

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES :

QUAND LES SOURCES D'INFORMATION DES ADOLESCENTS ÉVOLUENT...

QUELLES INCIDENCES ?

Année : 2024/2025

**Bachelor Universitaire de Technologie 3 Carrières Sociales
Parcours Animation sociale et socioculturelle**

Établissement : IUT Paris Rive de Seine/ Université Paris Cité

**Département : Carrières Sociales
Directrice de Mémoire : Madame Yolande PUISSANT**

Cindy ZEBRE

Remerciements

Avant tout, je souhaite exprimer ma gratitude à ma Directrice de mémoire, Madame Yolande PUISSANT, pour son accompagnement, sa patience et sa confiance durant l'ensemble de ce travail de recherche. Ses conseils de valeur, son savoir-faire et son appui ont été d'une importance capitale et ont largement favorisé la réalisation de ce projet.

Je tiens aussi à remercier :

- Les enseignants du département Carrières Sociales de l'IUT¹ Paris Rive de Seine pour la qualité de leur enseignement et les savoirs qu'ils m'ont transmis durant ces années d'études.
- Les adolescents qui ont consenti à participer au questionnaire pour cette étude. Leurs retours ont apporté une valeur ajoutée à ce projet et m'ont aidée à définir la problématique de ce mémoire.

Je souhaite exprimer une reconnaissance particulière à ma famille (mes parents, mes sœurs, mes cousines et mes tantes) pour leur appui constant et pour avoir toujours eu foi en moi. Leur soutien a été ma source de réconfort et mon inspiration durant ces deux dernières années en BUT².

En conclusion, je souhaite remercier tous ceux qui, de manière directe ou indirecte, ont participé à l'élaboration de ce mémoire. Que ce soit par le biais d'échanges ou de conseils ; leur apport m'a été d'une aide inestimable.

¹ IUT : Institut Universitaire de Technologie

² BUT : Bachelor Universitaire de Technologie

Sommaire

Introduction :	1
I- Une génération connectée : les réseaux sociaux comme moyen d'interaction sociale	3
a) L'adolescence de l'individu au groupe	3
b) Nécessité pour l'adolescent de rester connecté avec ses pairs	7
c) Accessibilité et instantanéité	9
II- La consommation de l'information par les adolescents	11
a) Les plateformes préférées des adolescents pour s'informer	11
b) Mécanismes spécifiques de diffusion de l'information	16
III- Les conséquences de l'utilisation des réseaux sociaux comme source d'information	18
a) L'importance de l'esprit critique chez les adolescents face à l'information en ligne (désinformation, fake news, danger de la désinformation)	18
b) L'origine des sources d'informations des réseaux sociaux	22
Conclusion :	30
Bibliographie	31

Introduction

Depuis l'arrivée des nouvelles technologies et des réseaux sociaux, les modes d'accès à l'information présents depuis des années (télévision, radio, journaux) sont de moins en moins utilisés. C'est ce que met en avant l'article « *Les réseaux sociaux : une source incontournable pour la veille* » publié par Cairn le 3 avril 2015.

Selon cette même source, les médias déjà existants se sont vus dans l'obligation d'adapter leurs modes de diffusion d'informations afin que ceux-ci soient accessibles à tous. Pour ce faire, certains n'hésitent pas à créer des comptes sur ces applications pour être au plus près des utilisateurs.

Prenons l'exemple de la chaîne de télévision TF1 qui, d'après des recherches que j'ai effectuées sur internet, possède un compte Instagram et TikTok. Ces comptes sont suivis par des millions de personnes selon l'article CAIRN précité.

Toujours en référence à cette même source, les jeunes représentent le public qui est le plus présent sur ces applications. Ils y consacrent beaucoup de leur temps et sont parfois captivés par le contenu proposé.

Au sein de ce jeune public, j'ai choisi de porter une attention particulière aux adolescents. Ces derniers sont représentés en effet, dans la littérature, comme ayant des caractéristiques spécifiques différentes de l'adulte.

A titre d'exemple, citons l'Organisation Mondiale de la Santé qui définit l'adolescence comme une période de la vie au cours de laquelle, l'individu n'est plus un enfant mais n'est pas encore un adulte.

Les médias sociaux, qui ont gagné en popularité parmi les adolescents, jouent un rôle significatif dans la vie de ce groupe encore en phase de développement. Ces adolescents s'interrogent tous les jours sur l'actualité, sur leur identité et leur sexualité. Ils sont à la recherche de leur véritable identité.

Au travers de ce travail de recherche, nous tenterons de démontrer que les modes d'informations des jeunes et plus particulièrement des adolescents ont totalement été transformés depuis l'arrivée des nouvelles technologies et du développement des réseaux sociaux.

Les relations entre les adolescents eux-mêmes s'établissent sur ces plateformes au travers de différents échanges de message, de publications, de photos et de vidéos sur des sujets qui les intéressent. C'est l'argument que soutiennent les différents auteurs tout au long de cet écrit.

Dans le cadre de ce mémoire, nous verrons :

Pourquoi et comment les adolescents utiliseraient-ils les réseaux sociaux comme source d'information ?

Pour répondre à cette problématique, le mémoire se structure autour de trois parties principales.

Dans un premier temps, nous démontrerons en quoi les adolescents représentent une génération connectée. Au travers de cette même partie, nous verrons de quelle manière les réseaux sociaux sont devenus un moyen d'interaction sociale.

Dans un deuxième temps, nous analyserons la consommation de l'information par les adolescents.

Ensuite, nous déterminerons en quoi, l'esprit critique est important chez les adolescents face à l'information en ligne.

Nous terminerons notre réflexion par une conclusion.

I- Une génération connectée : les réseaux sociaux comme moyen d'interaction sociale

a) L'adolescence de l'individu au groupe

D'après l'article « *l'adolescence : une transition, une crise ou un changement* » publié sur Cairn, jusqu'au 19^{ème} siècle, l'adolescence n'était pas reconnue comme une catégorie d'âge spécifique. D'après les arguments de Philippe ARES, historien et journaliste français, la crise d'adolescence constitue un phénomène récent.

L'auteur de cet article Maria Da CONCEIÇÃO TABORDA-SIMÕES, affirme que le philosophe et psychologue américain Stanley HALL a mené la première étude systémique de l'adolescence en 1904. Il a marqué le début de l'histoire de la psychologie de l'adolescent par l'ouvrage « *Adolescence : its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education*³ ».

Selon cet article, un grand nombre de sources telles que les ouvrages spécialisés, les encyclopédies ou encore les dictionnaires définissent l'adolescence comme une période de transition entre l'enfance et l'âge adulte.

La période de transition, selon Maria Da CONCEIÇÃO TABORDA-SIMÕES, renvoie à symboliser cette étape de la vie comme étant négative au vu des changements qu'elle engendre. Ce qui explique que les personnes concernées par cette période de transition ne sont plus des enfants mais pas encore des adultes.

Le début de l'adolescence selon l'auteur, se caractérise par l'arrivée de la puberté. D'après le site de l'Assurance Maladie, la puberté débute à un âge variable qui se détermine génétiquement. Elle commence dans certaines familles plus tôt ou plus tard que la moyenne.

³ L'adolescence : sa psychologie et ses relations avec la physiologie, l'anthropologie, la sociologie, le sexe, la criminalité, la religion et l'éducation

Charlotte PION, infirmière, déclare dans l'article « *La puberté adolescence* » publié par le passeport Santé, que la puberté est une période de transition entre l'enfance et l'entrée dans la vie d'adulte. Cette période diffère en fonction du sexe.

Pour les filles, la puberté commence en moyenne à 10 ans et demi. Les ovaires commencent à produire des œstrogènes, les seins se développent et la pilosité apparaît au niveau de l'appareil reproducteur et des aisselles.

Dans son article, l'infirmière mentionne aussi que la vulve va connaître des changements également. En effet, les lèvres vont s'agrandir, la vulve va devenir horizontale suite à l'élargissement et la bascule du bassin.

Un an plus tard, apparaissent les pertes blanches et deux années plus tard se développent les seins et se manifestent les premières règles. Celles-ci ne sont pas régulières au début.

De plus, les hanches, les fesses ainsi que les seins deviennent de plus en plus arrondies. La fin de la puberté est estimée à l'âge de 14 ans chez les filles. Cette période est marquée par le développement complet des seins.

Par ailleurs, le terme de puberté tardive est mentionné chez les filles si les règles n'ont pas apparu à 15 ans ou si les seins n'ont pas commencé à se développer.

Charlotte PION poursuit en détaillant son analyse en abordant la puberté chez les garçons. Elle explique que celle-ci débute vers 11 ans, lorsque les testicules grossissent et augmentent la production de testostérone. Les garçons voient donc apparaître la pilosité sexuelle et l'agrandissement de leur pénis.

La fin de la puberté est marquée par l'apparition de la pilosité pubienne et le début de la fertilité à 15 ans.

