

UNE ENQUÊTE MENÉE PAR LE COLLECTIF EDUCPOPNUM,
COORDONNÉE PAR LE CRAJEP NOUVELLE-AQUITAINE ET ACCOMPAGNÉE PAR L'INJEP

PRATIQUES NUMÉRIQUES DES JEUNES

RÉSULTATS D'ENQUÊTE
NOUVELLE-AQUITAINE 2023/2024



Délégation régionale académique
à la jeunesse, à l'engagement et aux sports



INSTITUT NATIONAL DE LA JEUNESSE
ET DE L'ÉDUCATION POPULAIRE

Collectif
Éducpop
NUM

SOMMAIRE

QUI SOMMES-NOUS ?	P.03
POURQUOI PUBLIER CETTE ENQUÊTE ?	P.03
COMMENT AVONS-NOUS ANALYSÉ ET COLLECTÉ LES DONNÉES ?	P.04
01. Qui sont les jeunes qui ont répondu à l'enquête ?	P.05
02. Équipements et environnement numérique des jeunes	P.08
03. Les pratiques numériques des jeunes sur les réseaux sociaux	P.11
04. Esprit critique	P.16
05. L'identité numérique : conscientisation & moyens d'action	P.20
06. L'impact environnemental des pratiques numériques : conscientisation, changements de pratique & espaces d'échanges	P.23
À VOTRE SERVICE	P.28

QUI SOMMES-NOUS ?

Collectif
ÉducPop
NUM

Le Collectif EducPopNum est un regroupement d'actrices et acteurs de jeunesse sur tout le territoire néo-aquitain qui souhaitent travailler sur les liens réciproques entre Éducation

Populaire et numérique et sur les enjeux que soulèvent ces liens : comment le numérique peut être source d'émancipation, de participation, de transformation sociale ? Comment tendre vers un numérique plus soutenable écologiquement, juste économiquement et équitable socialement ?

Les membres du Collectif EducPopNum sont des bénévoles et salarié-es d'associations, des élu-es et professionnel-les de collectivités, des enseignant-es, des chercheur-ses..., toute personne qui souhaite se doter d'un espace de réflexions et/ou d'opérationnalité autour de ces thématiques.

Ce Collectif est historiquement issu de l'ancienne région Poitou-Charentes, aujourd'hui encore une grande partie des acteur-rices qui le composent sont implanté-es sur ce territoire.

Le CRAJEP N-A coordonne et anime le Collectif qui existe depuis plus de 15 ans.

POURQUOI PUBLIER CETTE ENQUÊTE ?



Depuis sa création, le Collectif organise des Assises : des temps forts ouverts à toutes et à tous durant lesquels nous nous mettons au travail sur une thématique que nous approfondissons par l'intervention de conférencier-es, des ateliers d'échanges de savoirs et de pratiques et des temps de débats et de table-rondes.

En 2016, la thématique des Assises était « Pratiques supposées, pratiques réelles des jeunes, quel accompagnement en ligne et hors ligne ? ». **Durant ces rencontres, les actrices et acteurs réuni-es ont posé le constat qu'elles et ils manquaient de données** leur permettant d'objectiver leurs ressentis au sujet des pratiques numériques des jeunes. Or des données quantitatives fiables leur semblaient nécessaires pour adapter le contenu pédagogique de leurs actions et affiner la compréhension des problématiques qui entourent la co-construction des politiques publiques avec nos partenaires institutionnel-les.

Par conséquent, elles et ils ont décidé de créer une enquête, d'analyser les résultats à l'aune de leurs pratiques professionnelles et des enjeux qui les traversent.

C'est ainsi que nous avons édité la première enquête sur les pratiques numériques des jeunes en Nouvelle-Aquitaine en 2017 :

→ educpopnum.org/enquete-2017

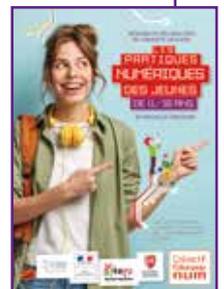
Faisant le constat que ces pratiques évoluent vite, nous avons renouvelé cette démarche en 2019/2020 :

→ educpopnum.org/enquete-2019-2020



Début 2023, le Collectif a souhaité se doter d'une troisième version de l'enquête afin d'avoir une nouvelle photographie des usages numériques des jeunes, d'établir une comparaison dans le temps et d'étudier les impacts de la crise sanitaire à ce sujet.

C'est une analyse de la troisième édition de l'enquête que nous vous présentons ici.



COMMENT AVONS-NOUS COLLECTÉ ET ANALYSÉ LES DONNÉES ?

Partant du questionnaire passé lors des deux premières enquêtes, nous avons sélectionné les questions que nous souhaitons garder afin d'en faire une analyse comparative. **Nous y avons ajouté des questions autour de 3 grands sujets** que nous voulions aborder pour la première fois :

- **L'esprit critique :**
Confiance ; Fake news ; Influence et algorithme
- **L'identité numérique :**
Protection des données ; Vie privée
- **L'impact environnemental :**
Conséquences écologiques des pratiques numériques

MÉTHODOLOGIE

Via LimeSurvey, nous avons construit un questionnaire comportant 26 questions réparties en 6 grandes catégories :

- **Tes pratiques numériques** (4 questions)
- **Esprit critique** (4 questions)
- **Identité numérique** (4 questions)
- **Impact environnemental** (7 questions)
- **Équipement et environnement** (2 questions)
- **Indications démographiques** (5 questions)

Le questionnaire a été diffusé en ligne du 19 juin au 31 octobre 2023 via nos réseaux (associations membres, partenaires, institutions, établissements scolaires). 6080 personnes y ont répondu. Nous avons retenu les réponses complètes et la tranche d'âge 11/25 ans. Ainsi, nous analysons ici 4003 réponses.

De nombreux jeunes se sont saisi-es de ce questionnaire. Nous remercions les personnes qui ont relayé l'information et y ont répondu.

Ces réponses sont donc issues de jeunes scolarisé-es ou fréquentant nos associations d'Éducation Populaire. Ces données n'ont pas l'ambition de représenter de façon statistique l'ensemble des jeunes de Nouvelle-Aquitaine. Toutefois, cet échantillon permet d'embrasser des tendances.

Les membres du Collectif ont analysé ces données lors de temps de travail dédiés. L'INJEP (Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire) nous a accompagné tout au long de la démarche, en particulier Amélie Charruault et Emmanuel Porte.

Il est important de préciser ici que cette analyse est le résultat de regards situés et de subjectivités croisées de professionnel·les de l'Éducation Populaire qui ne prétendent pas être spécialistes de l'analyse de données, ce qui peut à certains endroits, donner lieu à quelques incohérences.

À NOTER

Nous tenons à votre disposition l'ensemble des données brutes sur notre site Internet et chacun-e peut s'en saisir en mentionnant le Collectif EducPopNum porté par le CRAJEP N-A dans d'éventuelles publications. N'hésitez pas à nous les partager : **contact@educpopnum.org**

Par ailleurs, nous avons établi ici une analyse des résultats à l'échelle régionale, mais ces données brutes vous permettront de produire une analyse à l'échelle de votre territoire.



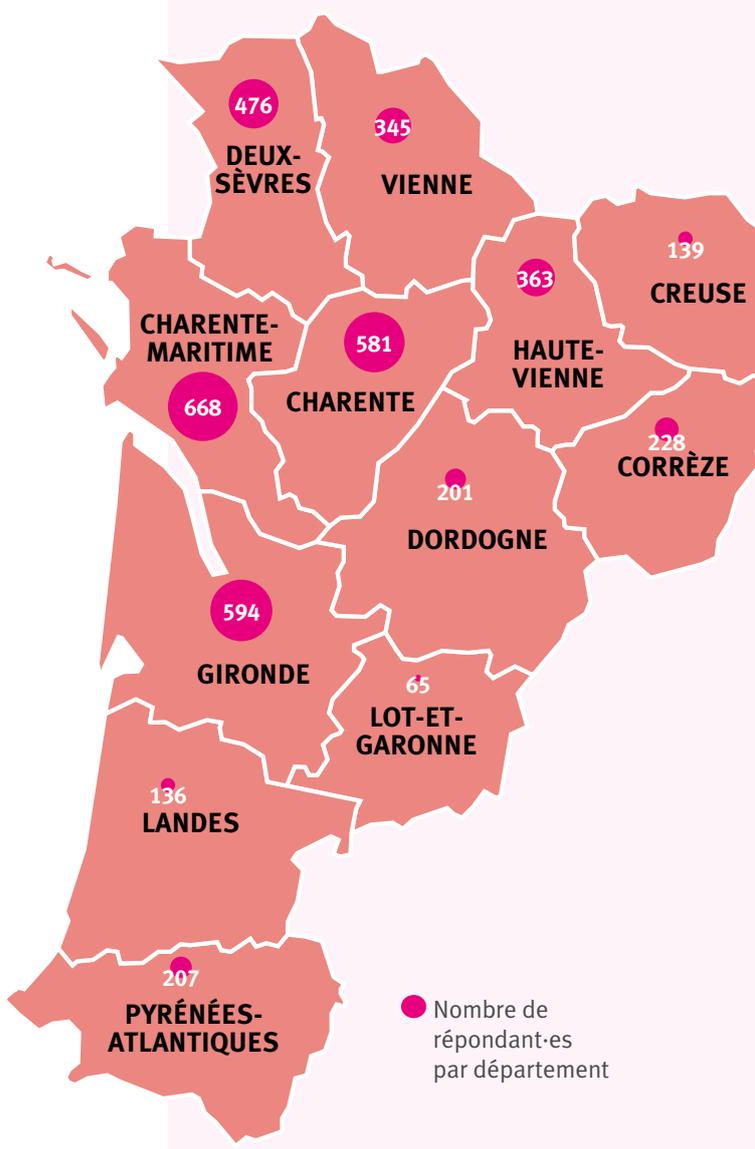
Enquête EducPopNum
2023/2024
© 2024 Collectif
EducPopNum est
autorisé en vertu
CC BY-NC-SA 4.0

01.

Qui sont les jeunes qui ont répondu à l'enquête ?

4003 RÉPONDANT·ES DE RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE

Répartition des répondant-es par département (en chiffres)



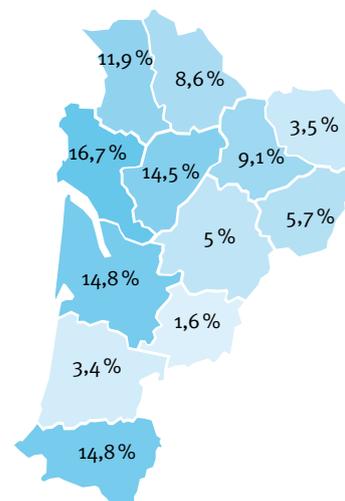
RÉPARTITION PAR TERRITOIRE

Dans les départements où le Collectif est historiquement implanté les jeunes ont répondu massivement.

Les autres résultats correspondent aux données démographiques et à l'influence des associations Jeunesse et Éducation Populaire dans les territoires.

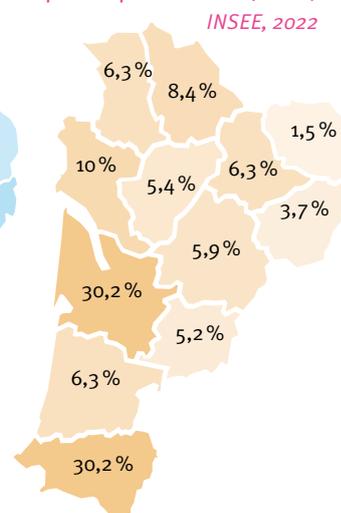
Nous n'avons pas établi de comparaison entre départements dans l'analyse des réponses. Nous ne traitons ici que de l'ensemble de la région Nouvelle-Aquitaine. Toutefois, les données brutes en ligne sur notre site Internet vous permettent d'extraire des données à différentes échelles de territoire (communes, départements, région) pouvant donner lieu à des analyses comparatives.

