côtoient des adultes aguerris aux nouvelles technologies, et découvrent grâce à eux de nouveaux outils ou de nouvelles manières de les utiliser leur permettant de devenir plus compétents. Pour d'autres, les opportunités s'amenuisent par manque d'encadrement. **Cette différence de « capital informatique » recoupe souvent les écarts culturels et sociaux des familles.**

## Ne pas avoir peur d'accompagner les « digital natives »

Comme dans tous les domaines, les jeunes ont besoin de limites, d'explications et d'expériences pour progresser. Pour mieux les accompagner, il y a nécessité pour les adultes à se former et à s'autoformer, à s'imprégner de cette culture numérique complexe, **car l'éducation aux TIC est certes technique, mais aussi économique, politique et juridique.**

## Développer l'autonomie

L'éducation aux médias permet d'accompagner les usages des jeunes afin de **leur donner des clés de compréhension du monde et de favoriser leur construction, en toute liberté.**



## QUELLES CONVERGENCES ENTRE « RÉVOLUTION NUMÉRIQUE » ET ÉDUCATION POPULAIRE ?

Tous les mouvements d'éducation populaire, aussi différents soient-ils, ont pour objectif d'outiller tous les citoyens afin de leur permettre d'agir de manière libre, autonome et responsable dans la société.

Les médias sont devenus un espace de socialisation et influencent les comportements des enfants et des adolescents, au même titre que les environnements scolaires et familiaux.

Le développement de la société de l'information a modifié nos pratiques sociales comme notre rapport à l'information, aux médias et aux savoirs.

Au delà, Internet nous donne une occasion incontournable de développer le partage et la construction collective des savoirs et de la culture.

Fondements de l'éducation populaire, le développement de l'autonomie et l'émancipation de l'individu est un des enjeux prioritaires dans l'accompagnement des publics par les animateurs.

## **5 points de convergence entre éducation populaire et médias numériques**

*Par Nathalie BOUCHER-PETROVIC*

### **1. Comprendre pour agir et s'émanciper**

La prise en main des médias numériques renvoie à la mission historique de l'éducation populaire en termes d'appropriation et de maîtrise des outils afin d'agir et de s'émanciper.

### **2. Construction collective des savoirs**

Les médias numériques offrent de nouvelles possibilités d'accès au savoir et à la culture et de nouveaux outils de construction collective et collaborative du savoir ; construction, partage, mutualisation qui répondent aux démarches d'éducation populaire.

### **3. Vers l'expression et la participation**

Les médias numériques offrent de nouveaux moyens pour s'informer, s'exprimer, agir, qui renvoient au projet de participation citoyenne cher à l'éducation populaire.

### **4. Lien social et universalisme**

Les médias numériques sont des vecteurs de nouveaux liens sociaux qui favorisent l'existence d'un espace public mondial et soutiennent les communautés.

### **5. Pratiques et démarches**

Les médias numériques favorisent l'apprentissage non formel, les pratiques collaboratives et placent l'internaute en situation d'action dans sa pratique médiatique.

**Ces 5 points montrent bien en quoi les médias numériques font écho aux valeurs défendues par l'éducation populaire et que ces deux univers partagent des enjeux communs.**



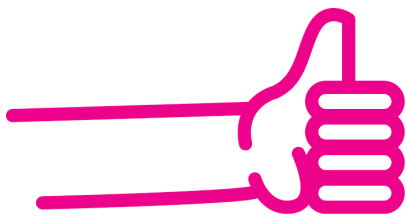
« L'ÉDUCATION POPULAIRE  
EST INTERPELLÉE PAR  
LES NOUVELLES POSSIBILITÉS  
ÉDUCATIVES LIÉES AUX  
OUTILS ET MÉDIAS NUMÉRIQUES  
PUISQUE CES DERNIERS FONT  
ÉCHO AUX COMBATS  
HISTORIQUES DE  
L'ÉDUCATION POPULAIRE. »

Nathalie BOUCHER-PETROVIC, Maître de conférences  
en sciences de l'information et de la communication.

**EN REFUSANT D'ACCORDER  
DE L'ATTENTION À  
L'ENVIRONNEMENT MÉDIATIQUE  
DANS LEQUEL UN ADOLESCENT  
ÉVOLUE, ON L'ABANDONNE À  
SON SEUL DISCERNEMENT :**

**« ON LE LAISSE APPRENDRE  
SEUL LES CLÉS DE LECTURE QUI  
POURRAIENT LUI ÊTRE UTILES  
POUR COMPOSER AVEC LES  
PIÈGES QUE CONTIENT LA TOILE  
ET POUR DISCERNER LE VRAI DU  
FAUX, L'UTILE DU POTIN ET LE  
SAVOIR DE L'OPINION. »**

Mario ASSELIN, ancien directeur d'école québécois,  
consultant reconnu des deux cotés de l'Atlantique,  
et rédacteur du blog <http://carnets.opossum.ca/>.  
Entrevue accordée au site [www.cafepedagogique.net](http://www.cafepedagogique.net).



## LE RÔLE DE L'ANIMATEUR DANS L'ACCOMPAGNEMENT DES USAGES NUMÉRIQUES

Ce qu'il convient de rappeler en termes  
d'accompagnement des usages ...

Comme dans d'autres domaines de l'action éducative,  
l'animateur ne peut intervenir sur ce qu'il se passe à  
la maison, haut lieu de la consommation médiatique.

Pourtant, les animateurs de jeunesse peuvent :

**1. Parler avec les enfants et les adolescents sur ce  
qu'ils font, ce qu'ils consomment en termes de média.**

Le simple fait d'échanger constitue une première  
forme de mise à distance.

**2. Permettre aux jeunes de comprendre l'influence  
des médias** sur leurs choix de consommation et de  
comportement.

### **3. Intervenir auprès des parents en s'appuyant sur les points suivants :**

- **La consommation médiatique doit aussi s'observer dans le contexte particulier de l'adolescence.**

À cette période de la vie, les copains sont importants, la volonté de rompre avec ses parents est là, il est nécessaire d'avoir des modèles — bons ou mauvais — pour se construire.

- **Les parents imaginent souvent que les adolescents, ces fameux « digital natives », sont très compétents dans leurs pratiques numériques, ce qui ne doit pas les empêcher de se placer dans un rôle d'accompagnateur voire de prescripteur.**

- **Les enfants et les adolescents ont besoin de limites dans leur consommation médiatique.**

Il faut limiter le temps passé et faire le choix des programmes. Vous pouvez aussi encourager les parents à questionner leur propre consommation médiatique, à construire pour leur famille un cadre commun, en fonction de leurs propres valeurs.