Elle précise aussi que, passé cet âge, le corps des garçons connaît d'autres changements. Jusqu'à 17-18 ans, la mue de la voix peut se faire et une augmentation du volume des seins entre 13 et 16 ans est également observable. C'est aussi à cette période que vont apparaître la barbe et la moustache. Les garçons vont aussi avoir leurs premières éjaculations. Ces dernières sont généralement nocturnes et involontaires.

Par ailleurs, on parle de puberté tardive chez les garçons si les testicules n'ont pas commencé à se développer à l'âge de 14 ans.

Suivant cette période, le corps a atteint la capacité de reproduction.

L'infirmière a mentionné tout de même, que pour les deux sexes quelques signes de la puberté sont similaires. En effet, chez les filles comme les garçons, la puberté s'accompagne de forte transpiration et de pilosité au niveau des aisselles et de la zone sexuelle. L'effet de la testostérone rend la peau plus grasse augmentant les risques d'apparition de l'acné.

En outre, la puberté n'est pas seulement synonyme de changement physique. En effet, les sentiments d'anxiété et d'angoisse apparaissent à cette période. La personnalité de l'adolescent connaît des fluctuations en raison des changements physiques sur celui-ci. C'est à ce moment qu'apparaissent généralement les complexes sur le corps en raison du changement rapide de ce dernier.

Ce qui est tout de même important à retenir est que le plus gros des changements s'observe au niveau du désir sexuel de l'adolescent. En fait, les modifications que rencontrent le corps durant la période qu'est la puberté entraînent l'apparition d'une libido chez les filles et les garçons. Les rêves érotiques et les fantasmes apparaissent à cette période et chez les filles, apparaît le désir de grossesse.

Dans son article, Maria Da CONCEIÇÃO TABORDA-SIMOES, explique qu'il est important de ne pas confondre adolescence et puberté et entre-autre à considérer la puberté comme étant le « facteur causal » de l'adolescence.

En tenant compte des différents points de vue sur ces notions de puberté et d'adolescence, il est à ce jour difficile de définir de manière précise, le début et la fin de ces périodes. La psychologie ne définit pas encore les critères à ce sujet. Cependant, ils peuvent être devinés par différentes étapes de changement. Ils se définissent par des critères d'ordre social que sont la fin des études, l'entrée dans le monde du travail, le départ de la maison familiale ou l'autonomie économique. Mais tous ces critères ne résolvent rien car, ils correspondent à des événements de la vie dont « l'ordre » et la « durée » se modifient en fonction entre autres des cultures.

Il est tout de même possible d'affirmer selon cet article que l'adolescence prend fin quand l'individu devient indépendant et qu'il possède l'expérience et la motivation nécessaire pour

assumer le rôle d'adulte. Cependant, d'après ce même article, un phénomène marque bien l'adolescence, il s'agit de la crise d'adolescence.

Cette période, selon Maria Da CONCEIÇÃO TABORDA-SIMÕES, est marquée par des conflits, des tensions qui sont considérés comme étant inévitables.

Des professionnels comme Anna FREUD psychanalyste et Érik ERIKSON chef de cœur suédois, expliquent tous deux que cette période de crise est essentielle au bon développement de l'adolescent.

Selon Anna FREUD « être normal durant la période d'adolescence est en soi même anormal ». Ce moment de vie, conformément à son point de vue, oscille entre la rébellion, en bravant l'autorité parentale et l'engagement dans des relations amoureuses intenses qui sont vite abandonnées. Elle montre aussi que cette période est marquée par l'apparition de l'égoïsme et le matérialisme. Les adolescents pensent alors savoir tout faire et être en capacité d'exceller dans tous les domaines. Elle déclare que cette crise à ce moment de leurs vies est essentielle car, elle leur permet de s'affirmer et de se rendre compte de qui ils sont. Selon elle, aucune autre période de la vie ne serait propice à ces moments.

Érik ÉRIKSON lui, soutient les arguments d'Anna FREUD en insistant sur le processus de formation d'identité. Il considère ces périodes de crise comme étant « normatives ». ÉRIKSON affirme tout de même que ces types de crises peuvent se résoudre seul et elles ont chacune une fonction essentielle car sur le long terme, elles contribuent au processus de formation de l'identité.

A son tour, le psychanalyste Peter BLO atteste que les moments de conflits au cours de cette période de crise, sont provoqués par le besoin immédiat d'indépendance de l'adolescent vis-à-vis de ses parents. Il affirme de plus, que cette période marquant la fin de l'enfance, s'accompagne de sentiment de solitude et d'isolement.

D'après le même article de Maria Da CONCEIÇÃO TABORDA-SIMÕES, la période de l'adolescence s'accompagne de nombreux changements. À partir de 11-12 ans, les transformations liées à la taille, la forme du corps, la capacité musculaire et la force physique

s'observent rapidement. Ces transformations sont dites rapides. Elles s'accompagnent aussi de changements sur le plan cognitif, moral et socio-affectif. En somme, tous ces changements sont positifs pour le bon développement de l'adolescent car ils entraînent tous une autonomie au niveau de la santé et des relations avec autrui.

Il convient de souligner que pendant l'adolescence, période où les jeunes partagent le même rythme de vie et traversent des expériences similaires, ils apprécient être ensemble et se rassemblent pour converser sur divers sujets qui suscitent leur intérêt.

b) Nécessité pour l'adolescent de rester connecté avec ses pairs

L'article « *Qu'est-ce qu'un pair ? Implication dans le handicap de l'enfant* », rédigé par Lisa OUSS, Docteur en psychologie, évoque la notion de pairs comme étant des individus appartenant à la même catégorie et partageant des contextes sociaux similaires.

Christine CANNARD, Docteur en psychologie de l'enfant et de l'adolescent affirme aussi dans le chapitre 9 de son ouvrage « *le développement de l'adolescent* » que les pairs chez les adolescents sont les autres jeunes de leur tranche d'âge qui partagent des caractéristiques communes avec eux. Selon son point de vue, ces relations entre pairs ne naissent pas à l'adolescence. Elles auraient été observées depuis la crèche et connaîtraient des variations en fonction :

- De la nature des pairs avec lesquels les adolescents interagissent.
- Du milieu dans lequel ils se développent.

Elle illustre ses propos en disant que le pair peut donc représenter un ami, un(e) petit(e) ami(e) ou une bande d'ami(es). Ces groupes de pairs peuvent donc se constituer à l'école, au club sportif, dans des associations culturelles ou encore dans le voisinage par exemple.

Pour elle, les adolescents, le groupe de pairs devient une référence et même un soutien. Cependant, la présence des parents reste tout de même pour eux une évidence. Les adolescents ont souvent ce besoin pressant de retrouver leurs copains et donc d'être avec leurs pairs.

En général, quand ils se retrouvent, les adolescents font des sorties en groupe, ils vont au cinéma, font les magasins où ils peuvent même réaliser des activités sportives ensemble. Lors de leurs sorties, il leur arrive parfois même d'échanger sur les sujets du quotidien, tels que les

cours, les relations amoureuses. D'après Christine CANNARD 84% des jeunes parisiens interrogés déclarent que « passer du temps en groupe ou avec des amis » représente l'une des premières activités.

Lorsqu'ils ne sont pas ensemble, les adolescents passent la plupart de leur temps à échanger sur les réseaux sociaux. Selon le livre « *le développement de l'adolescent* », ces jeunes font partie de ces générations qui sont aujourd'hui les plus connectés et branchés sur les réseaux sociaux.

Le média l'internaute considère un réseau social comme un site web où les utilisateurs détiennent un compte. Grâce à ce compte, les utilisateurs peuvent échanger avec d'autres sur des thèmes qui les passionnent où diffuser des images et vidéos à leurs amis ou leur cercle social.

D'après une étude menée par l'internaute, les médias du réseau Facebook permettraient de faciliter la création et le maintien d'un contact rassurant pour les adolescents.

Avec internet, ces adolescents sont en capacité de pouvoir échanger avec leurs pairs même au sein de leur domicile familial. D'après l'ouvrage de Christine CANNARD précité, il a en effet été observé qu'en conséquence d'une connexion constante des adolescents sur ces plateformes, ceux-ci s'isolent et adoptent progressivement de nouveaux modes de comportement.

Cet article cite à titre d'exemple les nouveaux modes d'écritures des adolescents. Pour être plus rapide et échanger le plus de messages, ces adolescents ne respectent plus les règles d'orthographe et utilisent des pictogrammes dans leurs messages ; ce qui les rend illisibles pour les lecteurs qui ne sont pas habitués à une telle écriture.

Il est important de noter que ces plateformes de réseaux sociaux permettent de répondre aux besoins psychologiques des adolescents. Il s'agit d'(e) :

- Être affilié, c'est-à-dire avoir une connexion permanente ;
- Être reconnu, dans ce cadre, il est important de pouvoir capter l'attention, c'est ce que permettent les applications Instagram et Snapchat. Ces dernières représentent d'ailleurs des applications très plébiscitées par les adolescents car ils peuvent y mettre des publications qu'ils peuvent retoucher et recevoir des « j'aime » ;
- Être récompensé.

