



**ANALYSE QUALITATIVE DES PRATIQUES
INFORMATIONNELLES COLLABORATIVES DES JEUNES**

Rapport tâche n°3

CEREFIGE – CRIJ Lorraine – INFOR Jeunes Luxembourg

Mars 2015



SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
1. RECHERCHE D'INFORMATION.....	1
1.1 Nouveau contexte et nouvelles pratiques.....	2
1.1.1. Un contexte informationnel en mutation.....	2
1.1.2. Quelles tactiques des jeunes dans cet environnement informationnel ?...3	
1.2. Quelle place pour les réseaux d'Information Jeunesse dans l'information sur le logement, l'emploi et l'orientation ?.....	7
1.2.1 Le processus de recherche d'information.....	8
1.2.2 Une recherche affectée par différents éléments de contexte.....	11
1.2.3. Quelle place pour les structures d'Information Jeunesse.....	14
2. PRODUCTION ET PARTAGE D'INFORMATION CHEZ LES JEUNES.....	18
2.1. Consommation-production et partage : une culture informationnelle juvénile ?.....	18
2.1.1. Des pratiques de jeunes ?.....	19
2.1.2. Des normes cristallisées dans des figures négatives.....	20
2.1.3. Une panoplie commune pour des pratiques plus contrastées.....	22
2.2. Impact des pratiques de partage et production d'information sur l'Information Jeunesse.....	24
2.2.1. Des activités de consommation et partage d'information en ligne en tension.....	24
2.2.2. Quelles pistes pour l'insertion des réseaux d'Information Jeunesse dans la production et le partage d'information entre pairs ?.....	28
CONCLUSION.....	29
ANNEXE.....	33
TABLE DES MATIÈRES.....	34

INTRODUCTION

L'étude menée conjointement entre le CEREFIGE – Université de Lorraine – et les instances d'Information Jeunesse – le CRIJ de Nancy et le relais Infor'Jeunes d'Arlon – vise à mieux comprendre les pratiques informationnelles des jeunes sur les deux territoires concernés. Plus précisément, cette étude a pour objectif de :

- faire un point sur les pratiques de recherche d'information des jeunes en général avec un focus sur des thématiques spécifiques (logement, emploi et orientation principalement) ainsi que sur les usages en rapport avec les structures concernées,
- faire un point sur les pratiques de création et de partage d'information des jeunes en général et en lien avec les structures concernées,
- mettre les résultats sur ces deux territoires frontaliers en perspective au regard de l'enquête nationale réalisée en France en 2011¹.

Dans ce but, les chercheurs ont adopté une démarche collaborative d'étude à partir de méthodologies qualitatives fondées sur des observations *in situ* (une semaine d'événements sur chacun des deux réseaux) et sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès d'utilisateurs réels ou potentiels sur les deux territoires (Cf. Annexe).

L'analyse des discours tenus sur les pratiques informationnelles est restituée dans ce rapport en deux parties qui suivent les objectifs préalablement présentés : recherche d'information (1.) puis création et partage d'information (2.). Ces résultats permettent de fournir des éléments de réflexion sur les possibilités ouvertes par ces pratiques des jeunes pour les structures concernées notamment en termes de médiation et de présence en ligne.

1. Recherche d'information

Après avoir décrit le contexte informationnel dans lequel les jeunes évoluent et les pratiques induites (1.1.), nous réaliserons un focus spécifique autour des recherches d'information dans le cadre du logement, de l'emploi et de l'orientation (1.2.).

¹ Rapport national, L'information des jeunes : enjeux et hypothèses de travail, 2011.

1.1. Nouveau contexte et nouvelles pratiques

1.1.1. Un contexte informationnel en mutation

Les discours sur la consommation d'information des jeunes sont marqués par l'omniprésence d'internet. Les réseaux socio-numériques y sont souvent présentés comme emblématiques. De fait, les jeunes mettent en place une plus large diversité d'usages à partir des fonctionnalités du web « 2.0 ». La définition de ce dernier manque certes de consensus (Coutant et Stenger, 2010²). On peut cependant en retenir une plus grande facilité de production et de diffusion de contenu au sein de plate-formes qui rassemblent des collectifs aux périmètres variables. En 2010, on dénombrait plus de 400 millions d'utilisateurs de Facebook à travers le monde (Médiamétrie via Coutant & Stenger, 2010), plaçant ainsi la plate-forme en tête du classement des réseaux socio-numériques (RSN).

Plus largement, le développement des pratiques numériques s'est appuyé sur un développement massif de l'accès à internet. Le rapport du Ministère de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et de la Vie Associative datant de 2011 indique à cet effet une augmentation soutenue de l'accès au haut débit chez les français. De son côté, le Credoc dénombrait une augmentation de l'équipement en ordinateur ainsi qu'en accès à internet – respectivement de 81% en 2012 à 83% en 2013 et de 78% à 81% sur la même période et ce, pour les français de plus de 12 ans.

Ces évolutions transforment les attentes des individus face à l'information. En 2002 déjà, Xavier Dalloz parlait de l'ATAWAD (acronyme pour *Any Time, Any Where, Any Device*) ou encore de « mobiquité » pour désigner la capacité que peuvent avoir les individus à se connecter à internet quel que soit le moment, le lieu, ou le périphérique utilisé. Aujourd'hui, avec l'expansion que connaissent les marchés des smartphones et des tablettes tactiles, cette forme de nomadisme numérique est de plus en plus commune. Elle l'est plus encore chez les utilisateurs de réseaux socio-numériques qui peuvent ainsi recevoir des notifications et gérer les flux d'information à tout moment. Ces attentes sont de fait très présentes dans les discours recueillis. Ils introduisent conjointement des couples usages / équipements assez nets.

« Ah ! Pour les réseaux sociaux à 100%, de toute façon à partir du moment où je suis sur Facebook/Twitter, c'est toujours à partir de mon portable, l'ordi j'ai autre chose à faire que

² Coutant, A., & Stenger, T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socio-numériques. *Les Enjeux de L'information et de La Communication*, 2010(2010/1), 45–64.

Facebook/Twitter » (FM1)

« Et du coup, Facebook, tu le regardes sur les 3 ou plus sur un en particulier ? Sur mon GSM parce que je l'ai tout le temps avec moi. Mon iPad c'est quand je suis chez moi et j'ai pas le GSM près de moi. » (BF6)

Les smartphones participent à faciliter le maintien de la connexion entre utilisateurs même en mobilité. Dans le même temps, elle permet à internet et aux applications de s'insérer dans la moindre interstice de temps disponible. Ainsi en 2013³, environ un français sur trois utilisait son téléphone pour naviguer sur internet ou lire et écrire des emails. Parallèlement le développement du nombre d'applications permet de répondre à des besoins aussi bien urgents que triviaux.

« J'ai un portable, j'ai la 3G mais c'est vrai que c'est un portable un peu pourri. Enfin un peu pourri, j'ai ce truc-là quoi [sort un smartphone], c'est un truc tactile mais j'y vais juste quand... Enfin pour l'information je l'utilise pas mal, savoir se repérer en ville par exemple, quand je suis dans une ville que je connais pas, y'a Google Maps qui est pas mal. Dès que j'ai une petite question tout ça, par exemple quand on sait pas un truc avec des potes, parfois on se chaille pour des trucs... » (FM3)

L'accès à l'information ATAWAD ainsi que la facilité de production et de partage de contenus permise par le web 2.0 participent à créer une surcharge informationnelle dans laquelle le volume d'information disponible excède les capacités de traitement de l'information des individus. Cette économie de l'attention (Simon, 1971⁴) implique des arbitrages permanents entre différentes sollicitations produisant des situations de concurrence informationnelle entre sollicitation en ligne et hors ligne (pairs, cours, télévision...).

« Je me lève, j'allume mon ordinateur et ensuite je descends manger, c'est comme ça c'est... bon c'est peut-être un petit peu exagéré parfois mais je suis sur internet absolument toute la journée. » (FF7)

« C'est pas forcément des geeks qui sont tout le temps sur consoles-ordinateur-internet, c'est des gens qui sont tout le temps avec le portable... euh le téléphone pas l'ordinateur bien sûr. Et qui sont tout le temps avec le téléphone et avec Facebook allumé et qui rafraîchissent Facebook, Twitter et éventuellement une autre page de réseaux sociaux et toujours avec ça et toujours à vérifier alors que rien n'a sonné, rien n'est arrivé et depuis 5 minutes il s'est rien passé mais c'est devenu compulsif quoi. Et ça je trouve que c'est hyper chiant quand t'es avec eux parce que du coup ils te sortent le portable, ils te parlent en même temps et puis ils regardent je sais pas quoi comme si la vie en dépendait. » (FF7)

1.1.2. Quelles tactiques des jeunes dans cet environnement informationnel ?

Ce contexte implique pour les jeunes de développer des apprentissages afin par exemple de gérer la

³ Bigot, Croutte, Daudey (2013), La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, <http://www.credoc.fr/publications/abstract.php?ref=R297>.

⁴ Simon, H. A. (1971), "Designing Organizations for an Information-Rich World", in Martin Greenberger, Computers, Communication, and the Public Interest, Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press.

surcharge informationnelle ou de nouvelles manières de se présenter à autrui en ligne. Ces apprentissages ont fait l'objet de nombreuses analyses, notamment en termes de différence intergénérationnelle. Il s'agit ici de savoir si les jeunes ont des pratiques digitales à ce point différentes de celles de leurs aînés que cela crée des difficultés d'intercompréhension.

Les jeunes sont souvent représentés dans les discours comme des *Digital Natives* (Prensky, 2001⁵) : ayant grandi au milieu des écrans, ils auraient développé une appétence particulière et des compétences spécifiques relatives aux NTIC. Véhiculée par différentes instances comme le marché ou les médias, cette représentation est très présente dans le discours des jeunes pour justifier des différences générationnelles vis-à-vis des plus jeunes (FF2) comme des plus vieux (FM2) dans l'appropriation des écrans.

« On a des petiots de 2 ans, 3 ans, on les voit utiliser les tablettes pour jouer. C'est commun quoi, combien de fois je vois des piots utiliser un portable mieux que moi quoi, je me dis « Putain ! » C'est la génération, ils naissent avec des portables dans les mains et ils savent ça par cœur. » (FF2)

« [A propos de son père] C'est... c'est le... c'est l'exemple typique de quelqu'un qui sait pas faire une recherche sur internet. Parce qu'il va aller sur Google et il va taper sa phrase « comment fait-on pour enlever ça sans casser le mur ? » ou... alors que ça... fin... je lui dis « mets des mots, des mots-clés qui vont te donner les recherches directement. » » (FM2)

Cette représentation du jeune comme naturellement à l'aise avec les NTIC a cependant fait l'objet de nombreuses critiques. Elle a par exemple été très peu testée empiriquement (Bennett et al., 2008⁶). Elle doit donc être confrontée à d'autres courants explicatifs des pratiques juvéniles, notamment à d'autres hypothèses concernant les trajectoires de socialisation qui structureraient les dispositions des jeunes (Lahire, 2005⁷), de génération, de période ou de cycle de vie (Mercklé et Octobre, 2012⁸).

Elle peut aussi être discutée à la lumière de la « *fracture numérique* » chez les jeunes (Dauphin, 2012⁹ ; Granjon, 2004¹⁰). Celle-ci révèle l'existence d'une réalité composite, faite de différents degrés de ressources, d'utilisation, de possession ou encore de familiarité des jeunes avec les NTIC et qui engendre des pratiques, des comportements et un rapport aux NTIC très divers. Parce que

⁵ Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

⁶ Bennett S., Maton K. & Kervin L. (2008), The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence, *British Journal of Educational Technology*, 39, 5, 775–786.

⁷ Lahire B. (2005), Misère de la division du travail sociologique : le cas des pratiques culturelles adolescentes, *Education et Société*, 2, 16, 129–136.

⁸ Mercklé P. et Octobre S. (2012), La stratification sociale des pratiques numériques des adolescents, *Recherches en Sciences Sociales sur internet*, 1, 1. Consulté le 1 mars 2015, <http://www.journal-reset.org/index.php/RESET/article/view/3/3>

⁹ Dauphin F. (2012), Culture et pratiques numériques juvéniles : Quels usages pour quelles compétences, *Questions vives*, 7, 17, <http://questionsvives.revues.org/988?lang=en>.