- **Une consommation médiatique « excessive » peut être le signe d'un malaise plus important.**

Il s'agit alors d'essayer de l'identifier, et peut-être de conseiller aux parents d'en parler à d'autres parents, ou à un professionnel (psychologue ...).



## 4. Aller plus loin...

- **Il s'agit de s'approprier les enjeux, la culture et les outils numériques** pour avoir une longueur d'avance.

L'objectif? Accompagner en étant plus à l'aise et pourquoi pas construire de nouveaux projets et intégrer le numérique dans sa pratique professionnelle.

- **Utiliser les ressources d'accompagnement au numérique du territoire**: animateurs multimédia, EPN — Espace Public Numérique — équipements matériels et logiciels ...

**CE QUE TOUT  
ÉDUCATEUR  
DOIT SAVOIR ...**



# ... SUR LES RESSOURCES DISPONIBLES

## Les Espaces Publics Numériques

Ouvert à tous, les EPN regroupent l'ensemble des lieux, proposant une découverte accompagnée des technologies numériques et de leurs usages sociaux.

Ils offrent un accès à Internet, des animations, des événements et des ressources pour les projets et acteurs de leur territoire.

**Les animateurs multimédias — ou médiateurs numériques — ont pour fonction l'accompagnement de tous à la découverte du numérique et de son potentiel.**

À ce titre, ils constituent des alliés privilégiés des éducateurs et peuvent vous soutenir, matériellement ou humainement, pour la mise en œuvre de vos projets d'éducation aux médias numériques.

**En Rhône-Alpes, les EPN sont représentés au sein d'une Coordination Régionale de l'Internet Accompagné, CoRAIA.**

Ce collectif de médiateurs numériques travaille à la reconnaissance des espaces numériques sur les territoires et concours à l'animation du réseau et à la formation des animateurs multimédias.

Si vous cherchez à savoir quel est l'EPN le plus proche de chez vous, n'hésitez pas à consulter ce site :  
[www.coraia.org](http://www.coraia.org).

## Les espaces web pour se documenter

### S'informer :

#### **www.netpublic.fr**

Un espace de ressources de la Délégation aux Usages de l'Internet (DUI), de partage et d'échange pour les acteurs de l'accompagnement au numérique.

#### **www.internetactu.net**

Portail de la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération) qui traitent les grands sujets société et numérique vous permettant pour aller plus loin dans votre approche du web.

#### **www.internetsanscrainte.fr**

Portail d'information et de ressources du programme national de sensibilisation aux bons usages du net.

#### **www.cemea.asso.fr/multimedia/enfants-medias**

« Enfants Ecrans Jeunes et Médias », Espace de veille animé par les Céméa.

### S'outiller :

#### **www.creatif-public.net/-Droit-et-EPN-le-JEU-.html**

Le kit pour l'autoformation des médiateurs du numérique sous forme de bande-dessinée interactive.

#### **www.exprime-toile.fr**

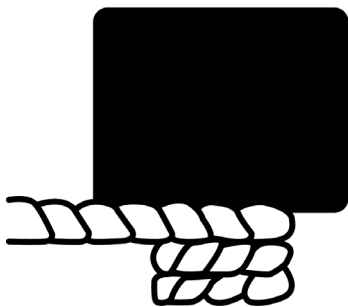
Cet espace (à l'initiative des Francas) est destiné à présenter et valoriser les projet d'expression des enfants et des jeunes au travers de différents supports médiatiques.

#### **www.2025exmachina.net**

Le Serious Game d'éducation critique à Internet pour les adolescents (12-16 ans).

#### **http://tinyurl.com/Guide-Francas2011**

Guide synthétisant les travaux du Groupe médias national des Francas « Les réseaux sociaux : une question d'éducation ? »



## ... SUR L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

La combinaison d'un certain nombre d'informations publiées grâce à nous, ou malgré nous sur Internet, contribue à définir notre identité numérique.

Cette identité — choisie ou subie — est changeante et se nourrit de l'actualisation de nos profils comme de nos contributions sur les sites, réseaux sociaux, forums ...

**Il paraît alors nécessaire de se préoccuper de cette identité afin qu'elle reste maîtrisée.**

C'est encore plus vrai pour les adolescents qui sont à l'âge des premières briques dans la construction de leur identité.

## Ce qu'il faut faire avec les jeunes

Tout acte de publication sur le web participe à la construction de l'identité numérique et de la réputation d'une personne : création d'un profil sur un site, écriture de messages sur les réseaux sociaux, de commentaires sur une page web, partages d'images personnelles ou non, de musiques, de vidéos ...

Ainsi, publier avec les jeunes sur le web est souvent l'occasion d'évoquer avec eux la notion d'identité numérique et au delà la notion d'e-reputation.

L'enjeu ? Développer chez les jeunes la capacité à comprendre le rôle de cette identité « virtuelle » mais pour autant bien « réelle », en vue d'une intégration sociale ou professionnelle.

## Comment se construit mon identité numérique ?

Mon métier,  
mes domaines de compétences.

Ce que je dis  
sur les réseaux,  
ce que j'aime ...

Les infos  
que je publie,  
partage et traite.

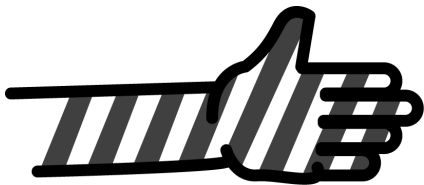


À quoi je ressemble.

Qui sont mes amis,  
mes relations ?

Ce que l'on dit  
de moi ...

Comment et où me joindre ?



## ... DU DROIT SUR INTERNET

Quand il est question de créer mais surtout de diffuser des images, une vidéo, un texte dans le cadre de vos projet éducatifs, la notion de droit sur internet est forcément interpellée.

En outre, les jeunes utilisent bien souvent les médias sans se poser de questions sur le cadre juridique qui encadre leur consommation comme leurs publications.

Pour tous, il est alors nécessaire de clarifier le sens de ces lois et de mesurer le risque pris à la lumière de son utilisation des nouvelles technologies.

Dans le cadre de sa pratique, l'animateur doit pouvoir clarifier le sens de la loi avec les jeunes.

