

**Bibliothèque
et Archives
nationales**

Québec



Le présent fichier est une publication en ligne reçue en dépôt légal, convertie en format PDF et archivée par Bibliothèque et Archives nationales du Québec. L'information contenue dans le fichier peut donc être périmée et certains liens externes peuvent être inactifs.

Version visionnée sur le site Internet d'origine le 19 janvier 2010.

Section du dépôt légal



Gouvernement
en ligne

Société de
l'information

Administration
électronique

Sécurité de
l'information

Service aérien
gouvernemental

Ministère

Accès à
l'information

Actualités (archives)

Articles publiés

Communiqués

e-Veille

Abonnement

Fil RSS

Politique de confidentialité

Bulletin d'information e-Veille - Novembre 2009

- [Génération C : êtes-vous prêts ?](#)
- [Les jeunes de la génération C et l'apprentissage](#)
- [Les jeunes de la génération C et le travail](#)
- [Les jeunes de la génération C et la consommation](#)
- [Les jeunes de la génération C, l'engagement et la participation citoyenne](#)

Génération C : êtes-vous prêts ?

Ils sont plus de 1,5 million et ils sont en voie de révolutionner les façons d'apprendre, de travailler, de consommer et de s'engager en tant que citoyens. Les jeunes Québécois nés entre 1984 et 1996 ont grandi avec les ordinateurs et Internet et ils s'en servent aisément pour communiquer, collaborer et créer. Ils forment la « génération C ».

Bientôt, ces jeunes deviendront des travailleurs, ils auront un grand pouvoir d'achat, un pouvoir politique majeur... et sans doute une vision bien différente des enjeux de la société et des relations sociales ! Quels seront les effets sur la société, à moyen et à long terme, de la montée de cette génération ? Quelles pratiques permettront aux organisations de s'adapter aux changements à venir ? Les organisations sont-elles prêtes à les accueillir et à faire face à ce vent de changement ? C'est à ces questions que le CEFRIO et ses partenaires souhaitaient répondre, d'abord en réalisant une vaste étude sur la génération C et ensuite en organisant un colloque international sur le sujet.

Première vaste étude sur la génération C au Québec

En collaboration avec Léger Marketing, divers [partenaires financiers](#) ainsi que des [chercheurs et des experts](#) de différentes disciplines, le CEFRIO a réalisé une [vaste étude sur la génération C](#). Celle-ci comportait diverses étapes : une enquête par sondage, des groupes de discussion, des entretiens et des études de cas. Au total, l'enquête a sondé plus de 2 000 jeunes Québécois par téléphone ou par Internet et elle a permis de déterminer en quoi leur utilisation des TI et d'Internet change et changera leur façon d'étudier, de travailler, de consommer et d'exercer leur rôle de citoyen¹.

Des adeptes des TI, bien sûr !

Sans grande surprise, l'enquête révèle que les 12 à 24 ans s'avèrent de grands consommateurs de TI. Ainsi, la grande majorité d'entre eux (84 %) possèdent un baladeur MP3, les deux tiers (64 %) ont un ordinateur de bureau, 60 % une console de jeu vidéo, 57 % un téléphone cellulaire conventionnel, 39 % un ordinateur portable et 5 % un cellulaire intelligent (comme un BlackBerry). Aussi, neuf jeunes Québécois sur dix ont accès à Internet à haute vitesse à la maison.

Sur Internet, 85 % cherchent de l'information ou communiquent par courriel, 74 % clavardent, 71 % écoutent de la musique en ligne, le tiers visitent des sites de réseautage, la moitié participent à des concours et 45 % s'adonnent à des jeux. Les usages diffèrent selon le sexe : les filles communiquent davantage, alors que les garçons se divertissent et consomment avant tout.

Enfin, contrairement à ce qu'on aurait pu croire, la proportion de jeunes qui utilisent

Internet pour créer et diffuser de nouveaux contenus reste nettement plus faible. Ainsi, seulement 5 % des jeunes écrivent dans un site Wiki; 8 % font connaître leur opinion sur un produit donné, 12 % transfèrent des vidéos vers des sites comme YouTube et 13 % téléchargent des photos vers un site comme Flickr. Les usagers les plus assidus d'Internet dans cette tranche d'âge sont aussi les internautes les plus créatifs et participatifs en ligne.

L'étude s'est penchée plus particulièrement sur les usages des TI par les jeunes de la génération C dans quatre domaines, soit le travail, l'éducation, la consommation et la participation citoyenne. Voici les principaux constats relevés.