¹⁰ Granjon F. (2004), Les sociologies de la fracture numérique: Jalons critiques pour une revue de la littérature, *Questions de communication*, 6, 217–232.

tous n'ont pas eu accès de façon identique à internet ou aux smartphones, ni dès leur plus jeune âge, d'un point de vue socioculturel, les *Digital Natives* semblent davantage former un groupe pluriel, fortement hétérogène (Mercklé et Octobre, 2012), présentant de fortes disparités au niveau des ressources et des dispositions individuelles (Lahire, 2005) qu'un groupe uniformément acquis aux NTIC.

Les jeunes apparaissent ainsi dans les entretiens réalisés comme une population moins homogène que les discours sur les *Digital Natives* voudraient le laisser penser (FF4). En plus de ce recul réflexif, les discours tenus font apparaître différentes formes de compétences, savoir-faire et tactiques. Celles-ci sont développées au cours de trajectoires variées. Nous en proposons ici une analyse à partir de leur capacité à faire face à différentes tensions émanant de l'environnement informationnel.

« Mais internet c'est pas aussi démocratisant parce que tout le monde n'a pas les mêmes compétences et au final si t'as pas d'acquis, tu vas sur Facebook, tu vas sur Candy Crush et tu te déconnectes parce que tu sais pas quoi faire. Internet ça peut être très bien mais il faut quand même avoir les outils intellectuels et autres pour que ce soit une richesse parce que sinon on a vite fait le tour. » (FF4)

Caractéristiques de l'information	Compétences clés	Tactiques développées
Une abondance	Gérer la surcharge	Utilisation des moteurs de recherche, la prescription des pairs...
Un flux	Gérer un flux/rester au courant	Utilisation du <i>matching</i> , développer la pluri-consommation de médias, télécharger ou <i>streamer</i>
Une incertitude	Repérer les arnaques	Création d'indices de pertinence et de crédibilité, savoir trier
Un ressort pour socialiser	Maîtriser sa visibilité	Création de plusieurs comptes et/ou profils

Les pratiques informationnelles des jeunes : des compétences et des tactiques spécifiques

- *Une abondance*

L'abondance de l'information en ligne implique de développer des tactiques afin de gérer cette surcharge. Les moteurs de recherche et les réseaux sociaux reviennent de manière récurrente dans les discours. Ils tendent à être associés à des logiques différentes de consommation d'information : les moteurs de recherche sont davantage mobilisés dans une logique de recherche d'information (« *pull* ») tandis que les réseaux sociaux numériques pourront être utilisés pour se voir proposer des contenus en l'absence d'attentes particulières au travers d'une prescription par les pairs (« *push* »).

Si tous les répondants semblent avoir recours à des moteurs de recherche, les usages experts apparaissent eux plus rares et les pratiques mises en place pour faire face à la profusion de résultats d'une requête relèvent souvent de la débrouille (FF1).

« On va taper par exemple jobs d'été sur internet [...] les cinq premiers sites on va les regarder après [...] pff ça fait chier un petit peu [...] si je suis vraiment dans la déch et que je sais plus vers quoi me retourner bah je vais cliquer page 7 et essayer de voir mais euh » (FF1)

« Je tape le thème de ce que je cherche ou je pose des questions, et avec ces questions on a des réponses. Donc soit par mots-clés, soit par questions et je regarde plusieurs sites, ce qu'il y a en commun comme informations. » (BM2)

- *Un flux*

Par-delà l'abondance d'information « sédimentée », les jeunes doivent s'inscrire dans des flux d'information concernant l'actualité, la culture, le shopping, les offres d'emploi ou encore les pairs. Ici encore, les usages experts sont peu fréquents et laissent souvent la place à des tactiques plus ou moins formalisées. Certains choisiront ainsi de laisser des algorithmes sélectionner à leur place les contenus pertinents dans les flux ou encore développeront des pratiques de consommation simultanée de plusieurs médias.

« Et sinon j'ai aussi... c'est Google News, je crois que ça s'appelle comme ça ; ben il fait plusieurs cases ou y'a vraiment « International, Sport, France, Belgique, etc. » et vraiment t'as aussi... t'as les titres des journaux et tu cliques et t'arrives directement sur le site. Ça c'est pas mal aussi. » (BM4)

« Et genre y a beaucoup de pages genre Pitchfork ou des magazines en ligne qui couvrent des événements super sympas. C'est vachement cool de passer par le réseau pour après aller sur leur site ou d'aller sur YouTube parce qu'ils ont balancé le lien d'une nouvelle chanson ou d'un nouvel événement » (FM2)

Le marché et plus spécifiquement les offres culturelles constituent des flux qui peuvent occuper une place importante dans la construction identitaire et la sociabilité juvénile. Dès lors, des compétences ont pu être mises en place afin d'acquérir des contenus via le téléchargement ou le *streaming* afin d'être à jour des sorties (séries, films, musiques...) avec les contraintes d'un budget qui peut être limité.

« Euh... Enfin c'est vrai que je télécharge quand même pas mal. Dès que je vois des bons films et tout ça... J'ai un site où je pouvais les télécharger et dès que je vois un bon film... ben c'est plus simple de prendre son disque dur et son PC et... tu fais aller le film quoi. T'es pas obligé d'avoir internet, ça déconne pas si t'as pas beaucoup de réseau, parce que dans ma chambre y'en avait pas beaucoup. Donc du coup comme ça je téléchargeais dans la chambre de ma sœur et puis je regardais dans la mienne. » (BF5)

- *Une incertitude*

L'expérience ou une sensibilisation dans le milieu scolaire permettent aux jeunes d'être globalement

conscients de la qualité variable des informations disponibles en ligne. Des pratiques sont alors développées entre application de méthodes transmises par des figures d'autorité dont les avis ne convergent pas nécessairement (BM1) et des tactiques fondées sur ses propres représentations de l'information de qualité. La fiabilité sera alors évaluée à l'aide d'indicateurs comme le nombre de fautes d'orthographe, la récurrence de l'information sur plusieurs sites, la fréquence des mises à jour ou encore le nom de domaine (FF2, BM1, FF3).

« Par exemple, je regarde ma prof de chimie, elle veut pas qu'on utilise Wikipedia parce qu'elle trouve que c'est pas fiable. » (BM1)

*« **Comment tu évalues la qualité de l'info que tu trouves ?** Sur internet, au quota de fautes d'orthographe [Rires] Après je dis pas, y'a des gens qui vont te dire des choses très sensées et qui écrivent pas forcément... voilà. [...] mais j'en tiens compte quand même. » (FF2)*

« Ben dans le meilleur des cas j'en trouve une troisième [source] pour voir, autrement on se met d'accord pour trouver une solution. Voir si l'info est vraiment importante pour pas raconter de bêtises ou choisir la plus plausible. » (BM1)

« Comme les sites du gouvernement, c'est marqué .gouv mais là tu sais que c'est sûr parce que c'est le gouvernement. » (FF3)

- *Un ressort de la sociabilité*

La consommation des RSN ou des sites avec une dimension sociale implique de produire une représentation de soi en ligne. Se posent alors des questions classiques hors-ligne de gestion de l'impression (Goffman, 1959¹¹), c'est-à-dire une mise en phase des comportements avec le cadre et le public considéré. Le caractère durable des traces des interactions ainsi que le caractère plus flou du public en présence rend cette gestion plus complexe en ligne. Ceci se traduit chez les répondants par des créations de profils différents permettant de segmenter les publics. Avoir deux comptes sur Facebook permet ainsi de séparer des interactions entre pairs du regard familial (et vice-et-versa) tout en donnant une impression de contrôle rassurante aux parents. L'enjeu peut alors consister à trouver des marqueurs permettant d'être retrouvé par un réseau tout en demeurant ignoré d'un autre. Dans la même logique, des adresses mails différentes peuvent être créées pour distinguer des catégories d'interlocuteurs.

« Ben en fait j'ai un Facebook particulier, si tu tapes [nom & prénom], tu tomberas pas dessus, j'ai un nom totalement truqué, des photos totalement truquées, ma photo de profil c'est une pomme et puis je publie un maximum de conneries dessus. Je suis un homme, je suis né en 1929 et je m'amuse. » (FF4)

« Je gère 4 boîtes mails. Une d'une association, la deuxième aussi parce que je suis porte-parole, une pour les pubs et compagnie que j'ai depuis que je suis sur MSN, depuis ma 3ème [rires] et une pro quoi. Une sérieuse. » (FF9)

Les jeunes font donc preuve d'une certaine inventivité lorsqu'il s'agit d'évoluer sur la sphère

¹¹ Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. New York: Anchor.

informationnelle numérique. Cependant la mise en place de ces tactiques remet totalement en question – et ce, à juste titre – le concept de « natifs numériques » présentant les jeunes comme « naturellement experts » dès qu'il s'agit de technologie. La débrouillardise dont font preuve les jeunes lorsqu'ils sont face à des obstacles n'est véritablement pas toujours suffisante. Mais ces lacunes proviennent également du manque de légitimité accordée à ces pratiques de la part de certaines institutions. Dans ce cas, elles peuvent générer des tensions.

1.2. Quelle place pour les réseaux d'Information Jeunesse dans l'information le logement, l'emploi et l'orientation ?

L'emploi et le logement ont été identifiés comme deux thématiques avec un intérêt particulier pour les structures d'Information Jeunesse. Les entretiens ont permis de confirmer l'importance et la spécificité de ce type de recherche pour les jeunes ainsi que de faire émerger deux autres thématiques souvent liées et également particulièrement impliquantes : l'orientation et les départs à l'étranger.

Après avoir présenté le processus général de recherche de ce type d'information (1.2.1), nous verrons comment il peut être affecté par différentes variables relatives au contexte de la recherche (1.2.2.) avant de réaliser un focus sur la perception et le rôle des structures d'Information Jeunesse dans ce cadre (1.2.3.).

1.2.1 Le processus de recherche d'information

- *Des recherches souvent déclenchées en lien avec la formation suivie*

La sphère de la formation est le principal déclencheur des recherches d'information sur les thématiques évoquées. La poursuite d'une formation suscite ainsi souvent des changements de logement, des recherches de stage, des départs à l'étranger ou la nécessité de participer au financement au travers d'un job étudiant. Pour autant, il serait erroné de considérer ces déclencheurs isolément. En effet, les jeunes, et de fait leurs recherches d'information, évoluent dans un maillage d'espaces sociaux (école/formation mais aussi famille, marché, pairs...) dont les influences ne convergent pas toujours. En résulte un cadrage plus ou moins flou et contradictoire des besoins d'information et de la recherche.

La perception de la nécessité de partir à l'étranger peut ainsi se faire sentir progressivement mais la

recherche ne débute que suite à un déclencheur clair (FF1). Dans d'autres cas, une tension peut exister entre des injonctions paradoxales, la décision peut être prise en tension et ne commencer qu'à l'issue d'un processus réflexif pris dans un maillage d'influence. Il peut alors être difficile d'isoler un déclencheur. Le rapport à la recherche d'un job étudiant se trouve ainsi pris chez FF4 entre ses parents qui la considèrent comme une « feignasse », la difficulté à trouver un « boulot » et l'impression de faire sa part en participant aux tâches ménagères. Ces facteurs et d'autres évoqués dans le verbatim l'amèneront à approfondir ses recherches et à trouver un emploi étudiant.

De façon plus large, la recherche d'un « job étudiant » peut répondre à des injonctions plus ou moins contradictoires de l'environnement familial (culpabilisation, fournir un job « clé en main », considérer « qu'il faut profiter de ses vacances »...), de la sphère de la formation et de l'orientation (valorisation des expériences professionnelles, test de secteurs professionnels, besoin de participer au financement de ses études...), des pairs (avoir de l'argent pour sortir avec ses amis, ne pas travailler et rester avec ses amis pendant les vacances) ainsi que la projection de la valorisation de cette expérience dans le marché de l'emploi (FM3). Ces diverses influences ne sont pas toujours clairement perçues par les répondants et la mise en évidence d'un déclencheur peut être le résultat d'une construction *a posteriori*.