Répartition des répondant-es par département (en %)



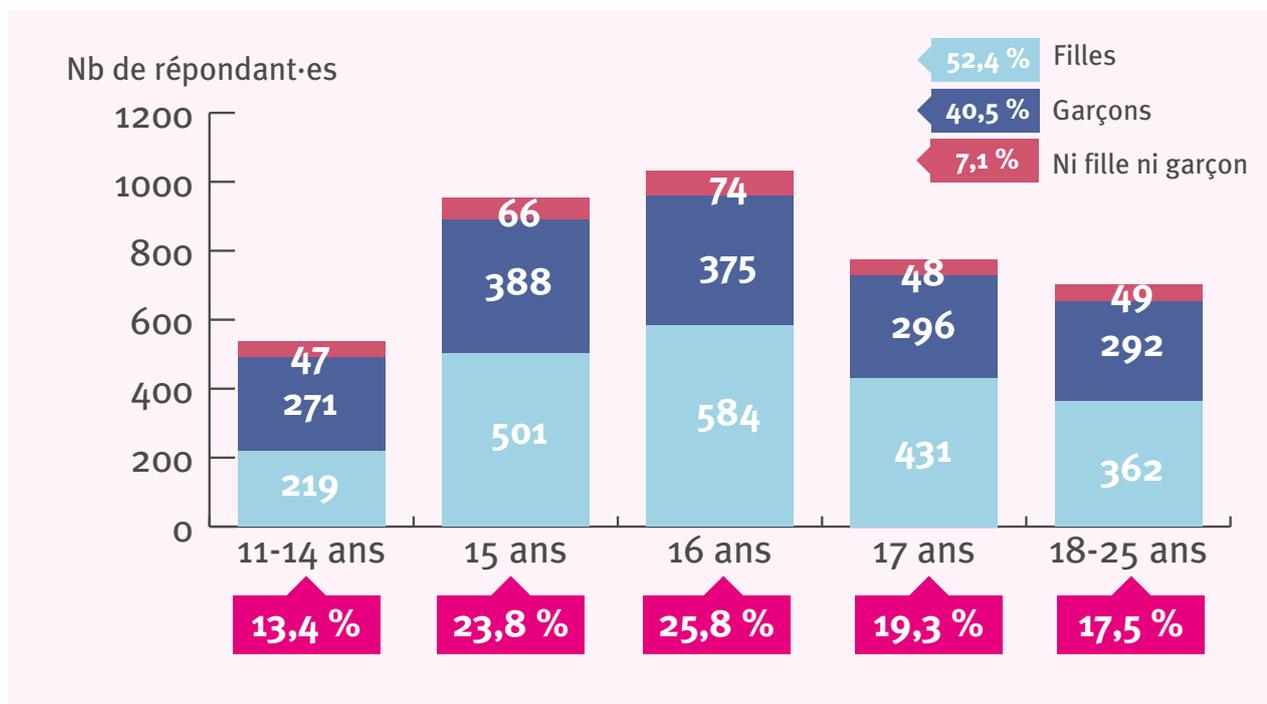
→ Exemple : 3,4 % des jeunes ayant répondu à l'enquête vivent dans les Landes

Répartition de la population des 10-24 ans par département (en %)



→ Exemple : 6,3 % des jeunes de 10-24 ans de Nouvelle-Aquitaine vivent dans les Landes

➤ RÉPARTITION DES RÉPONDANT·ES PAR GENRE ET PAR ÂGE



➤ SELON LE GENRE

➤ Le questionnaire permettait 4 réponses possibles à la question du genre « féminin », « masculin », « autre » et « ne souhaite pas répondre ». Nous avons additionné « autre » et « ne souhaite pas répondre » dans la catégorie « autre ». Au total, 2097 personnes se déclarent de genre « féminin », 1622 personnes se déclarent de genre « masculin » et 284 personnes « autre » ou « ne souhaite pas répondre ».

Nous avons tenu compte de l'évolution sociétale en permettant aux jeunes ne se reconnaissant pas dans le genre féminin et masculin d'être reconnu·es.

Pour illustrer cette évolution, nous rappelons les données des enquêtes précédentes, dans lesquelles nous proposons un choix binaire à cette question.

En 2017, 50,4 % des répondant·es se déclaraient « filles » et 49,6 % « garçons ».

En 2019, 52 % des répondant·es se déclaraient « filles » et 48 % « garçons ».

En 2023, 52 % des répondant·es se déclarent « filles », 41 % « garçons » et 7 % « autre ».

Notons ici que pour des facilités de langage nous utiliserons « personnes ne se déclarant ni fille ni garçon » pour tou·tes les répondant·es entrant dans la catégorie « autre ».

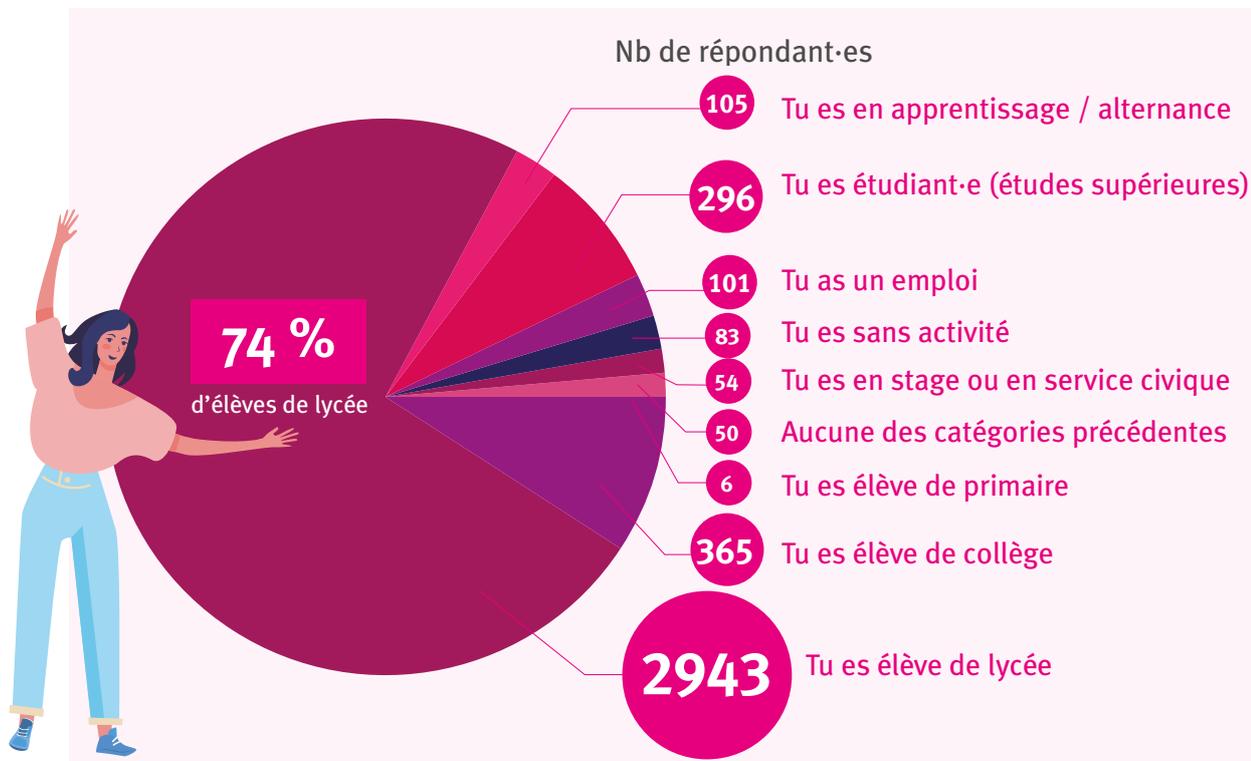
➤ SELON L'ÂGE

➤ La passation du questionnaire a largement été relayée dans les établissements scolaires du secondaire cette année. En effet, depuis la dernière version de l'enquête en 2019, l'Éducation Populaire et l'Éducation Nationale sont désormais réunies sous l'égide d'un même ministère, facilitant les liens entre nos associations et l'institution scolaire. Par ailleurs, des liens partenariaux étroits avec les référent·es jeunesse du Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine, ont permis de diffuser l'enquête dans les lycées.

Comme dans les enquêtes précédentes, la tranche d'âge 15-17 ans étant la plus représentée, nous avons créé 5 catégories d'âge afin d'équilibrer le panel :

- 11-14 ans,
- 15 ans,
- 16 ans,
- 17 ans
- et 18-25 ans.

➤ RÉPARTITION DES RÉPONDANT·ES PAR NIVEAU SCOLAIRE



➤ Notre travail conjoint entre les services de l'État, le rectorat académique et le Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine ont permis la mise en ligne du questionnaire sur l'ensemble des Espaces Numériques de Travail des lycéen·nes de la région. **Ce sont ces lycéennes et lycéens qui ont majoritairement répondu.**

Parmi les 11-14 ans une majorité des répondant·es sont des collégien·nes. La passation s'est faite par des partenaires dont la compétence est le collège. Un relais a été fait par les centres de loisirs, espaces jeunes, accueil périscolaire, accueil collectifs de mineur·es, centres de vacances...

La tranche d'âge 18-25 ans est composée de lycéen·nes, d'étudiant·es, de volontaires en Service Civique, de stagiaires, de personnes en activité et sans emploi. Elles et ils ont été sollicité·es par nos partenaires dont des lycées, des universités et écoles supérieures, des missions locales.

À NOTER

L'ANALYSE DES USAGES EN FONCTION DES CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES (CSP) MÉRITERAIT UNE ENQUÊTE À ELLE SEULE.

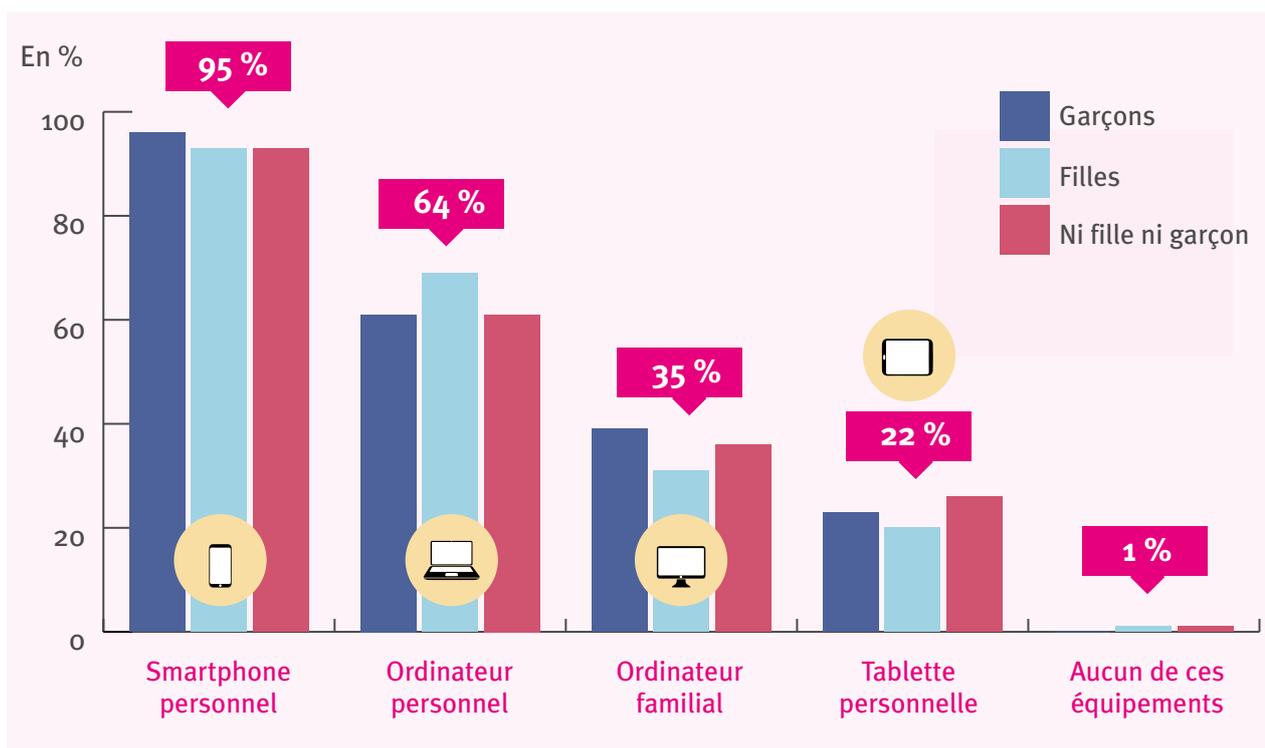
Nous avons volontairement écarté la question des CSP de notre questionnaire. En effet, sans en remettre en cause les dangers et dérives, l'enjeu du Collectif EducPopNum est d'analyser et de réaffirmer les aspects positifs et optimistes du numérique et de ses usages. En proposant une analyse par CSP, nous avons la crainte de tomber dans une analyse des reproductions systémiques des dominations sociales, or ce n'est pas le propos de cette enquête.

02.

Équipements et environnement numérique des jeunes

LES MOYENS D'ACCÈS À INTERNET

➤ QUELS ÉQUIPEMENTS POSSÈDENT LES JEUNES ?



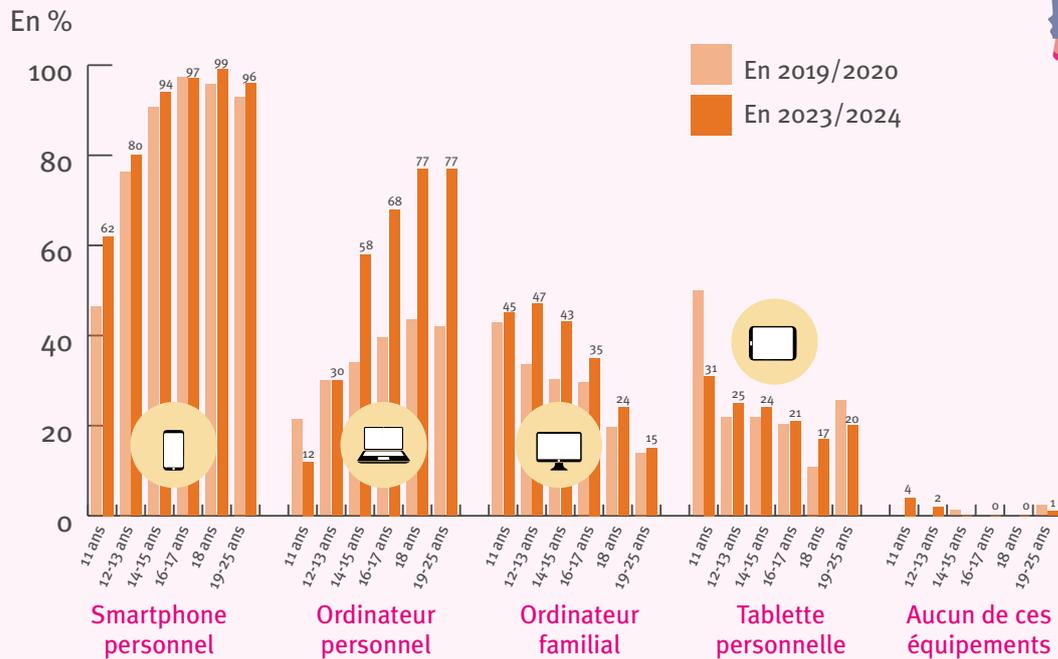
➤ En 2023, la majorité des répondant-es déclarent posséder un smartphone (95 %) ou un ordinateur personnel (64 %) leur permettant d'accéder à Internet.

