

Résumés

LES JEUNES ET L'UTILISATION DES MÉDIAS ET DES ESPACES DE LOISIR EN HONGRIE

Adam Nagy et Anna Fazekas

Un groupe d'âge est considéré comme une génération s'il présente en commun certaines qualités immanentes, connaissances générationnelles et caractéristiques communautaires. À cette fin, trois conditions sont nécessaires : une expérience commune, une réelle orientation mutuelle de ses membres et une interprétation partagée de leur situation, mentalités et formes d'action (Mannheim, 1978). Prensky a interprété l'appartenance à un groupe d'âge en lien avec la société de l'information (2011). Nous examinons le développement du modèle de Prensky, « natifs numériques-immigrants numériques », et nous l'intégrons au modèle de Howe et Strauss (1991), selon lequel le changement générationnel au sens de Mannheim se fait dans la société environ tous les 15 à 20 ans. Selon une théorie de la socialisation (Nagy, 2013b), les loisirs et les médias sont censés jouer le même rôle dans la société postmoderne que le faisaient la socialisation scolaire dans la société moderne et la famille à l'ère prémoderne. Ainsi, à partir des données relatives au temps libre de la jeunesse, on peut essayer de brosser un portrait des jeunes générations (Y et Z) d'aujourd'hui à travers leurs activités et leur utilisation des médias, confirmant par là même les différences entre les générations. En l'espèce, nous utilisons des données hongroises car elles proviennent d'une grande étude sur la jeunesse réalisée tous les quatre ans depuis 15 ans (Ifjúság, 2000 ; Ifjúság, 2004 ; Ifjúság, 2008 ; Magyar Ifjúság, 2012). Nous obtenons alors un aperçu sur un échantillon de 8 000 personnes qui est représentatif de l'âge, du genre et du type d'habitat des jeunes hongrois selon leurs situations et leurs modes de vie.

Mots-clés : générations, activités de loisir, loisirs en ligne et hors ligne.

LES JEUNES ENTREPRENEURS – LEADERSHIP ET COMPÉTENCES ENTREPRENEURIALES QUI FERONT LES MARCHÉS ET LE PAYSAGE DE L'EMPLOI DANS UNE ÉCONOMIE MOBILE ET COLLABORATIVE EN GRÈCE

Betty Tsakarestou, Lida Tsene, Dimitra Iordanoglou, Konstantinos Ioannidis et Maria Briana

Nous vivons à une époque où, tous les jours, les jeunes se trouvent confrontés à des défis procédant à la fois de la crise financière mondiale et des technologies numériques. D'un côté, l'environnement économique devient de plus en plus instable et, de l'autre, la culture numérique et mobile offre toutes sortes d'opportunités. Dans les deux cas, les jeunes doivent se doter d'une panoplie de compétences pour s'adapter au paysage en constante évolution.

Notre chapitre examine les résultats de deux études, l'une autofinancée et l'autre bénéficiant d'une aide de l'Union européenne. Ces études, toutes deux réalisées en Grèce, portent sur les jeunes dirigeants et sur leurs caractéristiques et compétences telles que décrites dans le cadre de l'émergence de la culture mobile (Stald, 2008) et entrepreneuriale, ainsi que des tendances collaboratives de l'économie de partage (Botsman et Rogers, 2010). Nous explorons le degré de connaissance et les attitudes quant à l'utilisation des technologies mobiles dans différents secteurs nettement segmentés (consommation, jeu, travail, start-ups et entrepreneuriat, démocratie et militantisme social/politique), tout en analysant l'association de l'intelligence émotionnelle (IE) (Petrides et Furnham, 2001) à la culture et aux pratiques collaboratives émergentes. En outre, nous essayons d'identifier le nouvel ensemble de compétences que les jeunes dirigeants doivent développer dans le paysage de l'économie numérique en termes d'employabilité future, ainsi que durant une crise économique.

Une méthodologie de recherche mixte a été employée avec une conception exploratoire séquentielle (Creswell, 2003). La phase initiale de l'étude a consisté à collecter des données quantitatives (sur un échantillon de 470 participants) et à les analyser. Nous avons privilégié une technique d'enquête en ligne, jugée mieux adaptée pour toucher des utilisateurs en ligne et pour examiner attitudes et comportements dans les secteurs de l'environnement numérique susmentionnés.

