

Protection des jeunes face aux médias: état des lieux des offres et des stratégies cantonales

Dans le cadre de la mise en œuvre du programme national « Protection de la jeunesse face aux médias et compétences médiatiques », l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) a chargé la communauté de travail Interface Etudes politiques Recherche Conseil, la Haute école spécialisée de Lucerne et evaluanda Genève de réaliser un inventaire des offres de formation, d'information et de conseil dans le domaine de la protection de la jeunesse face aux médias et de l'encouragement de ses compétences médiatiques, et de recenser l'ensemble des stratégies cantonales en la matière. L'état des lieux peut être consulté sur le site Internet www.jeunesetmedias.ch. Le présent article en expose les contours les plus importants.



Ruth Feller-Länzlinger

Interface Etudes politiques Recherche Conseil, Lucerne



Andreas Balthasar

Interface Etudes politiques Recherche Conseil, Lucerne, et Séminaire d'études politiques de l'Université de Lucerne

Offres de formation, d'information et de conseil

La saisie de l'ensemble des offres de formation, d'information et de conseil accessibles sur Internet dans les domaines de la protection de la jeunesse face aux médias et de l'encouragement des compétences médiatiques constitue la base des propos qui suivent. Le relevé a eu lieu entre les mois d'août et de novembre 2011 selon un schéma mis au point avec l'OFAS et le groupe de projet, puis

testé dans deux cantons. La sélection des offres s'est effectuée en fonction des différents aspects de la protection des jeunes face aux médias qu'elles prenaient en compte et du volet qu'elles réservaient à l'encouragement des compétences médiatiques. Dans ce domaine, l'accent a été mis sur les compétences relatives à l'utilisation des contenus, à la manière de les recevoir et à leur analyse, mais aussi sur les compétences sociales développées. Une offre de conseil au moins devait être prise en compte

pour chaque canton. Les données recueillies ont ensuite été validées par les prestataires, puis vérifiées sous l'angle de leur exhaustivité et de leur exactitude.

L'objectif était d'obtenir un relevé des offres aussi exhaustif que possible sur tout le territoire suisse. Mais compte tenu du dynamisme des activités et des offres proposées dans les domaines considérés, il a été impossible d'avoir un instantané absolument complet et fiable. Il suffisait de quelques semaines pour constater que certaines offres recensées n'étaient plus sur Internet ou qu'elles étaient remplacées par d'autres offres. Certaines étaient accessibles sur Internet dans les trois langues officielles (italien, français, allemand). Il n'est donc pas exclu que d'autres offres étaient également accessibles par d'autres canaux de diffusion ou dans d'autres langues, en fonction de leurs groupes cibles.

Que peut-on conclure de cet état des lieux ?

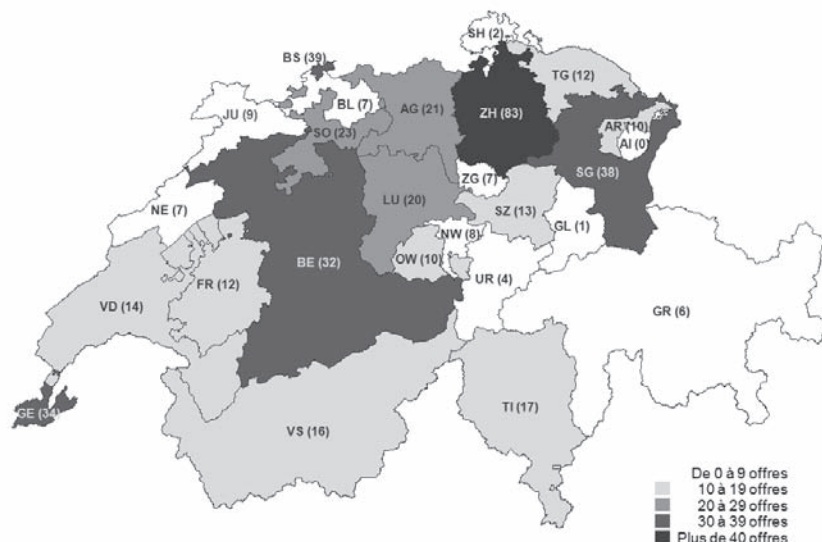
Une offre importante, surtout dans les cantons à forte population

Dans son ensemble, la population suisse a à sa disposition une vaste palette d'offres de formation, d'information et de conseil dans les domaines de la protection des jeunes face aux médias et de l'encouragement des compétences médiatiques. Pas moins de 607 offres nationales et cantonales émanant de 217 prestataires différents ont en effet été recensées, dont 377 proposent de l'information, 193 de la formation et 37 du conseil. La carte **G1** présente leur répartition par canton.