Éducation

La majorité des étudiants québécois utilisent l'ordinateur pour réaliser des travaux à l'extérieur des cours (91 %) et en classe (67 %). L'utilisation systématique d'un ordinateur durant les heures de cours est plus répandue chez les étudiants du cégep (33 %) et de l'université (29 %) que parmi les élèves du secondaire (13 %). La très grande majorité des étudiants (90 %) utilisent Internet comme source d'information pour effectuer leurs travaux scolaires. Le tiers (35 %) des jeunes Québécois jugent que la plupart de leurs professeurs possèdent les compétences pour les accompagner dans leur apprentissage des technologies et 46 % sont plutôt d'avis que seuls quelques-uns sont en mesure de le faire.

Consommation

Près de la moitié (49 %) des 16 à 24 ans ont déjà acheté sur Internet dans les trois mois qui ont précédé l'enquête. Cette proportion grimpe à 58 % dans le cas des grands utilisateurs d'Internet. Selon l'étude, lorsqu'ils magasinent, 60 % des jeunes affirment faire surtout confiance à l'opinion d'un ami ou d'une connaissance qui a essayé le produit convoité, et seulement 15 % se fient à l'information que le vendeur met sur son site.

Travail

Lorsqu'on demande aux jeunes Québécois de 16 à 24 ans quels sont les trois principaux critères qui les guident dans la recherche d'un emploi, étonnamment, la moitié parle du niveau de stabilité du poste offert, 42 % du salaire et 40 % de la flexibilité quant aux horaires et au choix du lieu de travail. Par ailleurs, seulement 33 % des jeunes considèrent l'ampleur des défis à relever comme l'une des variables les plus susceptibles d'orienter leur décision, tandis que 24 % recherchent surtout une ambiance de travail « cool et jeune ».

Participation citoyenne

Toujours selon cette enquête, 46 % des jeunes Québécois de 18 à 24 ans ne votent pas nécessairement chaque fois qu'ils en ont la possibilité. Cependant, les trois quarts de ceux qui ne votent pas « chaque fois » qu'ils en ont l'occasion soutiennent qu'ils voteraient davantage s'ils pouvaient le faire en ligne, à partir de leur ordinateur ou d'un téléphone cellulaire. Au cours des campagnes électorales, une vaste majorité dit s'informer auprès des médias traditionnels ou électroniques ou auprès des parents ou amis. Seuls 38 % d'entre eux ont recours au site officiel des partis et 7 % à des blogues ou à des réseaux sociaux comme Facebook.

Les résultats de cette enquête ont été dévoilés au cours d'un colloque international tenu par le CEFRIO les 20 et 21 octobre 2009 à Québec.

Colloque international : plus de 500 personnes réunies pour mieux connaître la génération C

Plus de 500 participants et quelque 50 conférenciers se sont réunis au Centre des congrès de Québec pour participer au colloque international Génération C, tenu par le CEFRIO les 20 et 21 octobre 2009. C'est en présence de ses deux coprésidentes d'honneur, M^{me} Dominique Vien, ministre des Services gouvernementaux du Québec, et Lilliane Laverdière, présidente de la Chambre de commerce de Québec et vice-présidente, Développement des affaires à la vice-présidence Relations gouvernementales au Mouvement Desjardins, que le CEFRIO a donné le coup d'envoi de cet événement.

Parmi les conférenciers de renom qui ont pris part à l'événement, M^{me} Danah Boyd, chercheuse chez Microsoft Research et membre de la Harvard Law School's Berkman Center for Internet and Society, a dépeint la culture jeune et a exposé comment les membres de la génération C ont su adapter leurs pratiques de communication et leur façon de socialiser aux médias sociaux. Les participants ont pu également entendre M^{me} [Jennifer Okimoto](#), partenaire associée, Solutions à la gestion du talent et de la main-d'œuvre chez IBM Global Business Services. L'experte en gestion a voulu préciser que les membres de la génération C ont plus d'attentes en matière de mentorat, d'apprentissage et de rétroactions avec leurs collègues et patrons que les générations précédentes de travailleurs et que leurs comportements au travail ne sont pas tout à fait les mêmes que celles de leurs aînés.