« on doit quasi obligatoirement partir dans le pays [...] si on ne veut pas avoir de retard [...] qu'il faut se dire que au bout il y a quand même un concours [...] ça a commencé avec ma professeur d'italien qui nous dit [...] si vous voulez faire italien il va falloir partir en Italie il y a pas moyen moi j'accepterai aucune personne qui ne sera pas partie l'été [...] Donc déjà je me suis dis bon bah voilà faut que je parte en Italie. » FF1

« Au début c'est mes parents qui m'ont un peu poussée au cul en fait à la fin de la L1 pour que je travaille et j'ai trouvé que c'était de la connerie parce que j'avais pas trouvé de boulot et ils me traitaient un peu de feignasse pendant tout l'été parce que j'avais pas de boulot. Et je leur faisais comprendre que je faisais du travail domestique, enfin, je faisais les lessives, la vaisselle, les trucs comme ça et j'avais pas de paye mais je contribuais quand même. J'étais pas toute la journée devant la télé. Bref, j'ai trouvé que c'était con de dire ça. Donc au début je travaillais parce qu'ils m'ont dit de travailler et après je me suis un peu embrouillée avec eux et ça me permet d'avoir une rentrée d'argent... Parce qu'en fait mes parents me donnent 200 euros par mois durant l'année pour m'aider, pour payer le loyer et tout ça. Et ben oui, je travaille pour avoir moins à leur demander, pour me débrouiller un peu plus par moi-même. » FF4

« je me suis dit « si je suis pas pris, ce sera en partie à cause de mon CV qui est assez vide ». Et donc je me suis dit voilà pour plus tard, pour travailler, pour trouver des... pour avoir... pour pouvoir avoir plus d'opportunités dans la vie, faut aussi se mettre à bosser quand on est plus jeune. » FM3

- *Internet et réseau social : premières sources avant des efforts plus importants*

Les recherches sont dans un premier temps généralement orientées vers des sources perçues comme demandant moins d'effort tant sur le plan psychologique (personnes connues, peu de mise en danger...) que selon des critères plus « objectifs » (temps, distance, gratuité...). Ceci conduit

souvent les répondants à se saisir de leur capital social (immédiat : les pairs ou celui de leurs parents) ainsi que d'internet.

C'est généralement un échec auprès de ces sources qui conduira les jeunes à accepter de réaliser davantage d'efforts en se tournant vers d'autres moyens de s'informer. L'effort consenti peut notamment être de nature financière conduisant les jeunes vers des offres marchandes.

Si internet ou le réseau social peuvent être utilisés de façon exclusive, ils apparaissent plus souvent comme complémentaires. En effet, les problèmes d'abondance et de fiabilité posés par le premier se voient complétés par les prescriptions des pairs à qui l'on fait confiance et qui ont vécu des situations analogues (FM2). Pour autant la relation aux pairs est ambivalente car ils peuvent également être perçus comme des concurrents dans l'accès à une ressource convoitée (FM1).

« Alors ce stage-là je l'ai trouvé sur un site qui s'appelle iAgora. C'est un ami à moi qui justement partait aussi en Espagne qui m'avait conseillé de passer par ce site. » FM2
« Moi je peux dire que je vais à Londres. Que je me suis cassé le cul et que je me suis démerdé pour chercher et passer l'entretien et tout pour aller à Londres [...] j'ai pas envie que...même mes potes, je veux dire c'est un peu un panier de crabes, c'est un peu le gang de requins je veux dire si je peux voler la place de mon pote je suis désolé pour lui mais ça se fera tu vois ? » FM1

L'importance du capital social dans la recherche d'information a fait l'objet d'études devenues des classiques en sociologie¹². Ces études témoignent notamment de l'importance centrale des « liens faibles ». Il s'agit des relations peu fréquentes et périphériques, plus éloignées de l'individu qui donnent accès à des individus plus variés et potentiellement détenteurs d'informations inaccessibles par ailleurs. Ces réseaux de liens faibles peuvent être plus importants dans les classes sociales supérieures¹³. Si le réseau social peut donner accès à des ressources comme des informations ou des influences, il peut également être le lieu de transmission de compétences et savoir-faire

« Il y avait une jeune fille qui quand elle avait mon âge est partie en Angleterre et donc elle est restée là bas et il se trouve qu'un membre de ma famille connaissait la personne du coup on a communiqué ensemble par mail et elle a accepté de me recevoir chez elle donc pendant l'été » FF1
« C'est un ami à mon père... mon père connaissait un ami qu'il a formé et après il lui a parlé de moi, il lui a demandé si il y avait possibilité de me prendre. Il lui a dit qu'il n'y avait pas de soucis parce qu'en même temps ils ont pas d'assistante de gestion et vu que c'est le BTS que je fais » FF3
« Je suis allée chez ma grand-mère et puis au bout d'un moment en discutant comme ça j'ai dit « ouais je trouve pas de boulot, nanananana » et j'ai ma tante qui m'a dit « Ah bon ? Ben y'a quelqu'un... enfin on cherche quelqu'un là où je travaille, t'as qu'à postuler. » Donc j'ai postulé à son boulot, en restauration. » FF2
« Ma sœur qui est aux RH d'une entreprise [...] m'a aidée à me construire mon profil

¹²Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 1360–1380.

¹³ Rapport national, *L'information des jeunes : enjeux et hypothèses de travail*, 2011.

LinkedIn. » BF1

« Alors je sais qu'il y a certains lycées qui peuvent, dans un premier temps, proposer des sortes de chambres de bonne ou des trucs comme ça et puis... je sais pas, parce que moi, du coup, je me suis débrouillé seul et quand j'ai téléphoné au lycée une fois que c'était réouvert fin août, la secrétaire, qui était très gentille, m'a dit « Oh mais j'ai des adresses si t'as besoin d'un logement machin. » et je sais pas comment ça ce serait passé mais j'étais déjà installé. Mais... oui ça dépend des établissements je pense. » FM4

« on m'avait déjà briefé avant, on m'avait dit « ça, tu prends pas comme voiture. » Du coup, ça c'est pas possible, je me dis. » [...] j'avais pris les conseils des parents d'un pote qui s'y connaissaient bien en mécanique et tout ça. Du coup ils m'avaient expliqué que c'était des arnaques parce que quand t'es jeune tu sais pas, donc c'est cool qu'on te le dise. » FF2

Si les recherches sur internet sont souvent associées aux jeunes, celles-ci sont parfois absentes notamment lorsqu'il est important de voir (BF1) ou de se faire voir (BF2).

« J'avais demandé à ma famille dans quels coins de Bruxelles chercher parce que j'ai de la famille à Bruxelles. On m'avait conseillé l'avenue de la couronne et c'était la bonne période, j'ai parcouru l'avenue à pied en regardant tous les kots et donc voilà, j'avais mon téléphone, je regardais si il était possible de visiter tout de suite ou pas. Finalement je suis arrivée ici, j'ai pu visiter tout de suite, le soir-même ma mère est arrivée avec de quoi remplir mon kot... » BF1

« Non, j'allais que les week-ends et j'y posais mes CV, je me présentais comme quoi j'étais étudiante et que je cherchais du travail. » BF2

- *Le miroir aux alouettes des offres marchandes*

Plusieurs facteurs conduisent les répondants à se saisir d'offres marchandes plus ou moins payantes généralement après l'échec de premières recherches. Ces offres bénéficient non seulement d'une forte visibilité qui se traduit par exemple en termes de référencement mais permettent également de réintroduire une forme de rareté dans un contexte perçu comme fortement concurrentiel ou encore de déclencher une intensification de la recherche pour justifier la somme investie. De tels services sont mobilisés dans des départs à l'étranger, question pour laquelle le réseau social est régulièrement insuffisant (FM1). La consultation des sites évoqués par les entretiens ainsi que les descriptions faites des stages ou emplois obtenus témoignent cependant d'offres pouvant être très chères pour des stages peu intéressants.

« Alors j'ai commencé à chercher avec des sites genre LinkedIn, euh comment ça s'appelle ? Viadeo, euh ensuite j'ai regardé avec Monster, ensuite j'ai regardé avec d'autres contacts perso par exemple ma tante qui avait fait un stage à Brighton en Angleterre juste avant, qui m'avait dit que c'était un stand de recrutement, j'avais envoyé des messages etc. et donc là toujours à partir du début, ils m'ont toujours refusé, ils m'ont toujours dit pas de possibilité etc. Par contre au fur et à mesure je me suis inscrit sur my internship abroad [Site payant, 250€ par mois de stage recherché] et là je m'y suis mis à fond. » FM1

- *Des recherches anxieuses dans un climat tendu*

Par-delà le processus de recherche à proprement parler, les entretiens font ressortir une tendance à l'intériorisation des causes de la réussite ou de l'échec ainsi qu'une valorisation d'une réussite individuelle sans recours des aides extérieures. Ceci peut conduire certains répondants à refuser des

formes d'aide pour s'en sortir seuls (FM2).

Ces éléments participent à rendre ces recherches particulièrement stressantes dans un contexte d'accroissement de la compétition scolaire et de fort investissement parental sur ces questions¹⁴. Les tensions associées à ces recherches apparaissent d'autant plus fortes que les discours sur l'autonomisation et la responsabilisation comme conditions d'une réussite individuelle se heurte à la réalité empirique d'une progression extrêmement faible de la mobilité sociale (Vallet, 1999¹⁵ ; Kaufmann 2010¹⁶)

« Non, comme je t'ai dit, je me suis pas fait aider mais on me disait « Tiens là, y'a un stage de disponible », du coup je prenais compte du bouche-à-oreille là et j'allais chercher mon stage. Souvent en stage c'était comme ça, après au niveau du boulot, non, j'ai pas eu trop de difficultés donc ça va. » (FF2)

« Dans la fac on a un certain nombre de contacts avec les anciens étudiants qui ont fait des stages les années d'avant. Il y a une cellule stage. [...] on peut venir consulter les rapports de stage des années précédentes, prendre les adresses qui nous intéressent tout ça, mais moi ça... J'sais pas. J'préfèrais déjà à la base me dire « voilà le stage-là je l'ai trouvé tout seul, c'est le mien, personne qui m'a trop aidé » c'est peut-être un peu bête mais euh... »(FM2)

1.2.2 Une recherche affectée par différents éléments de contexte

Une fois le processus de recherche de l'information dessiné dans sa globalité, il convient de s'intéresser à différentes variables participant à créer des différences entre jeunes.

- *L'effet du cycle de vie*

Les recherches d'information concernant l'orientation, le logement, l'emploi ou les stages peuvent être des marqueurs de passages d'étapes dans le cycle de vie, d'une autonomisation qui va se jouer aussi bien au plan financier et géographique que sur le plan identitaire. Ces différentes étapes vont affecter les compétences et les ressources des jeunes pour leurs recherches d'information.

L'expérience

Les premières recherches peuvent donc se réaliser dans une forme de liminalité entre deux phases : vie chez les parents et en dehors, en France et à l'étranger, statut d'étudiant et entrée sur le marché de l'emploi... Ceci participe donc d'une certaine tension autour de ces recherches qui peuvent être rendues plus compliquées par une absence d'expérience.

« Maintenant quand t'as jamais travaillé, là c'est hard parce qu'ils veulent tous des personnes avec de l'expérience et là t'arrives et tu dis « Si vous me laissez pas ma chance... » [...] la

¹⁴ Martinache, I. « Olivier Galland, *Les jeunes Français ont-ils raison d'avoir peur ?* », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, 2009, mis en ligne le 05 mai 2009, consulté le 10 mars 2015. URL : <http://lectures.revues.org/750>

¹⁵ Vallet, L.-A. (1999). Quarante années de mobilité sociale en France: L'évolution de la fluidité sociale à la lumière de modèles récents. *Revue Française de Sociologie*, 40(1), 5–64.

¹⁶ Kaufmann, J.-C. (2010). *L'invention de soi: une théorie de l'identité*. [Paris]: Pluriel.

première année, mon stage je l'ai trouvé une semaine avant le départ en stage, donc tout juste. C'était un filon... et là j'avais fait un entretien avec le directeur et tous les gens du centre, donc bien difficile la première année [rires]. » FF2

L'acquisition d'expérience permettra de faciliter les recherches ultérieures en permettant de développer des compétences de recherche (FF4) et des réseaux (FF2)

« Nous, avec les expériences qu'on a eu, on est beaucoup plus regardant maintenant. Là, l'appart' dans lequel on est, on a cherché à être en priorité au dernier étage, et on posait beaucoup de questions à l'ancienne locataire « vous entendez le voisin d'en-dessous, machin », enfin on posait beaucoup de questions là-dessus. Enfin à partir du moment où t'as des mauvaises expériences t'es beaucoup plus regardant... » FF4

« Non j'ai terminé là mais là lundi je recommence. J'ai passé 9 mois avec eux jusqu'en mars et là ils m'ont appelé parce qu'ils ont besoin de moi » FF2

Le capital social et les ressources financières

Le capital social mobilisable évolue au cours du cycle de vie des jeunes. Il est ainsi d'abord principalement celui de la famille, auquel s'ajoutent ensuite les pairs qui ont des expériences analogues, puis d'anciens collègues. Cette évolution n'est cependant pas linéaire et le capital social mobilisable peut chuter par exemple suite à un déménagement (FF4).