Le nombre de vues sur les publications, augmente le nombre d'ami (es) sur les plateformes. Ce phénomène contribue au renforcement de l'adolescence.

Retenons également que ce qui séduit les adolescents sur les réseaux sociaux, c'est avant tout l'idée d'immédiateté. Effectivement, la rapidité d'obtention de réponses permet à ce jeune public de se connecter plus aisément et rapidement, car il reçoit directement les réponses à ses interrogations.

c) Accessibilité et instantanéité

« Depuis l'arrivée d'Internet et des réseaux sociaux, nous ne sommes plus patients ». C'est ce qu'affirme Yannick BOLE-RICHARD consultant en stratégie digitale et usage responsable du numérique dans l'article « *L'ère de l'instantané ; comment internet modifie notre rapport au temps* » publié sur LinkedIn.

Par exemple, le fait d'attendre lors du chargement d'une page web ou le téléchargement d'un fichier ne nous dérangeait pas autant qu'aujourd'hui.

Dans ce même article, Yannick BOLE-RICHARD montre de quelle manière, notre perception du temps a connu des modifications. Pour illustrer son propos, il détaille la manière dont l'usage des réseaux sociaux entraîne un impact sur nos vies quotidiennes. En effet, les réseaux tels que Facebook, Instagram et X (anciennement Twitter) sont des plateformes qui subissent quotidiennement des mises à jour. L'objectif de ces modernisations permanentes est de rendre ces applications beaucoup plus performantes les unes que les autres et d'offrir une utilisation optimale par l'utilisateur.

Ces mises à jour, entraînent la diffusion par la suite d'un flux d'informations ininterrompu qui engendre des réactions instantanées par les utilisateurs. Les actualités en temps réel ne représentent plus de ce fait, ce qu'elles étaient auparavant. L'auteur démontre ainsi à quel point, la presse écrite n'est devenue qu'un simple clic ; ce qui accentue ce besoin de tout savoir rapidement.

Cependant, le fait de vouloir avoir accès à l'information tout de suite et pas après, n'est pas sans conséquence. En effet, dans son article Yannick BOLE-RICHARD met en évidence la manière

dont l'omniprésence d'internet et la culture de l'instantanéité entraînent une dépendance à la continuité des services.

Cela occasionne aussi des effets néfastes sur la santé mentale des individus. Ainsi, ce sentiment de vouloir être informé tout de suite entraîne de plus en plus une addiction au numérique et engendre un stress chronique chez l'individu.

Par exemple, le syndrome de FOMO⁴ qui se traduit selon un article publié par Le Monde comme étant « l'anxiété qui pousse de nombreuses personnes à rester connecté en permanence pour ne pas risquer de manquer un événement ». Il s'agirait du syndrome le plus reconnu dans ce domaine car le fait de manquer des informations impacte notre bien-être mental.

D'après cet article de Yannick BOL-RICHARD, la conclusion d'une étude menée par l'université de Glasgow a mis en avant un lien entre l'utilisation excessive des réseaux sociaux et un temps de sommeil de moins bonne qualité chez le jeune public.

Cette transformation numérique a modifié les attentes de cette tranche de la population qui réclame de ces plateformes rapidité et efficacité.

D'après une étude menée par Google, ce ne sont pas moins de 53% des visites mobiles qui sont abandonnées si le site internet met plus de 3 secondes à charger. Ce chiffre prouve à quel point les utilisateurs sont devenus impatientes et qu'ils désirent avoir une réponse rapidement.

D'après l'article « *l'instantanéité du contenu sur les réseaux sociaux* » élaboré par Claire JENIK, data⁵ journaliste et publié par STATISTA, le contenu de nos plateformes de réseaux sociaux s'avère être éphémère car à peine « consommé » celui-ci tombe obligatoirement dans l'oubli du fait de la présence d'autres informations considérées comme étant plus intéressantes par les utilisateurs.

Selon ce même article, d'un réseau social à un autre, la durée de vie des publications diffère. En effet, la longévité estimée d'une publication sur le réseau social X, anciennement TWITTER par exemple, n'excède pas 15 minutes tandis que pour Facebook la durée de vie s'élève à 5h. Il est important tout de même de noter que les réseaux LinkedIn et Instagram eux, se situent en tête de liste avec une longévité de l'ordre d'une journée complète.

⁴ FOMO : la peur de rater quelque chose

⁵ Data : les données numériques

Avant le développement des réseaux sociaux, l'accès à l'information était relativement lent et se limitait aux médias existants c'est-à-dire, la presse écrite, la radio et la télévision. C'est ce que déclare l'article « *Quel est l'impact des réseaux sociaux sur la communication moderne* » publié par l'IFIC⁶. Selon lui, de nos jours, les plateformes de réseaux sociaux proposent une information accessible en temps réel à un grand public. Cette nouvelle manière de s'informer modifie la manière dont les adolescents consomment et réagissent à l'information.

II- La consommation de l'information par les adolescents

a) Les plateformes préférées des adolescents pour s'informer

Dans leur ouvrage « *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique* », Sophie JEHEL et Alexandra SAEMMER, Professeures en science de l'information et de la communication, constatent chez les adolescents provenant de milieux défavorisés, une méfiance envers les médias d'informations.

Il est précisé que, notamment chez les filles de 15 à 18 ans, l'intérêt pour les contenus journalistiques n'est pas très marqué.

Cependant, le rejet de la télévision comme média d'information n'entraîne pas de sentiment de négligence des adolescents envers les médias et les journalistes.

D'après ce même ouvrage, les adolescents soutiennent l'idée que « pour être à la page, il faut tout le temps regarder BFM quoi ! Tandis que si on va sur les réseaux sociaux l'information défile directement ».

Selon le fournisseur des services d'études de marché de recherche et d'analyse STATISTA, les réseaux sociaux représentent la principale source d'accès à l'information en ligne. Placées loin devant les moteurs de recherche et les applications de médias, ces plateformes ont une place importante dans les modes d'information aujourd'hui.

D'après l'enquête « *Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés pour s'informer ?* » menée par STATISTA, Facebook représente la première source d'informations. Cependant, Instagram, une application gratuite de partage de photos en ligne a vu son utilisation quelque peu détournée

⁶ IFIC : Institut de Formations à l'information et à la communication

par ses utilisateurs ces dernières années. En effet, aujourd'hui les informations, contrairement à ce que les créateurs imaginaient à l'origine, peuvent y être retrouvées.

Il est indiqué que la part de ceux qui accèdent à l'information via ce réseau social ne cesse d'augmenter, passant de 9% en 2019 à 15% en 2024.

D'autres réseaux sociaux connaissent cette même tendance. L'application TikTok par exemple regroupait 1% d'utilisateurs en 2020 qui se servaient du réseau pour se tenir au courant de l'actualité. En 2024, ce chiffre est passé à 8%.

Derrière TikTok, se trouve l'application de partage de vidéo, Youtube. Aujourd'hui, 22% des utilisateurs déclarent se servir du réseau comme source d'information.

Selon cette même source, en 2022, 68% des utilisateurs ont entre 12 et 17 ans. Les adolescents sont de ce fait très présents sur les plateformes de réseaux sociaux.

Dans son livre « *Grandir informés : les pratiques informationnelles des enfants, adolescents et jeunes adultes* », l'auteure, Anne CORDIER montre de quelle manière pour les nouvelles générations, les réseaux sociaux ont une place très importante au point de devenir une source d'informations.

Anne CORDIER est une chercheuse et enseignante experte en sciences de l'information et de la communication. C'est une spécialiste des pratiques et usages numériques ainsi que du traitement de l'information et des médias.

Tout au long de son œuvre, l'auteure fait un bilan des enquêtes auprès des adolescents qu'elle a interrogés. Tous, ont apporté une réponse à ces différents questionnements au sujet de leurs modes d'accès à l'information.

En somme, « leurs pratiques d'informations passent grandement par les réseaux sociaux numériques ».

Bien que la télévision soit toujours citée, elle représente de moins en moins, une source d'information pour ces audiences d'adolescents.

C'est ce que m'a permis de comprendre le chapitre 5 de ce livre intitulé « *Regard sur le paysage informationnel et médiatique, les réseaux sociaux numériques, une évidence* ».

Parmi les adolescents interrogés, certains affirment même qu'ils n'ont pas le libre choix de l'information à laquelle ils souhaiteraient accéder en regardant la télévision.

Dans cette œuvre, Guillaume, un adolescent interrogé déclare que « s’informer, c’est les réseaux sociaux ».