Tout au long du colloque, les participants ont été invités à expérimenter les médias sociaux et à s'imprégner de la culture des jeunes de cette génération. Par exemple, Twitter a été utilisé comme moyen de communication. Au cours des deux jours qu'aura duré l'événement, plus de 200 microblogueurs ont participé aux échanges par des commentaires ou des questions. Au cours des conférences principales, les « gazouillis » étaient affichés sur trois écrans géants simultanément. En tout, 1 800 microbillets ont été publiés sur le colloque. Aussi, diverses vidéos sur l'enquête et le colloque ont été diffusées sur [YouTube](#).

Des ateliers sur les thèmes de l'éducation, de la consommation, du travail et de la participation citoyenne ont également alimenté les discussions sur la génération C pendant le colloque. Les animateurs de ces ateliers ont été invités à résumer les principaux constats qui sont ressortis des échanges. Ce sont donc les résultats de leur réflexion que nous publions dans cette édition spéciale du bulletin e-*Veille*.

Pour en savoir plus sur l'étude Génération C et sur le colloque :

CEFRIO, blogue [Génération C 2](#) .

CEFRIO. « [Colloque international du CEFRIO - Enquête sur la génération C : les 12-24 ans, utilisateurs extrêmes d'Internet et des TI](#) », communiqué de presse, 20 octobre 2009.

CEFRIO. « [Génération C - Les 12-24 ans arrivent...Êtes-vous prêts ?](#) », Réseau CEFRIO, vol. 7, no 1, octobre 2009.

Les jeunes de la génération C et l'apprentissage

*Quels usages nos écoles primaires et secondaires font-elles des TI ?
Le recours aux technologies donne-t-il vraiment des résultats supérieurs ?
Quels sont les obstacles à une meilleure utilisation des TI ?*

Le monde de l'éducation officielle (formelle), soit celle conduisant à un diplôme ou à des crédits de formation, devient peu à peu conscient de la présence d'élèves ou d'étudiantes et d'étudiants qui, en plus d'avoir l'âge (12-24, 2008), sont de bons utilisateurs des nouvelles technologies de l'information et des communications. Trois conférenciers, MM. François Guité ([CTREQ / RIRE](#)), Roberto Gauvin ([Centre d'apprentissage du Haut-Madawaska](#), CAHM) et Ronald Canuel ([Commission scolaire Eastern Townships](#)) ont montré comment, dans leur organisation respective, les nouvelles technologies étaient utilisées pour apprendre et faire apprendre. Leurs propos ont non seulement capté l'attention, mais ils ont sollicité l'imaginaire des participants. Nous ne les rapportons pas en détail ici puisque leurs [présentations](#) sont disponibles, mais ils sont considérés dans l'appréciation que nous offrons du degré de pénétration des TI (TIC) dans les environnements d'apprentissage où la génération C passe une bonne partie de son temps.

L'éducation de masse, une mission en voie de renouvellement au moyen des TI

Alors qu'une pression additionnelle s'exerce sur l'école dans toute société qui veut devenir une société du savoir, et ça semble bien être le cas du Québec, les systèmes éducatifs répondent à la demande de scolarisation grandissante et appliquent le principe de démocratisation de l'éducation au moyen du modèle retenu au siècle passé, celui de la chaîne de montage. À tous les niveaux de l'enseignement, les programmes de formation sont découpés en petites tâches à accomplir (« taylorisés », disent les observateurs de la scène du travail). Le curriculum caché demeure la conformité et l'obéissance puisque, pour obtenir son

diplôme, il faut que l'élève ou l'étudiant, motivé par le désir d'apprendre et de réussir ou la peur des conséquences d'un échec, réponde aux attentes concernant le comportement qu'on exige de lui et obtienne la note de passage pour les cours requis! Bien sûr, il y a des exceptions et, heureusement pour la société du savoir en émergence, elles se font de plus en plus nombreuses depuis la popularisation d'Internet.

Le Web, qui a rendu Internet visible à tant de gens, a accéléré notre prise de conscience de la nécessité d'un rapport différent à l'information. Le rôle de l'enseignant comme passeur d'information à un bon nombre d'élèves réunis, à cette fin, dans une même salle, et obligés de se tenir tranquilles, perd son sens. Les contenus préorganisés, accessibles à distance, s'apprennent tout aussi bien en ligne, sinon mieux comme le montre la méta-analyse de Means et collaborateurs (2009), intitulée *Evaluation of Evidence-Based Practices in Online Learning*. Encore faut-il des élèves motivés, disciplinés et qui tolèrent bien de travailler seuls la plupart du temps.

