



HAL
open science

LES PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES ADOLESCENTS, 2023

Sophie Jehel, Jean-Marc Meunier

► **To cite this version:**

Sophie Jehel, Jean-Marc Meunier. LES PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES ADOLESCENTS, 2023 : DÉSINFORMATION & VÉRIFICATION DE L'INFORMATION. Université Paris 8 - Saint-Denis; CLEMI; CEMEA. 2024. hal-04660930

HAL Id: hal-04660930

<https://hal.science/hal-04660930>

Submitted on 24 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

LES PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES ADOLESCENTS 2023

DÉSINFORMATION & VÉRIFICATION DE L'INFORMATION

**Une étude du CLEMI Sup
conduite
par Sophie Jehel
et Jean-Marc Meunier
de l'Université Paris 8**

Janvier 2024

Directrice de publication

Marie-Caroline Missir,
directrice générale de Réseau Canopé

Programmation éditoriale CLEMI SUP

Serge Barbet,
directeur du CLEMI

Virginie Sassoon,
directrice adjointe du CLEMI

Isabelle Féroc Dumez,
directrice scientifique et pédagogique du CLEMI

Lucas Chevalier,
chef de projets Europe et International du CLEMI

Coordination éditoriale

Sophie Schemoul,
responsable pôle communication du CLEMI

Coordination scientifique

Isabelle Féroc Dumez,
*Directrice scientifique du CLEMI et maître de conférences
en Sciences de l'information et de la communication,
Université de Poitiers, Laboratoire Techné.*

Auteurs

Sophie Jehel,
*professeure en Sciences de l'information
et de la communication, Université Paris 8,
Laboratoires Cemti, Carism
sophie.jehel@univ-paris8.fr*

Jean-Marc Meunier,
*maître de conférences en Psychologie cognitive,
Université Paris 8, Laboratoire Paragraphe.
Jean-Marc.Meunier@univ-paris8.fr*

Conception graphique et mise en page

Maya Palma
Designer graphique et illustratrice

ISBN

pour la version imprimée
978-2-240-05691-7

pour la version PDF
978-2-240-05692-4

Mentions légales
Cette étude européenne De Facto est une coproduction
Réseau Canopé/CLEMI CEMEA
Janvier 2024



Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information



Ce travail d'enquête quantitative a pour objectif l'exploration des pratiques informationnelles de lycéens scolarisés en classe de Première (en filière générale et en filières professionnelles), afin d'évaluer leur rapport à la « désinformation » et leurs pratiques de vérification de l'information. Au regard des 3 thèmes traités dans le rapport, il s'agit plus précisément d'identifier quels sont les médias d'information utilisés par les adolescents, de repérer leurs méthodes de vérification de l'information et la nature de leur relation à l'Education aux médias et à l'information (EMI). Ces résultats intéresseront particulièrement les chercheurs, les journalistes et les enseignants.

Cette étude a été commandée par le CLEMI, service de Réseau Canopé, et mise en œuvre dans le cadre du projet européen DE FACTO. Elle est le fruit d'une coopération avec les Ceméa au sein du dispositif de formation « Education Aux Ecrans », dispositif partenarial entre la Région Normandie, les Ceméa-Normandie, le CLEMI de l'académie de Normandie, Réseau Canopé et la DRAAF.

Le traitement statistique et l'analyse des données ont été réalisés par Sophie Jehel, professeure en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 8, CEMTI et Jean-Marc Meunier, maître de conférences en psychologie cognitive, Université Paris 8.

Les thèmes du rapport ont été développés en fonction du genre des élèves, en fonction de la filière scolaire suivie, et en fonction de la classe sociale des parents. Le corpus étudié est composé de 1 284 réponses à un questionnaire. L'échantillon global est réparti de façon équilibrée entre filles et garçons. La majorité des enquêtés ont entre 16 et 17 ans (88%). L'échantillon, significatif par sa taille, est orienté sur les filières professionnelles et les classes populaires, ce qui rend cette enquête particulièrement intéressante car il existe peu de données statistiques disponibles sur les pratiques numériques des moins de 18 ans en fonction de leurs classes sociales. La plupart des études tendent à montrer que les pratiques numériques, et en particulier les pratiques informationnelles, diffèrent sensiblement selon l'origine sociale.

Cette étude originale distingue trois profils de jeunes, en fonction de leurs pratiques de vérification de l'information : un premier profil d'adolescents qui privilégient une approche par le *Média* lui-même, et la confiance qu'ils lui accordent ; un deuxième profil désignant ceux qui se préoccupent de la dimension formelle du *Contenu* médiatique (la signature par un auteur, son titre) et un troisième profil rassemblant ceux qui cherchent d'abord à apprécier la *Cohérence* du contenu médiatique.

Nous espérons que cette étude pourra apporter des éléments nouveaux dans la compréhension des enjeux d'éducation chez les lycéens et de lutte contre les désordres informationnels ; ils sont au centre des préoccupations du CLEMI dans son travail d'éducation aux médias et à l'information, dans les synergies qu'il recherche par ses coopérations scientifiques et européennes.

Virginie Sassoon,

Directrice adjointe du CLEMI

Isabelle Féroc Dumez,

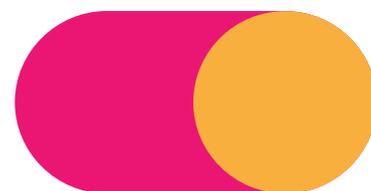
Directrice scientifique et pédagogique du CLEMI

SOMMAIRE

Méthodologie 05

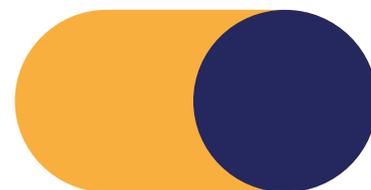
01

Les pratiques
informationnelles
des adolescents 08



02

Les pratiques
de vérification
de l'information 14



03

Impact
et réception
des séances d'EMI 20



À retenir 23

RAPPORT

MÉTHODOLOGIES DE RECUEIL ET DE TRAITEMENT DES DONNÉES DE L'ÉTUDE

Le questionnaire a été conçu en partenariat avec les Ceméa et le CLEMI, pour la réalisation du projet européen De Facto. Il contient 33 questions, dont 10 questions relatives à la situation sociale des enquêtés et à la formation suivie, 15 questions relatives à leurs pratiques informationnelles et de vérification de l'information, ainsi que 6 questions portant sur la réception de séances d'éducation aux médias et à l'information (EMI) en contexte scolaire.

MÉTHODE DE PASSATION DU QUESTIONNAIRE

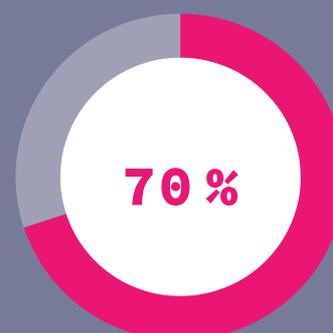
Nous disposons de 1 284 réponses à ce questionnaire. Elles ont été recueillies en contexte scolaire entre le 17 octobre 2022 et le 27 février 2023 lors de la mise en œuvre, par les Ceméa, d'interventions dans les classes concernées. Le fait de remplir le questionnaire en classe assure un certain sérieux du remplissage. Cela permet aussi de répondre en direct aux autres questions que peuvent se poser les enquêtés. Les adolescents savent dès le début du remplissage que le questionnaire est anonyme et que leurs données personnelles resteront confidentielles.

COMPOSITION DE L'ÉCHANTILLON ET MÉTHODOLOGIE DE TRAITEMENT

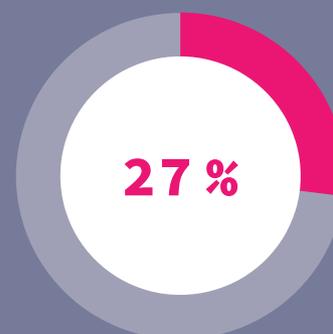
L'échantillon comporte des caractéristiques spécifiques. Les élèves de Première générale et technologique (GT) - 45 % de l'échantillon - sont sous-représentés par rapport à la situation nationale, les filières professionnelles (Pro) surreprésentées - 55 % de l'échantillon, dont 49 % en Première professionnelle, et 6 % en deuxième année d'apprentissage -. Toutes les données ont fait l'objet d'un redressement pour obtenir une proportion de 70 % d'inscrits en Première générale et technologique et de 30 % d'inscrits dans les filières professionnelles, conformément à leur prévalence dans l'Éducation nationale¹. Les différentes questions ont toutes été explorées en fonction des filières et de nombreuses statistiques en seront extraites. L'échantillon global est réparti de façon équilibrée avec 50 % de filles et 47 % de garçons. 3 % des enquêtés ne se prononcent pas sur leur genre. La majorité des enquêtés ont entre 16 et 17 ans (88%).

¹ Voir les données de l'Éducation nationale en chiffres, 2022, <https://www.education.gouv.fr/l-education-nationale-en-chiffres-edition-2022-342412>.

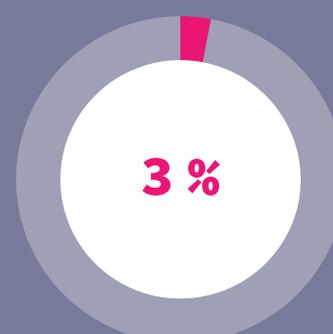
RÉPARTITION DES ÉLÈVES SELON LA FILIÈRE



**Première générale
et technologique**



**Première
professionnelle**



**Deuxième année
d'apprentissage**

Les filières sont marquées par de fortes différences d'âge, d'origine sociale et de localisation. Les adolescents inscrits en Première GT sont plus jeunes : 75 % ont 16 ans, 17 % ont 17 ans et 1 % seulement plus de 18 ans. Alors qu'en filières professionnelles, 50 % des élèves ont 16 ans, 29 % ont 17 ans, et 17 % sont de jeunes adultes de 18 ans ou plus.

Parmi les jeunes inscrits dans les filières GT nous avons pu identifier 35 % d'enfants issus des classes favorisées (dont 12 % de parents cadres et professions intellectuelles supérieures, 8 % de chefs d'entreprise et 15 % de professions intermédiaires), alors qu'ils ne sont que 16 % dans les filières professionnelles (4 % de parents cadres, 5 % de chefs d'entreprise ou agriculteurs, 8 % de professions intermédiaires). La filière GT est bien plus mixte socialement, puisque nous avons pu identifier 41 % de jeunes issus des classes populaires dans cette filière (versus 51 % en filières professionnelles). Les filières professionnelles sont plus homogènes socialement et recrutent principalement dans les classes populaires.

L'origine sociale des jeunes enquêtés a été identifiée à partir de deux questions ouvertes demandant aux enquêtés la profession de leur premier parent et de leur second parent. Les réponses ont ensuite été codées à partir de la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles (2020) de l'INSEE¹, en regroupant néanmoins les agriculteurs exploitants et les chefs d'entreprise. Nous avons ensuite retenu la catégorie socioprofessionnelle la plus élevée des deux parents. L'identification des classes sociales d'appartenance est cependant limitée par le grand nombre de non-réponses (20 %) ou de réponses non codables (8 %). De façon certaine néanmoins, plus de la moitié de l'échantillon a des parents qui appartiennent aux classes populaires.

L'échantillon est issu d'un partenariat avec l'association d'éducation populaire des Ceméa qui organise la passation de ce questionnaire à l'occasion d'un dispositif d'éducation aux médias et à l'information dans les classes, en partenariat avec les enseignants et en réponse aux demandes des chefs d'établissement. Cet échantillon est donc significatif par sa taille, mais il est particulièrement orienté sur les filières professionnelles et les classes populaires.