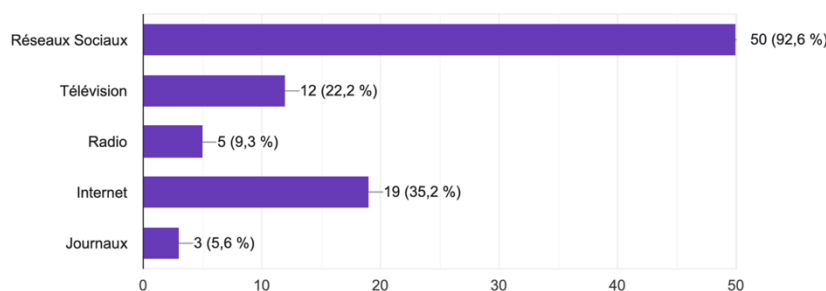
Il précise qu’il va sur Facebook, sélectionne les articles qui l’intéressent et consacre du temps pour les parcourir.

Tout au long de ses échanges avec Anne CORDIER, cet adolescent explique en détail qu’il se renseigne via Facebook. En effet, étant sur l’application, il parcourt simplement son fil d’actualité et dès qu’il repère une information qui capte son intérêt, il s’arrête et la consulte attentivement. Selon lui, s’informer de cette manière est plus rapide.

D’après mon enquête réalisée auprès des adolescents afin de les interroger sur les moyens d’information, 92 % d’entre eux affirment que les réseaux sociaux sont leur premier moyen d’information. En outre, internet avec ses moteurs de recherche occupe la deuxième position avec 35%, suivi de la télévision avec 12%. Il n’en reste pas moins que la télévision a toujours sa place chez les adolescents.

Comment t’informes-tu sur l’actualité ?

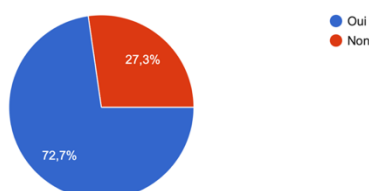
54 réponses



Il est indéniable cependant que les médias d’information qui existaient avant l’ère numérique, sont de moins en moins utilisés. Au fil des années, ces médias ne risquent-ils pas de disparaître ? La question a été posée lors de l’enquête.

Penses-tu que les modes d’informations déjà existants pourraient disparaître ?

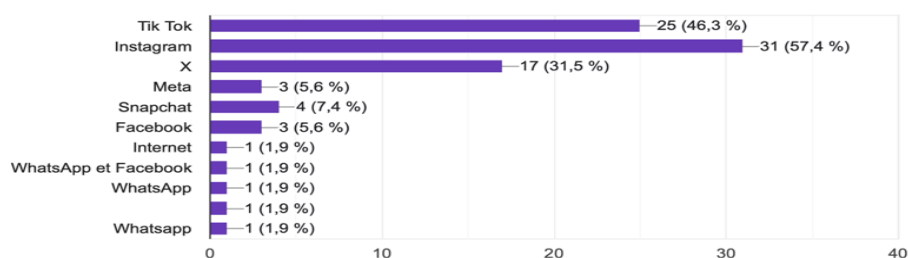
54 réponses



72% des adolescents interrogés estiment en effet que les modes d'information déjà présents risquent de disparaître.

Effectivement, avec l'avènement du numérique, on constate une diminution de l'utilisation de la télévision par les adolescents. Les médias sociaux sont les plus fréquentés et s'ajustent actuellement à cette mutation. Toutefois, ces applications peuvent être de différents types et présentent des variations.

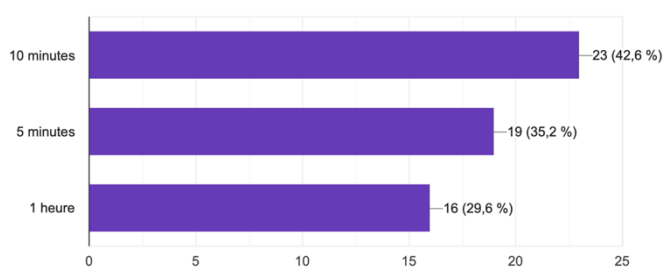
Quel type de réseaux sociaux utilises-tu pour t'informer ?
54 réponses



Selon ce schéma, Instagram se classe en tête, avec 57% des adolescents qui affirment utiliser cette application pour s'informer, suivi de TikTok et du réseau social X.

Dans cette même recherche, les délais d'information varient. Selon 42% des adolescents, ils consacrent 10 minutes par jour à l'information, tandis que 35% d'entre eux accordent 5 minutes et 29% 1 heure.

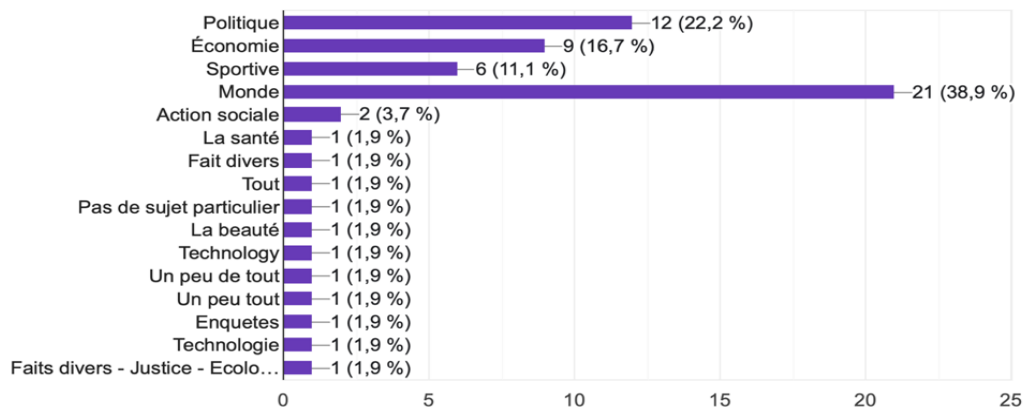
Combien de temps t'informes-tu par jour ?
54 réponses



Les fluctuations observées lors de cette période d'information peuvent être attribuées aux thématiques qui intéressent les adolescents. C'est également ce que cette étude a révélé.

Quel sujet d'actualité t'intéresse ?

54 réponses



Il apparaît que 38% des adolescents interrogés lors de l'enquête font le choix, dans un premier temps, de prendre connaissance de ce qui se passe autour d'eux mais aussi dans le monde. À la seconde place, ce qui les intéresse le plus, c'est la politique pour 22 % d'entre eux et 16 % estiment s'intéresser à l'économie.

Dans son livre, Anne CORDIER montre que cette habitude de se renseigner via les réseaux sociaux ne concerne pas exclusivement les adolescents.

Effectivement, on le constate de plus en plus parmi les professionnels. Élise, juriste pour un bailleur social, interrogée par l'auteure confirme que, « c'est la consultation au réveil et avant le coucher et parfois en journée de son fil d'actualité Facebook qui constitue sa veille informationnelle ».

Ce livre aborde cette nouvelle pratique d'information en ligne sur les réseaux sociaux en prenant en compte ses limites. Il cite à titre d'exemple la désinformation ou les fake news.

Les adolescents consomment l'information de manière rapide et engageante. C'est cette notion que soulignent les fournisseurs de services de télécommunication, premiers témoins de cette tendance. On peut prendre Orange comme exemple.

Dans son article « S'informer à l'ère du numérique : le défi relevé par les adolescents », publié le 15 octobre 2024, il détaille les plateformes les plus couramment employées : TikTok, X et Instagram. Il apparaît que les adolescents préfèrent s'informer grâce à des vidéos courtes, mais ce n'est pas leur unique source d'information.

D'après cet article, Youtube occupe également une place parmi ces réseaux qui se sont transformés en plateformes d'informations.

YouTube est une plateforme permettant de regarder des vidéos gratuitement, de télécharger du contenu et d'interagir avec d'autres utilisateurs. En référence à cet article, YouTube s'est imposé comme un repère pour les adolescents. Ils visionnent des documentaires et participent à des conversations sur une multitude de thèmes divers. Par exemple, beaucoup d'entre eux s'abonnent au compte YouTube d'Hugo DECRYPTE, un vidéaste et journaliste qui a récemment gagné en notoriété sur les réseaux et qui compte des millions de followers.

En se renseignant sur ces plateformes, les adolescents participent de manière proactive au processus d'information. Ils vont faire des commentaires, partager et débattre sur des sujets qui les attirent sur le web. En procédant ainsi, ils ont accès à une approche d'apprentissage collaboratif. Cette communication constante, que l'on peut qualifier d'interactive, offre aux adolescents l'opportunité de questionner, de partager des idées et d'élaborer au besoin des réflexions.

La rapidité d'information fournie par les réseaux sociaux est essentielle pour les adolescents désireux de recevoir des informations en direct.

b) Mécanismes spécifiques de diffusion de l'information

D'après l'article « *Tout comprendre sur l'algorithme de vos réseaux sociaux préférés* » publié par Axess Digital et Business Expert, en grande partie, c'est l'algorithme qui détermine comment les publicités apparaissent et comment nos publications sont perçues sur les réseaux sociaux. Le fonctionnement de l'algorithme devient donc crucial pour l'accès à l'information.