## LES DROITS D'AUTEUR

Ils concernent les revenus de la propriété intellectuelle ou le respect de cette dernière.

On parle ainsi du droit patrimonial (l'œuvre fait partie de notre patrimoine et peut être cédée à un tiers contre de l'argent par exemple...) ou de droit moral (ce droit permet de faire valoir sa paternité et d'exiger qu'on respecte son nom mais aussi son œuvre. Ce droit ne peut être cédé.).

## Ce qu'il faut retenir...

**Vérifier les mentions et les licences qui précisent l'utilisation des images.** Si la licence d'une œuvre n'est pas signalée, elle est à priori sous le régime de la propriété intellectuelle classique.

**Ainsi, vous ne pourrez pas utiliser une photo, un texte, un dessin ou toute autre reproduction d'une œuvre sans l'autorisation préalable de son propriétaire.** Pour autant, rien ne vous empêche de faire une demande auprès de l'auteur dans la mesure où votre publication n'est pas commerciale ; il est possible qu'il vous donne le droit d'utiliser son œuvre sans argent en contrepartie.

**En France, les contenus dits libres sont cédés par leurs auteurs sans rémunération associée** même si ceux-ci conservent la paternité de leur œuvre. Plusieurs licences différentes cohabitent en termes de possibilités d'utilisation, de modification ou de redistribution. Ce guide est par exemple produit sous la licence *Creatives Commons* désignée en avant-dernière page.

## LE DROIT À LA VIE PRIVÉE ET LE DROIT À L'IMAGE

Chacun a droit au respect de sa vie privée et la loi française y veille particulièrement. Ce qu'on appelle communément le droit à l'image y participe.

**La loi interdit clairement de révéler un certain nombre d'informations** relatives à l'intimité corporelle (nudité, santé, maternité, sexualité ...), touchant à la vie personnelle (vie familiale, vie sentimentale et amoureuse, religieuse, financière, vacances et loisirs), ou permettant l'identification des personnes (domicile et image).



## Ce qu'il faut retenir...

**S'agissant du droit à l'image**, le responsable d'un site internet ou d'un blog — qui porte légalement la responsabilité de la publication — ne pourra utiliser la photographie ou la vidéo représentant une personne sans l'accord de cette dernière. À défaut, la personne pourra agir en justice pour atteinte à la vie privée. Il lui faudra néanmoins pouvoir attester des préjudices subis.

# L'HONNEUR ET LA CONSIDÉRATION DE LA PERSONNE

*Droit pénal de la presse*

**Il s'agit de toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne. Trois conditions sont requises :**

1. L'allégation ou l'imputation d'un fait précis.
2. L'atteinte à l'honneur ou à la considération.
3. Le délit doit viser une personne identifiable.

## Ce qu'il faut retenir...

**Dans le cadre de la diffamation, c'est la volonté consciente de blesser et de mettre à mal qui est punie.**

C'est évidemment bien pire quand il s'agit d'injure publique, sachant que l'injure devient publique en cas de diffusion sur tout site internet, réseau social, forum de discussion, blog ou courrier électronique envoyé à un nombre très important de destinataires.

**AU QUOTIDIEN,  
ACCOMPAGNER  
LES CONSOM-  
MATIONS  
MÉDIATIQUES**



## TROUVER LA BONNE INFORMATION SUR INTERNET

Des jeunes cernés par « la fausse information »

**Dans leur immense majorité, les jeunes se méfient des informations qui circulent sur Internet estimant qu'elles ne sont pas vraies.** Certainement influencés par les représentations dominantes et les remarques de leurs éducateurs, les jeunes se méfient des informations récoltées sur le net même si dans la pratique, ils sont capables de copier largement ces contenus pour leurs devoirs scolaires.

Pour les animateurs de l'éducation populaire, la recherche d'information est déjà une pratique régulière pour soutenir un projet de sortie, une activité culturelle ou même pour effectuer une simple vérification d'informations.

**Autant d'occasions d'accompagner les jeunes pour améliorer leur capacité à chercher mais aussi à traiter les informations obtenues.**

À l'heure de l'arrivée massive des nouvelles technologies, la responsabilisation des jeunes devient le meilleur moyen de remplir une mission éducative « durable ».

En matière de recherche d'information, l'essentiel n'est pas de savoir où chercher mais comment et avec quels outils.



Mode d'emploi, 1<sup>e</sup> étape :  
Formuler une requête pertinente

La recherche d'information est une activité importante pour les jeunes sur Internet et *Google* remporte tous les suffrages en tant que moteur de recherche.

*Google* est tellement utilisé qu'il est transparent. Bien souvent confondu avec le navigateur, et systématiquement utilisé même si l'on connaît l'adresse du site sur lequel on veut se rendre.

Le choix des mots lors d'une requête est la première étape importante. Ici, même si cette étape semble aller de soi, elle pose bien évidemment de nombreux problèmes car, avant toute chose, il faut comprendre la manière dont les moteurs de recherche fonctionnent.

### **Pour bien chercher :**

Il faut faire une hypothèse de réponse et chercher à la valider ou à l'invalider. Ainsi, plutôt que de poser la question et de la transcrire dans *Google*, il s'agira d'imaginer qu'elle pourrait être la réponse.

### **Par exemple :**

Si l'on souhaite savoir ce qu'il nous faut manger en cas de gastro, il vaut mieux tenter en formulant une hypothèse « riz gastro » plutôt que de proposer « gastro manger ». En effet, on trouvera forcément le mot riz dans les articles qui répondent à la question « que manger en cas de gastro ? », sans avoir pour autant la question en tant que telle.

### **Il faut savoir ce que l'on cherche et être en capacité de le formuler, donc veiller à :**

- Éviter les termes trop généraux qui génèrent trop de « bruit » dans les réponses.
- Choisir de préférence des termes spécifiques et élargir par la suite la requête.
- Essayer de ne pas dépasser 3 mots, bien choisis.

### **Et encourager l'imagination de la réponse :**

Par exemple, de nombreuses questions relatives à l'orientation professionnelle ne sont jamais posées. Tout simplement parce que les jeunes pensent que la réponse à leur question n'existe pas. Difficile alors de les voir s'engager dans une activité de recherche d'informations s'ils ne sont pas en capacité d'imaginer que la réponse existe.