Au cours de l'atelier, les trois présentateurs ont mis en évidence de nouvelles pratiques qui illustrent les différentes façons dont l'enseignant, la direction d'école ou la commission scolaire, qui innove au moyen des TI, s'y prennent pour motiver et engager les élèves dans des activités et projets d'apprentissage motivants. Un nombre grandissant d'élèves apprennent que : a) l'ordinateur, c'est tout autant pour faire ses devoirs à la maison que pour jouer ; b) si on fait une recherche d'information sur le Web, on doit citer ses sources et les confronter ; c) un blogue ou un site Wiki ont leurs exigences en matière d'expression de la pensée ; d) la collaboration à l'ère d'Internet, c'est plus que connaître les fonctionnalités de la plateforme utilisée, car il faut se faire confiance et faire confiance aux autres, communiquer ses idées, se donner un but et travailler ensemble pour l'atteindre. Ces façons innovantes de faire apprendre reflètent certaines caractéristiques communes, et qui ne sont pas exclusives au secteur de l'éducation : créativité, soit sortir des sentiers battus et accepter de prendre certains risques ; « littéracie » numérique, soit savoir utiliser les outils logiciels de base de sa sphère professionnelle ; réflexion sur l'action, soit analyser la gestuelle d'innovation et réinvestir les résultats.

Le défi du secteur de l'éducation est considérable, car il lui faut réussir l'éducation (de masse) au 21^e siècle. L'enseignant doit pouvoir joindre l'élève de la génération C et guider sa démarche d'apprentissage. Celui-ci, tout en étant inscrit à un programme scolaire dont les finalités sont d'instruire, de socialiser et de qualifier le million d'élèves qui fréquentent l'école primaire ou secondaire, dispose d'outils qui lui donnent accès à des ressources documentaires et humaines (pairs, experts) quasi illimitées.

La génération C, un concept montant porteur de nouveaux enjeux pour l'école et les générations précédentes

Pour que l'école fasse davantage de place à l'élève de la génération C, pour qui les occasions de créer, de communiquer et de collaborer seraient plus nombreuses vu sa familiarité avec des outils numériques, il lui faudrait réduire ses exigences en matière de conformité et d'obéissance et valoriser davantage la créativité, la production de contenus par l'élève. Toutefois, bien des adultes deviennent nerveux lorsque des enseignants amorcent cette démarche et ils rappellent que l'école doit discipliner l'élève.

Dans l'imaginaire collectif, une classe bien disciplinée, c'est celle où les élèves écoutent et où c'est l'enseignant qui parle. La communication est unidirectionnelle, sauf lorsqu'une question est posée, d'habitude par l'enseignant. On est loin de la communication bidirectionnelle (enseignant-élève, élève-élève) que favorisent les sciences cognitives appliquées pour des apprentissages en profondeur réussis.

Pour apprendre en profondeur, toutefois, l'élève doit porter attention à ce qu'il lit, échanger avec des pairs et l'enseignant sur ce qu'il comprend, et non simplement surfer à travers la riche information disponible sur le Web. Communiquer ce qu'on comprend, en dégager le sens, repérer des pistes pour de futures investigations, c'est collaborer.

Ainsi, l'école est-elle interpellée si l'on veut que les travailleurs et les citoyens de demain « disciplinent » leurs capacités de création, de communication et de collaboration pour une contribution significative dans la société québécoise du savoir. Bravo à nos trois conférenciers qui ont su montrer la pertinence et la

faisabilité d'un usage sensé des TI en classe, et toute notre reconnaissance pour le rôle de leader qu'ils exercent.

Rédactrice : Thérèse Laferrière, professeure titulaire, Faculté des sciences de l'éducation, Université Laval

Les jeunes de la génération C et le travail

Le monde professionnel ne connaît pas encore très bien la génération C, puisque celle-ci est composée des jeunes de 12 à 24 ans, dont seulement une partie travaille. Cependant, en extrapolant ce que l'on sait des Y qui, eux, ont commencé leur carrière depuis quelques années, on peut s'attendre à ce que les C recherchent : (1) une organisation collaboratrice, c'est-à-dire ouverte à leurs idées, favorisant le travail d'équipe et présentant une structure souple et aplatée ; (2) un travail stimulant, c'est-à-dire présentant des défis, laissant place à l'initiative et permettant la croissance personnelle ; et (3) des conditions flexibles afin d'équilibrer leur vie professionnelle et leur vie privée.