Selon l'article précité, l'algorithme fait référence à un ensemble de données et de règles qui définissent le contenu à mettre en avant sur les plateformes de médias sociaux. Il est précisé que c'est lui qui gère l'ordre d'affichage des publications et des annonces dans le fil d'actualités. Les utilisateurs ont ainsi la possibilité de consulter des publications qui pourraient retenir leur attention.

Cette même source indique que, l'algorithme opère de diverses façons sur les plateformes de médias sociaux.

A titre d'exemple, sont cités :

⇒ **Facebook** qui utilise quatre critères pour déterminer l'ordre du contenu dans le fil d'actualité :

- L'inventaire

Facebook va réaliser un inventaire de toutes les publications qui ont été postées par les amis et les pages suivies sur la plateforme ;

- Les signaux

L'algorithme va anticiper les contenus susceptibles d'attirer l'utilisateur en examinant les informations suivantes : qui est l'auteur de la publication, quel genre de contenu a été partagé, et à quelle heure la publication a-t-elle été faite ? ;

- Les prédictions

Ce critère considère les commentaires en retour, les « j'aime », les partages et le contenu véritable de la publication ;

- La note

L'algorithme se chargera de sélectionner et d'organiser les publications dans le fil d'actualités. Si l'utilisateur manifeste un intérêt pour une publication, une note de pertinence sera attribuée au contenu.

⇒ **Instagram** dont le fonctionnement de l'algorithme est différent

Les publications seront classées selon les facteurs suivants :

- L'intérêt

L'application va évaluer le niveau d'intérêt de chaque utilisateur basé sur une publication qu'il a regardée précédemment. Par exemple, un utilisateur qui consomme régulièrement du contenu vidéo sur l'application est plus susceptible de recevoir davantage de vidéos dans son fil d'actualité dans les jours à venir ;

- La récence :

Ce réseau social privilégie les contenus plus récents par rapport à ceux publiés il y a quelques semaines. Par conséquent, ils ont une plus grande probabilité d'être positionnés en haut du fil d'actualité et d'attirer davantage l'attention des internautes ;

- Temps et fréquence :

Instagram essaie de présenter à ses utilisateurs les publications les plus pertinentes qui sont apparues depuis la dernière connexion de l'utilisateur à l'application.

D'après l'article, 42% des utilisateurs d'Instagram visitent l'application plusieurs fois dans la journée.

- Nombre d'abonnements :

L'algorithme tentera de mettre en avant le contenu de plusieurs pages pour diversifier le fil d'actualités des utilisateurs ;

- L'engagement :

L'interaction qu'une publication reçoit permet à l'algorithme d'Instagram de saisir sa pertinence.

III- Les conséquences de l'utilisation des réseaux sociaux comme source d'information

a) L'importance de l'esprit critique chez les adolescents face à l'information en ligne (désinformation, fake news, danger de la désinformation)

D'après le chapitre 9 de l'ouvrage « *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique* », une fausse information peut-être de trois types

- Erronée, c'est-à-dire que celle-ci peut être fausse ou partiellement fausse. Les erreurs commises dans le contenu ont été faites le plus souvent de manière involontaire de la part de ses émetteurs.
- Parodique, cela veut dire qu'elle est définie comme étant un canular. Parfois mal interprété et transmise au premier degré, ce type d'information peut devenir une mésinformation.

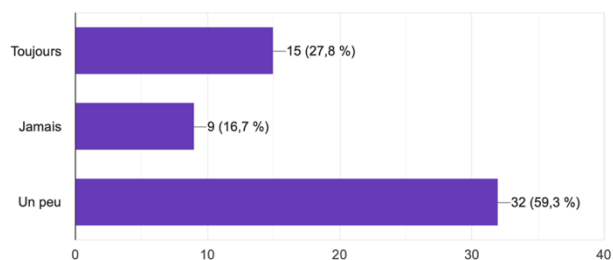
- Partiellement ou complètement fausse dans le but de nuire à une personne ou faire du profit. À ce titre, cette information se range du côté de la désinformation.

D'après un autre article publié par le journal Libération « s'informer sur les réseaux sociaux accroît les comportements à risque ». L'observation du moment alerte d'autant plus les professionnels et notamment ceux qui exercent dans le domaine de la santé. Il est indiqué que fait de chercher des informations de santé sur les réseaux sociaux plutôt qu'auprès d'un professionnel entraîne bien souvent un refus ou un abandon de soin de la part des personnes concernées.

Le réseau social Tiktok par exemple est utilisé comme un mode d'information. D'après cette étude, plusieurs utilisateurs ont déjà refusé un vaccin recommandé pour eux-mêmes.

En Faisant le lien avec l'étude menée précédemment auprès des adolescents, un bon nombre d'entre eux estime connaître les risques des réseaux sociaux et vérifie l'authenticité des informations qui y sont partagées.

Si tu t'informes sur les réseaux sociaux, vérifies-tu l'authenticité de l'information sur un site ?
54 réponses



Les adolescents, pour la majorité, affirment vérifier « un peu » les informations à 59 % et 27% d'entre eux estiment toujours le faire. Ces chiffres démontrent que les adolescents accordent tout de même une attention particulière à l'exactitude des informations.

L'article « *Six techniques pour vérifier une information sur un réseau social* » publié par le Monde, met en avant différentes manières pour vérifier une information et savoir si elle est vraie ou fausse.

- La première consiste à « Partir du principe que, par défaut, c'est faux ». Ce qui signifie que dans le cas où une information ne contient pas de source, de contexte clair et précis, elle doit être considérée comme étant fausse.

- La seconde technique a pour objectif de remonter à la source et croiser les données avec d'autres diffusions en ligne. Le but est de chercher la même information sur plusieurs sources différentes pour comprendre le contenu et vérifier l'exactitude de celle-ci.
- La technique numéro trois est de « faire attention à la date de publication ». Souvent parmi les intox, les informations sont vraies mais les dates sont fausses. (ex : le fait de republier un fait divers vieux de plusieurs années).
- Une autre technique consiste à « réfléchir avant de partager, faire appel à son bon sens ». Le plus souvent, en voyant une information, les utilisateurs ont tendance à la partager directement car, d'après cet article les réseaux sociaux jouent beaucoup sur les émotions.

En plus de ces techniques décrites que mettent en avant cet article, des campagnes de sensibilisations sont réalisées dans les établissements scolaires auprès des adolescents.

C'est ce que nous apprend cet extrait de journal de France 3 dans un reportage intitulé « *Comment les jeunes s'informent : exemples avec les lycéens de Dieuze* » réalisé en 2024.

Cette diffusion met en avant dans un premier temps l'implication des adolescents en les aidant à prendre part à l'information. Cela se réalise au travers d'ateliers pratiques de montages vidéo. Ces derniers permettent aux élèves de comprendre comment se construit une information.

L'équipe encadrante accompagne les élèves dans cette démarche en leur montrant les différentes astuces pour vérifier l'exactitude de l'information trouvée en analysant les sources par exemple.

Mais, l'éducation aux médias va encore un peu plus loin que ces différentes méthodes de prévention, vu précédemment. En effet, pour garder l'esprit clair, l'article « *médias et infos : savoir garder son esprit critique* » publié par la SMERRA⁷ met en avant quelques conseils pratiques tels que :

- Réaliser que nous ne pouvons pas tout contrôler

Quand une information est publiée et qu'elle semble compliquée à comprendre, l'esprit de l'utilisateur a tendance à chercher les éléments qui demeurent flous. Dans les recherches que le

⁷ SMERRA : Société Mutualiste Étudiante Régionale

cerveau envisage de faire, les titres accrocheurs et les visuels capteront l'attention et inciteront à trouver l'information manquante. Dans ce contexte, il est essentiel de rester attentif à la valeur que les utilisateurs attribuent aux informations collectées, et d'accepter que parfois, certains aspects peuvent dépasser la compréhension.

- Choisir les sources d'information avec précaution

Pour garantir l'exactitude de l'information, il est essentiel pour l'utilisateur de sélectionner judicieusement la source et le lieu d'où provient cette information. Les images servent à attirer l'attention, mais elles peuvent parfois être décontextualisées. Par exemple, dans le secteur de la santé, des organismes tels que Santé Publique France ou l'Organisation Mondiale de la Santé fournissent des informations fiables et confirmées. Alors que sur le web ou les réseaux sociaux, il paraît aisé de diffuser des informations fondées sur des rumeurs ou de fausses informations.

- Considérer la valeur pratique de l'information

Cette démarche s'aligne avec l'approche de diffusion d'une image suggérée par un article. Il est essentiel de comprendre le contexte dans lequel cette image a été capturée et la raison pour laquelle le journaliste a opté pour celle-ci plutôt qu'une autre. Il est essentiel de contrôler cette image, car elle peut avoir été modifiée.

- Avoir conscience du pouvoir des mots

Les expressions sélectionnées peuvent parfois amplifier les événements et dépasser la vérité. Ces paroles peuvent susciter des émotions. Par exemple, l'anxiété peut survenir suite à la lecture d'une information. Toutefois, une autre référence peut aborder les mêmes informations mais avec une formulation différente. C'est pourquoi il est crucial de vérifier nos sources d'information.