C'est une richesse car peu de données statistiques sur les pratiques numériques des moins de 18 ans sont disponibles en fonction de leurs classes sociales. Or les pratiques numériques et en particulier les pratiques informationnelles diffèrent sensiblement selon les milieux sociaux d'appartenance : l'intérêt pour l'actualité, la recherche de sources écrites marquent les pratiques informationnelles des classes favorisées, la prépondérance de la télévision dans la consultation de l'information caractérise les classes populaires². Le type de commune de rattachement des jeunes enquêtés a été identifié à partir du classement des adresses des établissements scolaires, en nous appuyant sur la catégorisation des communes en fonction de leur densité³ et sur les données ouvertes relatives aux communes de Normandie⁴. Les enquêtés sont ainsi répartis entre des communes densément peuplées (40 %), des communes de densité intermédiaire (26 %) et des communes peu denses (33 %)⁵. Au total, huit établissements sur dix sont situés dans un milieu urbain. Dans notre échantillon, les enfants de cadre sont surreprésentés dans les communes peu ou très peu denses. Mais les jeunes des filières Pro sont plus souvent inscrits dans des établissements situés dans des communes peu densément peuplées (39 % vs 29 % pour les jeunes inscrits dans les filières générales ou technologiques) ou très densément peuplées (45% vs 33%)⁶, alors que les jeunes enquêtés des filières GT de l'échantillon fréquentent des établissements situés plus souvent dans des communes de densité intermédiaire (38 % vs 16 %). Ne disposant pas des adresses des jeunes eux-mêmes, il sera de toute façon difficile de tirer des résultats pertinents liant ces situations géographiques et les pratiques informationnelles des jeunes. Depuis 2022, OPNAN explore les pratiques informationnelles des adolescents à la fois au niveau de la classe de Seconde et de la classe de Première, mais à partir de questionnaires différents. Nous pourrions resituer les pratiques des élèves de Première par rapport à certaines données issues des enquêtes nationales ou de l'OPNAN Seconde recueillies auprès d'élèves de Seconde avec un effectif plus large (4848 en 2023). L'apport du rapport OPNAN Première 2023 réside dans le fait que le questionnaire cible les pratiques de vérification de l'information des adolescents des deux types de filières et leur appréciation des séances d'éducation aux médias et à l'information.

2 Dejean S. 2021 ; Goulet V. *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*, Paris, INA, 2010 ; Masclat O., *L'invité permanent, La réception de la télévision dans les familles populaires*, Paris, Armand Colin, 2018.

3 Grille de densité communale 2021 - Insee. Consulté 30 novembre 2023, à l'adresse <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5039883?sommaire=5040030>

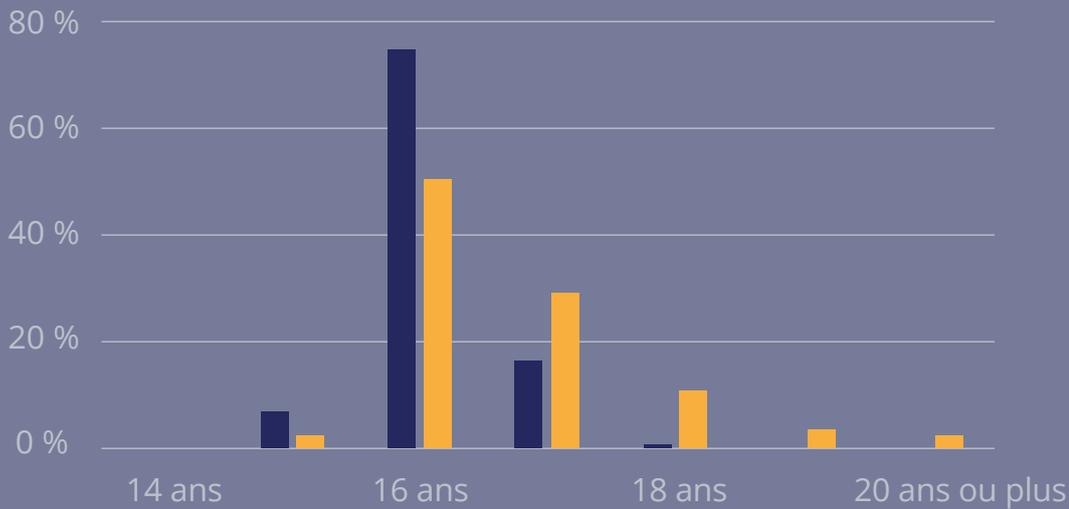
4 *Découpage Normandie-Data.gouv.fr.* - Mise à jour 2023. Consulté 30 novembre 2023, à l'adresse <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/decoupage-normandie/>

5 Pourcentages sur les données brutes non redressées.

6 Données redressées.

1 *Nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles 2020 - INSEE.* Consulté 30 novembre 2023, à l'adresse <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/pcs2020/groupeSocioprofessionnel/1?champRecherche=true>

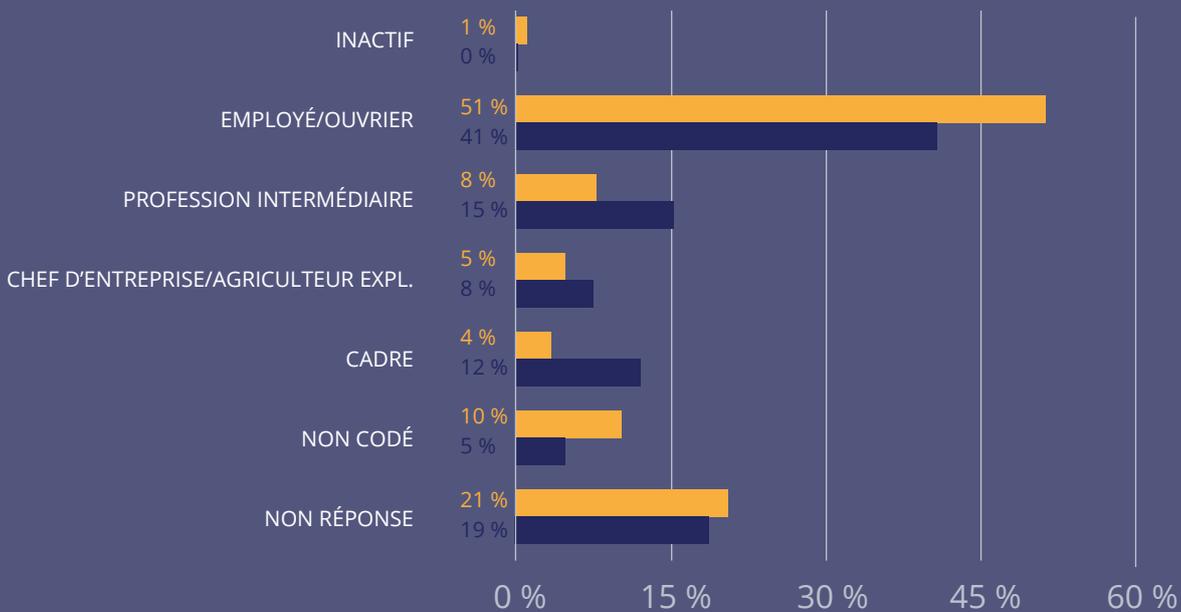
ÂGE DES ÉLÈVES SELON LES FILIÈRES



OPNAN 2023, Première, 1284 réponses. Caractéristiques de l'échantillon, après redressement.

■ Première GT ■ Première Pro

ORIGINE SOCIALE IDENTIFIABLE DES ÉLÈVES SELON LES FILIÈRES D'ENSEIGNEMENT (SUIVANT LES DÉCLARATIONS DES ADOLESCENTS)



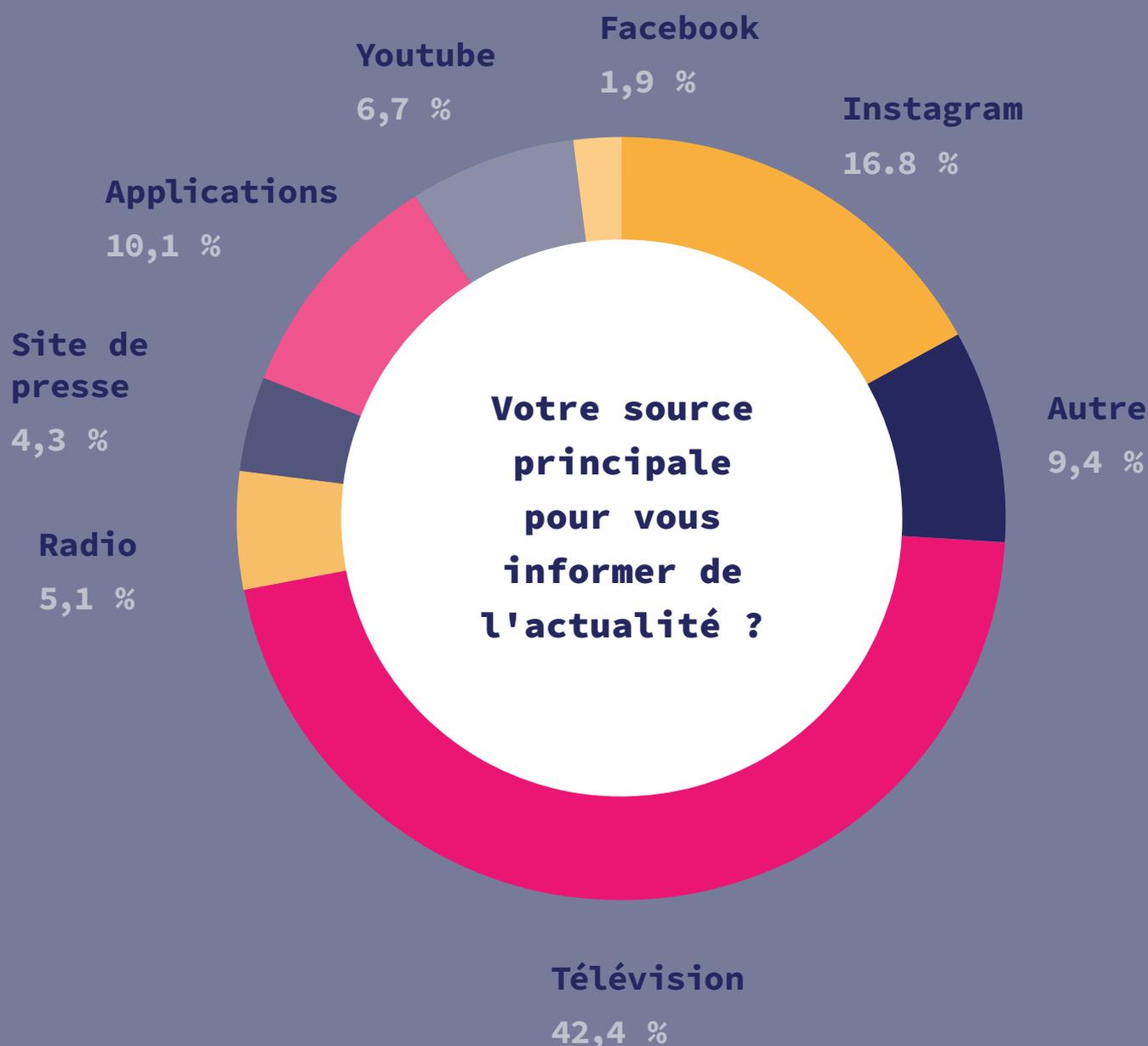
OPNAN 2023, Première, 1284 enquêtés. Caractéristiques de l'échantillon.