Notons toutefois qu'encore 1 % des répondant-es déclarent ne posséder aucun équipement leur permettant d'accéder à Internet (contre 0,5 % en 2019). Sur les 4003 répondant-es, cela représente

41 jeunes. À l'échelle de l'ensemble de la Nouvelle-Aquitaine, on pourrait estimer par extrapolation que plus de 10 000 jeunes ne disposeraient d'aucun équipement leur permettant d'accéder à Internet.

Concernant les ordinateurs, les jeunes se déclarant « filles » disent être moins dotées d'un ordinateur personnel que les jeunes se déclarant « garçons ».

➤ RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DES ÉQUIPEMENTS SELON L'ÂGE



➤ Concernant les smartphones, on note que la quasi totalité des jeunes de 14 ans et plus en possèdent un : de 94% à 100%.

La plus grosse évolution concerne les jeunes de 11 ans qui étaient 46,4 % à en posséder un en 2019 alors qu'ils sont 62 % en 2023.

Cette tendance s'inverse concernant les autres équipements : en 2023 les jeunes de 11 ans

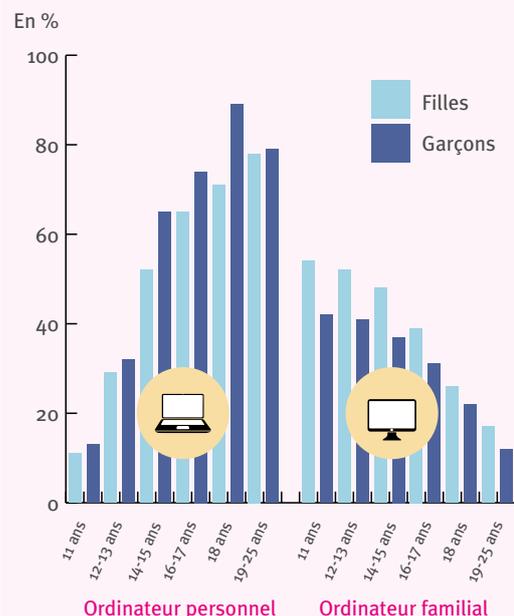
déclarent presque deux fois moins posséder d'ordinateurs personnels et de tablettes qu'en 2019.

Ainsi, si la possession d'une tablette semble stable ou en baisse en fonction des tranches d'âges, celle d'un ordinateur personnel s'est largement développée chez les jeunes à partir de 14 ans : moins de la moitié d'entre elles et eux déclaraient en posséder un en 2019 quand plus des trois quarts en possèdent un en 2023.

➤ ORDINATEUR FAMILIAL VS PERSONNEL SELON LE GENRE

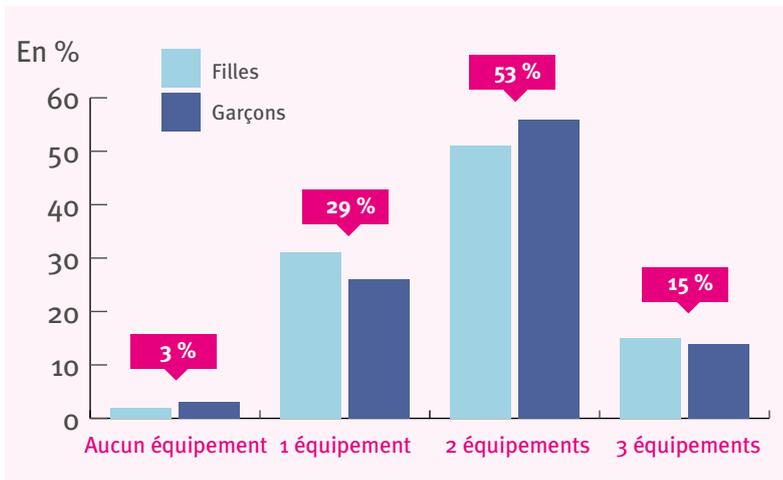
➤ La corrélation entre ordinateur personnel et ordinateur familial laisse penser que l'un laisse la place à l'autre et que les jeunes ne cumulent pas l'accès à Internet sur les 2 : elles et ils utilisent l'ordinateur familial quand elles et ils n'ont pas d'ordinateur personnel. Une fois qu'elles et ils possèdent un ordinateur personnel, elles et ils n'utilisent plus l'ordinateur familial.

On remarque ici que les répondant-es se déclarant « filles » disent être moins bien dotées en équipement personnel et ce dès le plus jeune âge.



DES ÉQUIPEMENTS PERSONNELS MULTIPLES

En mettant de côté « l'accès à internet par un ordinateur familial », nous nous sommes penchés sur le nombre d'équipements personnels des jeunes.

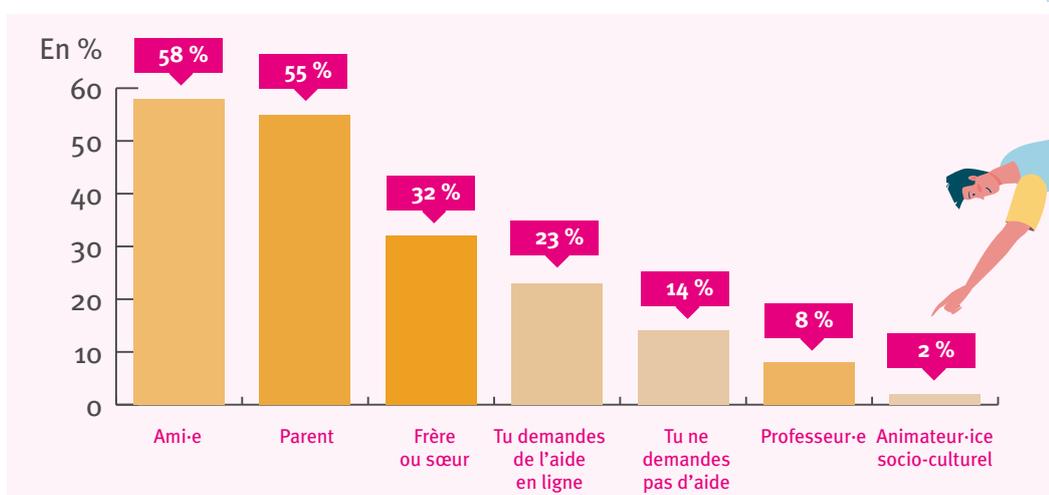


1,8

C'est le nombre moyen d'équipements personnels (hors ordinateur familial) que possèdent les jeunes.

Si on exclut l'ordinateur familial, 68 % des répondant-es déclarent posséder plus d'un équipement personnel, dont 66 % des répondant-es se déclarant « filles » et 70 % des répondant-es se déclarant « garçons ». Ces derniers sont sensiblement plus équipés en ordinateur personnel.

VERS QUI SE TOURNENT LES JEUNES EN CAS DE QUESTIONS OU DE PROBLÈMES EN LIGNE ?



La majorité des jeunes déclarent se tourner vers leurs cercles de socialisation proches (famille ou ami-es) lorsqu'elles et ils ont des questions ou des problèmes en ligne.

À l'inverse très peu de jeunes déclarent se tourner vers un-e professeur-e.

On peut en déduire que leurs usages sont déterminés socialement et qu'une forme de reproduction du capital culturel familial existe en lien avec l'utilisation du numérique.

Une analyse détaillée des données (disponibles sur notre site Internet) nous apprend que les répondant-es se déclarant « garçons » ont tendance à moins demander d'aide (20 % n'en

demandent pas contre 9 % des répondant-es se déclarant « filles ») et lorsqu'ils en demandent, ils ont davantage tendance à demander de l'aide en ligne. Cette solution est aussi plus utilisée quand les jeunes grandissent alors qu'elles et ils s'adressent de moins en moins à leurs parents qui sont une ressource pour 70 % des 11-14 ans contre 37 % des 18-25 ans.

On voit ici que l'âge est un indicateur sur les effets d'apprentissage : en grandissant il y a une acquisition d'expérience qui permet l'autonomie et une démarche autodidacte (se servir d'Internet pour apprendre à se servir d'Internet). Ainsi, la pratique du numérique s'accompagne d'une plus grande autonomie dans le temps.

03.

Les pratiques numériques des jeunes sur les réseaux sociaux

LES RÉSEAUX SOCIAUX UTILISÉS PAR LES JEUNES

TOP 10 DES RÉSEAUX SOCIAUX PRÉFÉRÉS

Applications	2017	2019/2020	Évolution entre 2017 et 2019/2020	2023/2024	Évolution entre 2019/2020 et 2023/2024
1 ^{er} Youtube	89,1 %	85,8 %	(-3,6 %)	86 %	(+0,2 %)
2 ^e Instagram	51 %	75,3 %	(+24,3 %)	83 %	(+7,7 %)
3 ^e Snapchat	61,1 %	79 %	(+17,7 %)	67 %	(-12 %)
4 ^e Discord	-	10,5 %	-	33 %	(+22,5 %)
5 ^e Twitch	-	8,1 %	-	39 %	(+30,9 %)
6 ^e Pinterest	8,5 %	10,2 %	(+1,7 %)	42 %	(+31,8 %)
7 ^e Tiktok	24,8 %	29,5 %	(+4,7 %)	60 %	(+30,5 %)
8 ^e Facebook	44,4 %	27,5 %	(-16,9 %)	24 %	(-3,5 %)
9 ^e Twitter	14,3 %	10,9 %	(-3,4 %)	23 %	(+12,1 %)
10 ^e Messenger	-	32,8 %	-	25 %	(-7,8 %)

➤ Selon différentes études, la définition de réseau social, de média social, de plateforme sociale numérique peut varier. Nous avons suivi la catégorisation suivante :

Outils de discussion : WhatsApp, Signal...

Outils de publication : blogs, wikis

Micro-publication : X (ex Twitter), Mastodon

Réseau social numérique de contenu : Youtube, mais aussi Tik Tok, Instagram, Twitch

Réseau social numérique de contact : Facebook, LinkedIn

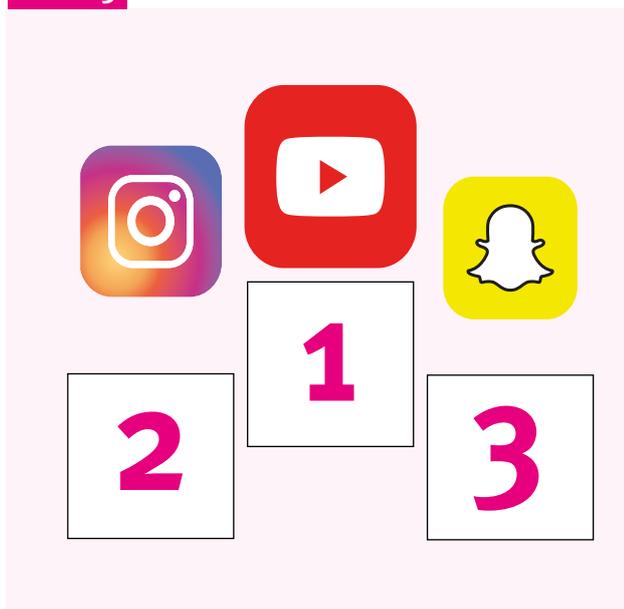
Certains réseaux peuvent appartenir à plusieurs catégories : X peut être considéré comme une plateforme de microblogging mais aussi comme un réseau social de contact. Telegram est également difficile à catégoriser car il est à la fois un outil de messagerie instantanée mais permet de créer des groupes (canaux) à plusieurs centaines de milliers

de membres, et peut donc s'apparenter à un réseau social de contact. On peut également penser aux jeux en ligne massivement multi joueur·ses qui ont un aspect de réseau social de contact.

De nombreuses classifications existent. Ici, nous avons fait le choix de ne pas inclure WhatsApp dans la liste de réseaux proposés car considéré comme « simple » outil de messagerie instantanée. Messenger, outil de messagerie de Facebook, a été inclus pour pouvoir différencier l'usage du réseau social Facebook (hors messagerie). Ainsi, un·e répondant·e n'utilisant que Messenger sans consulter, ou publier sur Facebook, pourrait cocher Messenger uniquement.

Sur les 4003 répondant·es, 53 déclarent ne pas utiliser de réseau social. La majorité (58 %) de ces non-utilisateur·rices a moins de 14 ans.