Pourtant, les résultats d'une enquête effectuée par le CEFRIO, en collaboration avec Léger Marketing³, dressent un portrait quelque peu différent de ces attentes. Lorsqu'on leur demande quels sont leurs critères de choix d'un emploi, la stabilité et la permanence arrivent en tête, suivies du salaire puis de la flexibilité. Le contenu de l'emploi, l'ambiance de travail, les valeurs de l'entreprise, le travail d'équipe ou encore les possibilités de formation semblent être des critères moins importants pour le choix d'un employeur. Quant à la possibilité de travailler avec des outils à la fine pointe de la technologie, seules 11 % des personnes interrogées en parlent comme d'un critère de choix d'emploi. Ces outils technologiques, justement, les jeunes de la génération C s'en servent surtout pour chercher un emploi sur les sites spécialisés ou ceux des entreprises, plutôt que pour se former.

comment attirer dans les entreprises les jeunes de la génération C ? comment les fidéliser et utiliser au mieux leurs compétences ? comment gérer les différences intergénérationnelles en milieu de travail ? Ce sont quelques-unes des questions qui ont été abordées dans les deux ateliers sur les jeunes et le travail au cours du colloque *Génération C, Êtes-vous prêts?* Le premier atelier regroupait MM. Francis Baillet, vice-président ressources humaines chez Ubisoft divertissements, Carl-Frédéric De Celles, président et conseiller stratégique d'iXmedia, et Jérôme Thibaudeau, directeur des communications au ministère des Finances du Québec. Le lendemain, c'était au tour de M^{me} [Lyne Bouchard](#), vice-rectrice au Campus de Longueuil et vice-rectrice aux technologies de l'information de l'Université de Sherbrooke, et de MM. [Jean-Guy Fournier](#), directeur des communications et de l'intégration de la main-d'œuvre de l'usine IBM de Bromont, et [David Ticoll](#), directeur général de la Coalition canadienne pour une relève en TIC, d'échanger sur le même sujet.

Sur la question de l'attraction des jeunes, on retiendra de ces ateliers que les technologies, et Internet plus particulièrement, ouvrent de nouvelles possibilités pour joindre des candidats. Certaines entreprises recrutent de façon intensive en utilisant les réseaux sociaux, à l'exemple des campagnes de marketing viral ; ainsi, elles font savoir à leurs employés que des postes sont disponibles, et eux se chargent de relayer cette information dans leurs réseaux. Mais pour d'autres organisations, un tel mode de recrutement ne répond pas au besoin de main-d'œuvre ou à la culture de l'entreprise. Les technologies sont donc un moyen, un outil de plus pour les recruteurs, et non une fin en soi.

Avec une belle unanimité, les six conférenciers ont également souligné l'apport des jeunes au monde du travail. Contrairement à des stéréotypes fréquemment véhiculés, ces jeunes ne sont pas asociaux ; au contraire, ils amènent avec eux, chez leur employeur, l'intégralité de leur réseau social, qui est disponible en quelques touches de clavier, pour les aider à résoudre les problèmes auxquels ils peuvent être confrontés. Les empêcher d'avoir accès à leur réseau social pendant les heures de travail revient à leur couper les ailes de la créativité. Et si seulement une minorité de jeunes font de la disponibilité d'outils à la fine pointe de la technologie un critère de choix d'emploi, c'est probablement parce qu'ils tiennent pour acquis que leur employeur leur fournira ces outils et leur permettra de les utiliser. Bien entendu, cela nécessite que les employeurs s'ajustent et acceptent de mettre en place la gestion par les objectifs plutôt que par le contrôle du temps ou de l'outil de travail.

Un autre mythe sur la génération C a été mis à mal au cours de ces ateliers : les jeunes perdraient leur temps et seraient improductifs. Dans les faits, nos invités se sont entendus pour souligner que l'usage des technologies de l'information peut au contraire améliorer la performance. Ils observent que les jeunes sont souvent impatients, car ils détestent avoir l'impression de perdre du temps, et de ce fait ils utilisent leurs compétences technologiques pour gagner en efficacité.

Est-ce à dire que tout est rose dans le monde du travail ? Bien sûr que non ! Les ateliers ont mis en évidence la responsabilité des employeurs dans l'encadrement de ces jeunes travailleurs, notamment pour développer certaines compétences de base comme la capacité à structurer sa pensée et à développer son esprit critique. Dans un monde où les réponses ne sont jamais qu'à un clic de distance, l'habileté à trier l'information devient cruciale et les collègues plus âgés sont alors une source précieuse d'aide pour les C. Loin de craindre ces nouveaux travailleurs dotés d'une compétence technologique, les organisations doivent donc leur faire une place et négocier une plus grande liberté dans l'usage des technologies de l'information. Les expériences relatées au cours de ce colloque ont montré que les jeunes sont encore motivés et enthousiastes, prêts à s'investir pour un employeur pour peu qu'on accepte que leur investissement prenne parfois une forme différente.