## Mode d'emploi, 2<sup>e</sup> étape : Traiter l'information obtenue

**De nombreuses études sur la recherche d'information (cf. p. 56 ci-après) montrent que ce qui fait cruellement défaut aux jeunes, c'est la capacité d'évaluer les résultats de leur recherche.**

Internet mérite une analyse fine car on y trouve de nombreux documents complexes, utilisant des images, des textes, des sons.

**Face à cette complexité, il faut que les jeunes puissent identifier « qui parle »**; car toutes les études semblent montrer que l'évaluation des sources est le point faible des jeunes sur Internet.

**Lors d'une procédure de recherche classique, les enfants et les adolescents :**

- évaluent moins et moins bien les sources;
- ne considèrent que les contenus contenant des images en illustration ;
- recherchent des résultats facilement exploitables, que l'on peut « copier-coller » par exemple ;
- sont trop sensibles aux effets de gras, d'italique ou de surligné qui mettent en avant une information plutôt qu'une autre.

**« LA RECHERCHE  
D'INFORMATIONS A ÉTÉ  
BOULEVERSÉE PAR INTERNET  
DANS LE SENS OÙ LA  
RECHERCHE D'INFORMATIONS  
EST POSSIBLE PAR TOUS ET NON  
PLUS SEULEMENT PAR LES  
PERSONNES COMPÉTENTES.**

**CEPENDANT, LA RECHERCHE  
D'INFORMATIONS REQUIERT  
DES COMPÉTENCES »**

André TRICOT, Professeur d'université en psychologie à l'IUFM Midi-Pyrénées. Extrait issu d'une conférence intitulée « L'utilisation d'Internet permet-elle de nouveaux apprentissages documentaires ? ».

« ARME DE POUVOIR, TENIR  
LE MONDE A PORTÉE DE MAIN,  
LE TÉLÉPHONE MOBILE  
PERMET DE JOUER AVEC  
L'ABSENCE ET LA PRÉSENCE.

LE RAPPORT DES  
ADOLESCENTS AUX PARENTS  
ILLUSTRE PARTICULIÈREMENT  
CE JEU. CET OUTIL DONNE  
UNE FORME D'AUTONOMIE, ET  
EN MÊME TEMPS, LES PARENTS  
PEUVENT APPELER À N'IMPORTE  
QUEL MOMENT POUR  
ME RAPPELER QUE JE SUIS  
QUAND MÊME LEUR ENFANT. »

Michael STORA,  
psychanalyste et psychologue clinicien pour enfants  
et adolescents, membre de l'Observatoire des mondes  
numériques sciences humaines (OMNSH).



je communique  
tu communique  
il communique  
nous communiquons

## DONNER LA JUSTE PLACE AU TÉLÉPHONE PORTABLE

Le téléphone portable est un « marqueur » social, un accessoire de mode très important pour les adolescents.

**SMS, musique, photo, vidéo et jeux sont les fonctionnalités qui les motivent en premier lieu. Difficile dans ce cas de les contourner dans les centres de vacances ou les lieux d'accueil de jeunes...**

Il faut bien comprendre que pour les adolescents, ce premier portable est hautement symbolique. Il représente la confirmation d'une certaine indépendance, tout en rassurant les parents qui y voient un moyen de rester en contact avec un enfant dont l'emploi du temps leur échappe de plus en plus.

Enfin, le portable, à l'âge où la relation avec ses amis est la plus importante permet de passer immédiatement d'une « tribu » à l'autre, en optimisant son temps et en rationalisant ses déplacements.

C'est l'outil qui permet d'être à la fois ici et ailleurs.



## Et si on en parlait avec eux ?

**Si le téléphone mobile fait partie intégrante de la vie des adolescents, les adultes méconnaissent souvent les usages qu'ils en font.**

La situation s'explique par l'absence de dialogue au sein de la famille et des structures éducatives autour des « usages numériques ».

### Pour échanger avec les parents

**Le mobile doit devenir un sujet de dialogue et d'échanges au sein de la famille.** Pour commencer, l'achat du premier mobile doit permettre la transmission de principes et donner l'occasion de discuter des règles et des limites ; et pourquoi pas aussi d'aborder les notions de communication numérique, de mobilité, de budget...

### Quelques chiffres :

- **82% des Français de 12 ans et plus** ont un téléphone mobile personnel ou professionnel.
- **97% des jeunes de 15 à 17 ans contre 84% des Français** considèrent le téléphone mobile comme une bonne chose pour la société.
- **100% des filles et 95% des garçons de 15 à 17 ans** ont un téléphone mobile personnel.



*Sondage TNS Sofres-AFOM, août 2010, mené auprès d'un échantillon national de 1217 personnes âgées de 12 ans et +.*



Et pour agir au quotidien...

**Le téléphone ne détermine pas le comportement des jeunes : il permet certains usages. Les rapports sociaux influencent bien plus les adolescents que le simple potentiel de la machine.**

Dans le cadre des centres de vacances, le téléphone est souvent contourné par une interdiction d'usage pour prévenir les conflits. Les organisateurs conseillent bien souvent de ne pas emporter de téléphone mobile pendant le séjour. Cette interdiction semble vouloir contourner le problème.

Il est tout à fait envisageable d'associer les jeunes à la création d'une charte d'utilisation des téléphones pendant la vie en centre. Le fait d'associer les jeunes à la définition de ces règles permettra de faciliter leur application et d'entamer un travail de régulation de l'usage du téléphone portable.

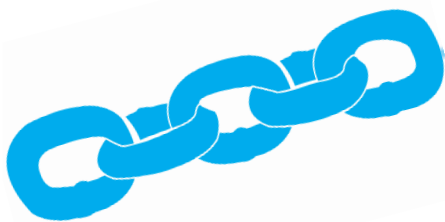
**L'idée est d'interpeller les jeunes en parallèle, sur les bénéfices et sur les nuisances du téléphone.**

Pourront ainsi être évoqués :

- la nuisance sonore du téléphone,
- l'attention que l'on porte à l'instant présent,
- le fait de rester connecté au groupe,
- la responsabilité éditoriale avec la publication sur les réseaux sociaux,
- les problématiques de vol...

PARMI LES 100 PROGRAMMES  
LES PLUS REGARDÉS  
PAR LES 4-10 ANS EN 2009,  
43 SONT DES JOURNAUX  
TÉLÉVISÉS.