■ Première GT ■ Première Pro

01

LES PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES ADOLESCENTS

LES PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION DES ADOLESCENTS



Observatoire 2023, Première, 1284 enquêtés, 0 non-réponse.

Réponses à la question : « Quelle est votre source principale pour vous informer de l'actualité ? »

Les pratiques informationnelles des adolescents sont devenues intenses et diversifiées, avec la banalisation de l'équipement en smartphone (98% disposent de ce type d'équipement¹). Elles passent par la consultation des agrégateurs d'actualité associés aux moteurs de recherche consultés (Google actualité, Yahoo, Bing), des applications de sites de presse téléchargées sur les smartphones et des fils de recommandation des réseaux sociaux numériques, notamment. Mais les médias dits traditionnels, et en particulier la télévision occupent encore une place centrale.

Les pratiques informationnelles à cet âge sont en effet encore marquées par celles des parents, même si elles s'en distinguent. Au niveau du lycée, la quasi-totalité des adolescents vivent encore chez leurs parents, au moins un des deux parents (pour 97% d'entre eux, OPNAN Seconde 2023).

Or, dans la population générale, la télévision (hors ligne) reste un média d'information prépondérant pour s'informer ; 87% des Français la consultent au moins une fois par semaine et 65% tous les jours². Si la télévision hors ligne est marquée par une audience composée de personnes plus âgées et moins diplômées, grâce au replay et à l'accès par le web, la télévision reste aussi au cœur des pratiques informationnelles des générations plus jeunes. A l'échelle nationale, les réseaux sociaux numériques constituent le troisième média consulté, après la télévision (hors ligne) et la radio (hors ligne). A la télévision, ce sont les chaînes privées qui arrivent en tête des chaînes regardées³.

Dans les enquêtes nationales encore, l'intérêt pour l'actualité apparaît comme une forte caractéristique de la population française : moins de 7% des Français se disent faiblement ou pas du tout intéressés par l'actualité⁴. Mais la jeunesse (18-24 ans), l'absence de diplôme, la pauvreté sont des critères associés à un moindre intérêt pour l'actualité.

L'intérêt pour l'actualité est cependant présent chez les adolescents, à un niveau élevé. Dans OPNAN 2023 Seconde, seuls 3% des jeunes interrogés déclarent ne pas s'informer de l'actualité (ni sur les réseaux sociaux numériques, ni sur un site d'information, ni par un agrégateur d'actualité, ni par la télévision, ni par la radio, ni par la presse écrite). Au contraire, plus de 84% des jeunes interrogés déclarent consulter la télévision et les réseaux sociaux numériques pour s'informer de l'actualité.

Ils recourent plus fréquemment aux réseaux sociaux numériques qu'à la télévision⁵, qui est le second média le plus souvent consulté à cet âge, pour s'informer.

En effet, au niveau du lycée, les adolescents partagent encore des pratiques télévisuelles avec leurs parents, en particulier le visionnage du journal télévisé ou des chaînes d'information continue⁶. C'est une grande différence avec les étudiants, qui s'éloignent bien davantage des programmes de la télévision, même s'ils les retrouvent par les extraits qui circulent sur les réseaux sociaux numériques, ou par la télévision en ligne. Pour les étudiants des filières les moins élitistes cependant, la télévision reste un média d'information de référence⁷.

En classe de Première, nous avons souhaité connaître leurs usages de certaines fonctionnalités des réseaux sociaux numériques, notamment les *stories* sur Instagram, *Discovery* sur Snapchat, ou les applications des sites d'information, que les adolescents peuvent télécharger sur leurs smartphones. Nous savons en effet grâce à OPNAN Seconde 2022 qu'Instagram et Snapchat sont les deux réseaux sociaux numériques les plus utilisés à cet âge (par 86% des garçons et plus de 90% des filles).

Il est frappant de constater que la télévision reste pour 43% des adolescents la source principale d'information, parmi ces propositions. Les *stories* sur Instagram constituent pour 17% des adolescents une source clé d'information. Il sera important d'intégrer l'an prochain TikTok dont les usages se sont fortement diversifiés, et qui occupe désormais une place significative dans les pratiques informationnelles des adultes en France⁸.

Les adolescents disposent par ailleurs de nombreuses sources informationnelles de nature journalistique. Un jeune sur deux a téléchargé une application d'information sur son smartphone (47%, et 50% des enfants de parents cadres). Or, un certain nombre d'applications disponibles sur smartphone émanent de sites de presse (*Le Monde*, *Les Echos*, *Libération*, *Le Figaro*, notamment). La presse en ligne comme hors ligne occupe une place importante de leur système informationnel : 13% disent acheter de la presse écrite et autant disent lire des journaux gratuits. Ce dernier média intéresse davantage les élèves de première GT.

5 Le questionnaire ne distingue pas la télévision en ligne et la télévision hors ligne.

6 Cordier A., *Grandir connectés : les adolescents et la recherche d'information*, Caen, C&F Editions, 2015 ; Jehel S., « La défiance des adolescents vis-à-vis de l'information journalistique dans le contexte de la crise de l'information », in Sophie Jehel et Alexandra Saemmer (dir.), *Education critique aux médias en contexte numérique*, Lyon, Les Presses de l'ENSSIB, 2020, p.101-126.

7 Boyadjian J. *Jeunes connectés. Les digital natives au prisme des inégalités socio-culturelles*, PU du Septentrion, Lille, 2022, p72.

8 Selon le *Digital News Report 2023*, l'usage de TikTok pour s'informer concerne 8% de la population française, et 15 % des 18-24 ans (p. 74).

1 OPNAN Seconde, 2023. Le niveau d'équipement progresse chaque année, en 2020, les adolescents étaient équipés à 91% en filière Pro, 93% en Seconde GT (OPNAN Seconde 2020).

2 Dejean, Sylvain, et al. « La consommation d'informations en France. Quelle place pour la télévision ? », *Réseaux*, vol. 229, no. 5, 2021, pp. 43-74.

3 Ibid, p. 55.

4 S. Dejean, M. Lumeau, S. Peltier, L. Petters, *Les Français et les médias. Rapport de recherche*, Janvier 2022, p. 7.

QUELLE ACTUALITÉ LES A MARQUÉS ?

Quand on leur demande de citer un sujet d'actualité particulièrement marquant survenu au cours des 6 derniers mois, 15% des jeunes n'y répondent pas ou ne peuvent pas en citer, nous les désignons comme « éloignés de l'actualité ». Ce faible score confirme un intérêt général pour l'actualité. Les plus « éloignés de l'actualité » sont les élèves des filières professionnelles (21%, vs 12% pour les filières GT), mais aussi les enfants de chefs d'entreprise et d'agriculteurs (19%, vs 10% des enfants de parents cadres et 14% des enfants de classes populaires). En effet, les classes favorisées ne développent pas des comportements homogènes vis-à-vis de l'information. Le capital culturel, les échanges à l'intérieur de la famille, qui caractérisent davantage les parents cadres et professions intermédiaires, jouent un rôle important dans l'interprétation de l'information, et dans la mémorisation des noms des personnalités⁹. De façon attendue, la guerre en Ukraine est l'événement le plus cité (par un élève sur trois, 33%)¹⁰. Elle l'est encore davantage par les enfants de cadres (40%) et plus largement par les jeunes des filières générales (35% vs 27% dans les filières professionnelles). En dehors de la guerre russo-ukrainienne, l'actualité internationale est peu citée, elle l'est davantage dans les filières GT (3% vs 1% en filière Pro), mais apparaît surtout au travers de la vie des célébrités (décès d'Elisabeth II) qui ont marqué 6% des jeunes de filières GT (vs 5% des filières Pro).

Les garçons vont citer davantage de sujets liés au sport, et particulièrement le foot, ou aux jeux vidéo (19% vs 10% des filles). Les jeunes s'intéressent davantage à des informations culturelles, ciblant sur leurs réseaux sociaux des comptes spécialisés.

Les filles (8% vs 2% de garçons) sont plus sensibles aux faits divers et en particulier à ceux qui concernent des enfants (meurtre de Lola, suicide de Lucas, maltraitance). Le Covid occupe encore les esprits, en particulier ceux des filles (10%) et des enfants de classes populaires (8,5%).

Les adolescents qui déclarent avoir assisté à des séances d'EMI accordent un peu moins leur confiance dans les RSN (-3 points).

9 Fluckiger C. « Les collégiens et la transmission familiale d'un capital informatique » Agora Débats/Jeunesse, 2007 n°46 p. 32-43

10 Sur un an, l'agence Aday évalue la couverture médiatique de la guerre en Ukraine à 1 article sur 15, ce qui représente une couverture exceptionnelle, <https://aday.fr/2023/03/02/ukraine-1-an-de-guerre-medias/>.

LA CONFIANCE DANS LES MÉDIAS : UN TRAIT DISTINCTIF

La défiance dans les médias est un trait national¹¹. Elle concerne davantage les personnes qui s'informent peu, les milieux populaires et les moins diplômés.

Les enquêtes sur la population générale montrent une plus grande confiance dans le journal télévisé, la radio et la presse régionale¹². Cette confiance doit être comprise comme relative, et elle ne fait pas obstacle à une appréciation générale très critique vis-à-vis du traitement médiatique de l'actualité¹³.

Les élèves de Première placent eux aussi le journal télévisé en premier parmi les sources d'information de confiance, que nous leur avons proposées. C'est un résultat qui se confirme au fil des années¹⁴. Le niveau de confiance dans le JT est bien plus grand parmi les élèves de Première générale et technologique (49%, soit 11 points de plus que les jeunes inscrits en filières professionnelles). Ces derniers sont plus nombreux à faire confiance à l'information diffusée sur les réseaux sociaux (14%) ou à ne faire confiance à aucun média d'information (20%).

La forte méfiance vis-à-vis des RSN peut surprendre, au regard de leur rôle reconnu par les adolescents dans leurs pratiques informationnelles. Il s'agit cependant d'un résultat observé depuis plusieurs années. Sur les RSN, il leur est proposé un assemblage de contenus structurés par les algorithmes de recommandation, à partir de leurs abonnements volontaires mais aussi des contenus jugés analogues, des contenus consultés par leurs contacts et des contenus sur lesquels ils ont pu s'attarder. La lecture des RSN construit de ce fait un flux sans cohérence véritable qui peut pour certains ressembler à un chaos¹⁵.