LE TOP 3

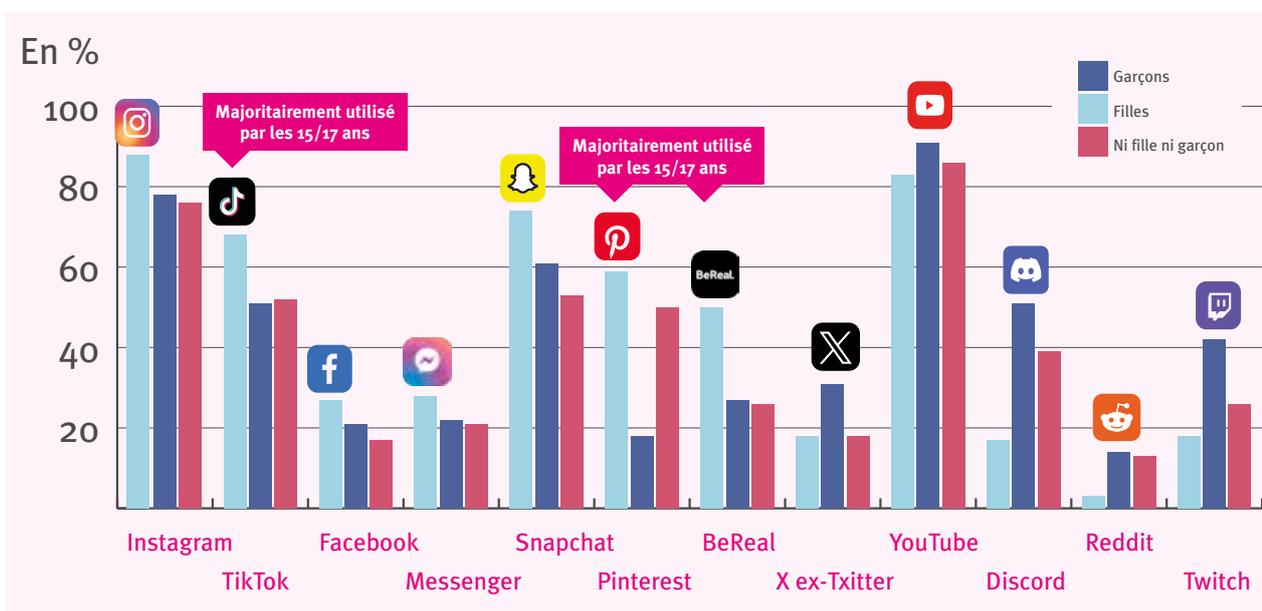


➤ En 2023, comme en 2019 et 2017, le top 3 des réseaux sociaux les plus utilisés par les jeunes reste YouTube (86 %), Instagram (83 %) et Snapchat (67 %).

Si la proportion de jeunes utilisant YouTube semble stable dans le temps, on voit que :

- Instagram a une forte progression (51 % en 2017, 75 % en 2019 et 83 % en 2023)
- TikTok qui était stable entre 2017 (25 %) et 2019 (29,5 %) connaît également une forte progression en 2023 (60 %)
- Discord qui n'était pas cité en 2017 passe de 10,5 % en 2019 à 33 % en 2023
- Twitch qui n'était pas cité en 2017 passe de 8 % en 2019 à 39 % en 2023
- Pinterest connaît la plus grosse progression en passant en 2019 de 10 % à 42 % en 2023
- Facebook perd 3,5 points
- Snapchat qui avait progressé de 18 points entre 2017 et 2019 en a perdu 12 en 2023.

UNE UTILISATION GENRÉE DES RÉSEAUX SOCIAUX



➤ Les applications Instagram, Snapchat, BeReal, Pinterest, TikTok sont plus utilisées par les répondant-es se déclarant « filles ».
Les applications YouTube, Reddit, X, Discord et Twitch sont plus utilisés pas les les répondant-es se déclarant « garçons ».
Les réponses des répondant-es ne se déclarant « ni fille ni garçon » se rapprochent des réponses des répondant-es se déclarant « filles ».

En moyenne, les répondant-es se déclarant « filles » utilisent 5,6 applications ; les répondant-es se déclarant « garçons » utilisent 5,3 applications et les répondant-es ne se déclarant « ni fille ni garçon » utilisent 5,1 applications.

À l'exception de YouTube (82 %) et de Snapchat (60 %), les répondant-es de 11 ans déclarent utiliser peu les réseaux sociaux. Cette utilisation s'accélère dès 12 ans puis de manière encore plus considérable à partir de 14 ans.

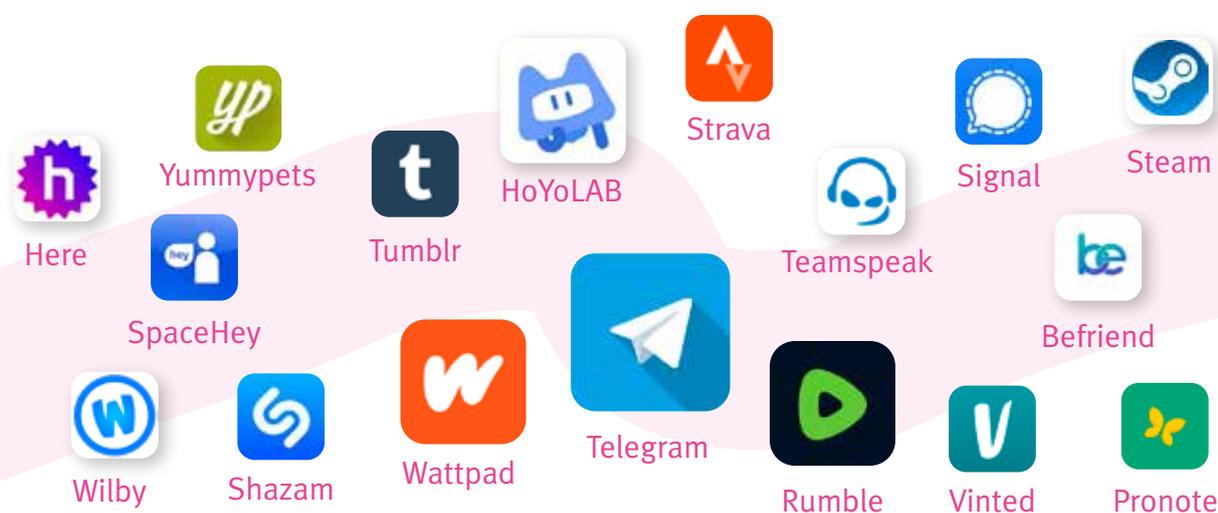
➤ LES AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX UTILISÉS PAR LES JEUNES

➤ Dans les réseaux sociaux proposés à la question précédente, nous n'avons pas inclus « WhatsApp ». Aussi, dans l'espace d'expression libre leur permettant d'ajouter des réseaux sociaux que nous n'avons pas listés, 253 répondant-es ont précisés « WhatsApp ». Il nous semble que cette occurrence aurait été beaucoup plus élevée si nous avions proposé cette application dans la liste à cocher.

Par ailleurs voici une liste des « réseaux sociaux » proposés spontanément par les répondant-es. Il

est intéressant de noter qu'il y avait parfois des commentaires pour expliquer ce qu'était ce réseau social montrant la conscientisation de la faible popularité du réseau social ou encore pour justifier la raison (« WhatsApp pour rester en contact avec ceux qui n'ont pas Instagram [...] »).

Il apparaît que certain-es ont considéré l'ensemble de leurs applications comme étant des « réseaux sociaux ».



LEXIQUE

DÉCRYPTAGE

Réseau Yummypets : Réseau social pour les propriétaires d'animaux de compagnie

Signal : Application de messagerie chiffrée

Tumblr : Plateforme de micro-blogging, en vogue dans les années 2010

Vinted : Plateforme de vente et d'achat d'articles d'occasion

SpaceHey : Réseau social, créé comme un hommage à MySpace

Steam : Plateforme de distribution de jeux vidéo, de communication (notamment lors de parties multi-joueurs)

Strava : Application d'enregistrement des activités sportives et de partage. On peut y suivre les autres sportifs et voir leurs activités.

Befriend : Application de rencontres « amicales » pour adolescents sur Snapchat

Shazam : Application de reconnaissance de musique

Pronote : Logiciel de vie scolaire

Wilby : Réseau social s'apparentant à un « Facebook » pour enfants (réseau d'ami-es, jeux éducatifs...)

HoYoLab : Forum pour gamer-euses

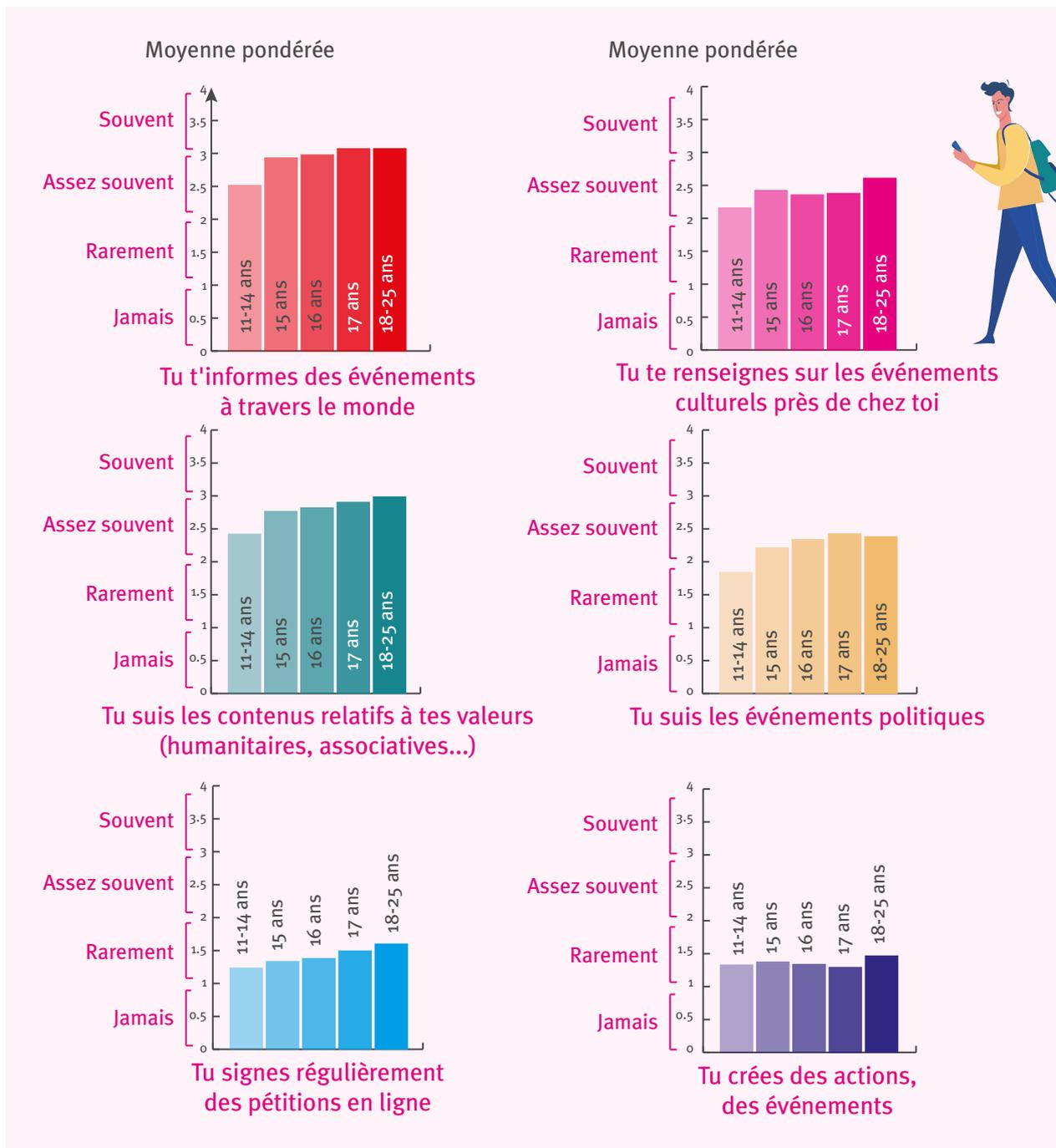
Wattpad : Média social de partage d'écrits (poèmes, fanfictions, articles...)

Rumble : Plateforme de vidéos, non modérée, bloquée en France. Source de contenus conspirationnistes, de propagande...

Telegram : Application de messagerie chiffrée, propose également des canaux thématiques

CE QUE FONT LES JEUNES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

➤ CE QUE FONT LES JEUNES EN FONCTION DE L'ÂGE



➤ Contenus relatifs à leurs valeurs :

Plus l'âge avance, plus les jeunes déclarent suivre des contenus en adéquation avec leurs valeurs (10 % des 11 ans contre 38 % des 19-25 ans disent en suivre « Souvent ». Inversement 47 % des 11 ans disent n'en suivre « Jamais » contre 7 % des 19-25 ans).

➤ Évènements politiques :

On retrouve la même tendance pour le fait de suivre les événements politiques à travers le monde (3 % des 11 ans déclarent en suivre « Souvent » contre 17 % des 19-25 ans ; 66 % des 11 ans déclarent n'en suivre « Jamais » contre 16 % des 19-25 ans).

37,5 % des jeunes interrogé-es déclarent suivre « Souvent » ou « Assez souvent » les événements politiques sur les réseaux sociaux.

Ce chiffre augmente à 45,75 % si l'on considère uniquement les jeunes en âge de voter, c'est à dire 18 ans et plus.

67 % des jeunes déclarent ne jamais signer de pétition en ligne.

➤ Évènements culturels :

36 % des 11 ans déclarent ne jamais se renseigner sur les événements culturels près de chez elles et

eux en ligne, contre 4 % des 19-25 ans.

A l'inverse, 37 % des 19-25 ans déclarent se renseigner souvent, contre 8 % des 11 ans.

Les répondant-es se déclarant « filles » disent avoir tendance à plus se renseigner sur les événements près de chez elles (16 % « Souvent », 33 % « Assez souvent »), tandis que 21 % des répondant-es se déclarant « garçons » garçons disent ne « Jamais » se renseigner en ligne sur les événement près de chez eux.

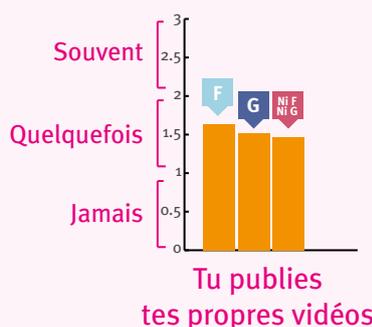
47 % des jeunes déclarent ne jamais créer d'actions ou d'évènements en ligne.