« Ben moi j'ai déjà travaillé à plusieurs reprises, j'ai surtout fait de la restauration, mais le problème c'est que je travaillais pas à Nancy parce que j'habitais chez mes parents donc... en Meuse. Je cherchais plus dans le secteur-là ; là c'était la première fois que je cherchais sur Nancy donc j'ai eu peur de pas trouver de boulot » FF4

Les ressources financières peuvent être un facilitateur dans la recherche d'information au travers du recours à des services payants. Il est cependant difficile de décrire une tendance stable sur le cycle de vie des jeunes car leurs moyens financiers peuvent être impactés par différents facteurs. Ainsi trouver un emploi étudiant peut augmenter les ressources mais celle-ci peuvent se voir impacté au même moment en sens inverse par un départ du foyer parental et un loyer à assumer ou par une moindre aide parentale.

Si le cycle de vie participe à la construction des ressources des jeunes, les dotations initiales sont également variables. Ainsi le recours à des services payants pour des recherches d'information ne se posera pas de la même façon pour FM1, étudiant en école de commerce dont le père est chef d'entreprise au Luxembourg, que pour FF4, en rupture avec son père ouvrier et sa mère femme de ménage.

- *Un impact difficilement visible du lieu d'habitation et du genre*

Le genre et le lieu d'habitation sont des variables sociodémographiques traditionnelles dans l'étude des comportements de consommation et plus largement en sociologie. On pouvait donc s'attendre à une influence de ces variables sur les pratiques informationnelles des jeunes interrogés. L'analyse des entretiens ne fait pourtant pas ressortir de différences régulières dans le processus de recherche

selon que l'on soit rural ou urbain, un homme ou une femme. Ces résultats sont en partie recoupsés par le rapport national français¹⁷ qui portait sur d'autres territoires et un échantillon beaucoup plus important. Seules certaines différences étaient esquissées entre rural et urbain notamment un plus fort recours au réseau social pour les jeunes habitant la campagne.

- *La Lorraine et la Province du Luxembourg : des différences à la marge*

Une étude quantitative menée sur les jeunes adultes en Europe en 2001¹⁸ constate une relative homogénéité entre la France et la Belgique du point de vue de la situation des 18-29 ans. Ceux-ci restent notamment plus longtemps chez leurs parents que dans les autres pays européens.

L'analyse des entretiens réalisés amène également à la conclusion d'une proximité entre les deux pays malgré des territoires plus limités (Lorraine et Province du Luxembourg) et une tranche d'âge différente (15-25 ans).

Les discours des répondants mettent bien sûr en évidence des spécificités dans le domaine du droit du travail¹⁹, des usages en matière de logement²⁰ ou des institutions différentes²¹. Les entretiens ne laissent cependant pas apparaître d'effet marquant dans des processus de recherche variant plutôt du fait d'un effet cycle de vie ou ressource d'un côté et de l'autre de la frontière. La seule réelle spécificité que permet de faire ressortir les entretiens est l'enjeu représenté par la maîtrise des langues, et notamment du néerlandais lors de la recherche d'emploi ou de job en Belgique.

« À Bruxelles, c'est assez sérieux le néerlandais. Ça dépend de ce qu'on veut faire, dans la région Ardennaise par exemple, si on sait dire « Bonjour, Kayak » et des trucs comme ça, ben c'est suffisant, mais pour travailler à Bruxelles et recevoir des clients, c'est... il faut connaître beaucoup plus. » BF1

« Moi au Quick, j'ai eu le coup, vu que je travaillais à Bruxelles et que je parle pas néerlandais et très difficilement anglais, bon c'est un handicap pour moi qui suis en hôtellerie, et au Quick y'avait une bonne femme qui voulait prendre sa commande en néerlandais et je lui ai dit que j'étais désolée mais que je parlais pas néerlandais, ni anglais. Elle a commencé à m'engueuler en anglais » BF2

1.2.3. Quelle place pour les structures d'Information Jeunesse

- *Des structures saisies dans des trajectoires*

Les analyses des entretiens font apparaître trois grands types de trajectoires non-exclusives conduisant à saisir les structures d'Information Jeunesse : la rencontre de difficultés voire d'échecs dans la recherche d'information, des prescriptions et l'existence d'un lien avec la structure.

¹⁷Rapport national, 2011, *L'information des jeunes : enjeux et hypothèses de travail, 2011.*

¹⁸Chambaz, C. (2001). Les jeunes adultes en Europe : indépendance résidentielle, activité, ressources. *Recherches et Prévisions*, 65(1), 53-71.

¹⁹Par exemple le contrat d'occupation étudiante qui facilite le travail des plus jeunes en en Belgique

²⁰Par exemple l'existence de « kots à projet » en Belgique qui n'a pas à notre connaissance d'équivalents en France

²¹Par exemple pour le domaine de l'emploi la Forem en Belgique Wallonne et Pôle Emploi en France

Dans de nombreux cas, les offres des structures d'Information Jeunesse sont saisies suite à un échec au moins relatif de premières recherches mobilisant internet et le capital social. Lorsque les recherches concernent un stage ou un emploi à l'étranger, les structures se retrouvent alors en compétition avec des offres relevant plus ou moins clairement du secteur marchand²² qui peuvent être plus séduisantes et bénéficier d'une meilleure visibilité. L'arbitrage peut alors se jouer en termes de notoriété, d'effort perçu, d'efficacité perçue ou encore de ressources disponibles. Les entretiens mettent régulièrement en évidence un déficit de notoriété des structures d'Information Jeunesse ainsi qu'une difficulté à se repérer dans l'offre institutionnelle comme cela avait déjà été souligné par le rapport national (FF4).

« Quand on dit CRIJ on sait pas de quoi on parle. C'est pas connu. [...] du coup y'a un problème de légitimité. [...] parce que CRIJ... ça me fait penser au CRIF, le truc des juifs de France » FF4

« Je n'ai simplement pas pensé en fait que je pouvais. Déjà, Infor'jeunes, enfin, j'ai jamais fait appel à eux, sauf quand j'ai dû me réorienter, quand j'ai fait mon année de logopédie et puis... mais le reste, j'ai jamais trop su ce qu'ils faisaient en fait ... » BF3

De telles difficultés à mobiliser des sources d'information habituelles sont notamment évoquées lors de départs à l'étranger, de réorientation scolaire (BF3, ci-dessus), professionnelle (FM4) ou de rupture (FF4).

« C'était la première fois que je cherchais sur Nancy donc j'ai eu peur de pas trouver de boulot parce que contrairement à d'autres années [où j'étais dans la Meuse et où j'avais des contacts], là j'ai pas de voiture, vu que c'était mes parents qui me prêtaient leur voiture. Donc oui, j'ai postulé, je sais pas... entre 50 et 100 fois et... [...] J'ai fait toutes les banques, les centres des impôts j'ai fait Nancy mais aussi ce qui était accessibles en transports donc Pont-à-Mousson, Neuves-Maisons, tout ça. Parce que j'avais travaillé aux impôts. J'ai postulé dans tous les trucs administratifs parce que j'avais travaillé aux impôts et que ça m'avait bien plu. [...] En fait je pensais ne pas avoir de boulot quand je suis allée au CRIJ parce que j'avais eu aucune réponse positive » FF4

« Je me suis trompé professionnellement, et me renseignant sur ce qui était possible de faire dans ma situation, c'est à chaque fois des choses qui me demandent un investissement dans un concours, dans quelque chose comme ça, et je me dis « Bon, je sais toujours pas vraiment ce que je veux faire, donc au lieu de me réinvestir dans quelque chose qui va peut-être encore s'effondrer, je préfère prendre mon temps et faire d'abord des petits jobs qui seraient plus alimentaires dans un premier temps. » [...] c'est vrai qu'aux jobs d'été j'ai repéré des choses... médiathèque, ramassage de livres, des choses comme ça qui pouvaient m'intéresser prioritairement. » FM4

L'arrivée dans les structures d'Information Jeunesse peut également être réalisée par prescription notamment de la part d'institutions, de pairs ou de membres de la famille (BF1, BM2).

« Effectivement, le salon à Houffalize, c'est ma maman qui avait vu ça dans l'Avenir du Luxembourg et qui m'avait dit « tiens ça vaut la peine d'y aller, ne serait-ce que pour se faire une idée » » BF1

« C'est ma mère qui m'a proposé d'y aller parce qu'elle travaille à Arlon et qu'elle avait entendu qu'il y avait des choses pour les jobs étudiants à Arlon donc... j'y suis allé. » BM2

Celles-ci peuvent avoir un effet néfaste sur la recherche et sur la perception des interlocuteurs lorsque les répondants ont l'impression d'être déplacés d'une structure à une autre sans qu'une

²² Par exemple <http://www.myinternshipabroad.com/> ou <http://www.iagora.com>

solution ne soit trouvée à leur problème. Ces situations peuvent également déclencher un effet de halo (une contamination de la représentation) avec l'institution qui prescrit ou avec une institution perçue comme proche. Un tel effet est présent de façon récurrente dans l'échantillon français concernant les tests d'orientation. Le lien est alors régulièrement fait avec les CIO (au point que FM3 se rend au CRIJ pensant aller au CIO) dont les répondants ont une mauvaise image (FF4) conformément aux résultats de l'étude nationale²³ qui présente cette structure ainsi : « les CIO sont massivement rejetés par les jeunes. Au mieux, ils sont jugés « inutiles », au pire « dangereux car ils détruisent plus qu'ils ne construisent », en tous les cas ils « ne leur parlent pas » ».

« Donc ouais la première fois que j'en ai entendu parler [du CRIJ] en fait, je pensais que c'était le CIO donc...[...] Ouais, au lycée. Et on m'a dit va au CIO en Terminale et donc j'y étais allé. » FM3

*« J'étais déjà venue une fois pour... en L1 ou en L2 pour faire un test d'orientation. **Ouais ? Ça s'était déroulé comment ?** Je sais plus, mais ça m'avait pas convaincue, ça me rappelait les vieux tests [du CIO] quand on était au collège-lycée, [...] Je sais plus, mais dans les résultats y'avait des tests et bref, on me disait « ouais vous pouvez travailler dans le social, dans le machin, dans le bidule » à tant de pourcentage, enfin... c'était pas intéressant. C'était pas précis, ça m'éclairait pas donc... J'avais eu une mauvaise expérience au CRIJ. » FF4*

« Ben disons que cette année, à chaque fois que je cherche de l'aide, j'ai l'impression qu'on m'envoie juste ailleurs [...] » FM4

Enfin pour certains répondants, le recours aux structures d'Information Jeunesse se fait d'une façon qui apparaît comme relativement naturelle tant il s'inscrit dans une relation tissée avec l'institution. Il semble notamment dans les villages ou les plus petites villes que les institutions soient des lieux de sociabilité où les jeunes se rendent régulièrement plutôt que des structures distantes dont ils se saisiront si besoin (BF4) mais aussi suite à de premières expériences satisfaisantes qui participent à faire de l'institution une ressource de référence (FM3, FF9). Ces résultats sont conformes aux résultats de l'étude nationale française²⁴.