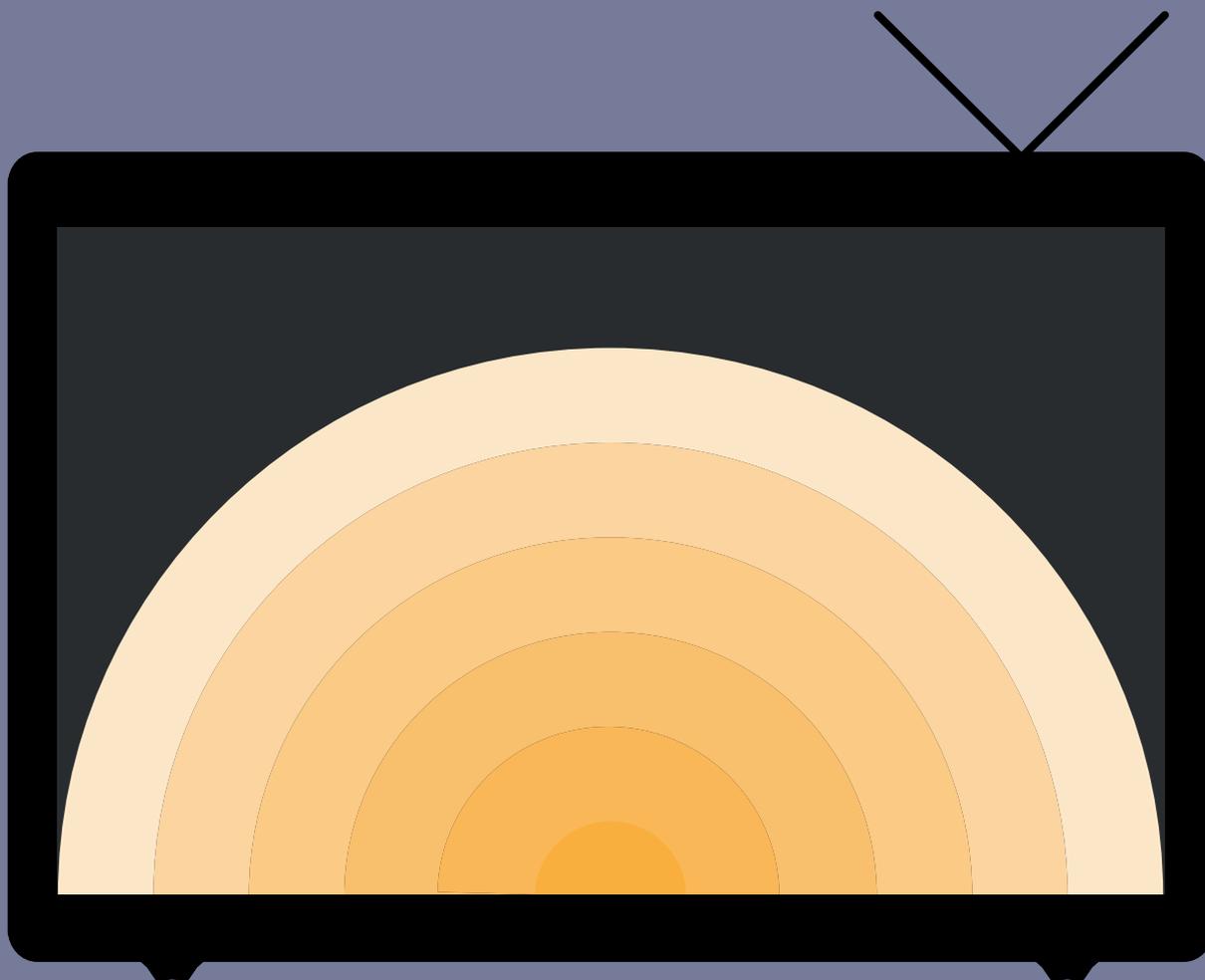
11 Digital News Report, 2023 : 75, seuls 30% des enquêtés en France se disent confiants dans la plupart des informations, la plupart du temps, tous médias confondus, un niveau considéré comme bas, dans la comparaison internationale.

12 *La confiance des Français dans les médias. Résultats de l'édition 2023 du baromètre La Croix / Kantar Public onepoint*, p 26.

13 « Plus de deux Français sur trois estiment que les médias traitent tous des mêmes sujets et accentuent le caractère sensationnel ou choquant. », selon S. DEJEAN, M. LUMEAU, S. PELTIER, L. PETERS : Les Français et les médias. Rapport de recherche, Janvier 2022, p. 47.

14 *OPNAN Seconde, OPNAN Première*.

15 Jehel, S., "L'adolescence au coeur de l'économie numérique. Travail émotionnel et risques sociaux", Bry s. Marne, Ina Éditions, 2022



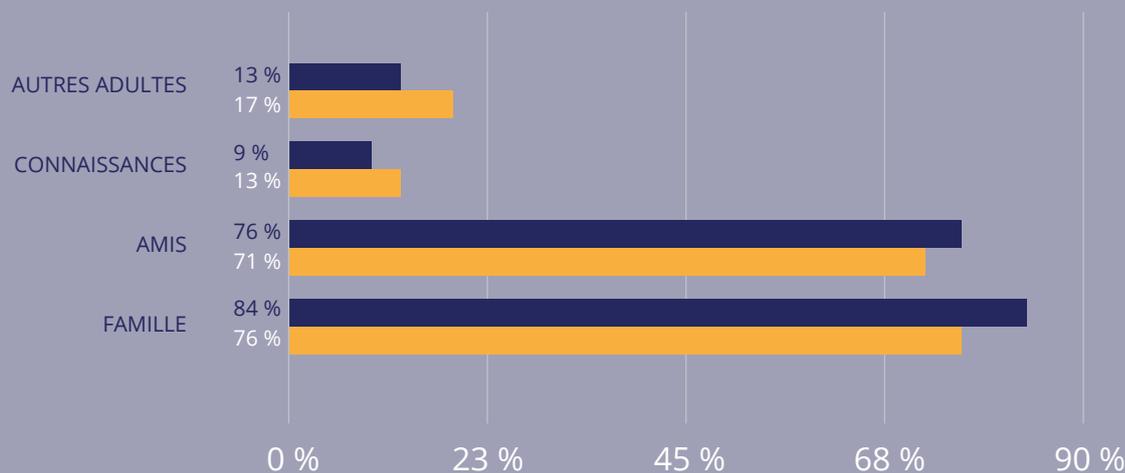
LA PLACE PRÉPONDÉRANTE DE LA TÉLÉVISION COMME MÉDIA DE CONFIANCE



Observatoire 2023, Première, 1284 enquêtés, 0 non-réponse. Réponses à la question : « En quelle source d'information faites-vous le plus confiance ? »

■ Première GT ■ Première Pro

LES ÉCHANGES CONVERSATIONNELS AUTOUR DE L'INFORMATION



■ Première GT ■ Première Pro

OPNAN 2023 Première, 1284 réponses, 59 non-réponses.

Réponses à la question : « Avec qui discutez-vous de l'information ? »

Le *Baromètre du numérique* observe à ce propos, sur la population générale, deux mouvements distincts voire opposés : la confiance attribuée aux informations circulant sur les RSN a tendance à augmenter (+15 points en 5 ans¹⁶). Mais le niveau de confiance mesuré est un peu plus faible auprès des 12-17 ans qu'auprès des moins de 40 ans. Les auteurs du Baromètre envisagent que ce soit là un résultat de la sensibilisation aux risques d'Internet. Les résultats de cette étude pourraient le confirmer, dans *OPNAN Première 2023*, les adolescents qui déclarent avoir assisté à des séances d'EMI accordent un peu moins leur confiance dans les RSN (-3 points).

DISCUTER DE L'INFORMATION AVEC SES PROCHES

Les échanges avec les proches autour de l'actualité sont très importants pour les adolescents. C'est là que se construisent, dans la continuité ou la résistance avec les conceptions parentales¹⁷, les filtres culturels mis en œuvre dans la réception des images¹⁸. L'enquête *OPNAN Première 2023* montre que les parents jouent un rôle majeur pour la plupart, mais plus particulièrement pour les filières GT (+ 8 points).

16 *Baromètre du numérique*, Credoc/Arcep, 2022, p.243

17 Jehel S., « Défiance ou insécurité informationnelle ? Le rapport des adolescents à l'information. », in Salomé Kintz (dir.), *Décodez les fausses nouvelles et construisez votre information avec la bibliothèque*, Lyon, Les presses de l'ENSSIB, 2020, p.54-68. DOI : 10.4000/books.pressesenssib.10908

18 Saemmer Alexandra, Tréhondart Nolwenn, avec la participation de Lucile Coquelin, *Sur quoi se fondent nos interprétations. Introduction à la sémiotique sociale appliquée aux images, séries télé et sites web de médias*, Villeurbanne, Presses de L'Enssib, 2022.

A cet âge les adolescents partagent le visionnage de la télévision, qui reste au cœur des conversations¹⁹. Dans les filières GT, le goût des parents pour l'information et leur capital culturel peuvent faciliter les échanges sur des sujets d'actualité. Dans les filières Pro, les adolescents se tournent davantage vers des adultes ou des connaissances plus éloignées, pour compenser en quelque sorte ces échanges moins nombreux avec l'entourage familial proche.

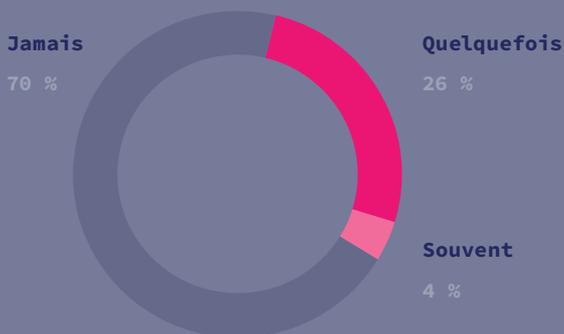
UN PARTAGE PRUDENT DES OPINIONS PERSONNELLES SUR LES PLATEFORMES

Contrairement au mythe des « digital natives » et à la représentation ordinaire selon laquelle les adolescents publieraient à tout va sur les RSN, dans leur majorité les adolescents déclarent être prudents quand il s'agit de partager leurs « opinions » sur les plateformes numériques. 70 % ne le font jamais. Les filles un peu moins encore (74%). Les plus prudents ou les plus silencieux sont les enfants de chefs d'entreprise ou d'agriculteurs (79%). Quand les adolescents partagent leur opinion personnelle, c'est de toute façon peu fréquent (seuls 4% les partagent souvent). Ces résultats sont confirmés par de nombreuses recherches qui montrent le travail émotionnel des adolescents sur les plateformes et leur travail de rétention des émotions lors de l'expression publique de celles-ci²⁰.

19 Boullier D. (2004). La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé, *Réseaux*, n°4, vol. 126, p. 57-87.

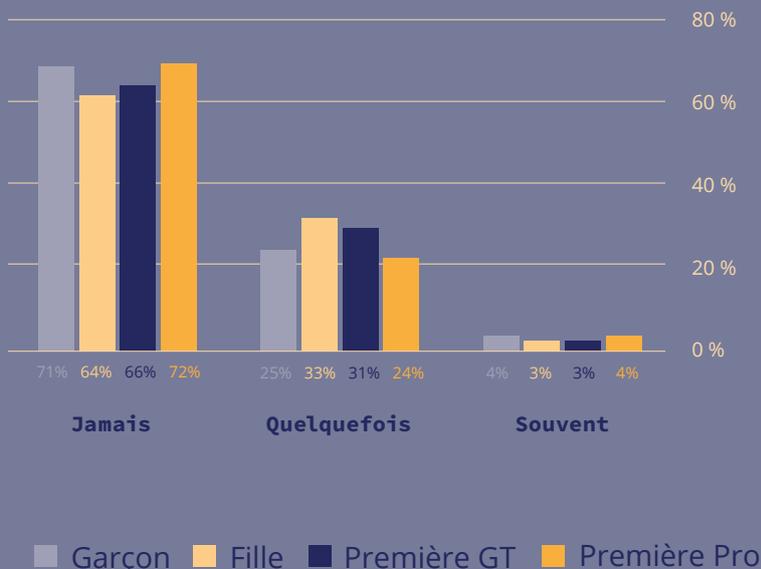
20 Deage M. *A l'école des mauvaises réputations*, Paris, PUF, 2023 ; Balley C., *Socialisation adolescente et usages du numérique*, *Revue de littérature*, CNAF, INJEP, 2017/04. Jehel S. Jehel S. " L'adolescence au coeur de l'économie numérique " p 57 suiv., Ina Éditions 2022

L'EXPRESSION DES OPINIONS SUR LES PLATEFORMES EN LIGNE



Leurs réponses diffèrent un peu à propos des votes en ligne, qui sont très fréquents sur les plateformes. Si la très grande majorité dit ne jamais s'y livrer (68%), les élèves de Première GT (7 points), et les filles (+8 points) sont plus nombreuses à déclarer le faire quelquefois, dans ce type de dispositif ils ne sont pas exposés aux messages de rétorsion.