➤ CE QUE FONT LES JEUNES EN FONCTION DU GENRE

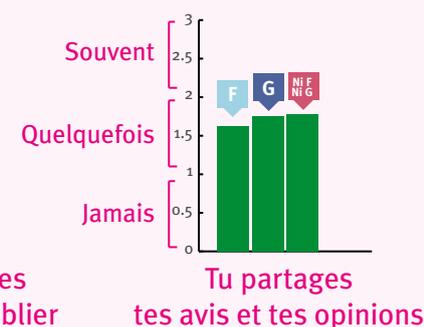
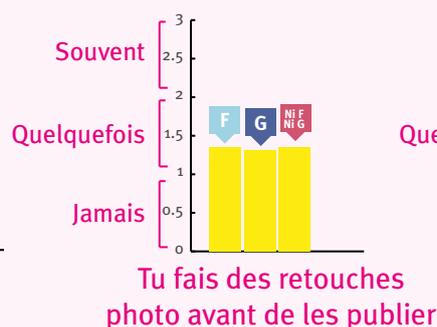
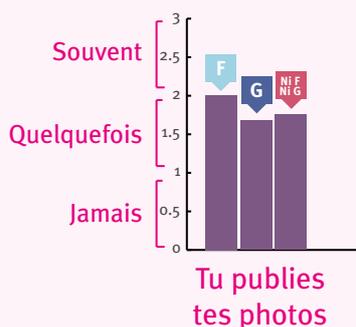
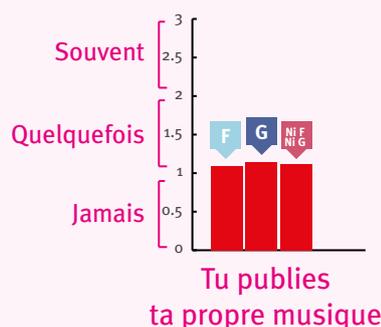


F Filles
G Garçons
Ni F
Ni G

Moyenne pondérée



Moyenne pondérée



➤ Parmi celles et ceux qui ont répondu « Souvent » à l'affirmation « Tu publies tes propres vidéos » : 61 % se déclarent « filles » et 33 % se déclarent « garçons ».

➤ Parmi ceux qui ont répondu « Jamais » à l'affirmation « Tu partages ton avis et tes opinions » : 56 % se déclarent « filles » et 37 % se déclarent « garçons ».

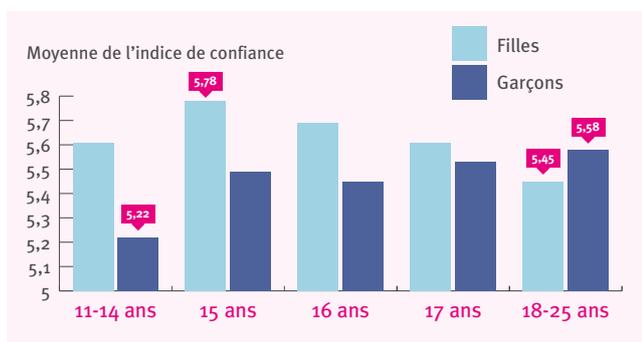
04.

Esprit critique

LA CONFIANCE DANS LES INFORMATIONS TROUVÉES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

➤ QUEL DEGRÉ DE CONFIANCE EN FONCTION DE L'ÂGE ET DU GENRE ?

Sur l'ensemble des traitements liés à ces questions, il apparaît nettement une différenciation genrée des réponses et des tendances.

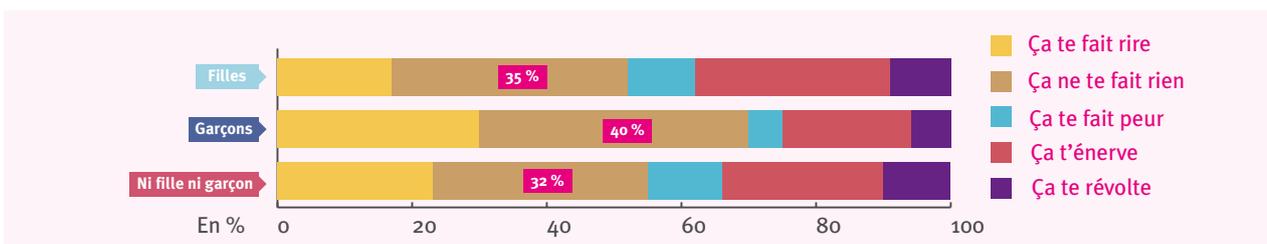


→ Lecture : Les filles de 11 à 17 ans accordent moins de confiance à ce qu'elles voient que les garçons au même âge.

➤ Sur la base d'une notation de confiance déclarative, de 1 : « tu as tout le temps confiance en ce que tu lis ou vois », à 9 : « tu vérifies tout ce que tu vois sur les réseaux sociaux », il apparaît que ce sont les jeunes se déclarant « garçons » de 11-14 ans qui sont le plus confiants dans les informations circulant sur les réseaux sociaux. Parallèlement à ça ce sont les répondant-es se déclarant « filles » de 15 ans qui auraient le plus tendance à être plus prudentes.

La tendance serait que les répondant-es se déclarant « filles » aient de plus en plus confiance dans les réseaux sociaux en grandissant alors même que ce serait l'inverse pour les répondant-es se déclarant « garçons ».

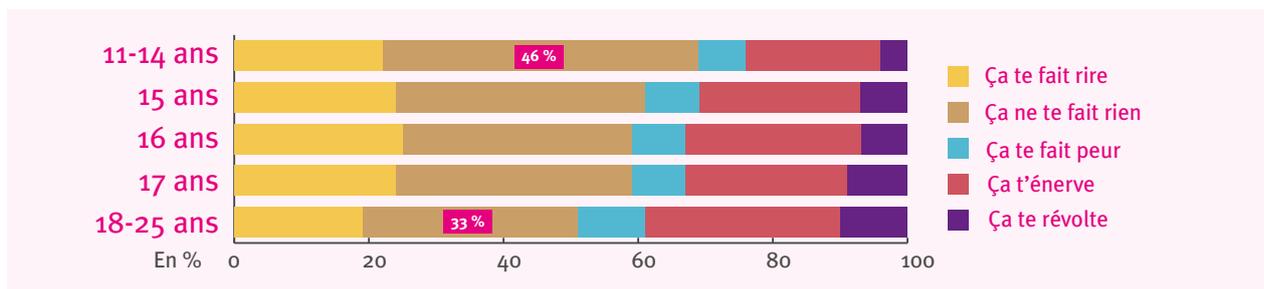
➤ QUELLES RÉACTIONS FACE AUX FAKE-NEWS ? EN FONCTION DU GENRE



➤ Les répondant-es se déclarant « garçons » répondent davantage « ça te fait rire » ou « ça ne te fait rien » que

les répondant-es se déclarant « filles » face à ce qu'elles et ils reconnaissent être des « fake-news ».

> EN FONCTION DE L'ÂGE

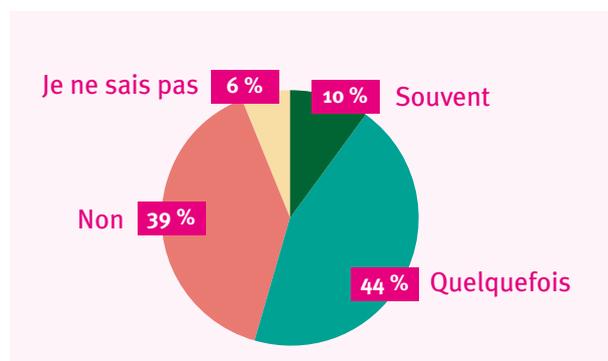


> Il apparaît qu'en grandissant, les jeunes deviennent moins indifférent-es face aux fake-news (46 % des 11-14 ans ont répondu « Ça ne te fait rien » contre 33 % des 18-25 ans).

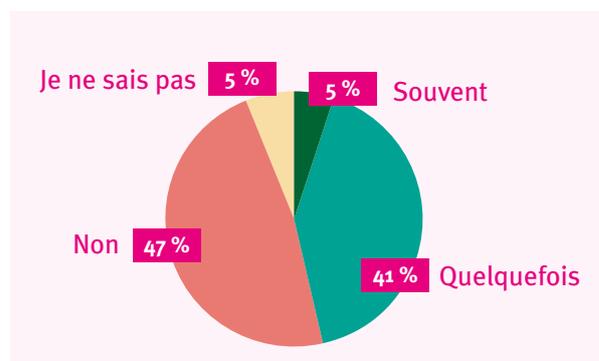
Les fake-news provoquent des émotions négatives (« Ça te fait peur » ; « Ça t'énerve » ; « Ça te révolte ») : chez 31 % des 11-14 ans, chez 39 % des 15 ans, chez 41 % des 16 ans, chez 41 % des 17 ans, chez 49 % des 18-25 ans

L'INFLUENCE DES RÉSEAUX SOCIAUX SUR LES JEUNES

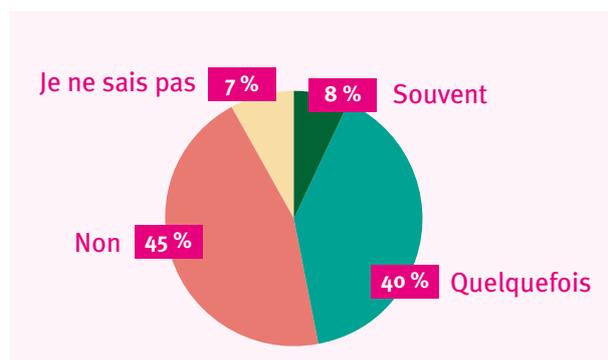
> LES RÉSEAUX SOCIAUX INFLUENCENT-ILS TES ACHATS ?



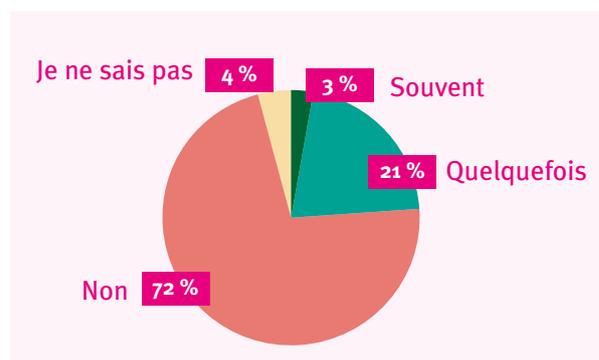
> AS-TU DÉJÀ CLIQUÉ SUR UNE PUBLICITÉ SUGGÉRÉE ?



> AS-TU DÉJÀ CLIQUÉ SUR DU CONTENU SPONSORISÉ ?



> AS-TU DÉJÀ FAIT UN ACHAT SUR LES CONSEILS D'UN·E INFLUENCEUR·SE ?

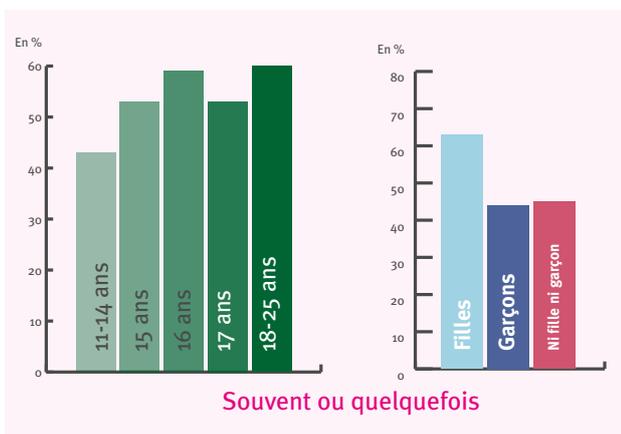


À la fois, il y a une assez bonne conscientisation des jeunes sur l'influence des réseaux sociaux sur leurs achats mais la réponse aux trois autres questions sur la publicité, les contenus sponsorisés et les influenceur·ses semblent marquer une petite résistance à ce qu'ils et elles décèlent comme étant des incitations à l'achat. La marque de résistance la plus prononcée étant celle sur les achats faits sur les conseils d'un·e influenceur·se.

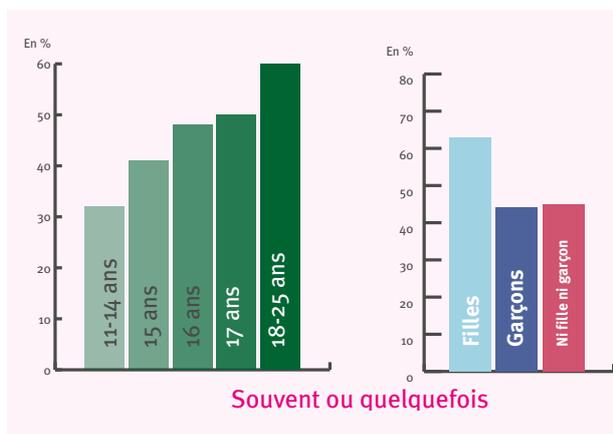
Il nous apparaît donc que 54% des jeunes qui déclarent que les réseaux sociaux influencent leur achat est un chiffre qui révèle un fort taux de conscientisation de l'influence des réseaux sociaux sur elles et eux.