Comme on pouvait s'y attendre, les cantons à forte population tels que Zurich, Saint-Gall, Bâle, Berne et Genève sont ceux qui affichent le plus grand nombre d'offres. De manière

Nombre d'offres par canton (sans les offres de portée nationale)

G1



Source: Etat des lieux de mars 2012. N = 455. Entre parenthèses, le nombre d'offres de chaque canton.

générale, celles-ci sont surtout accessibles aux personnes maîtrisant l'une des langues officielles. Leur répartition est pour ainsi dire proportionnelle à la population recensée en 2009 dans les trois régions linguistiques (voir le tableau **T1**). La diffusion électronique de nombreux matériaux de formation et d'information en assure l'accessibilité sur l'ensemble du territoire helvétique, et la gratuité de 74% des offres facilite aussi leur usage. L'expérience dans les cantons montre

toutefois qu'un grand nombre d'offres ne sont que rarement utilisées par les groupes cibles, ou seulement par des personnes déjà bien informées et motivées.

L'offre en contenus écrits prédomine

L'offre en contenus écrits tels que brochures, prospectus, pages Internet ou matériel didactique est généralement importante, tandis que les offres à orientation interactive ou participative (semaines de sensibilisation, cam-

pagnes, modules interactifs, etc.) sont plutôt sous-représentées. La plupart des offres de conseil proposent de l'aide et un accompagnement pour les personnes présentant une dépendance aux jeux, à l'ordinateur ou à l'Internet (et pour leurs proches). Certaines fournissaient aussi un soutien en cas de difficultés psychiques ou physiques en lien avec les médias, comme le cyberharcèlement ou le harcèlement sexuel.

En tête: les nouveaux médias et leurs applications

S'agissant des types de médias concernés par les offres, Internet est comme prévu le média le plus visé, suivi des médias en général, de la télécommunication ainsi que des jeux électroniques et vidéo. Du point de vue du contenu, les offres portent également beaucoup sur les nouveaux médias, Internet et ses applications, en particulier les chats et les réseaux sociaux. Il n'est donc pas rare qu'elles abordent aussi les dangers liés à ces activités, notamment l'abus, la vulnérabilité des données, la pornographie, l'addiction. Dans leur grande majorité, leur objectif est la sensibilisation et la prévention.

Parents et enseignants bien servis

Le relevé différencie cinq groupes cibles: famille; école; accueil et accompagnement extrafamilial; conseil professionnalisé et formation continue; groupes présentant des besoins particuliers (migrants, spécialistes en pédagogie curative ou en formation spéciale, personnes menacées d'addiction). Le graphique **G2** détaille la répartition des offres entre ces groupes cibles.