Pour la phase qualitative, des entretiens approfondis et semi-structurés ont été menés, ce qui était nécessaire pour obtenir des réponses élaborées et détaillées (Gillham, 2000). En outre, des questions à échelle portant sur 41 aptitudes au leadership – celles estimées les plus importantes par l'analyse documentaire – ont été incluses dans le guide de discussion (Cox *et al.*, 2010 ; Whetten et Cameron, 2007 ; Perth Leadership Institute, 2008). Elles étaient organisées en trois catégories d'aptitudes : autogestion, gestion de l'entreprise et gestion des ressources humaines. Les entretiens ont porté sur un échantillon de 48 experts : créateurs d'entreprise, directeurs de ressources humaines et universitaires/chercheurs dans le domaine du leadership. Le recrutement des participants s'est fait au moyen d'une technique d'échantillonnage non aléatoire raisonnée. Les éléments de population ont été délibérément sélectionnés sur avis de l'équipe de recherche. Pour cette étude, des inférences sur une large population ne s'imposaient pas ; en revanche, il fallait cibler des experts de domaines spécifiques. Le guide de discussion destiné aux entretiens se divisait en trois grandes catégories (Iordanoglou et Ioannidis, 2014) :

- ▶ aptitudes au leadership importantes pour de futurs dirigeants ;
- ▶ aptitudes au leadership importantes en période de crise économique ;
- ▶ aptitudes au leadership observées chez de jeunes professionnels et entrepreneurs sur le lieu de travail.

Les résultats de l'étude quantitative ont donné un aperçu de la physionomie de la nouvelle génération mobile en Grèce. De surcroît, l'intelligence émotionnelle s'est révélée être un important indice de consommation collaborative. Quant aux résultats de l'étude qualitative, ils ont montré que les aptitudes au leadership les plus importantes chez les jeunes dirigeants étaient les suivantes : passion, loyauté, flexibilité, capacité à inspirer, confiance en soi, réflexion stratégique, collaboration et travail d'équipe. En période de tourmente économique, la plupart des aptitudes

importantes restent les mêmes, les capacités d'adaptation et d'innovation comptant parmi les dix premières de la liste. À noter qu'un écart entre les aptitudes au leadership requises et celles observées sur le lieu de travail est apparu, principalement dans la gestion du personnel. Après comparaison des résultats avec ceux obtenus par des études semblables réalisées dans quatre autres pays européens (Chypre, Lettonie, Lituanie, Bulgarie), les implications pour l'éducation de la prochaine génération de jeunes dirigeants et entrepreneurs sont examinées.

Mots-clés: culture mobile, aptitudes au leadership, économie numérique, entrepreneuriat.

POUR UNE PARTICIPATION ÉLECTRONIQUE DES JEUNES : OUTILS NUMÉRIQUES/MOBILES ET CONSEILS

Evaldas Rupkus et Kerstin Franzi

Qu'il s'agisse d'élections européennes ou nationales, il semble que les jeunes européens aient tendance à bouder le vote :

« 72 % des 16/18-24 ans ne votent pas, alors que plus de 50 % des personnes âgées de 65 ans et plus se rendent aux urnes [...] Le niveau d'abstention des jeunes demeure étonnamment haut, et l'écart entre les jeunes et les autres groupes d'âge varie très peu. L'abstention des jeunes aux élections nationales suscite l'inquiétude » (Dezelan, 2015).

Au demeurant, le vote – forme plutôt traditionnelle de participation politique – n'est pas la seule expression d'engagement civique. Au vu des pratiques et des recherches, nous assistons à une diversification de l'étendue, des formes et des objectifs de l'expression politique (Dezelan, 2015, p. 9). Les recherches s'intéressent, en particulier, aux changements technologiques de la participation politique apportés par les médias numériques et mobiles.

Étant donné la généralisation des smartphones, il paraît nécessaire d'envisager d'équiper les processus de participation non seulement d'outils numériques mais aussi mobiles. Reste que la simple utilisation de ce type d'outils ne suffit pas à assurer la motivation des participants et la facilitation des processus de participation électronique. Le projet de recherche et innovation EUth – Tools and Tips for Mobile and Digital Youth Participation in and across Europe (Euth : outils et conseils pour la participation des jeunes en Europe) s'est efforcé de faire face à ces enjeux. À cette fin, il a permis d'élaborer une boîte à outils e-Participation, ainsi que des conseils et une aide pour les personnes souhaitant mettre sur pied des processus de participation électronique.