- Se fixer des limites à la consommation d'information

Plus une information parvient à l'utilisateur, plus il a tendance à y réfléchir. Quand un événement devient viral, il suscite beaucoup de discussions et les nouvelles informations sont constamment générées et propagées ; ce qui ne permet pas à l'esprit de traiter l'information correctement et de distinguer le vrai du faux. Dans cette situation, il est essentiel pour les utilisateurs de restreindre la consultation des informations à une fois par jour afin de laisser du temps pour réfléchir et d'échanger par rapport au sujet concerné avec les autres.

Il apparaît cependant dans les lectures effectuées et dans les sources exploitées que, tous ces conseils et pratiques n'empêchent pas le développement des phénomènes tels que la désinformation et les fakes news.

InfoGouv définit la désinformation comme étant des informations fausses intentionnellement fabriquées pour porter préjudice à un individu, à un groupe social, à une entité ou un pays.

L'éducation aux médias des adolescents apparaît comme étant un enjeu majeur pour cette tranche d'utilisateurs. En naviguant en effet sur internet, plus singulièrement sur les réseaux sociaux, nous pouvons constater que de nombreuses informations circulent. Ces dernières peuvent parfois être erronées ou fausses. Il est par ailleurs sous-entendu dans la définition d'InfoGouv qu'il peut y avoir des conséquences néfastes à la désinformation puisqu'elles peuvent porter préjudice à d'autres.

b) L'origine des sources d'informations des réseaux sociaux

En tenant compte du début de ce travail de recherche, nous pouvons affirmer que Les informations sur les réseaux proviennent de diverses sources. Parfois, ce sont les utilisateurs eux-mêmes qui les diffusent, mais comme mentionné précédemment, elles ne sont pas toujours fiables.

Ces diffusions proviennent également des médias traditionnels, suivis par les adolescents qui se retrouvent dans l'obligation (pour se conformer à l'ère du temps de leur génération) de s'inscrire sur ces plateformes. C'est ce que déclare l'article « ces nouveaux médias qui se développent sur les réseaux sociaux ». Il apparaît que, ces récentes sources d'informations doivent évoluer avec l'ère numérique afin d'atteindre un large public et de ne pas se déconnecter de leur audience.

Aujourd'hui, d'après mes diverses recherches sur internet, j'ai pu constater que les grands médias ont un compte Instagram, TikTok et Facebook. Sur ces plateformes, ces réseaux ont la

possibilité de poster l'actualité en direct et à toute heure de la journée au même titre que leur site internet.

C'est une tendance qui fonctionne car, aujourd'hui, ces comptes sont très suivis sur les réseaux par les adolescents. Cela leur donne l'occasion d'atteindre un grand nombre de public.

Ce même article met en avant les chiffres suivants :

- Le compte Instagram du média Le Monde possède 1,6 millions de followers⁸
- Le compte Facebook Le Figaro compte 3 millions de followers

Le succès de ces plateformes s'explique de plusieurs manières d'après un article une enquête menée par One Market en janvier 2025 :

- Suivi de l'actualité en temps réel ;
- Partage des informations avec ses amis ;
- Accès à des informations non retrouvées ailleurs ;
- Accès aux commentaires ;
- Possibilité de consulter les comptes de ses médias préférés.

Pour résumer, les plateformes de médias sociaux constituent pour les adolescents un excellent outil pour accroître la visibilité et la renommée d'un média.

Alors que les médias traditionnels ont su s'imposer sur les réseaux sociaux, de nouvelles technologies émergent et se sont fait remarquer sur ces espaces : nous accueillons l'intelligence artificielle.

Des professionnels comme Isabelle FÉROC DUMEZ, directrice scientifique et pédagogique du CLEMI⁹ montrent de quelle manière le développement des intelligences artificielles ont bousculé les modes de production et de diffusion de l'information.

⁸ Followers : suiveurs

⁹ CLEMI : Centre pour L'Éducation aux Médias et à l'Information

D'après la CNIL¹⁰ l'IA¹¹ se définit comme étant un domaine scientifique dans lequel des outils peuvent être classés lorsqu'ils respectent certains critères. Le Parlement Européen lui, ajoute en expliquant que l'IA symbolise un ensemble d'outils utilisé par une machine. Le but de l'IA est de « reproduire des comportements liés aux humains, tel que le raisonnement, la planification et la créativité ».

De plus en plus, ces nouvelles technologies deviennent des sources d'informations. En effet dans son article, Isabelle FÉROC DUMEZ, met en avant la manière dont le paysage médiatique s'est transformé du fait de l'apparition de ces nouveaux acteurs non humains. L'intelligence artificielle utilisée par l'Homme, plus particulièrement par les adolescents alimente un flux d'informations très important. Ces informations générées par cette nouvelle technologie peuvent tromper les utilisateurs. En effet, au même titre que les sources d'informations existantes, l'intelligence artificielle ressemble dans la forme et possède des informations.

Cependant, contrairement aux autres sources, ces informations repartagées sur les plateformes et les réseaux sociaux n'ont fait l'objet d'aucune procédure de vérification ou de croisement des sources.

L'un des faits marquants de cette technologie est qu'elle est en capacité d'inventer des éléments de réponses pertinents d'un point de vue logique, mais dans la réalité, ces éléments peuvent s'avérer être faux. En d'autres termes, l'intelligence artificielle peut « mentir ». Les « mensonges » générés par la technologie ne représentent pas une action volontaire de la part des plateformes qui génèrent l'intelligence artificielle. Lors d'une demande, il apparaît que l'IA donne la réponse la plus probable statistiquement à la question posée.

Cependant, toutes ces pratiques autour de l'information et des techniques à avoir pour déceler le vrai du faux possède des limites. En effet, d'après le journal Le Monde, une étude menée par la Fondation Jean-Jaurès et l'observatoire société et consommation a mis en avant la manière dont les français commencent à « saturer » de l'actualité. 54%, c'est la proportion des français se déclarant « souffrir de fatigue informationnelle ». Nous pourrions penser que les adolescents qui font partie de notre population cible peuvent être concernés par cette étude.

¹⁰ Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

¹¹ IA : Intelligence Artificielle

Cette fatigue informationnelle dont il est fait allusion, se traduit de diverses manières. Il peut s'agir d'anxiété, de déprime ou d'épuisement. Elle touche une grande partie des français, de toutes les classes sociales et de tous âges confondus. Ce qui confirme qu'elle concerne de ce fait aussi les adolescents.

Guënaelle GAULT, autrice de cette étude détaille dans son analyse que les français ont toujours l'impression que ce sont les mêmes informations qui leurs parviennent et autour desquelles ils ont du mal à se faire une opinion.

Il est tout de même important de noter que ce sont les personnes qui utilisent le plus souvent les réseaux sociaux qui sont le plus touchés par cette « fatigue informationnelle ». Cette nouvelle forme de fatigue peut s'expliquer de plusieurs manières : lors du scroll¹² sur les plateformes, des informations nous parviennent sans l'avoir cherché. Le fonctionnement de l'algorithme comme vu précédemment, choisit les contenus à notre place ou à la réception inattendue d'informations par le biais de notifications de messages d'amis. Tous ces facteurs réduisent l'envie des adolescents d'écouter et de regarder une émission, un journal télévisé, de lire un journal.

D'après ce même article, les adolescents ont cessé de s'intéresser à l'actualité à la suite des événements qui ont fait la une des médias. Il y a par exemple, la crise de la covid-19 qui a impacté le monde et les différentes guerres comme en Ukraine, au Congo et Israël-Amas.

Il est aussi indiqué dans cette même source que, d'année en année, la confiance des français vis-à-vis des médias diminue. En effet, 29% déclarent faire confiance aux journalistes.

Il est à noter par ailleurs que, les adolescents font face à une nouvelle pratique qui se développe sur les plateformes depuis quelques temps : celle de l'influence.

Selon l'article intitulé « *influenceurs : définition, objectifs et salaire* » disponible sur le site e-marketing, un influenceur ou un créateur de contenu est une personne qui se consacre à la création de contenu, à la diffusion d'informations et à l'établissement de collaborations avec des marques.

¹² Scroll : faire défiler

L'influenceur, de plus en plus actif sur les réseaux sociaux (donc dynamique auprès des adolescents), exploite ces plateformes pour communiquer ses points de vue aux internautes. Ces avis peuvent influencer les utilisateurs en provoquant un changement dans leurs habitudes de consommation des réseaux sociaux.

Ces nouveaux profils de « professionnels » de l'information sont actuellement très recherchés par les adolescents. L'article intitulé « *influenceurs et adolescents : une relation qui façonne l'avenir des marques* », publié le 25 octobre 2024 sur le site J'AI UN POTE DANS LA COM et rédigé par Nora ELHAJJIOUI, défend cette idée.

Durant la phase de formation de leur identité, les adolescents sont particulièrement réceptifs au contenu qu'ils consomment. C'est dans cette perspective qu'ils vont rechercher les influenceurs qui ont le plus d'impact sur eux.