Le graphique montre qu'un rôle important dans la promotion d'une

Distribution des offres comparée à la population des régions linguistiques¹

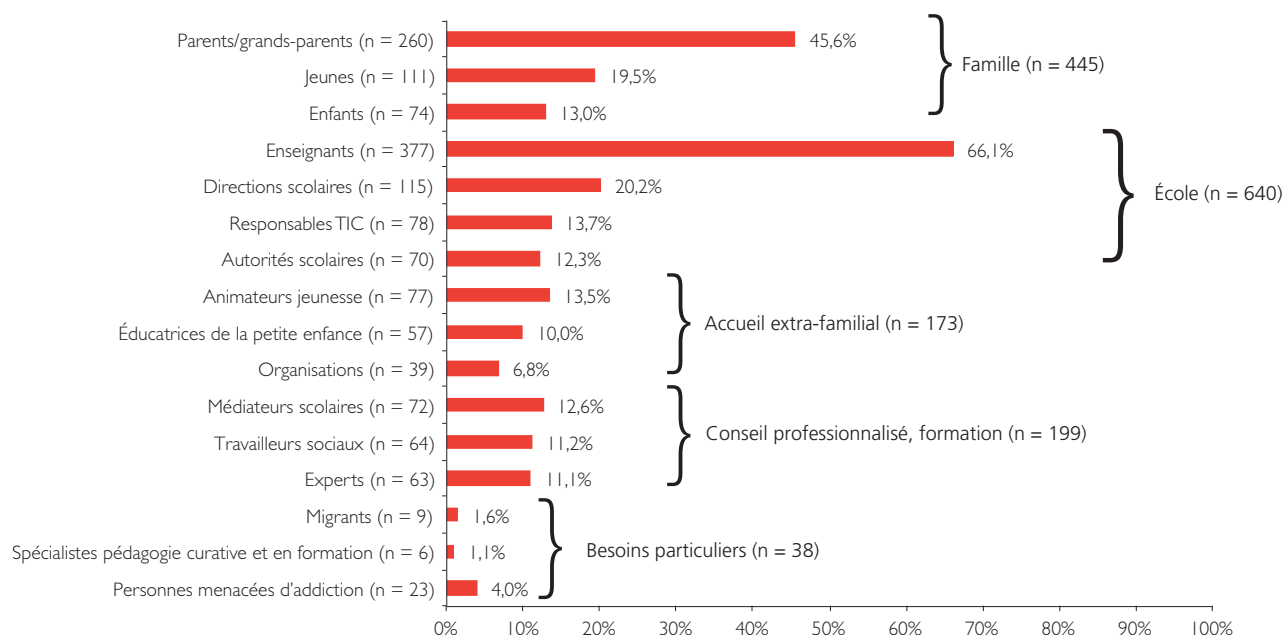
T1

Cantons	Part des offres par région linguistique (n = 445)	Part de la population résidente permanente par région ²
Suisse alémanique (n = 336) (AG, AI, AR, BE, BL, BS, GL, GR, LU, NW, OW, SG, SH, SO, SZ, TG, UR, ZG, ZH)	75,5 %	70,3 %
Suisse romande (n = 92) (FR, GE, JU, NE, VD, VS)	20,7 %	25,4 %
Tessin (n = 17)	3,8 %	4,3 %

Source: Etat des lieux de mars 2012.

1 Sans les offres de portée nationale.
2 Office fédéral de la statistique (2009): Population résidente permanente (total) selon l'âge et les cantons, 2009. En ligne: www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/01/02/blank/data/01.html (consulté le 23.4.2012).

Nombre d'offres recensées par groupes cibles



Source : Etat des lieux de mars 2012. Les pourcentages sont fonction du total des offres considérées (n = 570, sans les offres de conseil).

approche compétente des médias est reconnu aux enseignants et aux parents, car une offre étendue de matériel de formation et d'information leur est destinée. D'autres personnes chargées d'enseignement et d'encadrement : responsables des technologies de l'information et de la communication (TIC), animateurs de jeunesse, assistants sociaux (notamment en milieu scolaire), etc. dans l'environnement immédiat des enfants et des jeunes peuvent avoir accès à une offre appropriée.

Laissés pour compte : la population migrante et les besoins liés à l'âge

Il est plutôt rare de trouver sur Internet des offres s'adressant à la population migrante dans une langue différente des langues officielles. L'enquête a permis d'en recenser 17. Il s'agit la plupart du temps de brochures, notices et autres documents d'information écrits, rédigés en plusieurs langues et destinés aux parents. Mais comme cet état des lieux s'est

concentré sur les offres accessibles sur Internet en allemand, en italien et en français, il reste à vérifier si certaines offres (en ligne ou sous une autre forme) sont présentées dans la langue de la population migrante à laquelle elles sont destinées.