EN FRANCE,  
LES JEUNES CONSACRENT  
EN MOYENNE QUATRE HEURES  
PAR JOUR À LEURS ACTIVITÉS  
AUDIOVISUELLES ET MULTI-  
MÉDIATIQUES.



## RÉAGIR À LA VIOLENCE ET L'HYPERSEXUALISATION DES MÉDIAS

Les écrans sont des pourvoyeurs de contenus violents : films, séries, jeux vidéos, émissions de télé-réalité ...

**Une des principales préoccupations des éducateurs porte sur la diffusion d'images violentes ou pornographiques.**

Souvent, on associe la violence des contenus au développement de comportements violents. La démonstration est souvent la même en matière de pornographie, accordant aux contenus médiatiques la responsabilité d'une éducation sexuelle déviante.

Pourtant le lien entre la consommation de contenus violents et les modifications de comportements n'est pas aussi évident qu'on le pense.

## Pornographie, sexualité et jeunesse

**Les constats d'un groupe de sociologues réunis autour de la revue *Agora Débats/jeunesses*, dans un numéro spécial *Jeunesse et sexualité* (2012/1 -N° 60) remettent en cause la thèse souvent annoncée d'un rajeunissement des comportements sexuels.**

En fait l'âge d'entrée des jeunes dans la sexualité n'a pratiquement pas changé depuis les années 60. La contraception semblent être la principale cause de modification comportementale permettant une plus grande égalité entre les hommes et les femmes.

**La présence de programmes mettant en scène la sexualité et les fantasmes comme la publicité, les films qu'ils soient pornographiques ou non, impose en réalité de modifier notre attitude éducative vis-à-vis de nos enfants.**

Alors qu'auparavant l'éducation à la sexualité passait par une démarche d'information, il s'agit aujourd'hui de s'appuyer sur l'expérience audiovisuelle de ces jeunes pour expliquer la différence entre le désir, le fantasme et la réalité, la diversité des rapports possibles entre la liberté individuelle et le cadre de la loi, permettant une immense liberté entre adultes consentants.

## Violence et jeux vidéo

**La violence au sein des jeux vidéos et son lien avec les comportements violents des enfants est tout aussi difficile à établir. Deux hypothèses s'affrontent et les études se contredisent.**

◦ Pour certains, la violence des images et des jeux seraient un défouloir permettant de décharger notre violence naturelle : si le joueur est violent dans le jeu, il n'y aura pas de passage à l'acte dans la réalité ...

◦ Pour d'autres, les écrans possèderaient un pouvoir traumatique : ce qui est vu à l'écran donne des idées de violence aux joueurs. C'est la thèse relayée par les médias, quand ils analysent par exemple les causes de la « tragédie de Colombine ».

**Pour Elisabeth ROSSÉ, psychologue à l'institut Marmottan, la réalité se situe entre les deux et il y a banalisation de la violence. On devient insensible à la souffrance de l'autre.**

Quand il y a fragilité chez un individu, il peut y avoir passage à l'acte. D'autant plus face à l'immersion du flot continu d'images : on n'a plus de maîtrise sur ces images disponibles sur les téléphones portables, Internet ...

**Pour Thomas GAON, membre de l'OMNSH, la violence est omniprésente dans nos vies donc dans les médias.**

La violence fait partie de l'Homme et il se plaît à la mettre en scène.

**... pour conclure**

**Accuser le jeu vidéo est donc une manière de faire l'économie d'autres questionnements plus fondamentaux.**

La consommation d'images brutales ne rend pas forcément agressif, même si les jeunes dits violents consomment de la violence médiatique.



## Agir auprès des enfants et des ados *D'après les travaux de Serge TISSERON*

### 1. Des images qui font violence

**Il est impossible de prévoir l'impact des images sur nos adolescents, car les mêmes visuels ne sont pas perçus de la même façon par chacun.**

Les images qui malmènent les jeunes ne sont pas forcément celles qui sont violentes.

Un enfant est déjà agressé lorsque lui sont imposées des sensations et des émotions qu'il ne comprend pas.

#### **Ce que nous pouvons faire :**

- **En ce qui concerne seulement les enfants :**

ne pas les laisser seuls devant un écran : en cas de difficulté, la présence d'un adulte constituera un repère rassurant.

- **En ce qui concerne les enfants et les adolescents :**

la seule manière de connaître ce qui les bouleverse, c'est de le leur demander, dialoguer avec eux sur ce qu'il consomment.

- **Ne pas hésiter à manifester auprès d'eux le fait d'être heurté par certaines images :**

ils comprennent alors que devenir grand ce n'est pas devenir insensibles à la violence des images.

- **Enfin, les images ne s'absorbent pas passivement,**

il faut parler devant, avec et autour.



## **Agir au quotidien**

Parce que les images peuvent et doivent être regardées en groupe, n'hésitez pas à organiser des séances collectives de visionnage à partir de programmes TV ou de *YouTube*. Prenez le temps de le suivre avec eux pour permettre de créer les conditions favorables au dialogue.

## **2. Les limites des filtres sur internet**

**Nous vivons aujourd'hui dans une société numérique où il y aura toujours une consommation d'images non contrôlée. L'usage des nouvelles technologies par les enfants peut angoisser les adultes.**

Pour autant, la réponse qui consiste à développer la sécurisation, le contrôle et la surveillance ne peut suffire. Elle ne permet pas aux enfants de devenir plus autonomes.

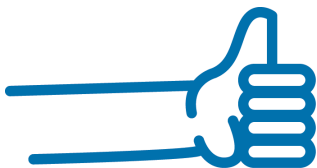
## **Ce que nous pouvons faire :**

**Il faut apprendre aux jeunes l'autonomie et les aider à développer leur recul et leur sens critique.**

La bonne idée déjà évoquée plus haut : rester ouvert aux dialogues, laisser de la place pour évoquer les expériences fâcheuses sur le net. Cela leur évitera de ressentir de la culpabilité.

Il faut bien se rappeler que le contrôle parental ne règle pas les problèmes de confiance et que trop surveiller son enfant ou son adolescent ne le rend pas autonome.

# AIDER LES JEUNES SUR *FACEBOOK*



Les réseaux sociaux prennent une place importante dans les usages numériques des jeunes et cette sociabilité en ligne interpelle les acteurs éducatifs.



Publier sur *Facebook*  
en pleine conscience

**Facebook a beaucoup facilité l'échange de contenus et de propos mais cet outil fait débat.** Car ce réseau social interroge la notion de vie privée et d'intimité : une exposition volontaire des adolescents qui génère chez les éducateurs parfois de la stupeur et souvent de l'incompréhension.