« Je suis venue à Infor'jeunes, avant d'aller sur internet [...] j'étais déjà dehors, et puis j'étais avec un pote et puis on parlait et tout ça sur les bourses d'études et tout, et il m'avait dit que lui il avait un papier rose et tout et qu'il fallait aller chercher le papier et tout. Du coup je suis venue ici » BF4

« Je me posais plein de questions, je me remettait un peu en question tout ça. Enfin je trouve que c'est un bon endroit pour trouver des réponses sur l'avenir un peu, tout ça. Pas mal de questions qu'on peut se poser tout ça, je pense que... Moi dès que j'ai une question comme ça qui me trotte dans la tête je vais au CRIJ. » FM3

*« **Ah t'as trouvé un truc au CRIJ ?** Ouais. Et j'y suis retournée après parce que je prépare un voyage au Canada et du coup c'était intéressant pour moi de pouvoir échanger avec des gens qui sont des personnes ressources quoi ; plus que sur internet où j'étais un peu bombardée d'informations sans pour autant savoir si ça correspondait à mon projet. » FF9*

- *Quelle complémentarité ?*

Les processus de recherche d'information font intervenir de nombreuses sources dans un

²³ Rapport national, *L'information des jeunes : enjeux et hypothèses de travail*, Tome III p. 71, 2011.

²⁴ Rapport national, *L'information des jeunes : enjeux et hypothèses de travail*, 2011.

environnement informationnel chargé. Il est donc intéressant d'appréhender la manière dont les structures d'Information Jeunesse vont être perçues comme complémentaires d'autres sources d'information.

Dans le cadre des questions associées à l'enseignement (orientation, stage), les enseignants apparaissent ainsi comme des interlocuteurs privilégiés qui capitalisent l'expérience des étudiants ou des élèves qu'ils ont rencontrés et fournissent une réponse perçue comme personnalisée.

« C'est propre au stage, on peut demander aussi, aux profs, qui ont des stages des années précédentes et... qui ont les adresses. » BF3

En dehors de la sphère de la formation ou en cas d'échec de celle-ci à renseigner les jeunes, la personnalisation du service permis par les structures d'Information Jeunesse peut être ambivalente. Une telle information est appréciée et il s'agit d'une réelle plus-value par rapport aux informations relativement standardisées trouvables sur internet.

Cependant l'obtention d'une réponse personnalisée, spécifiquement lorsqu'il n'existe pas de relation avec la structure au préalable, va demander des efforts. Si des freins objectifs sont souvent évoqués dans les discours comme le manque de temps (FF1) ou la distance (FF3), d'autres tensions apparaissent en filigrane comme les efforts psychologiques induits par la formulation de sa demande et l'exposition de soi dans des interactions dans lesquelles on ne se sent pas à l'aise.

« A Metz il y a quand même des salons pour ça je crois ... c'est une question d'emploi du temps euh non j'ai pas forcément pu y aller pas forcément eu envie d'y aller enfin si j pense que ça m'aurait vachement aidé mais après c'est une question de timing, c'est tellement plus simple non c'est pas plus simple mais il faut avoir du temps il faut se donner les moyens d'y aller en fait [...] prendre le temps de parler avec les gens de voir ce qu'ils disent pour peut-être que ça n'aboutisse à rien sachant qu'il y aura beaucoup de monde, beaucoup de demandes [...] en fait voilà avec internet on s'embête moins. » FF1

« Il faut que je le sache quoi, si je le sais pas [rires], ben j'y vais pas. C'était plus quand j'étais au lycée mais j'y allais pas trop vu que c'est soit sur Metz soit sur Nancy et vu que moi je suis dans mon petit village, tranquille, je peux pas y aller. Je peux pas perquisitionner mes parents pour dire « emmène-moi là » parce qu'il y a aussi mes frères qui font du sport et du coup je suis limitée dans le transport. » FF3

- *Des structures d'Information Jeunesse assimilées à différentes figures d'aide*

Les discours des répondants associent les structures d'Information Jeunesse à différentes figures de l'aide correspondant à différents types de besoin bien au-delà de la simple mise à disposition d'information.

Figure	Rôle	Illustration
Coach	Accompagner la recherche	« [Infor'Jeune] collabore avec toutes les autres institutions, donc c'est comme un raccourci. A la place d'aller sur les sites internet des autres institutions on va venir et avoir toutes les infos directes. Et puis parfois il y a des infos auxquelles on ne pense pas et qu'ils peuvent nous... enfin nous rediriger et nous éclaircir sur des points qu'on n'avait pas pensé. » BF3 « [Le CRIJ] je trouve que c'est très riche en fait, ce que les personnes qui y bossent peuvent nous apporter. C'est très riche, très complet, on lésine pas sur les moyens, moi j'ai eu pas mal de fiches et tout, des trucs vraiment intéressants. Après à moi de faire un tri et de sélectionner ce qui m'intéresse le plus. Ouais je trouvais que c'était bien.[...] La dernière fois on m'a imprimé des petits dépliants sur les métiers, les formations à faire pour chaque métier qui me plaisait. J'ai même passé un test récemment alors que je suis en Droit. Je pense peut-être à me réorienter » FM3
Passeur et certificateur	Fournir des contacts et valider l'information	« [Pour chercher un kot] j'ai été sur un site, ben il est noté sur le Bouger jeune ²⁵ , t'sais j'crois, enfin, je sais plus...[...] Oui, je me dis qu'il est beaucoup plus fiable. » BF4
Formateur	Transmettre des compétences	« [Au point relais Infor Jeunes de] Houffalize on m'a dit « Oui, mais ton CV il fait 3 pages, ça va pas. » Les personnes m'ont vraiment aidé à raccourcir mon CV et à faire un truc sérieux et compact » BF1 « Ouais y'avait, la dernière fois je sais pas si c'était toi qui m'avait proposé mais y'avait une sorte de petite formation pour préparer un CV, »FM3

Les structures d'Information Jeunesse et les figures de l'aide associées

- *Quelle structure idéale selon les jeunes ?*

Une grande partie des éléments évoqués par les répondants lorsqu'on les interroge sur la structure idéale fait écho à différentes difficultés évoquées à propos des structures d'Information Jeunesse notamment quant au caractère attrayant et lisible de l'offre (FF4).

Les discours évoquent également la nécessité d'une personnalisation de la prise en charge (FF4) en la conciliant à l'automatisation permise par les statistiques (FM1) mobilisant ici plus ou moins consciemment les modèles marchands de segmentation en ligne adoptés par exemple par des sites comme Amazon. Les attentes des jeunes en termes d'information apparaissent donc comme fortement cadrées par les infomédiaires marchands.

Cependant la complémentarité constatée entre structures physiques et services en ligne se voit également régulièrement confirmée (FF3). Ce point rappelle l'importance que peuvent occuper les structures d'Information Jeunesse dans les démarches des jeunes là où les discours actuels sur le « tout-numérique » pourraient laisser entendre l'inverse. L'ensemble de ces constats font apparaître des possibilités d'adapter les offres de ces structures à des pratiques informationnelles en pleine mutation.

²⁵ <http://inforjeunesluxembourg.be/bougerjeunes/>

« Le CRIJ n'est pas tellement connu, si le CRIJ veut créer un site à la jobaviz ou autre dans lequel on aurait confiance parce que c'est le CRIJ, il doit se faire entendre. » FF4

« Faut que ce soit quelque chose d'assez diversifié puisque tout le monde n'a pas les mêmes compétences, le même vécu professionnel. Enfin, moi, par exemple si je vais au CRIJ, je vais être assez sélective parce que je sais à quoi m'attendre. Quelqu'un qui vient d'avoir son bac, ce sera pas la même. Moi, être en autonomie dans mes recherches ça me dérange pas, y'en a qui auraient besoin d'être plus accompagnés... Ce serait bien pour les bacheliers qu'il y ait des petits rendez-vous où tu expliques clairement... je sais pas. » FF4

*« **Pour toi c'est quoi le dispositif d'information idéal ?** [...] Un dispositif qui me serait (silence) aujourd'hui utile à mille pourcents, [...] c'est une app qui t'envoie tout de suite, direct. Tu rentres tes stats, c'est ça tu rentres tes stats et bam, et là à partir du moment où c'est un peu de la recherche aléatoire, c'est... une fois qu'on trouve bam on te lance. Et à tous les autres mêmes profils. C'est du matching. Voilà dès que ça te correspond bam on t'envoie un truc. C'est mille fois plus intéressant dans le sens où t'as pas besoin de bouger » FM1*

*« **Mais la structure idéale pour toi ?** Ben des personnes qui s'y connaissent, mais après c'est sûr, y'aura tellement de gens qui vont aller voir ces personnes qu'il faudrait avoir un support vidéo. [...] je pense au fait que sur le salon Oriaction y'avait vachement de monde sur une personne et du coup ben tu regardais la vidéo pendant que la personne était occupée. Ça peut servir d'outil de communication aussi. Des fois tu peux regarder juste la vidéo, comprendre et partir sans avoir à poser de questions. Après moi, vu que j'ai toujours peur de ne pas comprendre les choses, je préfère attendre et demander directement à une personne, même si j'ai compris. » FF3*

« Principalement un site, un site heu où on mettrait le paquet sur faire confiance, enfin avoir la confiance des gens mais plusieurs institutions physiques mais pas énormes, parce que le fait comme quoi c'est des institutions énormes on se pose toujours la question « ouah qu'est-ce qu'il y a derrière ». Genre 2-3 personnes à tel endroit, 2-3 personnes à tel endroit, pour juste faire des heu intermédiaires on va dire. Si on n'a pas des réponses sur internet, qu'on aille voir tout de suite et qu'ils nous guident sur des choses mais pas énorme, juste 2-3 personnes. » FM6

2. Production et partage d'information chez les jeunes

Une des spécificités des pratiques informationnelles des jeunes réside selon de nombreux travaux dans l'émergence de pratiques de partage ou de collaboration qui y deviendraient centrales. Elles changeraient ainsi le rapport à l'information, à la consommation mais aussi aux institutions de manière générale. Là encore, les jeunes se distingueraient des autres générations par leur appropriation de ces outils et des usages associés

De telles pratiques doivent donc être prises en compte par les réseaux d'Information Jeunesse, autant pour en estimer l'influence sur leur fonctionnement que pour proposer en retour des actions adaptées. Ces pratiques sont analysées ici en deux temps : tout d'abord en tant que culture informationnelle juvénile spécifique (2.1.), puis sous l'angle de leur impact sur l'Information Jeunesse (2.2.).

2.1. Consommation-production et partage : une culture informationnelle juvénile ?

Différents travaux se sont intéressés au rôle des plate-formes du web 2.0 quant à l'émergence de nouvelles manières d'être jeune suffisamment partagées pour qu'on puisse les envisager comme une micro-culture juvénile plus ou moins autonomisée (Prensky, 2001). De fait, les discours des répondants font apparaître des pratiques (2.1.1) et des valeurs (2.1.2) qui participent à façonner une culture informationnelle juvénile à partir des productions dans les plate-formes du web 2.0 et de la place qu'elles prennent dans le paysage informationnel des jeunes.

2.1.1. Des pratiques de jeunes ?

Si on ne peut limiter les pratiques informationnelles aux médias digitaux (les usages des médias papier sont par exemple également régulièrement présents dans les discours), les entretiens font ressortir des pratiques digitales présentées par les répondants comme des standards d'une culture juvénile. Facebook, Youtube ou autres plate-formes du web 2.0 cadrent la consommation, le partage et la production de contenus dématérialisés (texte, photo, musique, vidéos...) qui sont omniprésents dans le quotidien des jeunes interrogés. Depuis le simple « like » ou le partage d'un lien (BM3) jusqu'à la production de contenus bien plus élaborés²⁶ (FM3, BF4), les pratiques sont diverses et demandent des niveaux de compétences variables. Ils sont en ce sens donnés comme constitutifs du quotidien des répondants, voire de ce qu'est être jeune de nos jours.