Près d'un tiers des offres sont directement et prioritairement adressées aux préadolescents et aux jeunes des cycles allant du secondaire I au secondaire II. De manière générale, elles tiennent peu compte du fait que ce public constitue un groupe très hétérogène et présente des besoins divers. Par exemple, on en trouve peu qui sont destinées aux enfants plus jeunes. Celles qui encouragent une approche directe et participative des nouveaux médias sont aussi peu fréquentes.

Organisations d'utilité publique et cantons au front

Le matériel et les offres disponibles proviennent de 217 organismes très divers. La plupart émanent d'organisations d'utilité publique, actives dans

les domaines suivants : prévention des addictions, encouragement des enfants et des jeunes, conseil aux familles, protection de l'enfance et de la jeunesse, prévention de la criminalité, protection des données ou promotion de la santé. De nombreuses organisations ou initiatives ont par ailleurs vu le jour pour réaliser des buts relevant de la protection des jeunes face aux médias ou de l'encouragement des compétences médiatiques. Dans l'administration publique, ce sont les offices cantonaux et communaux des domaines de la formation, de la santé, de la sécurité et des affaires sociales qui traitent de ces thématiques. Certaines offres proviennent également de particuliers ou de l'économie privée (PME).

Potentiel d'optimisation

Le grand nombre de prestataires entraîne par la force des choses la présence d'offres redondantes. Une meilleure coordination pourrait contribuer à une utilisation plus effi-

cace des ressources disponibles, à une meilleure structuration des offres et à la pérennité de celles-ci. Les entretiens menés avec les services cantonaux ont fait ressortir que la priorité n'est pas à la création de nouvelles offres, mais à ce que celles qui existent déjà correspondent mieux, dans leur conception et leur mise en oeuvre, aux besoins des groupes cibles, pour que ceux-ci en tirent meilleur parti. Sont par exemple recherchées des offres plutôt interactives ou innovatrices, à même d'atteindre de manière proactive des groupes exposés à certains risques. Le regroupement de toutes les offres sur le portail d'information www.jeunesetmedias.ch est à lui seul un premier pas dans la bonne direction, en contribuant à une plus grande visibilité des offres existantes et en facilitant leur accès pour les groupes cibles.

Stratégies cantonales

L'état des lieux a également porté sur les stratégies des 26 cantons en matière de protection des jeunes face aux médias et de promotion des compétences médiatiques. Sont considérés comme des stratégies cantonales tous les documents programmatiques, trains de mesures, plans de législation et autres décisions arrêtés par des organes cantonaux tels que conseil d'Etat, parlement, département ou service. Le relevé a été effectué au moyen d'entretiens guidés avec des responsables cantonaux chargés de ces questions, à la suite desquels un portrait a été brossé pour chaque canton. Pour validation, ces portraits ont été soumis aux interlocuteurs cantonaux et aux responsables des stratégies.

Le relevé des stratégies cantonales devait également être le plus exhaustif possible. Mais comme l'offre sur Internet, les stratégies se caractérisent par leur dynamisme et leur réaménagement permanent. A cela s'ajoute le fait qu'au moment de l'enquête, certaines administrations cantonales

n'avaient, pour différentes raisons, pas encore rendu publics certains de leurs projets; ceux-ci n'ont donc pas pu être pris en compte.

Vu que les cantons désignent différemment leurs départements, services ou unités administratives, les résultats ci-après ne mentionnent pas l'identité des départements concernés, mais abordent les aspects des stratégies cantonales ayant trait à la protection des jeunes face aux médias et à la promotion des compétences médiatiques selon qu'ils touchent l'éducation, la promotion de la santé et la prévention, les affaires sociales ou la sécurité.

Education en première ligne

Les deux thèmes ici considérés constituent un domaine relativement nouveau, mais tous les cantons y ont d'ores et déjà consacré au moins un document stratégique. Les stratégies les plus répandues sont établies dans le domaine de l'éducation. Il s'agit principalement de plans d'études, de compléments aux plans d'études et de projets relatifs aux TIC, souvent mis en place à l'enseigne du programme national Partenariat public-privé – L'école sur le net (PPP-ésn).³ Ces documents stratégiques trouvent souvent une concrétisation dans des offres de formation continue pour le corps enseignant. Le volet de la protection des jeunes face aux médias est soutenu, dans le cadre de la politique de l'éducation, par les services cantonaux chargés des TIC de 18 cantons. Le domaine de l'éducation a donc en général bien été couvert par les premiers éléments mis en place par les stratégies cantonales.