Rédactrice : Anne Bourhis, professeure agrégée, HEC Montréal et directrice scientifique, CEFRIO

Les jeunes de la génération C et la consommation

En octobre dernier, j'ai eu le plaisir d'animer les ateliers Consommation du Colloque Génération C organisé par le CEFRIO. Les deux ateliers associés à l'aspect Consommation ont rassemblé quelques participants d'horizons bien différents : M^{me} Michelle Blanc, d'Analyweb, et MM. Jean-Pierre Bouchard, de l'Office de la protection du consommateur (OPC), Michel Dumais, de l'émission *Citoyen numérique* de CIBL, et Justin Kingsley, de Bleu Blanc Rouge. Ces derniers ont présenté leur vision de la relation qu'entretient la génération C avec la consommation sur Internet.

M^{me} Michelle Blanc a souligné à quel point le Web 2.0, composé des différentes plateformes sur lesquelles le contenu est généré par les usagers, est utilisé et apprécié par les jeunes. D'où l'importance pour les entreprises de se pencher sur l'utilisation du Web 2.0.

Quant à lui, M. Jean-Pierre Bouchard a montré comment l'OPC travaille pour protéger les intérêts des consommateurs en ligne, et particulièrement des jeunes, et il a brossé un portrait des défis que doit relever l'OPC afin de mieux communiquer avec ces derniers lorsqu'ils sont en ligne.

L'intervention de M. Michel Dumais, essentiellement sous forme vidéo, avait pour but de nous faire réfléchir sur l'évolution des technologies de l'information et sur l'incidence de celles-ci sur la société, et en particulier la consommation.

Finalement, M. Justin Kingsley a démystifié le Web 2.0 en rappelant que le bouche-à-oreille ne date pas d'hier et que, à la base, ce qu'il faut aux entreprises, c'est un bon message qui puisse toucher les jeunes. À cet égard, les plateformes Web 2.0 ne sont que des outils pour acheminer le message et, par le fait même, commencer une conversation.

Les présentations ont suscité un grand intérêt de la part de l'auditoire composé essentiellement de jeunes et de gestionnaires, ces derniers se demandant comment communiquer avec les premiers en utilisant Internet. Ces présentations et échanges m'amènent à faire certains constats :

- Les jeunes ne sont pas intimidés par la technologie et ils peuvent ainsi l'utiliser de façon innovante et surprenante ;
- Cette utilisation intensive ne veut pas nécessairement dire que les jeunes sont des experts de la technologie ;
- L'expérience de consommation s'acquiert avec le temps, qu'elle soit en ligne ou non ;
- Bien qu'il existe des différences sur le plan du message, les consommateurs, jeunes et moins jeunes, accepteront d'échanger avec les entreprises et institutions si, et seulement si, ces échanges sont à valeur ajoutée pour eux ;
- Notre connaissance de la tranche des plus jeunes de la génération C est encore très partielle et incomplète.

En conclusion, les ateliers associés au volet Consommation du colloque, et le colloque en général, ont permis d'affiner notre compréhension de la relation que cette génération entretient avec la consommation sur Internet. Avec le temps, ces jeunes acquerront de l'expérience de consommation, ce qui fera des C des consommateurs qui utiliseront intensivement Internet afin de répondre à leurs besoins de façon efficiente et possiblement innovante.

Rédacteur : Sylvain Sénécal, professeur agrégé de marketing, titulaire de la Chaire de commerce électronique RBC Groupe Financier, HEC Montréal

Les jeunes de la génération C, l'engagement et la participation citoyenne ▲

Depuis déjà quelques années, la multiplication des technologies de l'information (TI) et l'émergence de nouvelles pratiques du Web 2.0 soulèvent bien des questions quant à leurs effets sur l'engagement social et citoyen des individus. Considérant qu'une participation citoyenne active est à la fois un gage de démocratie tout comme elle indique la vitalité des sociétés civiles, un ensemble de discours scientifiques, politiques et économiques popularisent l'idée que les TI pourraient encourager la participation des citoyens à l'espace public, et en particulier celle des jeunes qui semblent plus difficiles à mobiliser que quiconque. Or, les ateliers du volet Citoyen de l'enquête *Génération C* ont permis de remettre en question ce soi-disant désengagement des jeunes en mettant en lumière les façons novatrices par lesquelles ils choisissent de participer à l'évolution de leur société.