LA PARTICIPATION À DES VOTES EN LIGNE (prix liberté, élections, pétitions, sondages...)



Pour autant cela ne signifie pas qu'ils ne publient rien, mais cela peut être mis en lien avec leur perception des risques de conflits et réputationnels, liés à la difficulté d'agencer des règles de sentiment (Hochschild, 2017) dès lors qu'ils sortent des cercles de contacts rapprochés et homogènes qui caractérisent les échanges sur des comptes « privés » (Adoprivacy, 2023).

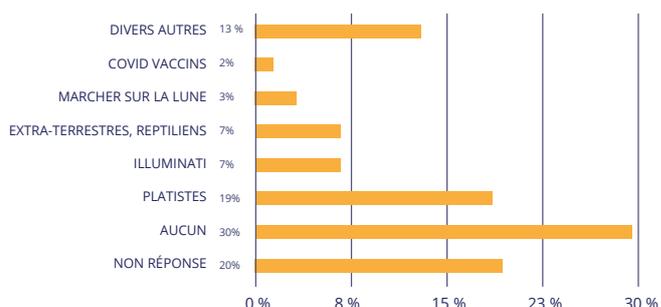
L'EXPOSITION AUX THÈSES COMLOTISTES

Avant d'explorer les modalités par lesquelles les adolescents vérifient l'information qu'ils reçoivent, le projet DE FACTO a souhaité savoir s'ils étaient familiers des thèses complotistes. Cette question ouverte, posée avant la formation spécifique en éducation aux médias et à l'information, n'a pas suscité beaucoup de réponses, près d'un jeune sur deux n'a soit pas répondu, soit dit qu'il n'en connaissait pas. Les filles, et les élèves des filières professionnelles sont plus éloignés de ces problématiques - 57% des filles ne répondent pas ou n'en connaissent pas, vs 36% des garçons, ce qui est le cas aussi de 50% de filières Pro vs 45% des élèves de Première GT-.

Les deux théories du complot les plus souvent citées sont la théorie platiste - selon laquelle la terre serait plate - et les Illuminati - secte censée diriger le monde -. D'autres théories comme les complots extra-terrestres et reptiliens, ou « Marcher sur la lune » sont cités de façon plus marginale. Ceux qui ont assisté à des séances d'EMI sont plus nombreux à citer les Illuminati, les jeunes des classes favorisées citent davantage les Illuminati et les Platistes, les jeunes des classes populaires davantage « Marcher sur la lune ». Il n'est cependant pas possible de savoir quelles sont exactement les thèses relatives aux événements « Marcher sur la lune », « additifs dans les Mac Do », « covid et les vaccins » qui sont considérées par les adolescents comme complotistes.

Ces résultats viennent étayer l'hypothèse d'une assez grande méconnaissance de ces formes de désinformation par les élèves de Première. Ils rejoignent les résultats d'autres recherches, notamment ceux d'une enquête qualitative réalisée en 2018 auprès de jeunes de Seconde²¹. Les entretiens avaient montré que les jeunes identifiaient davantage des contenus de désinformation sur les RSN liés à la recherche de buzz, se révélant faux, que des formes de propagande politique. Dans les entretiens que nous avons réalisés apparaissait un fort rejet (en Seconde GT) vis-à-vis de théories comme celle des Illuminati ou des reptiliens, et un risque de perte de crédibilité pour celles ou ceux qui les auraient défendues. Le visionnage de chaînes d'influenceurs sur YouTube - comme celle de Squeezie - avait joué un rôle dans la connaissance de ces thèses et de leur fausseté. Enquêtant sur des jeunes adultes des classes populaires, Julien Boyadjian conclut également que « les jeunes issus des classes populaires semblent moins soumis aux logiques de désinformation que de non-information.²²»

THÈSES COMLOTISTES CITÉES SPONTANÉMENT PAR LES ADOLESCENTS



Observatoire 2023, Première, 1284 enquêtés, 214 non-réponses.
Réponses à la question : « Donnez des exemples de théories du complot »

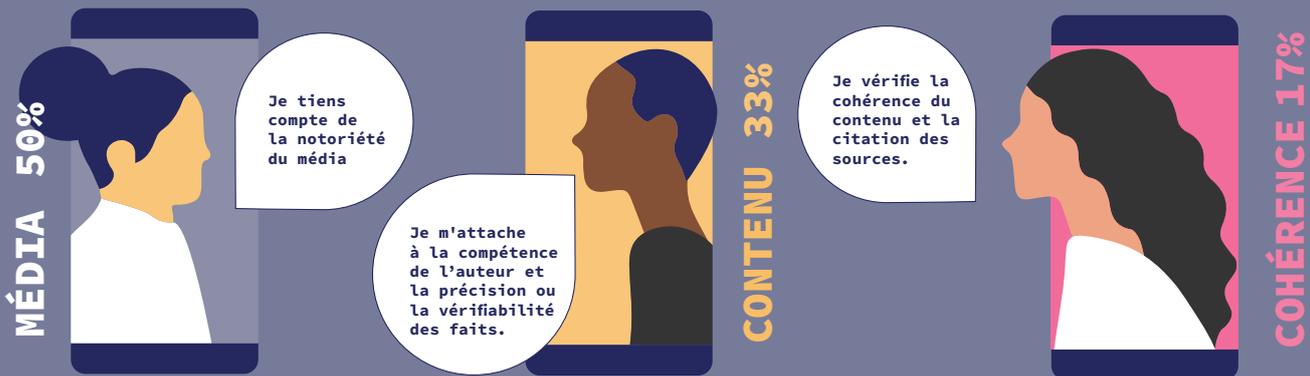
21 OPNAN 2018.

22 Boyadjian, J. Jeunesses connectées, p. 121.

02

LES PRATIQUES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION

La production et la diffusion de l'information se sont considérablement accélérées avec le développement des technologies numériques. Celles-ci sont rediffusées massivement sans vérification par les usagers des réseaux sociaux numériques et même par les médias traditionnels qui confient parfois à des algorithmes la production de « nouvelles » à partir des informations diffusées par d'autres médias¹. Les algorithmes de recommandation jouent un rôle important dans la production de bulles informationnelles². Les difficultés de régulation des contenus sur Internet et la diffusion croissante de fausses informations³ font du développement des capacités d'évaluation de l'information un enjeu central⁴.



Répartition des adolescents enquêtés selon 3 profils de critères de vérification de l'information

1 Vayre, J.-S., & Cochoy, F. (2019). « L'intelligence artificielle des marchés : Comment les systèmes de recommandation modélisent et mobilisent les consommateurs », *Les Etudes Sociales*, n° 169(1), 177-201.

2 Dufrasne, M., & Philippette, T. (2019). *Les effets des « bulles de filtres » ou « bulles informationnelles » sur la formation des opinions*. Journée d'étude pour le lancement du projet Alg-opinion. <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:222942>

3 Badouard, R. (2020). La régulation des contenus sur Internet à l'heure des « fake news » et des discours de haine. *Communications*, n° 106(1), 161-173. Boullier D., « Lutter contre le réchauffement médiatique », *InternetActu*, 2019. [En ligne] < <http://www.internetactu.net/2019/02/05/lutter-contre-le-rechauffement-mediatique/> >.

4 Voir aussi Meunier, J.-M. (2021). Internet : Entre écosystème de connaissances et instrumentalisation de l'information. In J.-M. Deltorn & E. Pichenot (Éds.), *Algorithmes et Société* (p. 47-54). Editions des archives contemporaines. <https://eac.ac/articles/4557>

LES TROIS PROFILS DES CRITÈRES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION



	MÉDIA	CONTENU	COHÉRENCE
L'article n'est pas signé	18%	54%	21%
Il y a un auteur, mais je ne le connais pas	10%	15%	21%
L'auteur ne semble pas compétent pour le sujet	17%	63%	20%
L'auteur semble sérieux	3%	1%	44%
Le média est connu	24%	3%	80%
C'est un média que je consulte souvent	9%	2%	62%
Le titre est racoleur	5%	44%	19%
Le titre correspond au contenu	3%	2%	56%
Le texte paraît cohérent	7%	3%	72%
Je ne peux pas vérifier les faits	22%	67%	22%
Il ne comporte pas de faits précis	18%	78%	19%
Les sources des informations sont citées	7% 2% 63%	7%	2%
Le ton humoristique de l'article	7%	31%	23%
Le propos a pour but de convaincre	5%	26%	29%
Le propos ne correspond pas à mes connaissances ou mes opinions	16%	28%	19%

Observatoire 2023, Première, 1284 répondants, 0 non-réponse.

Réponses à la question :

« Lorsque vous vous informez sur Internet, quels éléments vous conduisent à douter de la véracité de l'information ? »

CONSTRUCTION D'UNE TYPOLOGIE DES TECHNIQUES DE VÉRIFICATION

Dans cette étude, les pratiques de vérification de l'information ont été abordées par une série de questions visant à cerner les caractéristiques attribuées par les enquêtés à une fausse information, avant d'envisager les pratiques de vérification mises en œuvre par les récepteurs de l'information. Les réponses à ces questions ne reflètent sans doute pas les pratiques mises en œuvre au quotidien, parce que dans le flux de l'information, il est souvent difficile de faire ces vérifications¹, surtout sur les RSN, mais elles nous éclairent sur ce que les adolescents considèrent être des bonnes pratiques. Pour analyser les réponses à ces questions, nous avons dans un premier temps cherché à catégoriser les enquêtés en fonction de ce que les adolescents considèrent être des critères de vérification des informations. Une liste de 15 items leur était proposée qui envisageaient l'auteur du contenu, ses intentions, le média source, la formulation du contenu.

1 Huguet, P. (2018). Éléments de Psychologie des " Fake News ". *L'information d'actualité au prisme des fake news*, 201222.

Nous avons réalisé une analyse des correspondances et une analyse hiérarchique pour dégager les profils de critères utilisés par les enquêtés. Cette analyse a permis de dégager trois profils¹ que nous présentons dans le tableau ci-contre. Les cases colorées en orange correspondent aux critères pour lesquels le nombre de réponses est supérieur au pourcentage de la ligne, ce qu'en statistiques, on nomme une surreprésentation. Plus la teinte de orange est foncée, plus l'écart est important², la pratique peut alors être considérée comme une caractéristique du groupe d'enquêtés.

Ainsi dans le premier groupe qui se dégage de l'analyse, que nous avons appelé « Média », les adolescents tiennent plus souvent compte de la notoriété du média et dans une moindre mesure de l'adéquation des propos à leurs propres connaissances ou opinions. Ces jeunes sont focalisés sur leur bulle informationnelle de médias qu'ils considèrent fiables, pour évaluer la véracité de l'information. Ce groupe, le plus nombreux, représente la moitié de l'échantillon.