Santé et prévention en seconde ligne

Le deuxième volet développé par les stratégies cantonales traite de l'addiction et de la violence, le plus souvent dans le cadre de la politique de la promotion de la santé et de la prévention. Les cantons intègrent généralement le domaine des affaires sociales pour certains points dans leur

stratégie en matière de protection des jeunes face aux médias et de promotion des compétences médiatiques. Mais ils sont nombreux à reconnaître qu'il faudrait l'impliquer davantage. Ce volet des stratégies cantonales est encore relativement récent, puisqu'il date en général des quatre dernières années.

Progression de la collaboration transversale

Huit cantons (AG, BL, BS, FR, SO, SZ, TI et ZH) ont conçu des stratégies en matière de protection des jeunes face aux médias ou de promotion des compétences médiatiques qui impliquent plusieurs départements, de sorte qu'elle ne relève pas d'un seul domaine politique. Deux autres cantons (TG et VD) préparent également une telle stratégie transversale. Six de ces stratégies sont étroitement liées à la promotion de la santé et à la prévention; les services et organes pertinents sont par conséquent également chargés de la mise en oeuvre. Les écoles, la police et parfois l'animation jeunesse en particulier sont associés à ces activités.

Les stratégies de six cantons (BE, NW, OW, SO, SZ et ZH) tiennent compte de toutes les politiques publiques concernées: formation, promotion de la santé et prévention, affaires sociales et sécurité. Elles pourront donc offrir de bons exemples de conditions propices à la protection des jeunes face aux médias et à la promotion des compétences médiatiques.

Dans l'ensemble, les cantons ont donc reconnu la nécessité d'une coordination et d'un ajustement des actions menées dans toutes les politiques ayant trait aux deux thématiques considérées. La difficulté réside maintenant dans la coordination systématique des stratégies exist-

³ Le programme Partenariat public-privé – L'école sur le net a été mis en oeuvre entre 2002 et 2007, suite à l'adoption en 1998 par le Conseil fédéral d'une stratégie pour une société de l'information en Suisse.

tantes et des projets en élaboration, et ce sans perdre de vue l'ensemble des politiques ayant une incidence sur la protection des jeunes et les compétences médiatiques. L'enjeu est d'autant plus important qu'on peut attendre d'une telle approche qu'elle inscrive les stratégies cantonales sur le long terme et garantisse ainsi que les actions qui s'y rattachent ne soient ni le fruit du hasard ni tributaires de l'engagement de certaines personnes.

Coordination cantonale: délégués et groupes interdépartementaux

Un quart des cantons – principalement des cantons de petite taille – ont nommé un interlocuteur cantonal chargé de la protection de la jeunesse face aux médias et de l'encourage-

ment des compétences médiatiques. Les services correspondants sont rattachés aux offices de la formation, des affaires sociales, de la santé ou à la chancellerie d'Etat. Les cantons sans interlocuteur attiré pour ce domaine disposent parfois d'un groupe d'échange interdépartemental et/ou prévoient de nommer une personne chargée de cette question pour le canton. C'est là le signe que les responsables cantonaux reconnaissent la nécessité d'une certaine coordination dans les thématiques examinées.

La publication du relevé des offres de formation et d'information et de l'état des stratégies cantonales en matière de protection des jeunes face aux médias et d'encouragement des compétences médiatiques crée une

certaine transparence, grâce à laquelle les différents acteurs pourront développer et élargir de concert l'offre et les approches existantes.

Ruth Feller-Länzlinger, responsable du secteur Formation et famille, Interface Etudes politiques Recherche Conseil, Lucerne.
Mél. : feller@interface-politikstudien.ch

Prof. Andreas Balthasar, directeur d'Interface Etudes politiques Recherche Conseil, Lucerne.
Mél. : balthasar@interface-politikstudien.ch