En s'intéressant à la manière dont les Québécois de 18 à 24 ans perçoivent la participation électorale, leur intérêt pour les enjeux locaux ou universels et la façon dont ils se tiennent informés de causes, de services publics ou de lignes de partis, l'enquête menée par le CEFRIO a souligné des attitudes intrigantes, voire contradictoires chez les jeunes. Par exemple, si 46 % des répondants disent ne pas voter chaque fois qu'ils en ont l'occasion, 72 % de ce groupe affirment qu'ils voteraient davantage en ligne ⁴. Plus encore, si 64 % des « utilisateurs moyens » des TI disent ne pas s'engager, ils sont tout de même 31 % à donner leur opinion en ligne sur des sujets politiques ou sociaux, 38 % à visiter des sites de partis et 72 % à dire qu'ils consultent des sources officielles d'information en période de campagne électorale, des pratiques généralement considérées comme des indicateurs positifs d'engagement citoyen.

comment interpréter cette apparente contradiction dans l'attitude des jeunes ? Leur désintérêt pour les institutions traditionnelles est-il révélateur d'une véritable démobilisation ? Ou bien reflète-t-il plutôt l'émergence de nouvelles pratiques d'engagement social et citoyen ? Et quelle influence les TI ont-elles sur le désir d'engagement des jeunes ? Les deux ateliers portant sur l'engagement social de la génération C et leur relation avec les services gouvernementaux ont permis d'approfondir ces questions.

Dans l'atelier portant sur l'engagement social de la génération C, M^{me} Sandra Rodriguez, doctorante en sociologie à l'Université de Montréal, a rappelé que, si les sociétés occidentales s'inquiètent de la faible participation citoyenne des jeunes depuis maintenant quatre générations, les statistiques démontrent que chacune de ces cohortes ne s'est pas moins engagée que les précédentes. Simplement, à chaque époque correspondent des modes d'engagement différents, qui concordent mal avec les attentes et les cadres d'analyse des générations antérieures. Plus encore, si sociologues et médias brandissent des statistiques alarmantes concernant la désaffection des citoyens – jeunes et moins jeunes – de la scène électorale et syndicale, on voit émerger en parallèle de nouvelles formes d'actions visant le changement social : les manifestations éclairs (*flash mobs*), la circulation de pétitions virtuelles, les campagnes et mouvements de contestation qui insistent sur les actions investies dans la vie quotidienne et qui se popularisent auprès des jeunes à travers les réseaux virtuels tels Facebook, YouTube et Twitter. À ce sujet, l'intervention de M. Antoine Audet, agent de concertation et de développement de la Conférence régionale des élus de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, a offert un exemple éloquent d'usages novateurs des TI par les jeunes de cette région pour revitaliser leur communauté et prendre part à la croissance des entreprises et des associations locales. De la même manière, M^{me} Justine Castonguay-Payant, conceptrice et médiatrice de formations en ligne, a souligné la motivation des jeunes à s'inscrire sur des sites Web comme [TakingITGlobal](#) pour participer à des forums de discussion et échanger de l'information au sein de réseaux virtuels, dans

le but de participer à des réflexions de fond concernant des enjeux transnationaux.

Quant à l'atelier portant sur la génération C et sa relation avec les services gouvernementaux, les présentations des intervenants ont révélé un intéressant décalage. Ainsi, les résultats de l'enquête présentés par M. Réjean Roy, conseiller principal du CEFRIO, lui ont permis de rappeler que, malgré la propension des instances gouvernementales d'ici ou d'ailleurs à vouloir joindre les citoyens par les TI, la fracture numérique demeure un enjeu de taille ; par exemple, un quart des habitants des régions du Québec n'a pas accès à une connexion Internet à haute vitesse. Ce décalage s'est aussi reflété dans les priorités énoncées par les deux autres intervenants ; si M. Jocelyn Girard, vice-président aux services à la clientèle de Services Québec, a choisi pour sa part d'énumérer les défis techniques, les difficultés d'appropriation et les avantages financiers que représente l'usage des TI pour les instances publiques, c'est M. **Simon Emmanuel Roux**, directeur adjoint de Communautique et lui-même membre de la génération C, qui a plutôt parlé de valeurs citoyennes, d'efforts collectifs et collaboratifs visant à assurer une démocratie et une délibération augmentées, et de la nécessité d'assurer la reconnaissance des voix généralement exclues.