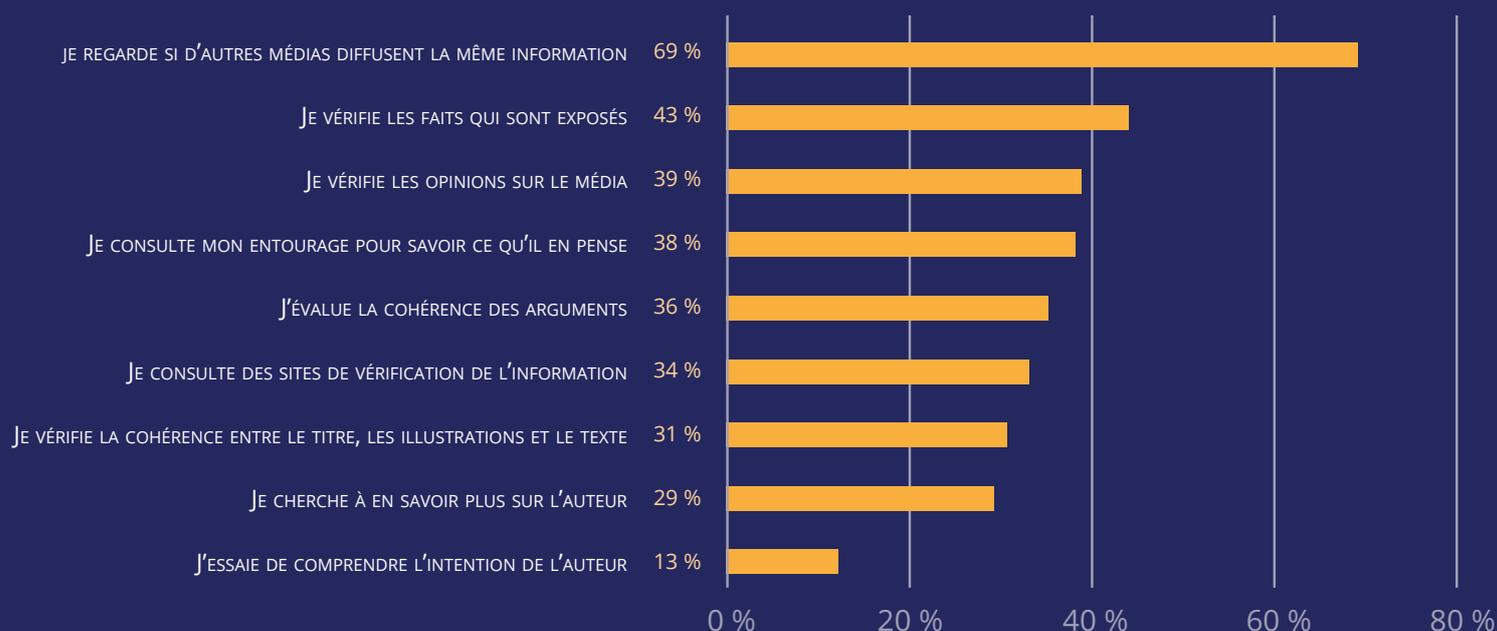
A *contrario* dans le second groupe, que nous avons baptisé « Contenu », les principaux critères sont la compétence de l'auteur et la précision ou la vérifiabilité des faits.

Dans le dernier groupe, que nous avons dénommé « Cohérence » (17% de l'échantillon), les jeunes prennent également en compte la notoriété du média, mais surtout s'attachent à la cohérence du contenu et à la citation des sources.

1 Ces trois profils qui représentent 68% de la variance (Média = 42% ; Contenu = 21% ; Cohérence = 5%) peuvent être considérés comme un bon résumé des réponses sur les 15 items.

2 L'écart au total est en fait une simplification de présentation. Ne sont colorées en orange que les cases du tableau contribuant le plus à la liaison statistique entre les variables.

LES TECHNIQUES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION DES ADOLESCENTS



Observatoire 2023, Première, 1284 répondants, 0 non-réponse. Réponses à la question : « Lorsque vous rencontrez une information douteuse sur Internet, que vérifiez-vous pour vous faire une opinion ? »¹

LES TECHNIQUES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION DES TROIS PROFILS

	MÉDIA	CONTENU	COHÉRENCE
Je cherche à en savoir plus sur l'auteur	23%	36%	31%
Je vérifie les opinions sur le média	32%	44%	49%
Je regarde si d'autres médias diffusent la même information	57%	81%	77%
Je vérifie la cohérence entre le titre, les illustrations et le texte Je vérifie les faits qui sont exposés	16%	43%	44%
J'évalue la cohérence des arguments	30%	57%	44%
J'essaie de comprendre l'intention de l'auteur	24%	48%	21%
Je consulte mon entourage pour savoir de qu'il en pense	26%	49%	46%
Je consulte des sites de vérification de l'information	23%	45%	38%

Observatoire 2023, Première, 1284 répondants, 0 non-réponse. Réponses à la question : « Lorsque vous rencontrez une information douteuse sur Internet, que vérifiez-vous pour vous faire une opinion ? »¹

ici en jaune sont les résultats en sur-représentation statistique et en rose ceux en sous-représentation statistique

¹ Lecture : 23% des enquêtés du profil « Média » cherchent à en savoir plus sur l'auteur, quand ils rencontrent une information douteuse sur Internet.

CARACTÉRISTIQUES SOCIALES

DES TROIS PROFILS DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION

	MÉDIA	CONTENU	COHÉRENCE
Cadre	30%	54%	16%
Chef d'entreprise/Agriculteur	46%	39%	14%
Intermédiaire	39%	48%	13%
Employé/ouvrier	49%	39%	12%
Inactif	57%	43%	21%

Observatoire 2023, Première, sur les 950 adolescents dont les origines sociales ont pu être codées.

Les quatre techniques de vérification de l'information les plus employées consistent d'abord à *croiser plusieurs médias pour vérifier si l'information est partagée par d'autres sources*, ce qui est sans doute très proche de l'idée de « *vérifier les faits* », seconde technique revendiquée, puis *vérifier les opinions sur le média*, et enfin *consulter son entourage pour en discuter*. Celles et ceux qui déclarent avoir assisté à des séances d'EMI mentionnent davantage de techniques, ils sont plus nombreux à porter leur attention sur la cohérence des arguments (42% vs 32% pour ceux qui n'en ont pas suivi, soit +10 points) et consultent davantage de sites de vérification de l'information (ils sont 38% vs 30%, soit +8 points).

LES TECHNIQUES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION DES TROIS PROFILS

La typologie des profils Média, Contenu, et Cohérence est pertinente également pour les conduites de vérification. Dans le tableau ci-dessus, nous avons mis en exergue les cas les plus importants de sous-représentation, c'est-à-dire les critères sélectionnés proportionnellement moins souvent par les élèves des différents groupes. Comme précédemment, l'intensité de la couleur est fonction de l'importance de l'écart à l'indépendance. Sans surprise, les jeunes dans le groupe « Média » vérifient plus souvent les opinions sur le média et les autres médias, mais en proportion considèrent moins souvent la cohérence du contenu et des arguments. Dans le groupe « Contenu », les jeunes vérifient plus souvent la cohérence entre le titre, les illustrations et le texte et prennent en compte moins souvent les opinions sur le média. Dans le groupe « Cohérence », nous n'observons pas de sous-représentations notables mais des formes atténuées de surreprésentations en faveur de la vérification de la cohérence du contenu et des arguments.

Les élèves de filière Pro sont proportionnellement plus nombreux dans le groupe « Média » (37% alors qu'ils représentent 30% de l'échantillon) et les élèves de première GT sont surreprésentés dans le groupe « Contenu » (79% au lieu de 70% dans l'échantillon). On note également une surreprésentation des enfants d'employés/ouvriers dans le groupe « Média » et des enfants de cadres dans le groupe « Contenu », cette relation étant compréhensible dans la mesure où le choix de la filière d'étude peut être d'un point de vue sociologique également liée à la catégorie socioprofessionnelle des parents.

Le style de vérification de l'information semble être également lié à l'EMI. Ceux qui n'ont pas suivi ce type de cours font plus souvent partie du groupe « Média » (54%) alors qu'à l'inverse, 56% de ceux qui ont assisté à une séance d'EMI se rattachent plus souvent au groupe « Contenu ».

IMPORTANCE DES ÉCHANGES EN DEHORS DU CERCLE DES PROCHES

Le groupe « Cohérence » ne semble lié ni à la filière, ni à la catégorie socioprofessionnelle des parents, ni à l'EMI. En revanche, on observe dans ce groupe une surreprésentation des discussions autour de l'information avec des personnes dépassant le cercle familial ou amical (avec des connaissances ou des adultes autres que les membres de la famille)². Si une éducation aux critères d'évaluation de l'information constitue un levier important pour vérifier l'information³, la dimension interpersonnelle de cette évaluation ne doit pas être négligée. Plusieurs études en psychologie sociale accèdent l'hypothèse qu'une confrontation à une diversité d'opinions soit un moyen efficace pour lutter contre les biais de confirmation et les bulles informationnelles⁴. Nos résultats confirment que l'élargissement du cercle de discussion autour des sujets d'actualité est un facteur crucial pour approfondir l'évaluation de l'information et pourrait constituer un levier éducatif important.

**Il serait donc pertinent
non seulement d'apprendre
aux adolescents à s'informer,
mais aussi à débattre à partir
de ce qu'ils trouvent en ligne.**

« Internet n'a pas rendu les citoyens plus naïfs, plus agressifs ou plus sensibles aux émotions qu'à la raison. En ouvrant le débat public à une grande diversité de prises de parole, il a rendu visibles les différentes manières de voir qui coexistent au sein de la société. »⁵. Apprendre à analyser et à respecter cette diversité d'opinions pour construire son propre point de vue, est l'enjeu premier de l'éducation aux médias et à l'information.

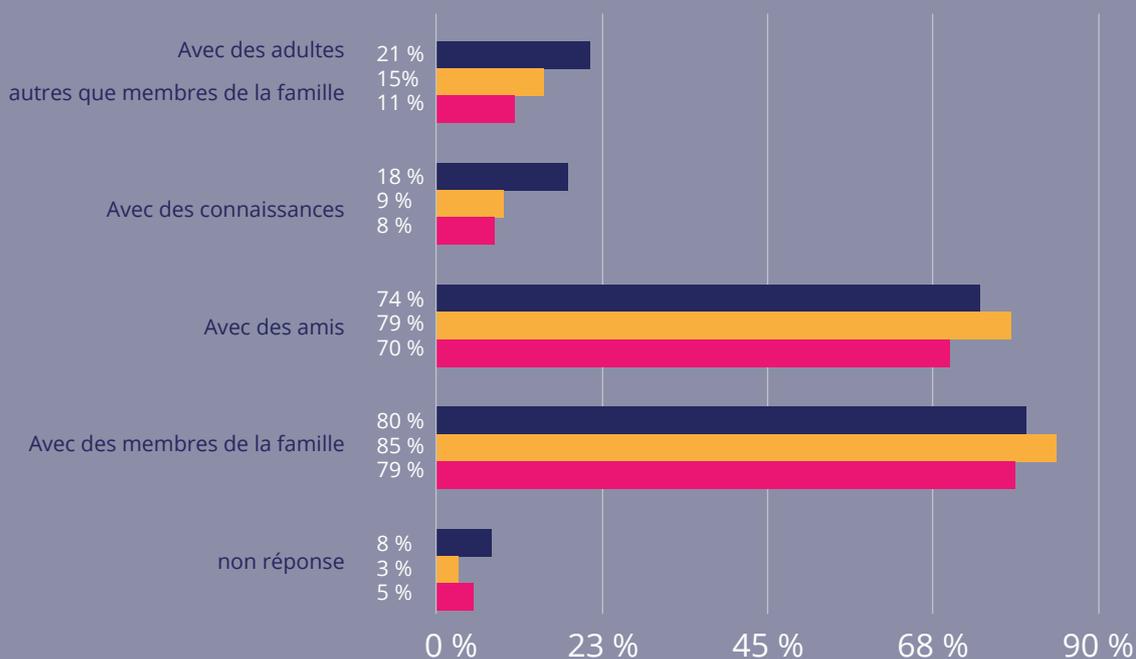
2 Ces deux surreprésentations représentent 68% du Khi-deux.