« Ben, ça dépend, si j'ai un truc qui... ben j'sais pas si j'ai un... si je fais quelque chose de cool et que j'ai envie de montrer à mes potes, ou si... ben ça peut être pour des bêtes trucs ou des trucs impressionnants, ou quoi. J'sais pas genre, euh, je suis en vacances, devant la statue de la liberté, je ou voilà... » BM3

« Ce que j'ai mis sur Soundcloud c'est des démos donc pour l'instant c'est pas un truc hyper important, donc j'ai balancé comme ça j'ai eu quelques retours qui ont aimé. Sinon j'ai mis pas mal de trucs sur Youtube quand j'avais pas encore tout ce matos, quand je bossais pas encore sur ordinateur. J'avais des synthés années 80 et puis j'enregistrais encore avec mon dictaphone. Le son est un peu pourrave mais y'a un côté garage un peu comme ça.[...] C'est assez drôle. Je mettais sur Youtube mais j'avais pas beaucoup de vues, peut-être ma meilleure c'est une reprise de Leonard Cohen que j'avais faite à la gratte il y a 6 ans où j'ai eu peut-être 600 vues. Mais bon je cherche pas la gloire hein, c'est pour m'amuser. » FM3

Parmi ces usages banalisés par les jeunes (FM3), la consommation et le partage de contenu culturel (musique, séries, films, jeux) occupe une place particulière comme traditionnellement dans la culture juvénile. L'insertion de ces pratiques dans les nouvelles technologies induit cependant une spécificité : elle entraîne régulièrement une position ambiguë vis-à-vis des parents garants de la morale mais parfois dépendants de l'approvisionnement des enfants (FF3). Cette question tend à

²⁶ Le début d'année 2015 a ainsi vu se développer le phénomène du *dubsmash* qui permet à l'aide d'une application de réaliser facilement un playback qui pourra ensuite être facilement diffusé.

renforcer autant pour les jeunes que pour leurs aînés l'idée de pratiques juvéniles différentes liées à une morale en décalage avec celle des adultes et à des compétences plutôt du côté des jeunes.

« Ben d'ailleurs, moi je télécharge pas mal et bon... à part les disques que j'achète, les films je les regarde pas mal en streaming tout ça, comme tout le monde quoi. » FM3

« Non, la plupart du temps c'est en streaming mais quand je veux vraiment faire partager, quand on veut regarder un film en famille parce qu'on va pas souvent au cinéma, ben je télécharge, je mets sur ma clé et on regarde sur la télé. Mais sinon, généralement c'est le streaming. » FF3

2.1.2 Des normes cristallisées dans des figures négatives

Un des points importants de cette culture juvénile est l'existence de normes et de figures qui participent à structurer les pratiques informationnelles des jeunes en ligne. Ce cadre apparaît en réponse à des tensions autour de la surcharge informationnelle, des questions de visibilité ou de la maîtrise de son immersion. Ces figures indiquent alors des comportements socialement acceptables ou non, et les identités face auxquelles les jeunes se construisent dans leur pratique.

- Ne pas polluer et être un *troll*

Les jeunes évoluent dans des flux informationnels denses et constants via le développement des terminaux mobiles. Si des tactiques peuvent être mises en place pour trier ou absorber ces flux d'information, une alternative peut consister à gérer les volumes de données entrants. Ceci se traduit par des normes relatives à la production de contenu en ligne. L'information partagée doit être limitée en volume et intéressante au risque de se voir critiqué par ses pairs.

Face à cette nécessité de maîtriser les informations émises, une possibilité peut être de limiter la visibilité des contenus ou de mieux cibler son audience. On notera que sur certaines plate-formes ces fonctionnalités sont également partiellement réalisées par les algorithmes du site. Ainsi le *newsfeed* de Facebook sélectionne les contenus qui sont mis en avant en fonction de la proximité des utilisateurs, de l'importance et de l'ancienneté du post²⁷.

« En fait si j'ai une vidéo marrante, je vais l'envoyer en message à mes potes, c'est plutôt des potes ciblés genre en clin d'œil à un délire qu'on a eu. Je vais lui envoyer la vidéo et lui dire « Regarde... » Voilà. C'est plutôt à des bons potes à qui je sais que ça va faire rire et que ça concerne quoi. C'est pas à tout le monde. Après y'en a qui vont pas aimer... voilà, j'en sais

²⁷ <http://wersm.com/latest-changes-on-facebooks-edgerank/>

rien. [...] Et puis tout le mur est pollué et tu dois faire le tri. » (BM1)

Le « troll » est dans le bestiaire de l'internet la figure négative qui correspond à ces normes. Il s'agit d'un utilisateur qui génère des volumes importants de contenus en tenant des propos volontairement polémiques à des finalités contre-productives. Les utilisateurs auront tendance à vouloir les éviter et leur interdire l'accès à leur zone d'échange.

- Ne pas s'exposer pour ne pas être en proie au *stalker*

La visibilité des informations produites et partagées en ligne constitue une autre zone de tension (BF2). Des normes de comportements quant au partage de contenus ou au fait de lier des images au profil de pairs permettent de limiter son exposition en ligne (FF5).

« Les gens sont vite jugés à notre époque, du coup, dès qu'ils mettent un peu trop de photos quand ils sortent ben... « c'est une fêtarde, elle sait que sortir et rien faire d'autre, elle a pas de vie à part sortir. » Soit, ben si jamais une fille met des photos un peu provocantes, ben ça peut toujours mal tourner dans la rue quoi. Et puis les insultes vont vite de nos jours, du coup... enfin moi j'essaye d'être toujours bien habillée quand je sors, d'avoir un jean pas être habillée vulgaire, ni rien ou quoi, ou qu'est-ce, parce que je sais que ça va très vite. J'ai des amies qui ont failli se faire violer parce qu'elles avaient mis des photos provocantes sur Facebook « Ah c'est une fille facile... » Donc c'est dangereux ouais, les réseaux sociaux... » (BF2)
« Ben ce sont des amies très très proches, et elles ne dévoilent jamais rien de personnel. C'est juste des petites blagues donc y'a pas de soucis. Par contre les photos, dès qu'il y en a une qui me plaît pas je dis direct « tu supprimes ». Même si c'est une amie, « tu supprimes ». » (FF5)

Ce contrôle des contenus diffusés en ligne permet de se protéger des « stalkers ». Ce terme qualifie des utilisateurs épiant les contenus partagés par des utilisateurs sans interagir avec eux.

- Ne pas trop s'investir et être un *no life*

Par delà le volume d'information produit ou partagé et son exposition en ligne, la peur d'un investissement trop important en ligne est récurrent. Cette injonction à la maîtrise de son utilisation des NTIC fait écho aux discours technophobes se focalisant sur les dangers d'une consommation excessive, entraînant la confusion entre réel et virtuel, l'oubli de son corps et la désocialisation (Casilli, 2010²⁸), discours faisant écho à ceux sur la télévision en son temps (Boullier, 1988²⁹).

« Et puis souvent si je pars en vacances, je vais pas passer mon temps sur internet, je vais aller visiter, je vais aller à la piscine donc bon... tu vois ? » (BM1)
« Ma sœur, Facebook, alors elle est pas dessus avec le portable mais elle y fait quand même des raids réguliers et elle poste... alors elle poste assez peu mais... parce qu'on l'a tannée avec les parents ou même moi avec « Faut faire attention, faut pas trop poster de trucs, etc. » Mais elle

²⁸ Casilli, A. A. (2010). Les liaisons numériques. Éditions du Seuil.

²⁹ Boullier D. (1988), Les styles de relation à la télévision, Réseaux, 32, 7-44.

est beaucoup beaucoup dessus à commenter les statuts des autres, elle poste des photos, elle like des tonnes de trucs et du coup c'est vrai qu'elle le voit pas... Enfin elle le voit pas autant comme un outil que comme moi je peux le voir quoi. » (FF7)

L'investissement doit être limité pour ne pas devenir un « no life ». Figure initialement associée à l'univers des MMORPG³⁰ comme *World of Warcraft*, elle qualifie les utilisateurs d'internet trop investis au point de ne plus avoir de vie hors ligne.

2.1.3. Une panoplie commune pour des pratiques plus contrastées

- Tous sur Facebook ?

Si la quasi-totalité des répondants sont présents sur Facebook, les usages de cette plate-forme sont variés tant en termes d'intensité que de diversité des fonctionnalités mobilisées. Certains sont uniquement consommateurs (FF1) tandis que d'autres produisent davantage de contenu (BM2).

« Maintenant, si je regarde juste le fil d'actualité, il faut savoir que bah oui mon compte Facebook bah je cultive rien je n'écris pas de messages publics je veux dire sur mon mur ou ce genre de choses. » (FF1)

« Ah de tout. Je poste des photos, des statuts, des vidéos. Je suis des personnes aussi, je discute aussi. J'utilise à fond en fait, je suis actif. » (BM2)

La diversité des utilisations de Facebook va d'une utilisation principalement pour le jeu (FF5) à des finalités plus sociales de coordination au sein d'un groupe d'amis (FF8) ou d'une promotion (FF2).

« Je suis sur Facebook c'est pour les jeux, je joue sur Facebook [rires]. Bon ok, ça peut servir pour communiquer avec les amis, ça va un peu plus vite que sur le portable des fois, pour les événements, etc. Sinon je m'en sers pour regarder les horaires de trains, tous les trucs utiles. » (FF5)

« Après par exemple je m'en suis servi parce que Facebook maintenant c'est réseau social mais nous on s'en est servi pendant 3 ans, c'était le moyen de communication de la promo. » (FF2)

« Même pour se faire des amis à la fac au début. Personne n'allait les uns vers les autres, il a fallu faire un groupe sur Facebook pour se donner rendez-vous, sinon on venait pas ... » (FF8)

Par delà les questions de sociabilité juvéniles, les groupes Facebook peuvent devenir de véritables espaces de travail en ligne lorsque l'on se situe dans le cadre scolaire ou associatif (FM2, FM1, BM2).

« Ben là on a un groupe Facebook, et puis y'a des doodles pour s'organiser dans les dates. » (FM2)

« Ben déjà sur Facebook on a un groupe donc ça permet d'échanger des documents. Par exemple si on va faire une activité, quelqu'un va taper le texte et va le mettre sur le groupe. Comme ça tout le monde a le descriptif donc c'est vachement utile pour tout réunir et se parler. » (FM1)

« Oui, beaucoup. Je photocopie des cours... enfin c'est des photos avec l'iPad quoi et après on les met sur Facebook. » (BM2)

³⁰ Massive Multiplayer Role Playing Game : jeu de rôle massivement multi-joueurs en ligne.

Par delà son réseau social, Facebook peut être un espace où entrer en contact avec des profils plus variés notamment en termes de situation géographique et obtenir de l'aide dans le cadre d'un déplacement.

« Ben lui vu qu'il est à l'Unif y'a vraiment une page Facebook pour les kots où tous les étudiants disent : « Ben l'année prochaine, je vends mon kot » ou « y'a un kot libre » etc., quoi. » (BM4)

« Quand je suis arrivé à Barcelone j'avais euh j'ai un ami à moi qui est là-haut depuis un an, qui bosse là-haut qui a trouvé un super taf, bref. Qui m'a ajouté à un groupe sur Facebook qui s'appelle Les Français et Francophones de Barcelone. [...] Et une fois qu'on est dessus les gens publient régulièrement des bons plans : « ah je suis allé dans ce resto qui est vachement cool et pas cher rue tant et tant allez-y » « oh ma coloc'fait une vente de vêtements » « notre coloc' norvégien vient de partir on a une place qui se libère pour quelqu'un que ça intéresse » donc euh sur ça, là c'est génial [...] » (FM2)

- Des jeunes présents partout ?

La présence sur les autres réseaux sociaux numérique est moins homogène que sur Facebook. De nombreux répondants déclarent avoir essayé Twitter mais la majorité d'entre eux n'est pas parvenue à se saisir de ce dispositif d'une façon qu'ils considèrent comme satisfaisante (FF9)

« Et sur Twitter c'est plus pour suivre les autres filles ; moi je poste rien du tout sur Twitter quoi, je suis très peu de personnes et je suis pas vraiment... Je sais même pas comment ça marche, et puis l'idée de poster un tweet personnel... non... » (FF9)

Les sites de réseautage à vocation professionnelle du type LinkedIn ou Viadeo apparaissent régulièrement chez les répondants les plus âgés ayant eu à rechercher des emplois ou préparant leur insertion professionnelle. Ici encore, des difficultés apparaissent dans l'appropriation de ces plateformes et les usages correspondent davantage à un passage obligé plutôt qu'à un outil réellement mobilisé.

« J'avais LinkedIn mais j'ai eu des soucis : sans faire exprès j'ai envoyé des invitations à tout le monde de mes adresses mail, j'ai cliqué trop vite sans faire le tri. Y'a des gens à qui je voulais absolument pas garder contact ni faire d'ambiguïté, c'était assez gênant donc j'ai supprimé. (FF4)

« Justement j'en ai un peu honte mais LinkedIn, j'ai vraiment pas appris à m'en servir mais j'ai appris à manier la chose correctement. » (FM2)

Davantage tournés vers la sociabilité juvénile, d'autres plateformes se positionnent comme des outils complémentaires de Facebook. Ainsi, Skype permet d'échanger facilement en se voyant ce que ne permet pas le réseau social. De même, Instagram ou Snapchat permettent de définir d'autres périmètres de visibilité pour d'autres contenus. Si le premier est saisi pour des productions cherchant à se mettre en valeur avec parfois une visée artistique, le second est utilisé pour partager des contenus plus familiers avec ses images éphémères.