En général – qu'il s'agisse de participation des jeunes ou des adultes, de participation en ligne ou en face-à-face –, trois types d'acteurs interviennent dans une participation publique : tout d'abord, des participants qui discutent ou qui donnent leur avis ; ensuite, les décideurs qui résument la discussion ; enfin, ceux qui facilitent la communication entre participants et décideurs. La participation – qu'elle concerne un groupe défini (jeunes par exemple) ou qu'elle recoure à une technologie spécifique (outils numériques par exemple) – ne fonctionne que si les trois acteurs

interviennent. Toutefois, il arrive souvent que ces conditions ne soient pas réunies, et ce pour une variété de raisons : il se peut que les participants (surtout les jeunes) reculent devant une gestion défectueuse, de fausses promesses et des activités/outils manquant d'attrait ; les décideurs ne sont peut-être pas habitués aux processus décisionnels ouverts avec intervention des citoyens, en particulier des jeunes ; enfin, les « initiateurs » manquent souvent des connaissances et des ressources nécessaires pour planifier et pour exécuter un projet de participation électronique complexe.

C'est pourquoi le projet EUth propose des outils et des conseils qui :

- ▶ offrent aux participants des outils numériques et mobiles attrayants pour un engagement participatif ;
- ▶ aident les « initiateurs » à planifier et à mettre en œuvre leur projet de participation électronique individuel.

Cet ensemble est disponible dans la boîte à outils OPIN, plateforme numérique en ligne où peuvent être hébergés des projets de participation électronique individuels. L'élaboration de cette série d'outils est le résultat de recherches approfondies. En outre, pour aider les « initiateurs » à mettre sur pied des processus participatifs individuels et pour faciliter leur tâche, est également proposé un outil de gestion de projet accompagné de directives et de conseils pratiques – approuvés en atelier par de nombreux utilisateurs.

Le chapitre fournit des informations détaillées, des conseils et des directives sur les éléments suivants :

- ▶ l'outil de gestion de projet : quelles sont les conceptions de projets participatifs les plus utilisées ? quelles méthodes pour quels scénarios ?
- ▶ les principales étapes de planification et d'exécution des projets de participation électronique ; les écueils et la manière de les contourner ;
- ▶ la fusion logicielle et les *workflows* : caractéristiques techniques et outils novateurs.

Mots-clés : jeunesse, participation électronique, participation, innovation, Europe

LA « PARTICIPATION OUVERTE » : UN ÉLÉMENT INDISPENSABLE À UNE BONNE GOUVERNANCE AU XXI^E SIÈCLE

Daniel Poli et Jochen Butt-Pošnik

Si l'on parle d'un programme de participation globale (*holistic participation agenda*) au sérieux, la division entre participation hors ligne et participation en ligne n'a plus lieu d'être. Aujourd'hui, avec la numérisation de notre quotidien, il n'y a pas de distinction entre la communication (et la vie) hors ligne et en ligne d'un jeune. L'interaction avec l'environnement local s'effectue via des dispositifs mobiles et des plateformes en ligne : par la participation à la vie sociale, par l'apprentissage scolaire, par le travail, par la formation ou par des activités non formelles. Intégrer ces perspectives à une représentation cohérente, tel est l'objectif de ce chapitre, qui s'appuie sur

les expériences et les connaissances acquises au fil de deux projets de coopération multilatérale grâce auxquels différents acteurs – ministères chargés de la jeunesse, experts en matière de participation, représentants d'organisations de jeunesse et autres – ont pu apprendre les uns des autres. Le projet Youthpart a permis d'élaborer des directives européennes pour assurer le succès de la participation électronique des jeunes, ainsi que des recommandations ; en particulier, pour adapter les modes de participation de la jeunesse avec ce qu'elle vit au quotidien dans un monde numérisé. Le projet de coopération multilatérale Participation of Young People in the Democratic Europe s'est particulièrement intéressé aux diverses formes que revêt la participation et aux nouvelles arènes où elle se produit, très souvent loin des urnes. Les recommandations portent sur les nouvelles difficultés rencontrées pour apprendre à devenir un citoyen démocratique et sur le rôle que les acteurs de l'éducation ont à jouer à cet égard. Les deux projets européens considèrent la participation des jeunes comme essentielle à une bonne gouvernance au XXI^e siècle.