**Pour certains spécialistes des technologies numériques, il faut peut-être repenser les notions de public et de privé et se demander comment cette exposition pourrait devenir intéressante :**

- Comment la transparence des données qui nous concernent pourraient avoir du sens ?
- Comment garder le contrôle sur ces données ?
- Sommes-nous prêts à ce bouleversement ?

**Face à toutes ces questions, il convient d'affirmer que la construction d'une identité numérique doit être apprise pour être maîtrisée. Pour tous. Par tous.**



## Que faut-il savoir et transmettre pour une utilisation avertie de *Facebook* ?

### **1. Il paraît nécessaire de bien saisir le modèle économique de *Facebook*.**

L'usage du réseau social est gratuit. Cette gratuité implique forcément des ressources complémentaires pour l'entreprise. Ainsi, tout adolescent qui utilise le réseau social doit savoir que les usagers ne sont pas les clients mais le produit.

*Facebook* n'est ni plus ni moins qu'un vendeur d'espace publicitaire et son nombre d'utilisateurs comme sa capacité à toucher une cible fait sa valeur économique.

### **2. *Facebook*, parce qu'il diffuse de l'information originale, place les jeunes face à leur responsabilité éditoriale.**

- Ai-je le droit de publier cette image ?
- Ce propos ne va-t-il pas me desservir ?
- Est-ce-que je peux affirmer un fait sans l'avoir vérifié ?

**Il est important de toujours rappeler aux adolescents qu'une parole sur les réseaux sociaux est publique** sans pour autant s'inquiéter exagérément des traces laissées. La vitesse de publication sur les réseaux sociaux et leur capacité à se réinventer rend aussi de nombreux contenus rapidement obsolètes.

# ...ET UTILISER *FACEBOOK* POUR FAIRE DE LA MÉDIATION

En utilisant le réseau social dans un contexte professionnel, validation institutionnelle et stratégie à l'appui, l'acteur éducatif peut travailler le transfert de savoir et de savoir-faire auprès des jeunes.

Pour cela il peut impliquer régulièrement, de manière parfois informelle, les jeunes autour des grands thèmes suivant :



## 1. La création de sa page

Avant de commencer cette étape, il vous faudra —en équipe— clarifier l'identité numérique de votre structure et formaliser les informations à renseigner dans le profil de cette dernière.

Attention à bien faire le point sur les questions d'identité personnelle et professionnelle et le type de profil choisi.

- Faut-il créer un profil traditionnel ou une page ?
- Qui anime et sous quel nom ?
- Quel mail de contact est saisi ?

**N'oubliez pas d'associer les ados sur les choix réalisés en termes de paramétrage du compte.**

## Un exemple, pour ne pas se tromper ...

### 1. David est animateur au sein d'un Espace Jeunes.

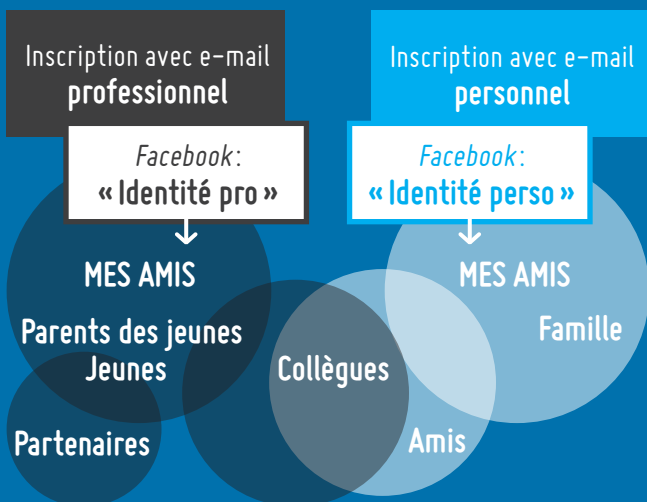
David S. a un profil personnel *David S.* sur Facebook (un profil correspond à une personne). Pour les besoins de sa structure, il crée un nouveau profil, professionnel celui-ci : *David de L'Espace Jeunes de la ville de ...*

### 2. David pensera à toujours distinguer ses 2 identités en choisissant « ses amis ».

Avec son profil professionnel il pourra solliciter d'autres structures du territoire, les jeunes qu'il encadre, voire les parents de ces derniers ...

Les informations qu'il publiera s'adresseront donc à ce public précis. Et il veillera à ne pas choisir pour amis les jeunes, leurs parents ou les partenaires de l'Espace jeunes, avec son profil personnel.

3. Enfin, David validera comme contributeurs certains de ses collègues volontaires pour coanimer cette page et ne pas s'épuiser à porter seul ce nouvel outil.



« QUAND, PAR DÉFAUT,  
NOTRE VIE EST PRIVÉE,  
ON DOIT FAIRE ATTENTION  
À CE QUE L'ON REND PUBLIC.

MAIS QUAND, PAR DÉFAUT,  
CE QUE L'ON FAIT EST PUBLIC,  
ON DEVIENT TRÈS CONSCIENT  
DES ENJEUX LIÉS À SA VIE  
PRIVÉE. ET JE PENSE QUE LES  
GENS N'ONT JAMAIS ÉTÉ AUSSI  
SOUCIEUX DE LEUR VIE PRIVÉE.

PARCE QUE L'ON NE VEUT  
PAS PARTAGER TOUT CE QUE  
L'ON FAIT, TOUT LE TEMPS,  
AVEC TOUT LE MONDE ET  
N'IMPORTE QUI. »

Danah BOYD, Sociologue,  
Centre de recherche *Microsoft*, Boston.



## 2. Le choix de ses amis avec son profil professionnel

**Parce qu'il est question de communiquer avec d'autres et de s'inscrire dans un réseau, veillez à choisir pour amis des personnes ou des structures qui ont besoin de communiquer avec vous.**

Mieux vaut un public cible bien défini que beaucoup de contacts qui ne vous lisent pas ou qui s'agacent de vos publications.



## 3. Les activités de publication sur l'actualité de la structure

**Ici, il faudra s'en remettre aux bases de la communication définies dans ce guide mais aussi formaliser clairement la cible de la page et sa ligne éditoriale.** Nous souhaitons ainsi que les jeunes comprennent que tout message dépend de celui qui l'écoute et que la production ou la redirection de contenus se fait avec cette contrainte.