« Ben déjà quand ça fait longtemps, comme là, ça fait longtemps qu'on s'est plus vus, ben là on se demande si on est là pour faire un Skype. Et puis quand ils veulent montrer quelque chose, au lieu d'envoyer par message ou sur Snapchat, on passe par la vidéo. » (BF6)

« Ben Facebook pour chatter, regarder ce que les autres font et tout. Twitter pour regarder des personnes connues et Skype pour Skyper, chatter et tout. » (BM5)

« [A propos de Snapchat] Ben, ça dépend, si j'ai un truc qui... ben j'sais pas si j'ai un... si je fais quelque chose de cool et que j'ai envie de montrer à mes potes, ou si... ben ça peut être pour des bêtes trucs ou des trucs impressionnants, ou quoi. J'sais pas genre, euh, je suis en vacances, devant la statue de la liberté, je ou voilà... » (BM3)

A partir des pratiques et des comportements des jeunes présentés dans cette partie, il convient à présent de s'interroger sur leur articulation possible avec la situation des instances d'Information Jeunesse et l'impact qu'elles peuvent avoir sur les procédés et actions mises en place par les structures d'Information Jeunesse.

2.2. Impact des pratiques de partage et production d'information sur l'Information Jeunesse

Le partage et la création d'information en ligne entre pairs est régulièrement évoqué dans différents cadres (scolaire, culturel, militant, festif...) lors des entretiens. En revanche, les structures d'Information Jeunesse sont, de façon *a priori* peu surprenante, souvent absentes des discours. Il s'agit donc de savoir comment elles peuvent se positionner dans ces environnements. Après avoir rappelé les tensions liées aux usages des plate-formes de pair-à-pair (2.2.1), nous proposerons des pistes de réflexions quant au positionnement des structures d'Information Jeunesse dans ces espaces (2.2.2).

2.2.1. Des activités de consommation et partage d'information en ligne en tension

Les sites portant les activités de partage et de production d'information en ligne ont connu un double mouvement antagoniste de segmentation et de concentration des usages. Depuis le lancement de Myspace ou Facebook, le nombre de plate-formes permettant de produire et de partager de l'information sur internet s'est développé conduisant à une fragmentation et une segmentation de ces espaces et de leurs usages. On voit ainsi émerger des sites facilitant la production et le partage d'information tournés aussi bien vers le réseautage à des finalités professionnelles (Viadeo, LinkedIn), les rencontres amoureuses (meetic, adopteunmec...) que vers la cuisine (marmiton, 750gr....)...

Les réseaux socio-numériques sont cependant caractérisés par de fortes externalités positives d'adoption. Ceci signifie que la valeur d'usage de ces plate-formes augmente au fur et à mesure que

de nouveaux utilisateurs arrivent. Les externalités positives d'adoption des RSN d'une part et l'intégration de nouveaux usages à Facebook (musique, chat, vidéo...) participent sans doute à expliquer la structuration des usages des sites internet sociaux. Facebook constitue régulièrement une forme de hub à côté duquel gravitent d'autres sites sociaux qui sont plus ou moins intégrés et dont les usages sont plus ou moins spécifiques (Instagram, Snapchat, Viadeo, Skype...).

Ce double mouvement de multiplication des sites sociaux et d'intégration des usages à Facebook participe à complexifier ces espaces ainsi que leurs usages. Les entretiens font apparaître différents cadres pour le partage et la production d'information entre pairs variant notamment selon la visibilité donnée à ces activités et la finalité plutôt hédonique et tournée vers la sociabilité ou plutôt fonctionnelle et tournée vers l'organisation au sein de ces mêmes espaces (FF1).

« Le groupe de la classe, alors ça je peux pas dire à quel point c'est pratique en fait [...] on partage avec les gens de la classe les devoirs les idées il y a même parfois un peu de la passion d'idées quand il y a un devoir très embêtant et que l'on a besoin d'aide enfin [...] il y a les délégués qui peuvent faire passer des informations [...] on organise plein, enfin plein... de soirées [...] c'est là aussi où il y a des putains de débats quoi parce que bien-sûr dans une classe surtout quand on est presque une cinquantaine, personne n'est jamais d'accord donc euh en ce moment, c'est la troisième guerre mondiale [...] parfois on met même des liens pour des manifestations, genre il y avait la manifestation devant euh je sais plus euh l'ambassade de je sais plus trop quoi pour là pour l'Espagne, un truc du genre, pour les femmes battus d'Espagne voilà donc ouais on va là-bas, on y va » (FF1)

- Prendre des décisions et s'organiser entre pairs

Une part des activités de partage et de production d'information entre pairs est tournée vers des finalités plutôt « fonctionnelles » d'organisation ou d'aide à la prise de décision. Ce type d'interaction est fortement présent dans la sphère de la formation. Les groupes sont des espaces d'entraide entre camarades dans le cadre des devoirs (BF3) mais ils permettent également de faciliter la circulation de l'information institutionnelle. Des coopérations analogues sont également apparues entre pairs dans le domaine de la consommation culturelle lorsqu'il s'agit de trouver des contenus ou de bénéficier de prescriptions sur les contenus intéressants.

Ces différents types d'interaction renvoient à des périmètres de réseaux différents. Les questions relatives à la vie d'une classe sont généralement traitées dans des groupes à la visibilité limitée afin de bénéficier d'une certaine liberté pour des échanges qui peuvent se situer dans une zone grise vis-à-vis de l'institution (s'échanger des informations sur les examens des années passées BF1, ou

critiquer un enseignant FF1).

« Pour les travaux de groupe aussi on s'organise, on fait des conversations, on organise nos travaux de groupe comme ça. » (BF3)

« En tant qu'étudiante, sur Facebook on avait fait un groupe. Ben là on retrouve tous les exemplaires des examens précédents, les questions les plus souvent posées, les résumés qu'on fait les étudiantes, etc. » (BF1)

« C'est sur un prof qui va partir et il y a ceux qui disent ouais c'est un connard, on va rien lui faire, on est bien content qu'il parte et ceux qui disent non, mais on va quand même lui filer un bouquet de fleurs, un truc comme ça. » (FF1)

Dans d'autres cas, le réseau mobilisé va s'élargir afin de bénéficier de plus de sources (pour trouver un logement ou une série BF4) ou de toucher le plus grand nombre (pour militer FF1). L'élargissement des périmètres de visibilité pourra s'accompagner d'une évolution dans la définition du pair qui pourra englober l'ensemble des personnes partageant le même centre d'intérêt.

« Il y a un ami à moi qui était déjà à Namur qui m'a ajoutée sur un groupe Facebook où il y a tous les étudiants de Namur. [...] y'a tout ce qui concerne les fêtes qu'ils font après l'université, tout ça, les baptêmes, les cercles, les kots et les gens qui veulent koter avec des gens et tout, enfin j'ai été regarder un peu sur le... le groupe, j'ai mis une annonce, enfin il y avait blindé d'annonces et tout [...] Y'a aussi des groupes, par exemple, je regardais une série, Teen Wolf, et y'a un groupe sur Facebook sur la série Teen Wolf, et puis à chaque fois si on a besoin de regarder, si on ne trouve pas dans un site, ben, on met une annonce dans le groupe qu'on recherche le dernier épisode, si quelqu'un l'a trouvé sur un autre site, et les gens répondent. » (BF4)

« J'ai un ami qui utilise voilà qui est socialiste et qui n'utilise son Facebook quasiment que pour ça voilà il va partager les conférences des jeunes socialistes de Moselle il va entrer oui il va parler de ça il utilise oui pour la politique fin je veux dire voilà c'est son truc » (FF1)

- Des espaces de sociabilité et d'hédonisme

La jeunesse est une phase particulière dans le processus identitaire. Elle est caractérisée par des questionnements existentiels se traduisant par un besoin recherche identitaire (Erikson 1968³¹, Kaufmann 2010³²). Les espaces d'interaction en ligne apparaissent alors comme des espaces privilégiés pour la poursuite du projet identitaire. La mise en récit de soi au travers de la production et du partage de contenu avec les pairs y est essentielle. Lorsque les jeunes ne sont pas encore émancipés, les RSN forment en effet des « repères » où ils peuvent réaliser des expérimentations identitaires ou des transgressions peu risquées en s'affranchissant de leurs parents depuis leur chambre.

Lors du départ du domicile familial, la production et le partage d'information en ligne permettent également de maintenir un lien asynchrone avec un réseau social qui s'est dispersé

³¹ Erikson, E.-H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. WW Norton & Company.

³² Kaufmann, J.-C. (2010). *L'invention de soi: une théorie de l'identité*. Pluriel.

géographiquement. Les répondants évoquent ces échanges de message (BF3) mais ne mentionnent pas le « like » malgré l'importance de cette pratique. Ce silence peut exprimer le caractère relativement anodin de cette communication minimale.

« Une amie qui est en kot sur Liège donc on se voit pas la semaine donc [sur Facebook] on programme notre weekend, on parle des cours donc voilà » (BF3)

Ici encore, le périmètre de visibilité de ces interactions peut être plus ou moins ouvert. Peu présents dans les entretiens (BF2), le flirt et la séduction sont fortement présents dans les usages de ces plateformes par les jeunes³³ (Ito et al. 2009). Ce contraste entre discours et pratique traduit sans doute la volonté de préserver la visibilité de pratiques relevant de l'intime lors de l'entretien.

« [A propos de Facebook] La vie privée, c'est la vie privée, oui quand on est en couple on aime bien le montrer comme ça on est sûr que les autres filles vont pas aller trop draguer la personne avec qui on est. Sauf que la plupart du temps ça les motive encore plus, ce que je trouve bizarre » (BF2)

D'autres activités seront au contraire partagées avec le plus grand nombre lorsqu'il s'agira de sociabilité à l'échelle d'une ville (cf. exemples précédents de Namur et Barcelone chez BF4 et FM2) ou de valoriser une production, une passion, une facette de son identité que l'on souhaite faire connaître et partager (BF1). Le risque est cependant de se prendre trop au jeu et de se confronter au caractère stigmatisant des passions (BF4).

« Je partage [...] les photos et les vidéos que je prends lors de ses activités médiévales. Il fait du combat médiéval, et moi je l'accompagne, je prends des photos et je filme mais c'est via son compte que je publie tout ça.[...] La compagnie médiévale du furet. [...] Tu peux aller voir; tu tapes la compagnie médiévale du furet dans Google et tu trouveras. » (BF1)
« [A propos d'une fille qui fait des vidéos de mode sur youtube] à mon avis, elle doit s'ennuyer, parce que pour trouver le temps de faire des vidéos, faire le montage, réfléchir et puis la poster et faire... Parce que y'a blindé de commentaires et y'a beaucoup de gens qui leur répond et tout, ils doivent vraiment rien faire dans leur vie et tout ça. » (BF4)

³³ I tō, M., Horst, H. A., Bittanti, M., Herr-Stephenson, B., Lange, P. G., & Pascoe, C. J. (2009). Living and learning with new media: Summary of findings from the Digital Youth Project. The MIT Press.

- Des usages et des périmètres variés de visibilité sources de tension

		Type d'usage	
		Hédonique Sociabilité et culture juvénile	Fonctionnel Prise de décision et organisation entre pairs
Périmètre de visibilité	Limité	Flirt, séduction, échanges autour de soirées...	Groupe de classe, intra-association...
	Elargi	Partager ses passions, rencontrer d'autres personnes, organisation de grandes manifestations...	Militantisme, groupe autour de jobs, kot, achat/vente, marché...

Le partage et la production d'information par les jeunes

Les réseaux sociaux numériques, et principalement Facebook, sont donc saisis pour des usages aux significations et aux périmètres de visibilité variés. Les possibilités de passer facilement d'un registre à un autre, d'un périmètre de visibilité à l'autre peut être source de tensions et nécessiter des compétences pour maintenir la gestion de l'impression³⁴ (Goffman, 1959³⁵). Il s'agit alors de maîtriser les compétences relationnelles et techniques permettant de produire une impression satisfaisante pour le public invisible de ces espaces en fonction des interactions et de leur périmètre de visibilité si l'on ne veut pas être stigmatisé (BF2).