À quoi pourrait ressembler ce programme de participation globale ? Avant tout, c'est un enjeu pour les décideurs officiant au gouvernement et dans les administrations : prendre la participation au sérieux, c'est partager le pouvoir, les connaissances et les ressources. L'interprétation est moins idéaliste qu'elle pourrait paraître : plusieurs documents internationaux contraignants – par exemple, la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant, le Traité de Lisbonne et d'autres tels que l'Agenda numérique de la Stratégie Europe 2020, la Stratégie de l'Union européenne en faveur de la jeunesse, etc. – ont beaucoup insisté sur une participation ouverte. Pour amplifier la mise en application de la participation des jeunes, les conditions suivantes doivent être réunies :

- ▶ des gouvernements ouverts et une gouvernance ouverte : faire de la participation la règle et non l'exception ;
- ▶ une influence et un impact directs de la participation ;
- ▶ une ré-attribution des ressources afin de renforcer la participation et d'avoir quelque chose de réel à décider ;
- ▶ des méthodes ouvertes : rendre la prise de décisions et la participation transparentes et accessibles pour tous, et prendre en compte les méthodes en ligne et hors ligne ;
- ▶ une ouverture sur les réalités vécues par les jeunes : trouver des formats, des outils et un langage qui soient adaptés aux réalités des jeunes et qui impliquent les jeunes directement.

À cet égard, quel est le rôle du travail de jeunesse ? Ce rôle est crucial s'il est pris au sérieux et utilisé comme moyen de toucher les jeunes et de travailler avec eux. Pour favoriser la participation des jeunes, le travail de jeunesse peut jouer le rôle de connecteur et de traducteur de deux manières : d'une part, avec et pour les jeunes, d'autre part, en lien étroit avec les décideurs aux niveaux local, régional, national et européen. Les animateurs de jeunesse doivent adopter une position déterminée et assurée en tant qu'acteurs politiques et défenseurs des jeunes ; c'est-à-dire en tant que catalyseurs. Ils relient les diverses réalités des jeunes au monde de la politique

et de l'administration qui affecte la vie de ces jeunes, et inversement. Par conséquent, dans le parcours professionnel des animateurs de jeunesse figureront éducation politique et civique, compétences pour responsabiliser les jeunes et connaissance des méthodes de participation en ligne et hors ligne. De plus, ils doivent renforcer leur position de partenaires des acteurs politiques. Nous avons bien davantage à offrir que de simples distractions pour gosses qui s'ennuient.

Mots-clés : participation des jeunes, participation numérique, politique de jeunesse, travail de jeunesse, éducation civique/politique.

MAROC – LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET SOCIAUX FAVORISENT L'ENGAGEMENT CITOYEN DES JEUNES DANS LA DÉMOCRATIE

Karima Rhanem

Au lendemain du Printemps arabe, au Maroc, au Moyen-Orient et dans la région de l'Afrique du Nord, un certain nombre d'organisations dirigées par des jeunes ont utilisé les médias sociaux comme moyen de mobilisation, d'échange et de promotion de la participation civique et des valeurs démocratiques. Parmi ces organisations, plusieurs ont mené des campagnes de revendication visant à lancer le débat public autour de questions socioéconomiques et politiques urgentes, à défendre ou à contester certains points ainsi qu'à proposer des changements s'agissant de la législation et des politiques publiques. Il est certain que l'utilisation des médias sociaux est devenue pour la jeunesse un moyen important de promouvoir le changement dans leurs communautés et d'assurer une participation transparente et démocratique à la prise de décisions. Le chapitre met en exergue des exemples concrets d'initiatives qui constituent de bonnes pratiques.

Mots-clés : médias sociaux, Maroc, Printemps arabe, participation.

OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE AU SERVICE DE L'APPRENTISSAGE, DE L'IDENTITÉ ET DE LA CITOYENNETÉ DES NATIFS DU NUMÉRIQUE

Adina Marina Călăfăteanu

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) jouent un rôle de plus en plus prégnant dans la vie des jeunes. Des termes tels que « natifs du numérique », « génération internet », « génération Google » ou « enfants du millénaire » ont été employés afin de mettre en lumière la place éminente que prennent les nouvelles technologies pour susciter l'adhésion des jeunes aux outils de communication en ligne. Ce chapitre examine le rôle joué par les trois thèmes interdépendants – identité, citoyenneté et apprentissage – pour encourager les natifs du numérique à utiliser des outils de communication non traditionnels.

Mots-clés : communication, natifs du numérique, TIC, contre le discours de haine.