**Les ados imaginent toujours qu'ils sont leur propre public, qu'ils écrivent pour eux... Apprenez leur à se mettre à distance.**

**Soyez raisonnable du point de vue de l'implication.** Il n'est pas forcément question de mobiliser les ados autour de grands projets mais de les questionner régulièrement sur la manière dont ils traiteraient l'info.



## BIEN COMMUNIQUER ET APPRENDRE À COMMUNIQUER

Publiée sur le web ou imprimée, la communication d'un projet est souvent pensée au moment de sa finalisation. Alors qu'elle devrait être envisagée bien plus tôt.

**En effet, la communication est un des outils essentiels de l'action.** Plus encore, les solutions mises en place s'appuient souvent sur des intuitions. Peut-être sont elles bonnes, mais il ne faut pas faire l'impasse sur les méthodes et les grands principes de la communication afin de s'en assurer.

### 5 questions à se poser au moment de la conception de mon projet :

1. Dans quel cadre j'agis ? (au nom de qui ?)
2. Quels sont mes objectifs ? Dans quelle mesure la *com* me permet de les atteindre ?
3. Qui est mon destinataire ?
4. Quel est mon message essentiel ? (L'unique ?)
5. Quelle est la meilleur manière de faire passer mon message à mon public cible ?





## Quelques trucs pour réussir à bien communiquer sur un projet

### • Définir son destinataire

Il faut définir très précisément son « cœur de cible » :

1. Qui est notre public ?
2. Qui est-il au regard de mon projet ?
3. À quoi ressemble-t-il ? Quel âge a-t-il ?

L'animateur doit comprendre qu'il faut conceptualiser ce public en prenant le temps de le décrire avec précision. La « cible » est toujours plus précise que l'on ne l'imagine !

### • Ne pas brouiller les pistes

**Attention, à ce que votre message soit bien « essentiel », c'est à dire unique.** Plusieurs messages ne seront jamais entendus simultanément et vous ne pourrez pas être sûr d'avoir été compris.

### • Utiliser l'émotion ...

**Pour toucher son destinataire il faut réussir à instaurer de la proximité en créant de la relation.**

Vous pouvez vous adresser directement à lui, en l'interpellant par exemple. Jouer sur les émotions, utiliser ce qui le touche, ce qui l'émeut...

Nous sommes tous sensibles à ce qui nous est proche : votre public doit se sentir concerné par votre message.

## • Favoriser la compréhension du message

**Pour être compris, il est essentiel que votre public puisse visualiser ce que vous lui racontez.**

Exit les formules alambiquées, oui aux illustrations, aux histoires qui mettent en scène des personnages, des lieux, et qui permettent de se représenter le message pour y adhérer.

## • Choisir son support

**Attention, le choix de l'outil de diffusion du message — flyer, affiche, réseau social, vidéo — doit se faire une fois les premières étapes réalisées.**

L'outil n'est qu'un outil et doit être adapté à vos enjeux. Ne commencez jamais par cette étape qui doit être la finalisation d'une action de communication.

## • Accorder de l'importance à la forme

**« La forme, c'est le fond qui remonte à la surface »**

Les choix opérés en termes de qualité de réalisation — choix du graphisme, utilisation des illustrations, composition, ergonomie — doivent être au service du message.

N'hésitez pas à faire appel à des professionnels pour la réalisation, en restant les garants de la conception.



## Impliquer les jeunes dans son projet de communication

**Impliquer un groupe de jeunes au cœur d'un projet de communication est une action d'éducation aux médias.**

À ce titre, il faut déterminer les objectifs éducatifs en parallèle des autres objectifs de l'action et de sa communication.

**Il peut s'agir :**

- d'apprendre à adapter son propos à un contexte et à un public ;
- d'apprendre à s'organiser dans le cadre d'un projet mené en équipe ;
- ou de devenir plus critique en tant que destinataire d'opération de communication.

**En fonction de vos enjeux, il s'agit d'impliquer les jeunes à des niveaux différents dans la réalisation de l'opération de communication.**

Dans telle action, les jeunes seront en charge de la conception, dans une autre, ils travailleront sur la réalisation de la vidéo de communication.

Dans tous les cas, ils doivent comprendre le lien entre la logique de l'action de communication et l'objectif du projet sans opérer de choix en fonction de leurs propres goûts ou idées.

« INTERNET CRISTALLISE TOUS  
LES MAUX DE NOTRE SOCIÉTÉ,  
PARCE QU'IL LES RÉVÈLE,  
LES FAIT SAILLIR,  
RESSURGIR...

PARTOUT, IL EST LE BOUC  
ÉMISSAIRE, CAR IL SEMBLE  
LE SYMPTÔME D'UNE  
TRANSFORMATION QU'ON  
NE COMPREND PAS. ET QU'IL  
EST PLUS FACILE D'ACCUSER  
L'INTERNET QUE DE  
COMPRENDRE CE QUE  
L'INTERNET RENFORCE,  
SOULIGNE, SURLIGNE, DÉFORME  
DANS L'ÉVOLUTION ACTUELLE  
DE NOS SOCIÉTÉS. »

Hubert GUILLAUD, rédacteur en chef  
d'InternetActu.net, responsable de la veille à la  
Fondation Internet Nouvelle Génération.

# RÉFÉRENCES

## Mario ASSELIN

Ancien directeur d'école québécois, il est un consultant écouté des deux cotés de l'Atlantique en ce qui concerne l'éducation au numérique.

Il est rédacteur du blog : <http://carnets.opossum.ca>.

## Danah BOYD

Sociologue américaine mondialement réputée, elle travaille sur la sociabilisation des jeunes américains à travers les réseaux sociaux au sein du centre de recherche *Microsoft* à Boston.

## Nathalie BOUCHER-PETROVIC

Docteure en sciences de l'information et de la communication, elle s'intéresse aux enjeux des outils et médias numériques pour l'éducation populaire et aux mutations culturelles, sociales et éducatives qu'ils engendrent.

Elle enseigne à l'Université Paris 13 et est intervenue à l'occasion des rencontres **Jeunes et Internet** organisées en 2012 en Rhône-Alpes :  
[www.jeunes-internet.fr](http://www.jeunes-internet.fr).

## Thomas GAON

Psychologue membre de l'**OMNSH — Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines** — il travaille en addictologie ; ses recherches portent principalement sur les impacts psycho-sociaux des jeux vidéos en ligne.