« C'est une des filles qui, sur Facebook, va mettre des photos un peu provocantes et moi je ne voulais plus lui parler parce que j'avais peur d'avoir une mauvaise réputation, comme quoi j'étais une pute ou des choses comme ça » (BF2)

2.2.2. Quelles pistes pour l'insertion des réseaux d'Information Jeunesse dans la production et le partage d'information entre pairs ?

Les pratiques de partage et de production d'information des jeunes en ligne font apparaître des zones de tensions autour de la visibilité et des registres. Une difficulté pour les institutions d'Information Jeunesse devient alors de trouver sa place dans ces espaces. Ceci implique de comprendre les codes d'interactions de ces espaces, d'identifier les zones où elles peuvent être utiles et légitimes sans chercher à se faire passer pour un pair. Les normes relatives aux caractéristiques de surcharge informationnelle et de visibilité qui caractérisent ces espaces doivent être prises en compte.

Les figures de la culture juvénile permettent ici d'identifier des comportements à proscrire. Une

³⁴ Processus par lequel les individus sont amenés à mobiliser différents rôles ans selon l'environnement dans lequel ils se situent et les feedbacks qu'ils reçoivent dans leurs interactions avec autrui

³⁵ Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. New York: Anchor.

institution ne devrait pas être un « *no life* » qui « *floode* » en produisant trop de contenu ou passer pour un « *stalker* » en s'insérant dans des espaces intimes. Ceci limite de fait la présence en ligne des institutions aux espaces les plus ouverts facilitant ainsi le management de l'impression et permettant de ne pas participer à la confusion des registres (BF1).

« Puis un prof peut pas se permettre d'être ami sur Facebook avec ses élèves, encore que certains le font mais avec un compte spécifique professeur. » (BF1)

La matrice réalisée dans la partie précédente peut alors être reprise pour envisager différentes postures des institutions d'Information Jeunesse selon des cas d'usages typiques. Il s'agit en résumé de reconnaître des compétences et un droit à l'entre-soi pour les jeunes pour mieux faire reconnaître sa légitimité lorsque l'espace s'y prête.

		Type d'usage	
		Hédonique Sociabilité et culture juvénile	Fonctionnel Prise de décision et organisation entre pairs
Périmètre de visibilité	Limité	Laisser-faire sans être présent sur ces espaces mais éduquer. Sensibiliser dans des espaces plus appropriés pour une institution	Laisser-faire sans être présent sur ces espaces mais encourager (valorisation, proposition de projets...) Transmettre des compétences dans des espaces plus appropriés pour une institution
	Elargi	Aider à valoriser des compétences et des projets trop souvent considérés anodins et non-transférables	Diriger vers les bonnes plate-formes. Les externalités positives d'adoption rendent difficile l'ouverture d'une plate-forme soi-même

Être présent en tant qu'institutions semble malvenu dans les espaces d'interaction dont le périmètre de visibilité est voulu comme restreint que la finalité soit hédonique ou fonctionnelle. Pour autant, il est possible en dehors de ces espaces de transmettre des compétences, d'éduquer voire de confier des projets en acceptant de lâcher prise sur ces espaces et coachant à distance.

Les institutions apparaissent comme plus légitimes lorsque le périmètre de visibilité est élargi. Il s'agit, notamment pour ce qui relève d'un cadre plutôt hédonique, de travailler à une potentielle valorisation de productions qui peuvent être perçues comme anodines par les jeunes (FM3) ainsi qu'en travaillant à la transférabilité des compétences développées. Il convient également de rediriger vers les sources d'informations pertinentes.

CONCLUSION

Bien qu'un des intérêts de ce travail réside dans la diversité des pratiques observées et leur

description plus que sur l'établissement de tendances statistiques, plusieurs constats plus généraux peuvent être tirés des résultats présentés dans ce rapport. Ceux-ci concernent autant les pratiques informationnelles des jeunes répondants de cette étude, que l'environnement dans lequel évolue l'Information Jeunesse, la manière dont ces structures sont perçues par leurs publics, et les pistes d'action soulevées par les discours et pratiques ici analysés.

Ainsi certaines des pratiques décrites par l'étude nationale française de 2011 sont confirmées. Notamment, les recherches d'information réalisées par les jeunes apparaissent dans leur inventivité et leurs lacunes. Différentes tensions, tant liées aux caractéristiques de ce paysage informationnel nouveau qu'aux spécificités de cette étape de la vie, permettent d'en saisir les enjeux. Ces résultats nous semblent de nature à participer à l'élaboration de contenus de sensibilisation et de transmission de compétences en accord avec les missions des structures de l'Information Jeunesse.

En revanche, cette étude complète les résultats de l'étude de 2011, certes sur un échantillon peu comparable, sur les questions liées au partage et à la création d'information par les jeunes. Elle en remet en cause le caractère automatique, approprié et répandu : les jeunes ne sont pas les Digital Natives experts que les discours décrivent souvent. Elle insiste dans le même temps sur une production riche mais peu visible car moins reconnue socialement qui fonde une culture juvénile renouvelée où certaines plate-formes sont essentielles. Cette étude en propose une lecture à même de faciliter la présence ou non dans ces espaces en fonction de leurs usages.

Les pratiques informationnelles en ligne observées sont proches sur les deux territoires concernés. Ce point renforce évidemment l'intérêt d'intégrer les réflexions à l'échelle géographique de la Grande Région. En revanche, les résultats laissent apparaître des variations plus marquées en fonction de la classe d'âge et du caractère plus rural ou plus urbain du bassin de population concerné à même d'entraîner des rapports aux institutions de l'Information Jeunesse différents.

Dans tous les cas, les missions de ces structures sont cependant considérées comme importantes par leurs publics actuels ou potentiels, ce malgré l'augmentation de la concurrence (acteurs marchands de l'intérim, de l'orientation...) et le caractère anxiogène de la situation actuelle des jeunes. Se pose donc la question de leur positionnement dans ces espaces pour renforcer ce lien avec leurs publics en complémentarité avec une offre physique considérée comme importante et des attentes sur des rôles variés de l'Information Jeunesse.

In fine, l'intégration du partage et de la création d'information par les jeunes au sein des fonctions des structures de l'Information Jeunesse est sans doute possible mais pas forcément sur des modalités attendues. Notamment, la question de la médiation de pair-à-pair est loin de faire l'objet d'un consensus chez les répondants. Si elle peut amoindrir le coût psychologique d'acquisition de

l'information, elle s'inscrit dans des routines de recherche d'information considérées par les répondants eux-mêmes comme sous-productives dans de nombreux cas. Elle est d'ailleurs souvent en « zone grise », dans un lien particulier avec les institutions concernées : en complément et en transgression dans le même temps.

Cette étude propose une typologie de positionnements possibles à partir de ces constats. Elle vise à rappeler quand la présence d'institutions est acceptable ou non et quelles actions seraient perçues comme appropriées. Elle permet ainsi de proposer d'autres pistes moins intuitives : la valorisation de projet ainsi que la co-production sur des compétences et des productions des jeunes existantes mais souvent peu reconnues hors de leurs pairs.

Ces questions peuvent de fait être éclairées à partir des nombreux travaux réalisés en marketing sur le concept de co-production, c'est-à-dire de participation accrue des consommateurs au fonctionnement des entreprises dont ils sont clients ou usagers, soit par leur intégration dans la production des produits et services qu'ils consomment, soit à partir de liens nouveaux entre les entreprises et les communautés virtuelles dans lesquelles les passionnés d'une marque ou d'une pratique se rassemblent. Cet examen fait l'objet du rapport suivant.

ANNEXE

Profil des répondants

Identifiant	Age	Sexe	Pays	Domicile	Situation	Durée
BF1	23	F	Belgique	Rural	Arrêt études (équivalent bac +3)	128
BF5	17	F	Belgique	Rural	Rhétorique	66
BF6	14	F	Belgique	Rural	Secondaire	48
BF7	15	F	Belgique	Rural	Secondaire	69
BF8	16	F	Belgique	Rural	Secondaire	82
BF2	17	F	Belgique	Urbain	Etude d'hôtellerie	86
BF3	22	F	Belgique	Urbain	Etudiante Assistante sociale	72
BF4	20	F	Belgique	Urbain	Vient de passer la rhétorique	57
BM4	18	M	Belgique	Rural	Entre à l'université	88
BM5	14	M	Belgique	Rural	Secondaire	26
BM1	17	M	Belgique	Urbain	Secondaire	73
BM2	17	M	Belgique	Urbain	Secondaire	62
BM3	17	M	Belgique	Urbain	Lycéen	58
FF1	18	F	France	Périurbain	Ecole préparatoire	150
FF2	23	F	France	Périurbain	Equivalent Licence 3	101
FF5	18	F	France	Rural	Licence 1	82
FF6	21	F	France	Rural	Licence 3	61
FF8	20	F	France	Rural	Licence 1	43
FF3	19	F	France	Urbain	BTS 1ere année	86
FF4	21	F	France	Urbain	Licence 3	130
FF9	24	F	France	Urbain	Master 1	97
FM1	20	M	France	Périurbain	Ecole de commerce	84
FM5	15	M	France	Périurbain	Lycée	64
FM6	21	M	France	Périurbain	Master	55
FM2	21	M	France	Rural	Licence 3	100
FM3	20	M	France	Urbain	Licence 1	85
FM4	25	M	France	Urbain	Reconversion professionnelle	137
FF7	21	M	France	Urbain	Licence 3	175

TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	1
1. Recherche d'information.....	1
1.1 Nouveau contexte et nouvelles pratiques.....	2
1.1.1. Un contexte informationnel en mutation.....	2
1.1.2. Quelles tactiques des jeunes dans cet environnement informationnel ?.....	3
<i>Une abondance</i>	5
<i>Un flux</i>	6
<i>Une incertitude</i>	6
<i>Un ressort de la sociabilité</i>	7
1.2. Quelle place pour les réseaux d'Information Jeunesse dans l'information le logement, l'emploi et l'orientation ?.....	7
1.2.1 Le processus de recherche d'information.....	8
<i>Des recherches souvent déclenchées en lien avec la formation suivie</i>	8
<i>Internet et réseau social : premières sources avant des efforts plus importants</i>	9
<i>Le miroir aux alouettes des offres marchandes</i>	10
<i>Des recherches anxiogènes dans un climat tendu</i>	11
1.2.2 Une recherche affectée par différents éléments de contexte.....	11
<i>L'effet cycle de vie</i>	12
<i>Un impact difficilement visible du lieu d'habitation et du genre</i>	13
<i>La Lorraine et la Province du Luxembourg : des différences à la marge</i>	13
1.2.3. Quelle place pour les structures d'Information Jeunesse.....	14
<i>Des structures saisies dans des trajectoires</i>	14
<i>Quelle complémentarité ?</i>	16
<i>Des structures d'Information Jeunesse assimilées à différentes figures d'aide</i>	16
<i>Quelle structure idéale selon les jeunes?</i>	17
2. Production et partage d'information chez les jeunes.....	18
2.1. Consommation-production et partage : une culture informationnelle juvénile ?.....	18
2.1.1. Des pratiques de jeunes ?.....	19
2.1.2. Des normes cristallisées dans des figures négatives.....	20
<i>Ne pas polluer et être un troll</i>	20
<i>Ne pas s'exposer pour ne pas être en proie au stalker</i>	21
<i>Ne pas trop s'investir et être un no life</i>	21
2.1.3. Une panoplie commune pour des pratiques plus contrastées.....	22
<i>Tous sur Facebook</i>	22
<i>Des jeunes présents partout ?</i>	23
2.2. Impact des pratiques de partage et production d'information sur l'Information Jeunesse.....	24
2.2.1. Des activités de consommation et partage d'information en ligne en tension.....	24
<i>Prendre des décisions et s'organiser entre pairs</i>	25
<i>Des espaces de sociabilité et d'hédonisme</i>	26
<i>Des usages et des périmètres variés de visibilité sources de tension</i>	27

2.2.2. Quelles pistes pour l'insertion des réseaux d'Information Jeunesse dans la production et le partage d'information entre pairs ?.....	28
Conclusion.....	29
Annexe.....	33
Table des matières.....	34