➤ EN FONCTION DE L'ÂGE ET DU GENRE

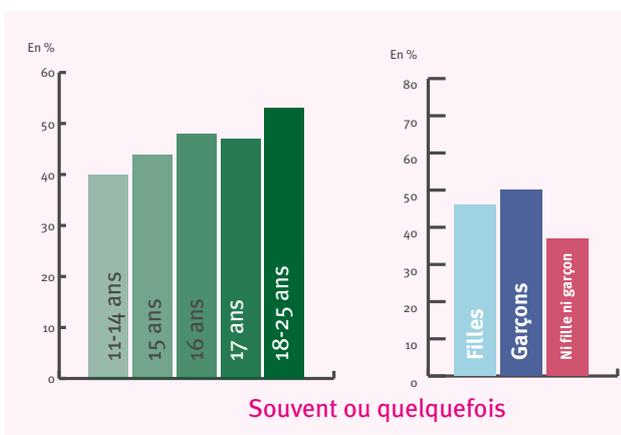
➤ LES RÉSEAUX SOCIAUX INFLUENCENT-ILS TES ACHATS ?



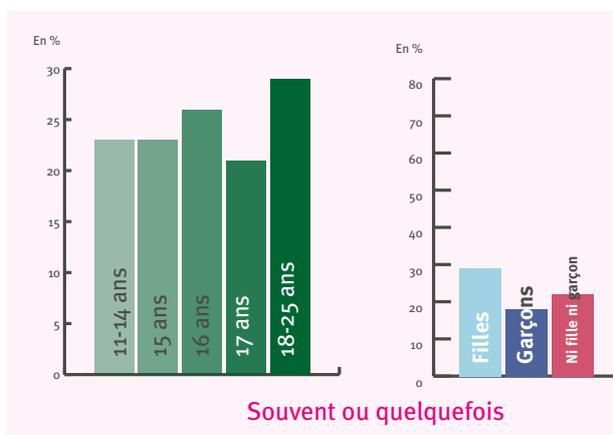
➤ AS-TU DÉJÀ CLIQUÉ SUR UNE PUBLICITÉ SUGGÉRÉE ?



➤ AS-TU DÉJÀ CLIQUÉ SUR DU CONTENU SPONSORISÉ ?



➤ AS-TU DÉJÀ FAIT UN ACHAT SUR LES CONSEILS D'UN·E INFLUENCEUR·SE ?



> SELON L'ÂGE

> Pour chacune des questions, il apparaît qu'en grandissant, les réponses tendent davantage vers une affirmation de l'influence (Souvent ou Quelquefois).

Une étude plus poussée permettrait de répondre à l'hypothèse que nous formulons ainsi : « plus les jeunes sont âgé-es, plus elles et ils ont conscience de l'influence exercée par les réseaux sociaux ».

Quoi qu'il en soit, ce facteur d'âge invite les professionnels de la jeunesse à accompagner cette prise de conscience en l'assortissant d'une éducation à l'esprit critique.

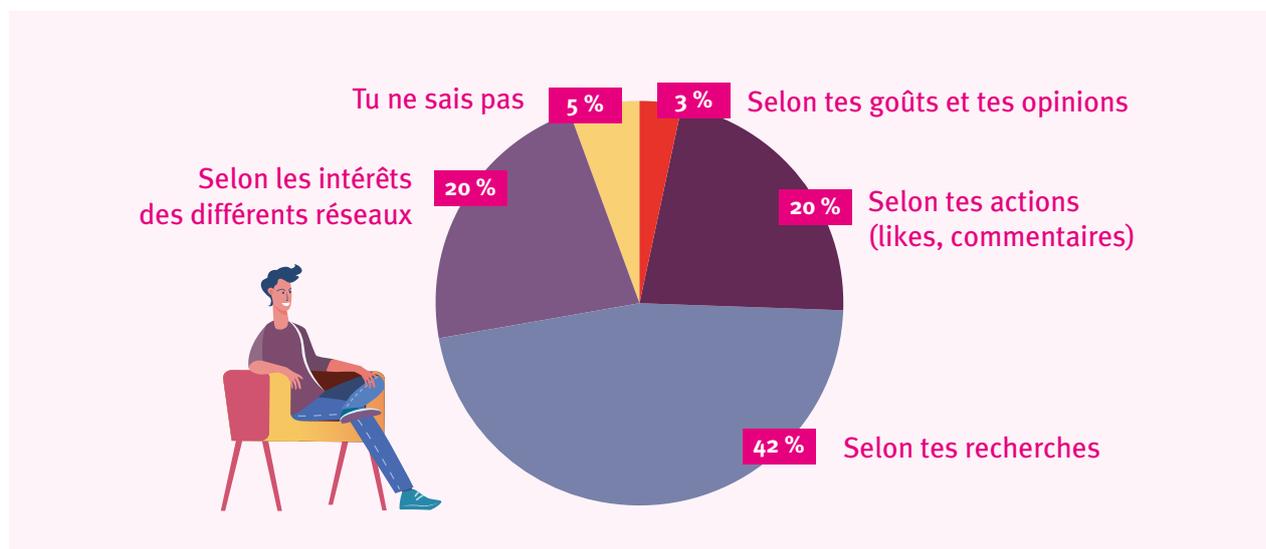
> SELON LE GENRE

> Il apparaît que les personnes qui se déclarent « garçons » ont tendance à répondre plus majoritairement « non » que les personnes qui se déclarent « filles ».

Si les répondant-es se déclarant « filles » disent plus que les réseaux sociaux influencent leurs achats, **elles déclarent par ailleurs ne pas être sensibles aux publicités, contenus sponsorisés et conseils des influenceurs-euses.**

Pour les répondant-es se déclarant « garçons », les réponses retrouvent les mêmes proportions entre l'influence des réseaux sociaux sur leurs achats et la sensibilité aux publicités et contenus sponsorisés. Cependant la modalité « influenceur-euse » récolte chez les répondant-es se déclarant « garçons », le taux le plus bas d'adhésion sur l'ensemble des questions de ce thème.

> SELON TOI, D'OÙ VIENNENT LES CONTENUS SUGGÉRÉS ?



> De manière générale, on remarque que plus l'âge avance, plus les jeunes ont conscience que le contenu n'apparaît pas par hasard sur leur fil d'actualité.

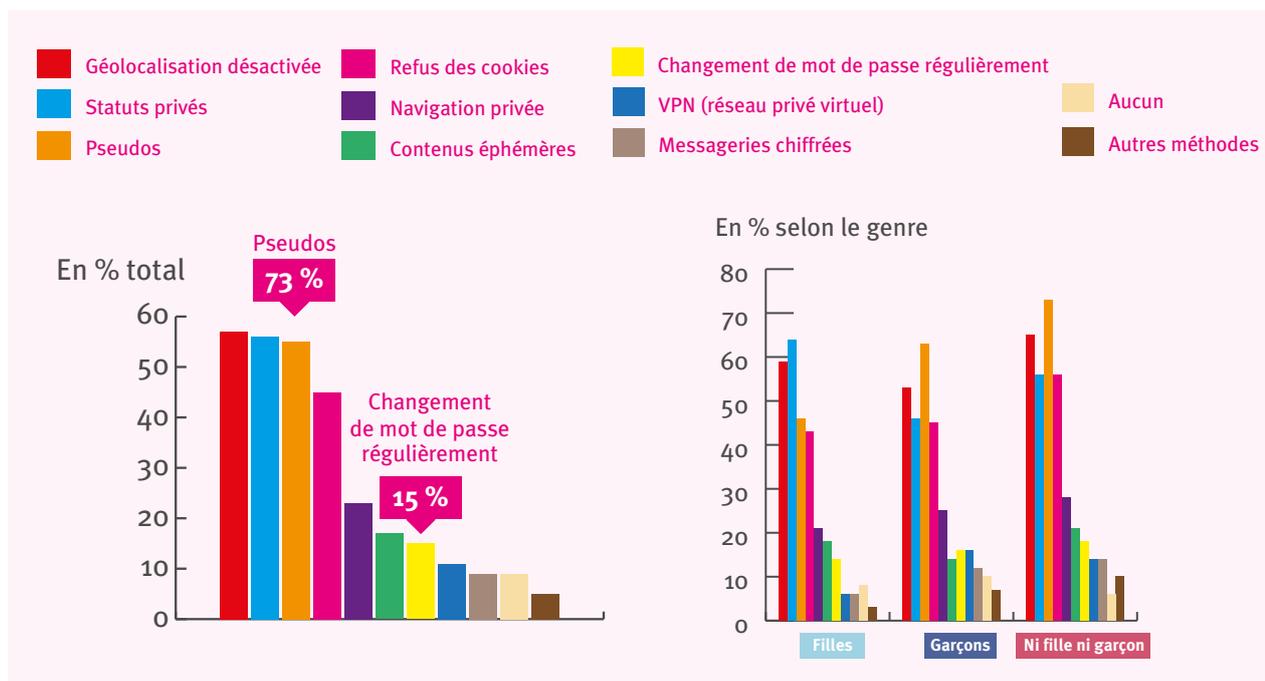
Seul 5 % des jeunes déclarent ne pas savoir comment les contenus sont suggérés, ce qui montrerait une réelle conscientisation des mécanismes de suggestion dans les réseaux sociaux et autres médias numériques.

05.

L'identité numérique : conscientisation & moyens d'action

LES MOYENS PRIVILÉGIÉS POUR PROTÉGER SA VIE PRIVÉE

➤ QUELS MOYENS PRIVILÉGIÉS, PARMIS CEUX PROPOSÉS, UTILISES-TU POUR PROTÉGER TA VIE PRIVÉE ?



➤ EN GÉNÉRAL

Parmi les réponses proposées, plus de la moitié des répondant-es déclarent désactiver leur géolocalisation ou utiliser des statuts privés et des pseudonymes ; 45 % refusent les cookies ; 23 % utilisent la navigation privée.

Changer de mot de passe régulièrement et utiliser des VPN et des messageries chiffrées semblent être des solutions moins utilisées par les jeunes.

Notons que 9 % des jeunes répondent n'utiliser aucun moyen pour protéger leur vie privée sur les réseaux sociaux et 5 % utilisent une méthode que nous n'avons pas proposée.

➤ PAR GENRE

Les statuts privés sont principalement utilisés par les répondant-es se déclarant « filles »

(64 % des répondant-es se déclarant « filles » en utilisent contre 46 % des répondant-es se déclarant « garçons »), tandis que l'utilisation de pseudos et l'utilisation de VPN sont citées majoritairement par des répondant-es se déclarant « garçons ». Cela semble être en adéquation avec l'utilisation genrée des réseaux sociaux.

Notons que les chaînes de streaming (qui semblent être majoritairement regardées par les personnes se déclarant « garçons ») passent beaucoup

de publicité pour les VPN ; ainsi les personnes se déclarant « garçons » sont peut-être plus sensibilisées à l'existence de cette méthode et à ses conséquences sur la protection de la vie privée sur les réseaux sociaux.

On peut imaginer que les principaux moyens de sécurisation sont liés à masquer son identité dans un contexte du quotidien (école, famille, ami-es) : pas de géolocalisation, statuts privés et pseudonymes sont privilégiés, avec une prédominance des personnes genrées « filles » plus concernées par les risques de sollicitations non désirées ou de harcèlement.

➤ MESSAGERIE CHIFFRÉE

Il est intéressant de noter que 9 % des jeunes interrogé-es déclarent se servir d'une messagerie chiffrée, alors même que des applications comme Messenger, Whatsapp, Telegram utilisent le chiffrement. **Cela tendrait à démontrer un manque d'information ou de compréhension des outils utilisés.**

➤ SÉCURISATION TECHNIQUE

La partie technique de la sécurisation (VPN, navigation privée, changement de mots de passe) est plutôt le fait de personnes se déclarant « garçons », public plus incité socialement à modifier et paramétrer ses appareils numériques. Reste à savoir si cette utilisation de solutions techniques est bien la conséquence d'une compréhension des risques, ou le fait de masquer sa connexion pour l'utilisation de streaming hors UE ou de téléchargement illégal.

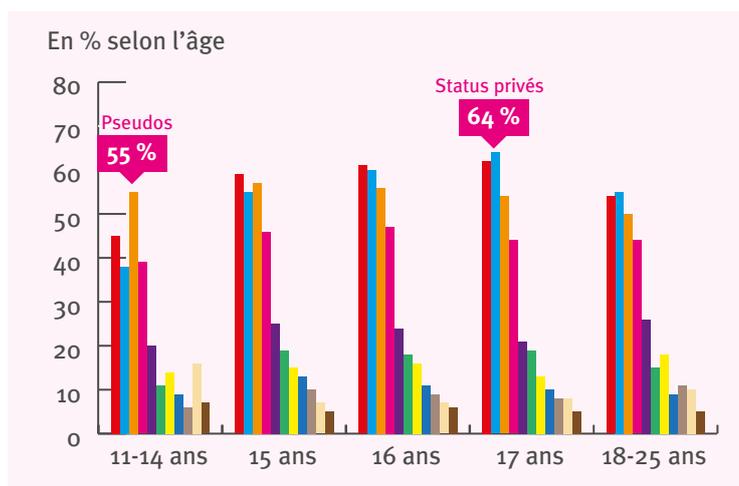
➤ AUTRES MÉTHODES

À la question, « par quelle autre méthode protèges-tu ta vie privée en ligne, 4 solutions qui se dessinent : ne publie rien, ne publie rien de personnel, utilise un outil (approprié ou non), parle de mot de passe.

Souvent les moyens sont peu utilisés chez les moins de 15 ans, puis ça augmente sur la tranche 15-17 et ça redescend un petit peu ensuite.

Le choix de publier très peu, voire rien, semble être le choix supplémentaire pris pour protéger sa vie privée. Certain-es déclarent même n'avoir aucun compte sur un réseau social. Cependant, il faut se garder d'extrapoler ces choix à l'ensemble des jeunes : la majorité des personnes préfèrent opter pour l'anonymisation de leur contenu.