3 Potocki, A., de Pereyra, G., Ros, C., Macedo-Rouet, M., Stadler, M., Salmerón, L., & Rouet, J.-F. (2020). *The development of source evaluation skills during adolescence : Exploring different levels of source processing and their relationships. Journal for the Study of Education and Development*, 43(1), 1959. <https://doi.org/10.1080/02103702.2019.1690848>

4 Iyengar, S., Luskin, R. C., & Fishkin, J. S. (2003). *Facilitating Informed Public Opinion*. 25. <http://pcl.stanford.edu/common/docs/research/iyengar/2003/facilitating.pdf>

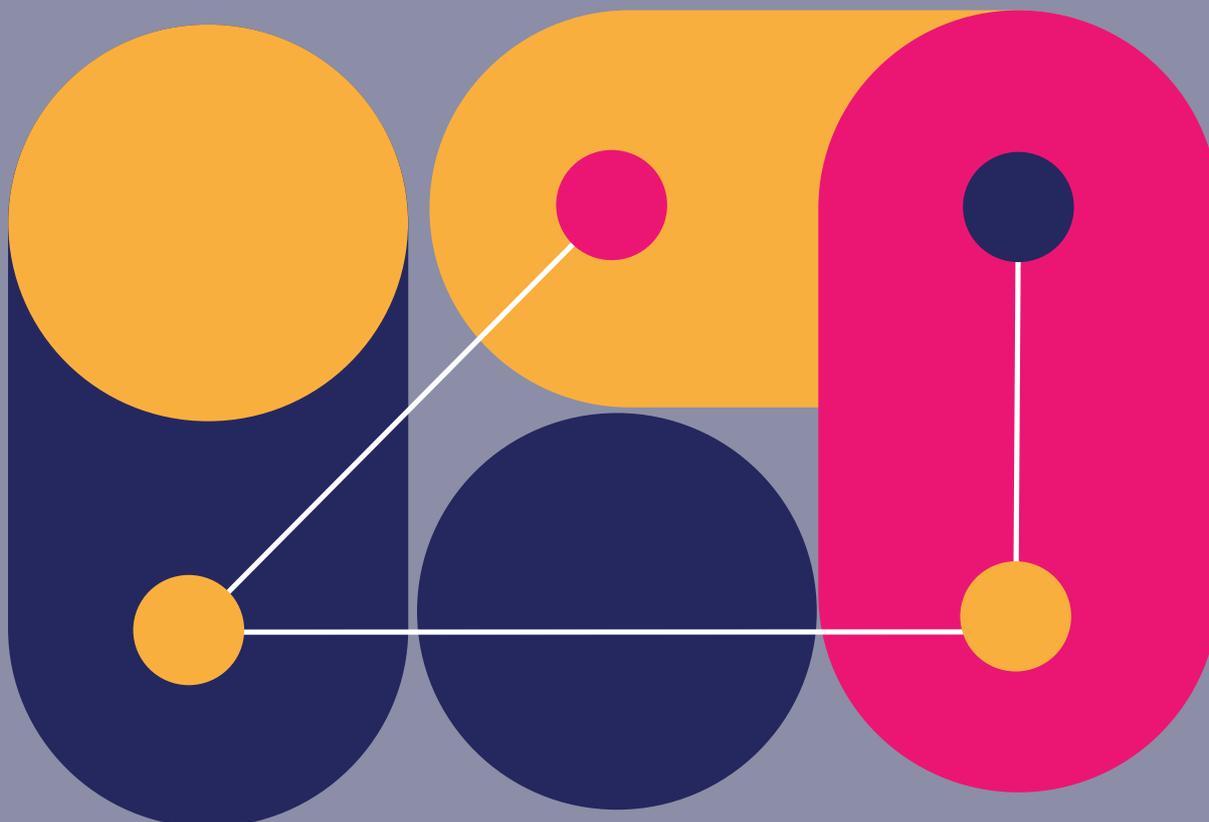
5 Badouard, R. (2018). Les mutations du débat public en ligne. *Documentation et bibliothèques*, 64(4), 26-32. <https://doi.org/10.7202/1061790ar>

LES ÉCHANGES CONVERSATIONNELS AUTOUR DE L'INFORMATION DES GROUPES MÉDIAS, CONTENU, COHÉRENCE



■ Cohérence ■ Contenu ■ Média

OPNAN 2023 Première, 1284 enquêtés, 59 non-réponses. Réponses à la question : « Avec qui discutez-vous de l'information ? »



03

IMPACT ET RÉCEPTION DES SÉANCES D'EMI

Dans le cursus scolaire, l'EMI occupe une situation ambivalente. Chaque année le CLEMI renforce ses capacités de formation (en 2022-2023 28 000 formateurs, enseignants et formateurs ont participé à des actions de formation, soit une augmentation de 28% par rapport à l'année précédente¹), mais les conditions de formation des enseignants sont désormais devenues plus restrictives, du fait du manque d'enseignants et de l'obligation de réaliser les formations en dehors des temps de face à face pédagogique. Mis à part le programme de Seconde SNT (Science, numérique et technologies, pour les filières GT), la place de l'EMI dans les temps d'apprentissage des élèves reste modeste. Notons toutefois des entrées dans les programmes d'EMC et d'Histoire-géographie, par exemple. Les ressources en ligne, scénarios pédagogiques, exercices, kits de formation sont abondants², mais insuffisants pour permettre une généralisation de l'enseignement à tous les élèves, pourtant considéré depuis 2013 comme une mission fondamentale de l'école³.

PROPORTION D'ÉLÈVES DÉCLARANT AVOIR PARTICIPÉ À DES SÉANCES D'EMI OU PARTICIPÉ À UN MÉDIA SCOLAIRE



■ NON ■ OUI

Observatoire 2023, Première, 1104 répondants, 777 non-réponses. Réponses à la question : Au cours de votre scolarité, avez-vous déjà suivi un ou plusieurs cours en Éducation aux médias et à l'information, ou avez-vous déjà participé à un média scolaire (journal...) ?

1 Voir le bilan Formation du CLEMI 2022-2023 accessible ici : <https://www.clemi.fr/fr/formation/bilan-de-formation-2022-2023.html>.

2 En particulier sur le site eduscol : <https://eduscol.education.fr/1531/education-aux-medias-et-l-information>.

3 Loi n°2013-595 du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la refondation de l'École de la République, modifiant le code de l'éducation.

L'accès des adolescents aux flux informationnels des plateformes numériques a relancé l'intérêt de l'école pour l'EMI. La dénonciation des désordres informationnels est justifiée, ils sont induits par le fonctionnement des plateformes, qui agrègent des sources diverses, journalistiques ou non, les classifient avec des algorithmes de manière arbitraire et opaque, servent de caisses de résonance à des discours de propagande anti-démocratique (discours de haine, racisme, antisémitisme, sexisme, homophobie...). L'inquiétude suscitée par cette perturbation informationnelle fait partie des motivations des politiques comme des enseignants, même si des recherches montrent que ceux qui partageraient le plus de désinformation sont des personnes âgées et politisées, à l'extrême droite¹. Cependant les médias traditionnels (télévision, radio, édition) peuvent être également concernés par les discours de propagande².

Il serait important que les séances en EMI tiennent compte également du rôle potentiel de la TV dans la désinformation.

OPNAN Première permet d'évaluer l'impact des formations en EMI, à partir de la perception qu'en ont les lycéens. Les résultats qui suivent s'appuient sur un échantillon limité, dont nous avons décrit les caractéristiques, ils ne peuvent être considérés que comme partiels, mais ils illustrent bien les limites de l'enseignement en EMI ainsi que certaines attentes des élèves.

1 Voir Grinberg N., Kenneth J., Friedland L. Swire-Thompson B., Lazer D. (2019), Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election, *Science*, vol. 363, n° 6425, p. 374-378. Ces résultats sont cependant spécifiques car nord-américains et concernant des périodes électorales. La politisation d'extrême droite des réseaux sociaux numériques a été documentée notamment par Julien Figeac, Tristan Salord, Guillaume Cabanac, Ophélie Fraisier, Pierre Ratinaud, et al.. « Facebook favorise-t-il la désinformation et la polarisation idéologique des opinions ? Questions de communication, 2019, n°36, pp.167-187. Les recherches de Julien Boyadjian. Notamment son article « Désinformation, non-information ou sur-information ? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants », *Réseaux*, vol. 222, no. 4, 2020, pp. 21-52, accèdent également un intérêt faible pour la désinformation, mais il faudrait envisager une plus grande diversité de sujets (covid, vaccins...).

2 J. Cagé, *Pour une télé libre. Contre Bolloré*, Seuil, 2022; C. Secail « l'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. 2. La campagne (janvier-avril 2022) », <https://lesfocusdulcp.wordpress.com/2022/11/08/lelection-presidentielle-2022-vue-par-cyril-hanouna-2-la-campagne-janvier-avril-2022/> ; Ouakrat, A., « Des discours de haine au cœur du débat public. La contribution des médias à la circulation des polémiques de Valeurs actuelles », *Réseaux*, vol. 241, no. 5, 2023, p. 123-161.

En 2023, à peine la moitié des adolescents de Première (GT ou Pro) interrogés déclarent avoir suivi un cours d'éducation aux médias et à l'information au cours de leur scolarité. En apprentissage, ils sont seulement 35%. A titre de comparaison, en 2022 ils étaient 65% en Première GT et 54% en filières professionnelles.

La question agrège deux dimensions de l'EMI dont on peut considérer qu'elles participent de sa mise en œuvre, celle des cours et celle de la production de médias scolaires. En Seconde, l'OPNAN recueille des informations sur la nature des ateliers suivis en EMI et 38% des élèves interrogés disent y avoir participé en Seconde GT, 34% en Seconde professionnelle. Les injonctions à la généralisation de l'EMI semblent donc encore insuffisantes au regard des actions, probablement faute de formation et de temps clairement dédié, et en volume suffisant dans les emplois du temps.

LES CLASSES ET DISCIPLINES CONCERNÉES PAR L'EMI (SELON LES ADOLESCENTS)

C'est principalement en Seconde que cet enseignement est dispensé selon les élèves (68%) et dans une moindre mesure en 3^{ème} (11%). Ils se souviennent principalement de l'implication d'enseignants disciplinaires (56%), ainsi que d'intervenants extérieurs (17%), mais aussi de collaborations pluridisciplinaires (11%).