En somme, les deux ateliers du volet Citoyen ont rappelé à quel point il importe d'éviter les positions alarmistes et de tenir un discours ouvert et responsable quand on parle aux jeunes de leurs propres engagements. En effet, s'ils ont encore des rêves d'avenir et cherchent à contourner les obstacles par des moyens innovants – dont les nouvelles technologies – il importe d'autant plus d'écouter les besoins, valeurs et projets de société qu'ils défendent. À la fin de l'atelier sur l'engagement social, une participante, membre de la génération C, s'est levée pour remercier les panélistes de la confiance témoignée envers les jeunes en soulignant leur pouvoir d'action et en reconnaissant les multiples modes par lesquels ils prennent part au progrès de leurs communautés. Elle s'est dite encouragée à poursuivre son propre engagement, et ce, malgré les discours négatifs qui circulent au sujet de sa génération.

Les jeunes font des utilisations intéressantes et innovantes des TI au profit de formes pertinentes d'engagement social et citoyen. Rappelons-leur tout ce qu'ils sont capables de faire, et il y a fort à parier que ces citoyens de demain sauront nous impressionner.

Rédactrices :

Sandra Rodriguez, doctorante, Département de sociologie, Université de Montréal
Miriam Fahmy, coordonnatrice des publications, directrice de *L'état du Québec*, Institut du Nouveau Monde

-
1. Plus de 2 000 jeunes ont été sondés dans le cadre de l'enquête. Les répondants pouvaient choisir de répondre en français ou en anglais au sondage comportant 65 questions. L'échantillon est représentatif de la population internautes selon l'âge, le sexe, la région et la langue maternelle. La collecte a été réalisée en deux temps, soit du 7 au 24 novembre 2008 et du 3 au 9 février 2009. La marge d'erreur pour le sondage était de $\pm 2,2$ %, et ce, dans un intervalle de confiance de 95 % . [Retour au texte](#)
 2. Les présentations des conférenciers qui ont accepté de les rendre publiques sont accessibles sur le blogue. Les indications pour y accéder sont fournies dans le billet « [Accès aux présentations du colloque Génération C](#) ». [Retour au texte](#)
 3. Sondage effectué du 7 au 24 novembre 2008 auprès de 2 020 personnes de 12 à 24 ans. Marge d'erreur de 2,2 % dans un intervalle de confiance de 95 % . [Retour au texte](#)
 4. CEFRIO, 2009 - *Sondage Génération C*. Pourcentages basés sur les réponses aux questions posées à des jeunes de 18 à 24 ans. [Retour au texte](#)

Le bulletin *e-Veille* est produit sous la coordination du ministère des Services gouvernementaux, en collaboration avec le CEFRIO.

Direction des politiques
Ministère des Services gouvernementaux

Québec (Québec) G1R 5H6
Téléphone : 418 646-9121
Télécopieur : 418 646-9093

Gestion et supervision

Stéphanie Sauvageau, chargée de projet, Direction des politiques, ministère des Services gouvernementaux
Mireille Lacasse, directrice de projet, CEFRIO

Réalisation et rédaction

Isabelle Vachon, chargée de projet et coordonnatrice du bureau de l'Abitibi-Témiscamingue, CEFRIO

Collaboration à la rédaction:

Anne Bourhis, professeure agrégée, HEC Montréal et directrice scientifique, CEFRIO

Miriam Fahmy, coordonnatrice des publications, directrice de L'état du Québec, Institut du Nouveau Monde

Thérèse Laferrière, professeure titulaire, Faculté des sciences de l'éducation, Université Laval

Sandra Rodriguez, doctorante, Département de sociologie, Université de Montréal

Sylvain Sénécal, professeur agrégé de marketing, titulaire de la Chaire de commerce électronique RBC Groupe Financier, HEC Montréal

Édition Web

Sébastien Racine, technicien en informatique, CEFRIO

Direction des affaires publiques et des communications, ministère des Services gouvernementaux

Recherche documentaire

Isabelle Poulin, chargée de veille, CEFRIO

| Gouvernement en ligne | Société de l'information | Administration électronique | Sécurité de l'information |
| Service aérien gouvernemental | Ministère | Accès à l'information | Communiqués | Politique de confidentialité |

Dernière modification de cette page : 2010-01-06



© Gouvernement du Québec, 2009