Ils sont spécialement séduits par des influenceurs qu'ils considèrent plus accessibles et avec lesquels ils estiment avoir une interaction facilitée. Par ce biais, les adolescents recherchent un sentiment d'appartenance à une communauté.

Selon cet article, la popularité de l'influenceur ne serait pas suffisante pour attirer l'attention des adolescents. En effet, ces derniers cherchent des influenceurs avec qui ils se sentent en adéquation et qui partagent leurs principes.

Nora ELHAJJIOUI souligne que les adolescents ne se contentent pas d'attendre simplement la diffusion de contenu par les influenceurs. Considérés comme des amis ou des mentors, les adolescents recherchent auprès de ces professionnels des conseils sur des questions quotidiennes, qui peuvent inclure la gestion du stress, l'image de soi ou encore le choix de leur parcours professionnel.

Cette obligation pour les influenceurs nécessite qu'ils soient pleinement conscients de l'influence qu'ils exercent sur la jeunesse et qu'ils transmettent des messages positifs.

Il est aussi à relever que les influenceurs agissent comme des acteurs contemporains dans le domaine du journalisme. Kossi BALAO, journaliste scientifique et directeur francophone du Centre International pour les journalistes, exprime cette idée dans son article « *Journalistes, comment se réorganiser face aux influenceurs* » publié le 22 janvier 2025.

Selon Kossi BALAO dans ce document, il n'existe pas pour l'instant de partenariat entre les journalistes et les influenceurs. Néanmoins, les médias s'efforcent de regagner leur position dominante. Cette pratique illustre tout de même qu'une certaine compétition avec les influenceurs s'est développée.

Selon Milo MILFORT, directeur de publication du quotidien haïtien Enquet'Action, les influenceurs usurpent la profession des journalistes. D'après lui, ces personnes se présentent sur les médias sociaux comme des journalistes et prétendent être des chaînes d'information. Le Directeur commente en précisant que toutes ces pratiques découlent « d'une génération qui consomme l'information de manière complètement différente ».

L'article en question présente également la perspective de Gérard BEOGO, Directeur de publication du journal Lecitoyen.bf. D'après lui, l'expansion des réseaux sociaux a engendré une sorte d'influence sur les médias numériques.

Ce type d'influence engendre une bataille de communication entre les journalistes et les influenceurs sur les plateformes de médias sociaux. De cette manière, Gérard BEOGO, soutient l'idée qu'il existe une concurrence entre ces deux professionnels.

Toutefois, tous les journalistes ne sont pas d'accord avec cette idée. Dans ce même article, Mariam SANOGO, journaliste d'investigation indépendante au Mali, affirme que l'influenceur cherche à créer le buzz tandis que le journaliste vise à gagner en crédibilité auprès de son public.

Cependant, l'article met en lumière que les journalistes ont la capacité d'influer sur une communauté, mais ils ne sont pas considérés comme des influenceurs. Effectivement, d'après Milo MILFORT, reporter d'investigation, l'impact des journalistes est nettement plus

professionnel car il repose sur des faits concrets et des réalités tangibles. Il souligne également que les influenceurs partagent du contenu qui est assez centré sur leurs points de vue.

Les influenceurs se transforment véritablement en journalistes. C'est ce que nous enseigne, l'article intitulé « *quand journalistes et influenceurs réinventent les règles du jeu médiatique* », publié le 12 février 2025 par Lisa RICQ.

Certaines chaînes de télévision, dans le but d'élargir leur audience et d'accroître leur impact, ne reculent pas devant l'idée de solliciter des influenceurs pour animer leurs événements.

Effectivement, lors des NRJ MUSIC AWARDS de 2024, l'influenceuse Paola LOCATELLI a suivi l'événement en tant que journaliste-présentatrice, attirant ainsi un million d'abonnés sur les médias sociaux. D'après cet article, un nombre croissant d'influenceurs se voit attribuer des rôles traditionnellement réservés aux professionnels de l'information.

Il en est de même pour les influenceuses, Léna SITUATIONS, Enjoy PHENIX et Sally qui s'adonnent de temps à autre au métier de journaliste. C'est ce que relate l'article « *la pipeline influenceur-journaliste expliquée ; quand les stars d'internet passent derrière le micro* » publié le 17 décembre 2024 par Ali NISHIKAWA, journaliste et créatrice de contenu sur le site NSSMAG.

Très connu sur les réseaux par les adolescents, ces trois jeunes femmes ont eu l'occasion d'interviewer les plus grandes stars comme Timothée CHALAMET et ZENDAYA.

Les influenceurs, se retrouvent par moment, plus chanceux que les journalistes eux-mêmes. En effet, l'influenceuse Léna SITUATIONS, a eu l'occasion de recevoir ces deux plus grandes stars pour un entretien d'une demie heure alors que pour les médias traditionnels, quelques minutes représenteraient un exploit.

Cette tendance s'explique par le fait que les influenceurs incarnent une authenticité qui séduit un public qui est lassé par les médias classiques mais particulièrement parce que les influenceurs ont le pouvoir de faire augmenter les audiences des médias grâce à leur communauté dont font partie les adolescents.

L'article de Lisa RICQ souligne néanmoins que plusieurs journalistes décident de se transformer en leur propre média et s'engagent sur les plateformes des réseaux sociaux.

C'est le cas pour la journaliste d'investigation et rédactrice en chef, Élise LUCET. Après avoir passé plusieurs années chez France Télévisions, la journaliste a décidé de se lancer sur YouTube, établissant ainsi un lien direct avec son public.

Claire CHAZAL, l'ex-journaliste de la chaîne TF1, a également fait ses débuts sur YouTube en proposant des interviews sur des thèmes culturels avec des figures publiques.

Ce changement de comportement des journalistes illustre clairement que la consommation de l'information aujourd'hui est totalement différente par rapport aux années passées et qu'elle peut encore évoluer avec le profil d'adolescents actuels.

Selon l'article de Lisa RICQ, la relation entre journalistes et influenceurs représente une opportunité significative à exploiter, mais elle nécessite également une vigilance particulière. Bien qu'ils soient des vecteurs d'innovation, les « *journalistes-influenceurs* » ou « *influenceurs-journalistes* » ne doivent pas négliger les principes fondamentaux de l'information.

Lisa RICQ pense qu'il ne s'agit pas de créer une opposition entre ces deux professions, mais plutôt de réfléchir à la façon dont elles pourraient se compléter mutuellement.

Les influenceurs incarnent la spontanéité et l'accessibilité, des qualités que recherchent les adolescents absentes des médias traditionnels.

En revanche, les journalistes disposent d'une compétence et d'une éthique essentielles pour transmettre une information de haute qualité, ce qui n'est pas le cas des influenceurs.

De plus, les informations diffusées sur les médias sociaux émanent également des utilisateurs de ces plateformes. L'article « comportement de partage d'informations non vérifié des utilisateurs sur les médias sociaux : le rôle de voies raisonnées et réactives sociales », rédigé en mai 2024 par Zequian ZHANG et Zhichao CHENG, apporte une explication à ce sujet.

Selon cet article, les plateformes de médias sociaux offrent aux utilisateurs une variété d'instruments pour partager des informations. Ainsi, les usagers de ces plateformes se sont progressivement transformés en créateurs de contenu, diffuseurs ou commentateurs de ce dernier.

Bien que cette pratique offre de nombreux avantages, elle présente tout de même certains risques à terme.

Selon cet article, les utilisateurs ont la possibilité de diffuser des informations non vérifiées, erronées ou incomplètes, pouvant provoquer un sentiment d'angoisse chez les lecteurs en fonction de la nature de l'information.

De plus, l'article « pourquoi partage-t-on des informations sur les réseaux sociaux » rédigé par Jean-Yves ALRIC le 21 juillet 2024 aborde la façon dont ces utilisateurs diffusent l'information.

Selon cet article, 50% des personnes qui ont diffusé une désinformation l'ont fait par inadvertance, 33% parce qu'elles croyaient que c'était une information véridique et 16% bien qu'elles sachent qu'il s'agit d'une fausse information, ont décidé de la partager quand même.

Ce point relatif à l'origine des sources d'informations des réseaux sociaux marque la fin de notre développement.

Conclusion

En conclusion de ce travail de recherche, il paraît intéressant de noter que les origines des informations utilisées par les adolescents sont multiples. En synthèse, retenons :

- Les sources traditionnelles comme la télévision, la radio ou les journaux ;
- Les réseaux sociaux avec parfois la participation des influenceurs ;
- L'intelligence artificielle qui apparaît plus récemment.

En lien avec la problématique : ***Pourquoi et comment les adolescents utiliseraient-ils les réseaux sociaux comme source d'information ?*** la recherche nous a montré que les réseaux sociaux occupaient une des places prépondérantes dans ce processus d'information des adolescents de nos jours. Plusieurs éléments expliquent pourquoi ces jeunes optent pour ce moyen d'informations :

- Leur quête de contenus correspondant à leurs intérêts,
- L'actualité instantanée de l'information,
- L'influence de leurs camarades et des communautés sur Internet.