Et là aussi, des solutions techniques encore plus spécifiques (TOR, DNS, Linux, serveur perso...) apparaissent, mais sont loin d'être des alternatives grand public.



À NOTER

UNE MÉCONNAISSANCE DE LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

Il apparaît que les jeunes semblent ne pas savoir réellement ce que signifie protéger sa vie privée.

Se pose ici la question de savoir si elles et ils ont complètement conscience des dangers.

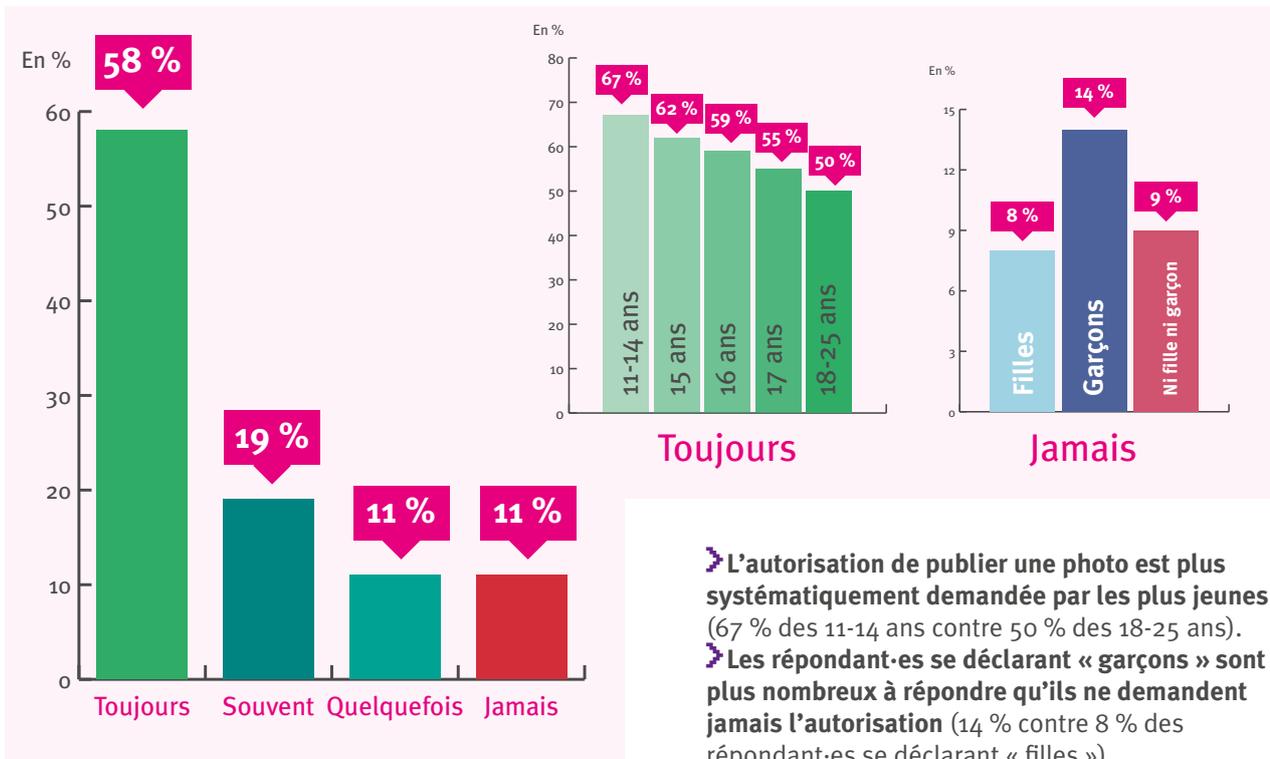
Nous émettons l'hypothèse qu'elles et ils essaient de se protéger mais ne savent pas comment faire, peut-être en lien avec un problème d'accès à l'information.

C'est significatif de penser qu'utiliser un pseudonyme protège sa vie privée.

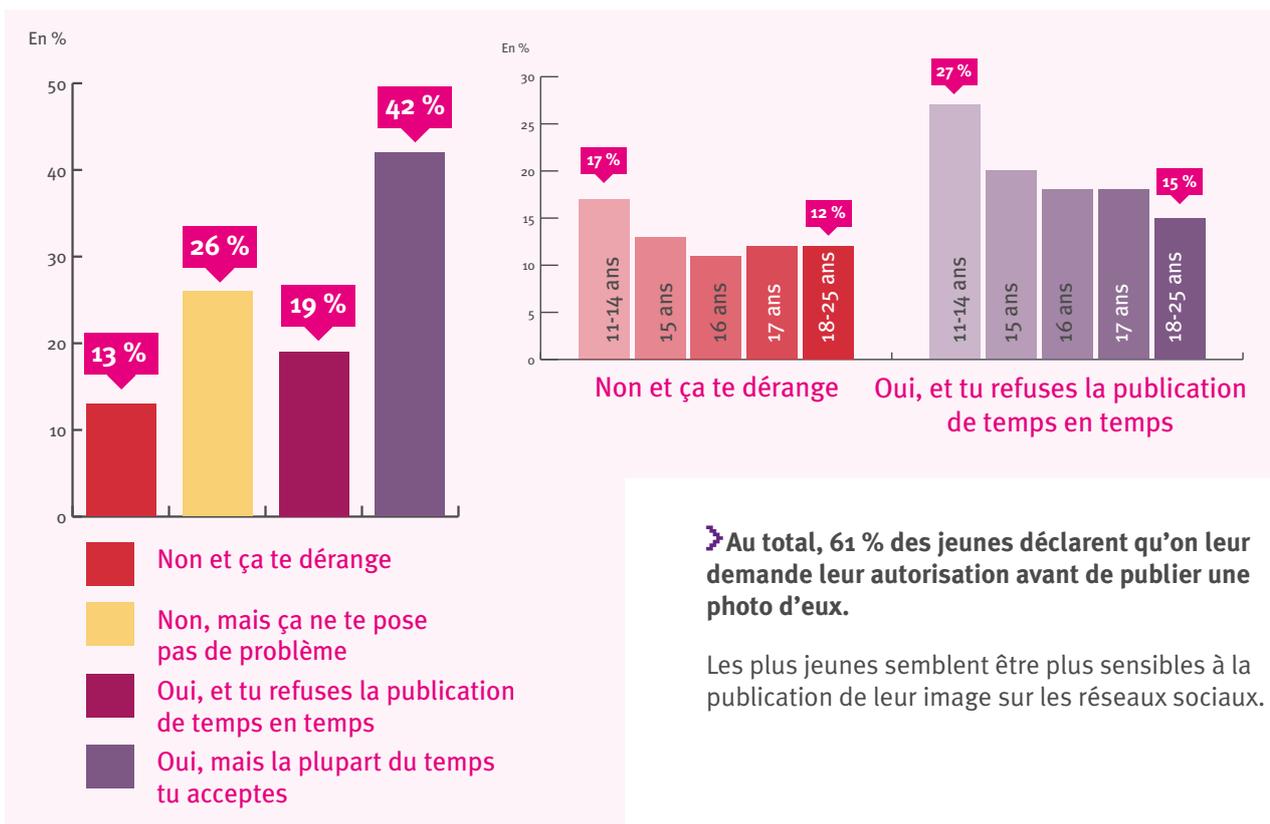
Pensent-elles et ils que si elles et ils ne font rien, ça leur assure une protection ? (exemple des photos : si je n'en publie pas je suis protégé-e)

À plusieurs reprises revient le fait que les parents ont un rôle à jouer, dans les autres méthodes citées pour protéger sa vie privée, entre-autre avec le contrôle parental.

DEMANDES-TU L'AUTORISATION AUX AUTRES AVANT DE PUBLIER LEURS PHOTOS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



EST-CE QU'ON TE DEMANDE TON AUTORISATION AVANT DE POSTER UNE PHOTO DE TOI ?

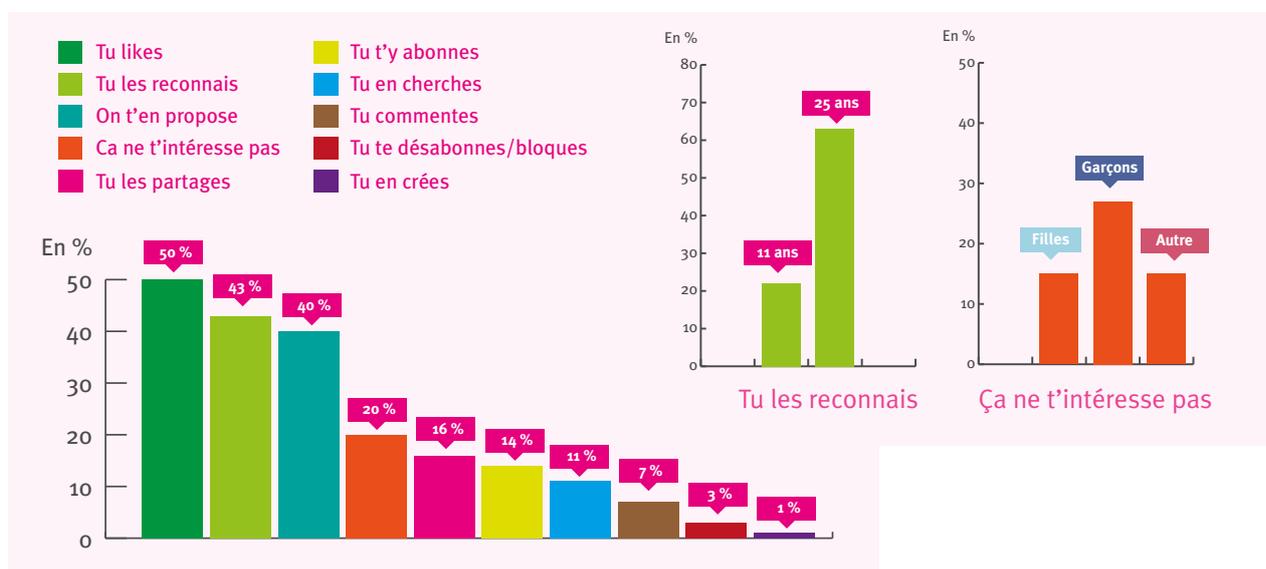


06.

L'impact environnemental des pratiques numériques : conscientisation, changements de pratique & espaces d'échanges

ACTIONS DES JEUNES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX FACE AUX CONTENUS SUR LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

➤ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, DES CONTENUS SUR LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX...



Les jeunes déclarent en grande majorité avoir une action positive face aux contenus sur les enjeux environnementaux. Pour autant, les réponses montrent qu'elles et ils consomment des contenus plutôt que de commenter, s'abonner ou créer les contenus.

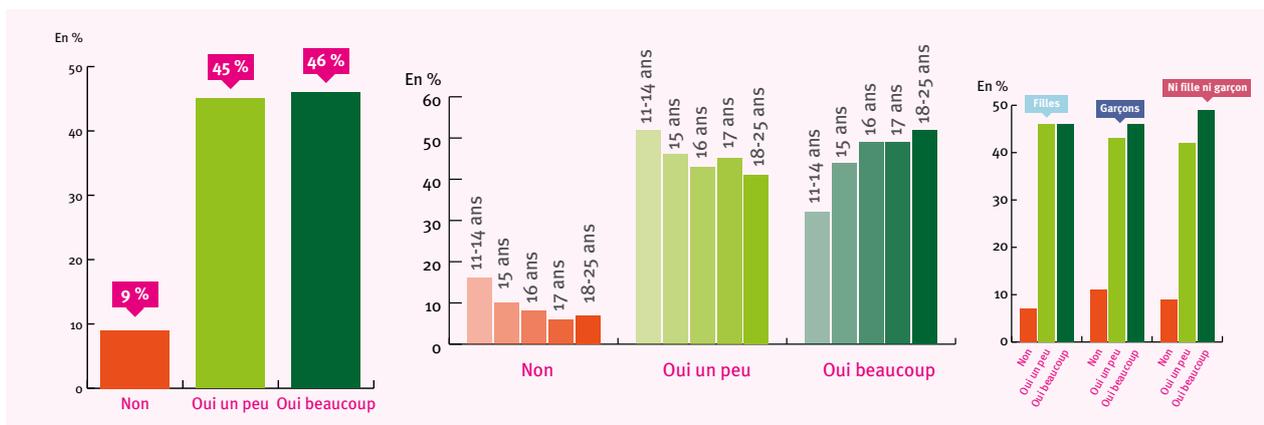
Notons une évolution en fonction de l'âge :

- « Tu les reconnais » augmentation proportionnelle avec l'âge : 22 % à 11 ans et 63 % à 25 ans
- « Ça ne m'intéresse pas » baisse avec l'âge : 30 % à 11 ans et 4 % à 25 ans

Les personnes se déclarant « filles » ou « ni fille ni garçon » semblent être plus sensibles aux contenus sur les enjeux environnementaux sur les réseaux sociaux : 27 % des personnes se déclarant « garçons » disent que ça ne les intéresse pas, contre 15 % des personnes se déclarant « filles » et 15 % des personnes se déclarant « ni fille ni garçon ».

En croisant ces résultats avec ceux d'autres questions, on constate que : 64 % des sondés qui ont répondu « tu likes », suivent aussi des événements politiques.

EST-CE QUE TU PENSES QUE LES USAGES NUMÉRIQUES (EN GÉNÉRAL) ONT UN IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT ?