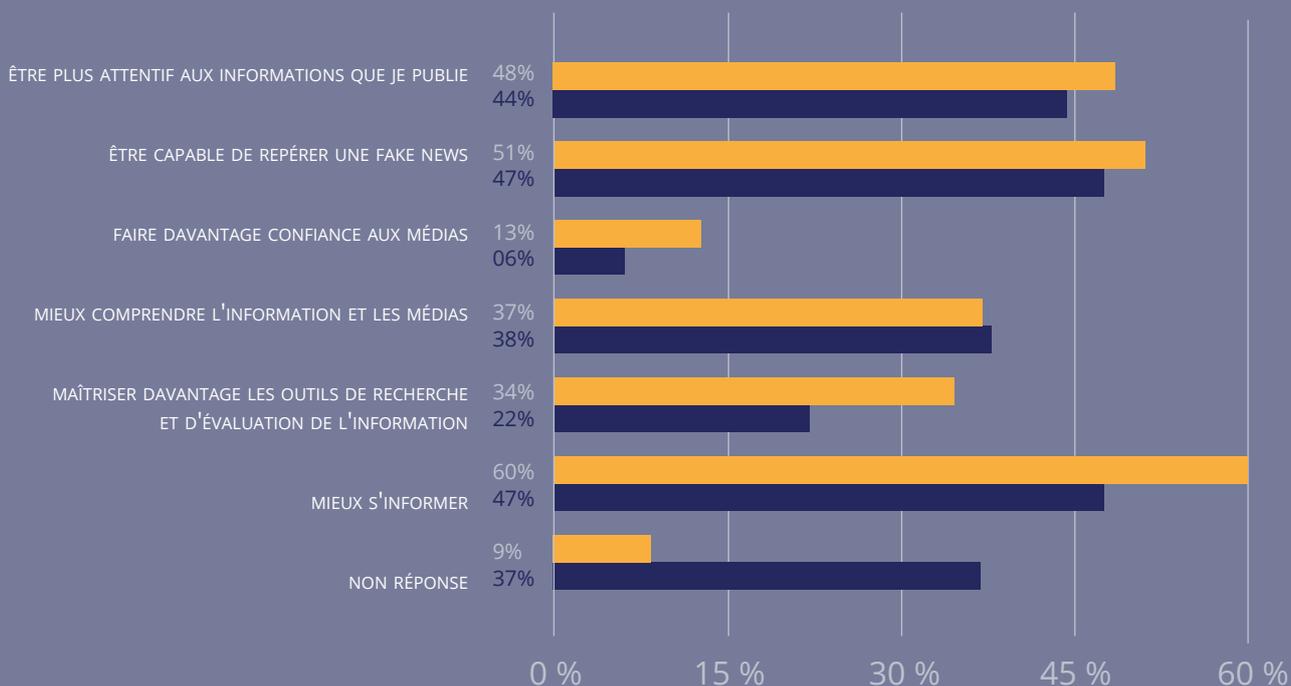
ATTENTES ET APPRÉCIATIONS DES ADOLESCENTS

C'est principalement au collège (37%) et au lycée (25%) que les adolescents souhaitent suivre ce type d'enseignement.

La perception de l'apport que constituent les cours d'EMI est très différenciée selon les filières. Les élèves des filières Pro sont plus de 90 % à penser que les cours les ont aidés, d'abord, pour 60% d'entre eux, à mieux s'informer, mais aussi pour près de 50% à être capables de repérer des *fake news* et à être plus prudents dans leurs propres publications. Ce sont aussi les trois atouts que reconnaissent aussi les élèves de Première GT, à un degré légèrement moindre. Mais près de 4 élèves de Première GT sur 10 n'y voient aucun intérêt, parmi les items du questionnaire qui leur ont été proposés.

Ces résultats sont très encourageants pour les formations professionnelles, un peu plus décevants pour les filières GT, même si l'ensemble des objectifs de l'EMI du point de vue de la lutte contre la désinformation semblent atteints pour près de la moitié des élèves des deux types de filières.

PERCEPTION DE L'APPORT DES COURS EN EMI DANS LA VIGILANCE INFORMATIONNELLE PAR LES ÉLÈVES



Observatoire 2023, Première, sur les 638 enquêtés qui déclarent avoir suivi des cours en EMI, en réponse à la question « Si oui, vous diriez que ces cours en Éducation aux médias et à l'information vous ont aidé à ... »

■ Première GT ■ Première Pro

Le caractère normatif de certains cours et les discours ressentis comme dévalorisants à l'égard des pratiques des jeunes sur les réseaux sociaux pourraient être une des explications de cet intérêt plus limité pour les filières GT. L'intérêt des pédagogies actives, plus engageantes comme le travail d'enquête ou de création, par une production artistique ou journalistique, a déjà été souligné dans d'autres recherches parce qu'elles favorisent l'appropriation de ce type d'enseignement à travers le sentiment d'accomplissement et la valorisation du travail individuel et collaboratif¹. Il serait intéressant dans les prochaines éditions de l'OPNAN de pouvoir comparer ceux ayant suivi ce type d'enseignement par la création de médias scolaires ou de productions personnelles, par rapport à ceux qui ont suivi un enseignement plus normatif. Dans le cadre du programme « éducation aux écrans », les élèves sont invités à mener une recherche documentaire personnelle sur un thème proposé. **Ce scénario pédagogique fait partie de ceux que les adolescents peuvent apprécier le plus.**

L'éducation est cependant un processus complexe, l'évaluation de ses effets est particulièrement délicate, en particulier lorsque cela concerne un domaine qui se trouve au croisement de pratiques personnelles et de pratiques scolaires. La question de l'évaluation des effets à court, moyen ou long terme demeure également complexe.

¹ Sophie Jehel, Laurence Corroy, Nolwenn Tréhondart, Sébastien Appiotti, *Rapport sur l'éducation aux médias et à l'information en Haute Savoie*, remis au Conseil départemental de Haute Savoie, 2022, ainsi que dans le cadre du projet Adoprivacy, voir le colloque des 11 et 12 décembre 2023, MSH Paris Nord.

À retenir

Le projet de donner à tous les adolescents au cours de leur scolarité une formation en éducation aux médias et à l'information (EMI) est encore au milieu du gué. Observatoire des pratiques numériques des adolescents de Normandie 2023 confirme les résultats observés les années précédentes, moins de la moitié des adolescents interrogés déclarent avoir suivi des cours en EMI.

PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES ADOLESCENTS : LE RÔLE CENTRAL DE LA TV

Les adolescents sont tous équipés en smartphone (à 98%) et cumulent les sources d'information d'origine journalistique. Près de la moitié ont téléchargé une application d'information. Ils privilégient deux sources d'information : **les réseaux socionumériques** (notamment les *stories* sur Instagram) et **la télévision**. La télévision est la première source d'information (pour 43% d'entre eux), le journal télévisé est aussi la source qu'ils jugent la plus fiable.

L'actualité qui les a marqués en 2022-2023 est avant tout celle de **la guerre en Ukraine**. La guerre, les faits divers et les actualités *people* constituent l'essentiel de leur conception de l'actualité générale, même si celle qui les intéresse le plus relève de l'actualité culturelle.

Dans les filières professionnelles, les adolescents manifestent **une plus grande défiance vis à vis des médias et de la télévision** (pour 23 % d'entre eux), et **une plus grande confiance** (toute relative cependant, 14 %) à l'égard des réseaux sociaux numériques (RSN).

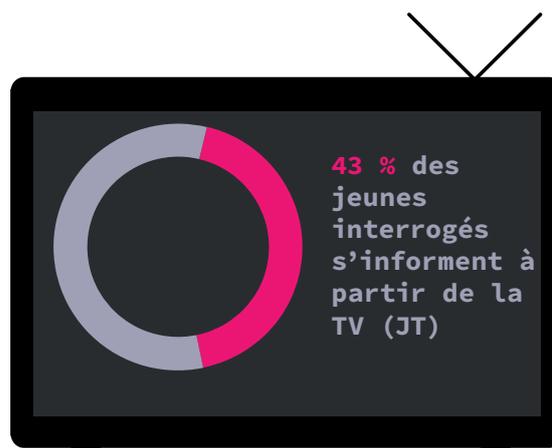


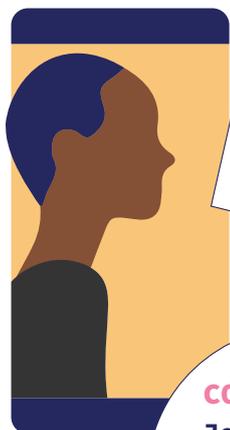
Répartition des adolescents enquêtés selon 3 profils de critères de vérification de l'information

La réception de l'information se fait parallèlement de façon individuelle sur les RSN et en famille à la télévision, les conversations **avec la famille** (pour 76 % des élèves en Première GT et 84 % des élèves en Première Pro) et **les amis** (71 % pour les Premières GT et 76 % pour les Premières Pro) jouent un rôle prépondérant dans **son interprétation et dans la mise à jour des connaissances**, particulièrement dans les **milieux plus favorisés**.

Contrairement aux stéréotypes les plus répandus, seule **une minorité de lycéens (30 %) partage ses opinions personnelles** sur les plateformes en ligne ou participe à des votes en ligne, et ils le font rarement. Le climat de violences numériques et les mises en garde des adultes ne les y incitent pas. Si **les filles** sont les plus prudentes pour l'affichage de leurs opinions, elles **hésitent moins à voter** (pour 36 % d'entre elles).

Les adolescents ne sentent pas particulièrement exposés aux **théories complotistes**, la moitié des enquêtés n'en connaissaient pas. Pour certains, ce sont les cours en EMI qui vont les leur faire connaître.





CONTENU 33%

Je m'attache à la compétence de l'auteur et la précision ou la vérifiabilité des faits.



COHÉRENCE 17%

Je vérifie la cohérence du contenu et la citation des sources.



90% des élèves des filières Pro



61 % des élèves des filières GT

90% des élèves des filières Pro pensent que les cours d'éducation aux médias et à l'information les ont aidés à mieux s'informer, à repérer les fake-news et à renforcer leur vigilance dans ce qu'ils publient eux-mêmes; 61 % des élèves des filières générales et technologiques le pensent également.

VÉRIFICATION DE L'INFORMATION : 3 PROFILS DIFFÉRENTS

Chez les lycéens enquêtés nous avons pu distinguer **3 profils de jeunes concernant leurs pratiques de vérification de l'information** : un premier profil de jeunes qui privilégient une approche par le *Média*, et la confiance qu'ils lui accordent ; un deuxième profil pour ceux qui s'intéressent à la dimension formelle du *Contenu* (la signature par un auteur, son titre) et un troisième profil pour ceux qui cherchent d'abord à apprécier la *Cohérence* du contenu. L'approche par le média et sa réputation caractérise davantage les enfants des classes populaires (49 %), l'approche par les qualités formelles les milieux plus favorisés (54%). Mais, l'approche par la cohérence ne semble pas être socialement déterminée, elle serait liée à une plus grande habitude de discussion avec des adultes en dehors des proches. **Ce résultat devrait permettre de renforcer la place des débats dans le cadre des formations en EMI, il en confirme tout à fait la légitimité.**

IMPACT ET RÉCEPTION DE L'EMI

Selon les déclarations des élèves enquêtés, c'est en Seconde qu'ils ont principalement bénéficié de cours en EMI (68%) et dans une moindre mesure en troisième (11%). Ils souhaiteraient que les apprentissages soient renforcés au collège, mais sans pour autant les diminuer au lycée. L'appréciation des élèves qui ont suivi ce type de séance en EMI est particulièrement positive : **90% des élèves des filières pro pensent que les cours les ont aidés à mieux s'informer, à repérer les fake-news et à renforcer leur vigilance dans ce qu'ils publient eux-mêmes; 61 % des élèves des filières GT le pensent également.** D'après d'autres études que nous avons pu réaliser¹, les adolescents apprécient particulièrement les scénarios pédagogiques dans lesquels est prise en compte leur expérience, et qui leur permettent de réaliser des recherches documentaires personnelles.

¹ Notamment dans le cadre du projet Adoprivacy (voir adoprivacy.fr).

LES TECHNIQUES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION LES PLUS UTILISÉES PAR LES ADOLESCENTS ENQUÊTÉS