## Hubert GUILLAUD

Éditeur de formation, rédacteur en chef d'**InternetActu.net**, consacré aux enjeux de l'internet et à ses usages innovants, il est responsable de la veille à la **Fondation Internet Nouvelle Génération**.

## Yann LEROUX

Docteur en psychologie sociale, spécialisé dans les mondes numériques, il propose une lecture très inhabituelle des pratiques numériques des jeunes en s'intéressant aux potentiels des outils et en s'immergeant pleinement dans cette culture. Autre membre de l'**OMNSH**, il est à l'origine de nombreux articles et contributions sur les pratiques numériques des jeunes, publiées sur son blog : **psyetgeek.com**.

## Michael STORA

Membre de l'**OMNSH**, psychologue et psychanalyste pour enfants et adolescents au centre médico-psychologique de Pantin. Il réfléchit depuis plusieurs années à l'impact des jeux vidéo sur les enfants souffrant de troubles psychiques mais aussi sur le lien interactif de l'homme à l'ordinateur et de ses conséquences sur les processus mentaux.

# Serge TISSERON

Psychiatre et psychanalyste, il est l'auteur de nombreux ouvrages qui traitent de psychologie adolescente à l'heure du développement croissant de la société de l'information.

## Il est notamment l'auteur de :

*Enfants sous influence, Les écrans rendent-ils les jeunes violents ?* Armand Colin, 2000.

*Qui a peur des jeux vidéo ?* Albin Michel, 2008.

*Virtuel, mon amour. Penser, aimer, souffrir à l'ère des nouvelles technologies,* Albin Michel, 2008.

*Les dangers de la télé pour les bébés,* Érès, 2009.

*Faut-il interdire les écrans aux enfants ?*

avec **Bernard STIEGLER**, Mordicus, 2009.

# Elisabeth ROSSÉ

Docteure en psychologie sociale, psychologue au centre médical Marmottan pour les personnes présentant des addictions aux jeux d'argent et de hasard et à celles qui souffrent de « cyber-dépendances », elle est aussi chargée de travaux dirigés à l'Université Paris 5 en psychologie pour un module de recherche intitulé « Jeu et addiction ».

# André TRICOT

Professeur à l'IUFM de Midi-Pyrénées et chercheur au laboratoire « Travail et cognition » du CNRS à Toulouse. Il travaille sur les apprentissages et la recherche d'information via les documents hypermédias.

## EU Kids Online

Une étude européenne conduite dans les pays de l'Union autour des risques comme des opportunités des médias numériques. En France, cette étude est portée par **Dominique PASQUIER** et **Elodie KREDENS**.

Pour plus d'infos : [www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/WebsitesInNationalLanguage/france.aspx/](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/WebsitesInNationalLanguage/france.aspx/).

## Jeunes et Internet,

... de quoi avons nous peur ?

Une étude réalisée en 2010 pour l'association **Fréquence écoles** par **Barbara FONTAR** et **Élodie KREDENS**, Docteures en sciences de l'information et de la communication et Maîtres de conférences.

## Mémo à l'attention des adultes

... qui veulent se lancer dans l'accompagnement des pratiques numériques des jeunes

La synthèse de « Jeunes et Internet », rencontres organisées en Rhône-Alpes, publiée en 2011 par l'association **Fréquence écoles**.





Le guide « Accompagner les pratiques médiatiques et numériques des jeunes » est un ouvrage collectif du **CRIJ Rhône-Alpes**, de la **M@isontic Grigny** et de **Fréquence écoles**.

### **Le CRIJ Rhône-Alpes**

Il a pour objet, sur le territoire de la région Rhône-Alpes, de mettre à disposition des jeunes les informations dont ils souhaitent disposer dans tous les domaines, de favoriser l'initiative, l'engagement social et la mobilité des jeunes comme la mise en place de structures locales et départementales d'animation de l'information jeunesse.

### **La M@isontic Grigny (69)**

Association d'éducation populaire, elle anime un projet d'éducation citoyenne et d'accompagnement au numérique. Elle s'appuie sur un Espace Public Numérique (EPN) et les réseaux de l'Internet Accompagné. Elle milite pour un internet libre et citoyen.

### **Fréquence écoles**

Association implantée à Lyon, elle a pour volonté la diffusion des enjeux de l'éducation aux médias pour toucher les acteurs de référence de l'enfance et de l'adolescence (universitaires, élus, parents, enseignants, référents associatifs...).



**Conception :** Pierre GUYOMAR, Guy PASTRE,  
Christian COMBIER, Pauline REBOUL et Dorie BRUYAS

**Rédaction :** Dorie BRUYAS

**Conception graphique :** Marie VALORGE, memesi.net

**Correction :** Pierre BERTRAND, Christophe DORÉ,  
Patrick PELLERIN

Les caractères utilisés sont MISO REGULAR et MISO BOLD, types libres dont les usages sont définis par leur designer **Mårten NETTELBLADT** ;  
les illustrations sont des interprétations d'images connues aux auteurs anonymes.

Suivant une licence proposée par **Creative Commons** nous mettons la conception et la rédaction de cette publication et sa mise en page à disposition du public.

**Vous êtes donc libres de copier, de modifier et de distribuer ce travail, selon les conditions suivantes :**

- **Attribution :** Vous devez citer les auteurs de sa conception (CRIJ Rhône-Alpes, M@isontic Grigny, Fréquence écoles), de sa rédaction (Dorie BRUYAS) et de sa mise en page (Marie VALORGE), sans pour autant suggérer qu'ils approuvent votre utilisation.
- **Partage à l'identique :** Si vous reproduisez, diffusez, modifiez cette publication, vous le ferez sous les mêmes conditions ou alors vous demanderez l'autorisation préalable des auteurs.



Focus sur les regards croisés et complémentaires de ses concepteurs, le guide « Accompagner les pratiques médiatiques et numériques des jeunes » se veut une première étape vers l'appropriation du numérique par les professionnels de l'action éducative afin de les conforter dans leur capacité à construire du sens et à agir auprès des jeunes.

Pour aller plus loin, **Fréquence écoles**, la **M@isontic Grigny** et le **CRIJ Rhône-Alpes** peuvent vous soutenir et vous accompagner dans vos projets en mettant à votre disposition des ressources, des intervenants et des dispositifs de formation ou de sensibilisation.