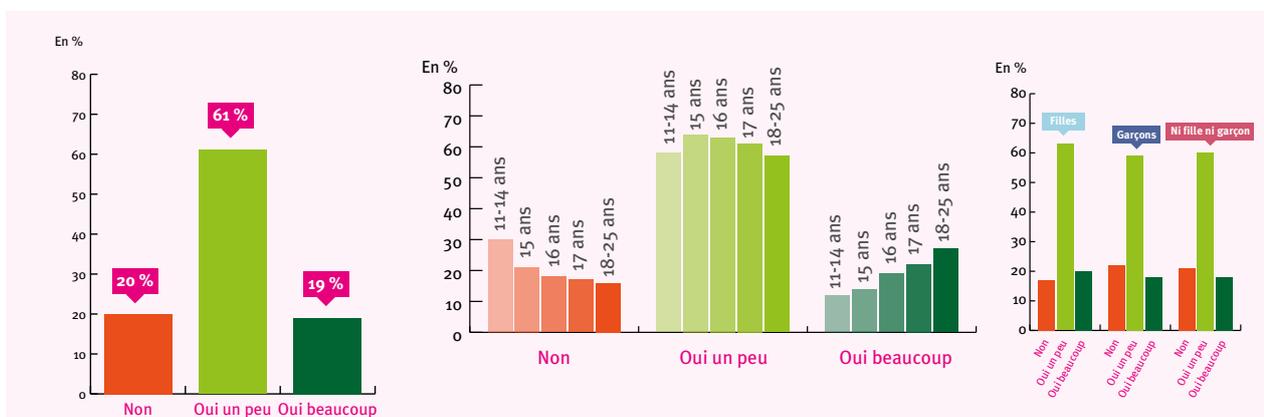
91 % des répondant-es pensent que les usages numériques ont un impact sur l'environnement.

Il serait intéressant ici de savoir quel degré de conscientisation elles et ils ont par rapport à l'impact des usages numériques, de connaître par quel moyen elles et ils ont eu accès à cette conscientisation et de la mettre en rapport avec des données concernant les plus de 25 ans.

La conscientisation sur les impacts environnementaux des usages numériques semblent augmenter avec l'âge, passant de 84 % pour les jeunes de 11-14 ans à 94 % pour les jeunes de 17 ans.

Les personnes se déclarant « filles » ou « ni fille ni garçon » semblent avoir un degré de conscientisation légèrement supérieur.

ET TES USAGES NUMÉRIQUES PERSONNELS, PENSES-TU QU'ILS ONT UN IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT ?



80 % des répondant-es pensent que leurs usages numériques personnels ont un impact sur l'environnement.

Parmi ces 80 %, 3 fois plus répondent « oui un peu » (61%) que « oui beaucoup » (19%).

Plus l'âge augmente, plus les jeunes déclarent avoir conscience de l'impact environnemental de leurs usages numériques passant de 70 % pour les jeunes de 11-14 ans à 83 % pour les jeunes de 17 ans.

Les personnes se déclarant « filles » semblent avoir un degré de conscientisation de 5 points supérieur à celui des personnes se déclarant « garçons ».

Si on met en regard les deux questions :

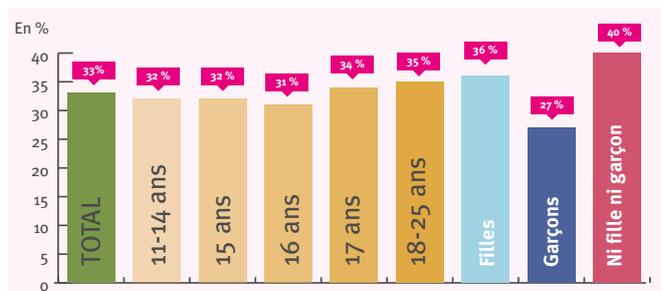
- 12,9% des jeunes interrogé-es pensent que les usages numériques ont un impact sur l'environnement, mais pas leurs usages personnels. Cette tendance diminue avec l'âge : 18,6 % des 11-14 ans pensent que les usages numériques ont un impact sur l'environnement mais pas leurs usages personnels contre 10,1 % des 18-25 ans.

- 27 % des jeunes interrogé-es répondent « oui beaucoup » à la question sur l'impact des usages numériques sur l'environnement mais « oui un peu » sur l'impact de leurs usages personnels.

En croisant ces résultats avec ceux d'autres questions, on constate que 59 % des jeunes qui pensent que leurs pratiques numériques ont un impact sur l'environnement, suivent aussi des événements politiques ou ont déjà signé des pétitions en ligne.

MODIFICATIONS DES HABITUDES NUMÉRIQUES DES JEUNES FACE AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

➤ AVEZ-VOUS MODIFIÉ VOS HABITUDES NUMÉRIQUES PAR RAPPORT AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ?



➤ **33 % des répondant-es déclarent modifier leurs habitudes numériques face aux enjeux environnementaux.** Cette donnée est constante dans toutes les classes d'âge de 11 à 25 ans. Cependant, les personnes qui se déclarent « garçons » semblent modifier sensiblement moins leurs habitudes que les personnes qui se déclarent « filles » et « ni fille ni garçon ».

En croisant ces résultats avec ceux d'autres questions, on constate que :

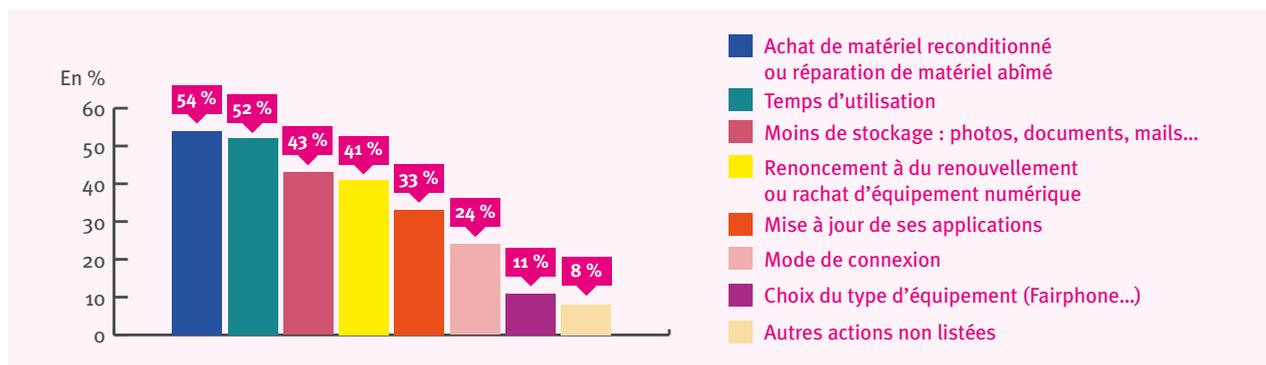
- **parmi les jeunes** qui pensent que leurs usages numériques ont un impact environnemental, 36,6 % ont modifié leurs habitudes ;

- **parmi les répondant-es se déclarant « filles »** qui pensent que leurs usages numériques ont un impact environnemental, 39,3 % ont modifié leurs habitudes ;

- **parmi les répondant-es se déclarant « garçons »** qui pensent que leurs usages numériques ont un impact environnemental, 31,4 % ont modifié leurs habitudes.

Il semble donc que les personnes se déclarant « filles » passent plus à l'action que les personnes se déclarant « garçons ».

➤ SI OUI, DE QUELLE MANIÈRE AVEZ-VOUS MODIFIÉ VOS HABITUDES POUR PRENDRE EN COMPTE LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ?



➤ Cette question n'était ouverte qu'aux jeunes ayant déclaré avoir modifié leurs habitudes face aux enjeux environnementaux. Ainsi, **1316 jeunes ont répondu à cette question.**

Parmi les choix proposés, plus de la moitié des jeunes déclarent acheter du matériel reconditionné ou faire réparer leur matériel abîmé et réduire leur temps d'utilisation comme réponse à l'impact environnemental de leurs usages numériques.

41 % déclarent renoncer à l'achat de nouvel équipement et 11 % se tournent vers des équipements à faible impact environnemental.

C'est donc par le choix de consommation que les jeunes agissent en priorité pour prendre en compte les enjeux environnementaux de leurs usages numériques.

Vient en deuxième action celle de l'utilisation (temps d'utilisation, mode stockage, mise à jour et mode de connexion).

À NOTER

UNE CONSCIENCE ACCRUE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

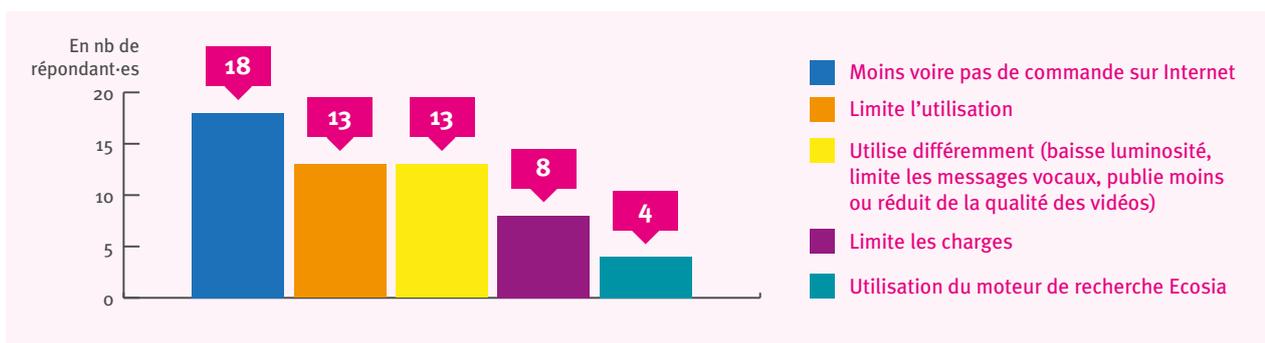
1/3 des jeunes disent avoir modifié leurs habitudes face aux enjeux environnementaux.

Elles et ils semblent avoir une conscience accrue des enjeux environnementaux, des impacts des pratiques numériques sur ces enjeux et sont actrices et acteurs de changement.

Les personnes se déclarant « filles » et « ni fille ni garçon » semblent avoir un degré de conscientisation et passer à l'action de façon significativement supérieure que les personnes se déclarant « garçons ».

AUTRES MOYENS D'ACTION DES JEUNES POUR RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LEURS PRATIQUES NUMÉRIQUES

DE QUELLE MANIÈRE LES JEUNES QUI DÉCLARENT AVOIR MODIFIÉ LEURS HABITUDES NUMÉRIQUES PAR RAPPORT AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX L'ONT FAIT ?



« Je n'achète plus sur Internet pour éviter les livraisons à domicile et les emballages superflus »

« J'optimise toute tâche informatique sur mon PC pour diminuer sa consommation et augmenter la durée de vie des composants »

« Le mode sombre sur mon téléphone permet d'économiser de la batterie et donc de le recharger moins souvent »

« Un appareil est composé à 50% de matériel et 50% de logiciel. Pour lutter contre l'obsolescence programmée, on peut utiliser l'open source »

« Je me renseigne sur la fabrication des produits que j'achète et leur provenance »

« Moins de partage sur les réseaux afin de ne pas rajouter de l'espace de stockage dans les serveurs »

Le moyen d'action le plus souvent cité dans les espaces d'expression libres permettant aux jeunes de citer les autres manières dont elles et ils ont modifié leurs habitudes numériques pour prendre en compte les enjeux environnementaux est la réduction voire l'absence de commande en ligne.

Viennent ensuite la réduction du temps d'utilisation de leurs appareils et applications numériques, une utilisation rationalisée de ces derniers (baisse de la luminosité, limitation des messages vocaux et réduction de la qualité des vidéos).

8 répondant-es expriment faire attention à la charge de leurs appareils et 4 citent l'utilisation du moteur de recherche Ecosia.

➤ AVEC QUI LES JEUNES ÉCHANGENT AU SUJET DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DU NUMÉRIQUE ?



➤ Notons ici que la plus grande proportion de réponses concerne « aucune des options proposées ».

Les répondant-es déclarent échanger de l'impact environnemental du numérique avec leur cercle de socialisation proche, à savoir leurs parents et leurs ami-es pour respectivement 35 % et 29 %.

➤ C'est un sujet de discussion qui revient plus souvent chez les personnes se déclarant « filles » (37 % ont répondu « aucun ») que chez les personnes se déclarant « garçons » (47 % ont répondu « aucun »).

➤ Plus l'âge avance, moins le sujet semble être abordé avec les parents. Cette variable est particulièrement vraie pour les 18-25 ans, ce qui correspond à l'âge moyen où l'enfant quitte le domicile parental.

La tendance s'inverse lorsque l'interlocuteur-riche est un-e ami-e.

Dans le milieu scolaire, le sujet est visiblement plutôt abordé à partir du lycée par les professeur-es : 27 % des jeunes lycéen-nés et 28 % des jeunes en études supérieures déclarent échanger sur l'impact environnemental du numérique avec leurs professeur-es, contre 16 % des jeunes collégien-nés.

MERCI

Nous tenons à remercier l'ensemble des nombreuses personnes ayant permis cette enquête : rédaction des questions, diffusion du questionnaire, analyse des résultats, rédaction de la synthèse.

Un remerciement particulier à l'association AnimaFac pour la mise à disposition gracieuse de leur outil de sondage.

À VOTRE SERVICE

Dans une logique de valorisation de ce travail collectif, le Collectif EducPopNum porté par le CRAJEP N-A est disponible pour venir présenter cette analyse dans vos structures.

Nous rappelons que le Collectif est ouvert à toutes structures ou personnes se reconnaissant dans ces valeurs et souhaitant s'y investir.

Collectif
Éducpop
NUM

E-mail : contact@educpopnum.org

Tél. : 06 65 92 15 15



Educpopnum Nouvelle-Aquitaine