VERS UNE CULTURE NUMÉRIQUE AU SERVICE DE LA PARTICIPATION ET DE L'ENGAGEMENT ACTIFS DES JEUNES DANS LE CYBERESPACE

Nuala Connolly et Claire McGuinness

Tantôt dénommés « génération Google » (Rowlands *et al.*, 2008), « Net Geners » (génération internet) (Tapscott, 1991) ou « natifs du numérique » (Prenksy, 2001), les jeunes d'aujourd'hui ont grandi dans un monde dominé par internet, avec de nouvelles opportunités de participation et d'engagement. Dans l'ensemble, le discours de la recherche a souvent affirmé que les jeunes sont naturellement doués d'aptitudes numériques. Comme certains faits le montrent pourtant, il existerait un écart entre la perception qu'ont les jeunes de leurs aptitudes numériques et leur capacité à naviguer dans cet univers complexe de manière sûre et constructive (Christofides *et al.*, 2009). La politique d'internet appliquant généralement une approche générique vis-à-vis des « utilisateurs » (c'est-à-dire les adultes), les droits des enfants et des jeunes s'en trouvent souvent négligés (Livingstone *et al.*, 2016). De plus, d'aucuns ont prétendu que le fait de se polariser sur le discours des natifs du numérique occulte la nécessité d'aider les jeunes à améliorer leurs aptitudes numériques (Fondation ECDL, 2014; Livingstone, 2011). Résultat : les programmes éducatifs font souvent l'impasse sur des compétences essentielles.

La fracture initiale de l'accès physique à internet s'est transformée en fracture au niveau des compétences (Van Deursen et Van Dijk, 2011). Remédier à cette fracture permettra de multiplier les possibilités pour les jeunes de participer de manière constructive au monde numérique. Il faut leur apporter des compétences supplémentaires pour leur permettre de répondre à leurs besoins d'information, mais aussi pour qu'ils comprennent mieux les normes de l'environnement en ligne. En matière de technologie, l'éducation est souvent associée à des compétences de niveau fonctionnel – utilisation de progiciels, navigation, recherche de compétences, capacité à discerner la qualité des informations trouvées en ligne. Or, pour la culture numérique, l'éducation doit couvrir une série de compétences plus large reflétant l'engagement social et culturel des jeunes dans une société fonctionnant en réseau, leur manière de s'exprimer, leur formation identitaire et leur participation au monde en ligne.

Ce chapitre explore la culture numérique des jeunes dans le contexte européen, en cherchant à savoir où et en quoi les compétences numériques favorisent l'inclusion, l'engagement et la participation des jeunes au monde numérique. La recherche s'appuie sur des exemples de dispositifs utilisés par l'éducation, tant formelle qu'informelle, dans le domaine du numérique. Le cas de l'Irlande est décrit à titre d'illustration. Les questions concernant la participation des jeunes à un monde numérique sont considérées dans le cadre d'une culture numérique, ce qui contribue au développement théorique, à l'enrichissement des connaissances ainsi qu'à éclairer sur les politiques et sur les recommandations de bonnes pratiques.

Mots-clés : participation des jeunes, médias numériques, culture numérique, citoyenneté numérique.

RÉFLEXIONS SUR LA NAISSANCE DU MOUVEMENT CONTRE LE DISCOURS DE HAINE

Antonia Wulff

Le Mouvement contre le discours de haine, projet phare du Conseil de l'Europe lancé en 2013, a fait suite à une proposition émanant du Conseil consultatif pour la jeunesse. La campagne – pour les droits de l'homme et contre le discours de haine en ligne – n'a malheureusement rien perdu de sa pertinence depuis son lancement. Aussi, cette série de contributions en décrit-elle divers aspects – sa portée, ses points forts et ses faiblesses – selon différentes perspectives, entendant rendre justice aux complexités d'une campagne de jeunesse européenne.

Antonia Wulff décrit les circonstances qui ont présidé à la conception initiale de la campagne et ce que le conseil consultatif d'alors entendait réaliser à travers ce projet. Le coordinateur de la campagne, Menno Ettema, examine la campagne sous un angle institutionnel et dépeint la forme qu'elle a prise à l'échelle européenne. Les coordinateurs des campagnes nationales – Manu Mainil (Belgique), Ivett Karvalits (Hongrie), Anne Walsh (Irlande) et Aleksandra Knežević (Serbie) – analysent la pertinence de la campagne dans leurs pays respectifs et se penchent sur les résultats obtenus à ce jour, mais aussi sur les batailles qu'ils ont dû livrer au cours de cette campagne.

Mots-clés : Mouvement contre le discours de haine, Conseil de l'Europe, discours de haine en ligne, Belgique, Hongrie, Serbie, Irlande.