L'engouement pour des formats plus visuels, interactifs et informels répond de plus à des exigences spécifiques en matière de rapidité et d'adaptation personnalisée de l'information.

En ce qui concerne la manière dont ils procèdent, nous avons pu voir que les adolescents ne se limitent pas à absorber passivement l'information. Ils participent de manière proactive, non seulement en choisissant et en distribuant des contenus, mais également en produisant et en publiant eux-mêmes des informations. Cette tendance peut être attribuée à la transformation des habitudes digitales et à l'interconnexion permanente. Cette dernière est rendue possible par les réseaux sociaux, où la démarcation entre émetteurs et récepteurs d'informations devient de plus en plus confuse.

En définitive, ces plateformes de réseaux sociaux se sont imposées comme des ressources indispensables pour les adolescents, non seulement pour leur vaste éventail d'informations instantanément disponibles, mais également du fait de l'aspect social et interactif qu'elles suscitent. Cependant, cette approche moderne de l'information soulève des questions cruciales, notamment sur la fiabilité des données, l'effet des fake news, et comment ces méthodes

influencent la perception du monde chez les plus jeunes. Ce constat peut entraîner une fatigue informationnelle chez les utilisateurs en l'occurrence chez les adolescents. Ce public cible, en construction de son identité, de son avenir et encore en développement physique, cherche des réponses à ses questions plus particulièrement sur ces nouveaux modes d'information. Il apparaît de ce fait qu'ils sont plus susceptibles d'être exposés à la désinformation.

Compte tenu du caractère éthique généré par ce questionnaire, il apparaît crucial de continuer à étudier ces phénomènes pour mieux guider les adolescents dans leur utilisation des réseaux sociaux et les alerter sur les problématiques de la désinformation. Cette réflexion peut faire l'objet d'une autre recherche.

Bibliographie

- Alric, J. (2024, 21 juillet). *Pourquoi partage-t-on des informations sur les réseaux sociaux ; ?* Presse-citron. https://www.presse-citron.net/pourquoi-partage-t-on-des-informations-sur-les-reseaux-sociaux/?utm_source=chatgpt.com
- Axess Groupe. (2024b, September 17). *Tout comprendre sur les algorithmes de vos réseaux sociaux préférés.* <https://www.axess.fr/blog/marketing-digital/tout-comprendre-sur-les-algorithmes-de-vos-reseaux-sociaux-preferes#:~:text=Tout%20d'abord%2C%20l',vous%20interagissez%20le%20plus%20fr%C3%A9quemment.>
- Balao, K. (s. d.). *Journalistes, comment se réorganiser face aux influenceurs | Réseau international des journalistes.* Réseau International des Journalistes. <https://ijnet.org/fr/story/journalistes-comment-se-r%C3%A9organiser-face-aux-influenceurs#:~:text=Se%20pose%20in%C3%A9vitablement%20pour%20les,de%20nouveaux%20acteurs%20du%20journalisme.>
- Bole-Richard, Y. (2024, July 22). *L'ère de l'instantané : comment internet modifie notre rapport au temps ?* <https://fr.linkedin.com/pulse/l%C3%A8re-de-linstantan%C3%A9-comment-internet-modifie-notre-au-bole-richard-5xy3e>
- CB News. (2025, 12 février). *Quand journalistes et influenceurs réinventent les règles du jeu médiatique - Image.* CB News. <https://www.cbnews.fr/tribune/image-quand-journalistes-influenceurs-reinventent-regles-du-jeu-mediatique-90649>
- Chronique-Super-Admin. (2022, 21 octobre). *Ces nouveaux médias qui se développent sur les réseaux sociaux.* Chronique Relations Publiques. <https://www.agence-chronique.com/ces-nouveaux-medias-qui-se-developpent-sur-les-reseaux-sociaux/>
- Décodeurs, L. (2019, April 12). *Six techniques pour vérifier une information sur un réseau social.* Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/04/12/six-techniques-pour-verifier-une-information-sur-un-reseau-social_5449052_4355770.html
- Elhajjioui, N. (2024, 25 octobre). *Influenceurs et adolescents : une relation qui façonne l& #8217 ; avenir des marques.* JUPDLC. <https://jai-un-pote-dans-la.com/influenceurs-adolescents-avenir-des-marques/>
- Eq, T. (2023, 27 avril). *Influenceurs : définition, objectifs et salaire - Réseaux Sociaux > Influences - E-marketing.fr.* <https://www.e-marketing.fr/>. <https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Influenceurs-304209.htm>
- Français, G. (2024, January 19). *Lutter contre les « fake news ».* info.gouv.fr. <https://www.info.gouv.fr/actualite/lutter-contre-les-fake-news>

- France 3 Grand Est. (2024, March 19). *Comment les jeunes s'informent : exemple avec des lycéens de seconde à Dieuze* [Vidéo].
YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xpIfVjx93VU>
- Gentina, E. (n.d.). *Twitter, Snapchat, TikTok, Brut. . . une nouvelle façon de s'informer pour les jeunes*. The Conversation. <https://theconversation.com/twitter-snapchat-tiktok-brut-une-nouvelle-facon-de-sinformer-pour-les-jeunes-171226>
- Huysman, M., & Da Fonseca, M. (2025, 13 mars). *Souffrez-vous de fatigue informationnelle ? Comprendre en trois minutes* [Vidéo]. Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/comprendre-en-3-minutes/video/2025/03/09/souffrez-vous-de-fatigue-informationnelle-comprendre-en-trois-minutes_6577394_6176282.html
- Intelligence artificielle, de quoi parle-t-on ?* (s. d.). CNIL. <https://www.cnil.fr/fr/intelligence-artificielle/intelligence-artificielle-de-quoi-parle-t-on>
- Jenik, C. (2018, June 18). *Infographie: L'instantanéité du contenu sur les réseaux sociaux*. Statista Daily Data. <https://fr.statista.com/infographie/14309/linstantaneite-du-contenu-sur-les-reseaux-sociaux/>
- La puberté (adolescence) : tout ce qu'il faut savoir*. (2024, November 6). <https://www.passeportsante.net/>. https://www.passeportsante.net/fr/Maux/Problemes/Fiche.aspx?doc=puberte_pm
- L'astuce du champion : Quand le p final ne se prononce pas*. (2024, 7 mai). [Vidéo]. <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/reseau-social/>
- L'info bousculée par l'intelligence artificielle | CLEMI*. (s. d.). <https://www.cleml.fr/ressources/ressources-pedagogiques/linfo-bousculee-par-lintelligence-artificielle>
- Nishikawa, A. (2024, 17 décembre). *Les influenceurs redéfinissent le journalisme : Stars et controverses*. Nss France. <https://www.nssmag.com/fr/lifestyle/39298/influenceurs-nouveaux-journalistes-controverse>
- Shimizu, I., & Afp. (2023, November 23). *S'informer sur les réseaux sociaux accroît les comportements à risque, selon une étude*. Libération. https://www.liberation.fr/societe/sante/sinformer-sur-les-reseaux-sociaux-accroit-les-comportements-a-risque-selon-une-etude-20231123_LBDRVVKU7BEL7GCSJQHIL77NA/
- Stephanie. (2020, June 25). *Médias et infos : savoir garder son esprit critique - SMERRA*. SMERRA. <https://smerra.fr/a8063-medias-infos-garder-son-esprit-critique>
- S'informer à l'ère numérique, le challenge relevé par les ados*. (n.d.). Orange. <https://bienvivreledigital.orange.fr/en-famille/nos-bonnes-pratiques/sinformer-a-lere-numerique-le-challenge-releve-par-les-ados.html>

Statista. (2024, October 29). *Proportion d'utilisateurs de réseaux sociaux par âge en France 2022*. <https://fr.statista.com/statistiques/480837/utilisation-reseaux-sociaux-france-age/>

Université Paris Cité - Service d'authentification - Loading Session Information. (n.d.). <https://shs-cairn-info.ezproxy.u-paris.fr/revue-l-autre-2019-1-page-23?lang=fr>

Université Paris Cité - Service d'authentification - Loading Session Information. (n.d.-b). <https://www-jstor-org.ezproxy.u-paris.fr/stable/1534716?sid=primo&origin=crossref&seq=25>

Université Paris Cité - Service d'authentification - Loading Session Information. (n.d.-c). <https://www-sciencedirect-com.ezproxy.u-paris.fr/science/article/pii/S0987798300801607>

Annexes

Questionnaire d'enquête

Bonjour, je suis étudiante en troisième année de BUT Carrières Sociales Parcours Animation Sociale et socioculturelle. En répondant à ce questionnaire, vous me permettrez d'enrichir mes recherches quant à la rédaction de mon mémoire de fin d'études.

...

Comment t'informes-tu sur l'actualité ?



☒ Cases à cocher

☐ Réseaux Sociaux

X

☐ Télévision

X

☐ Radio

X

☐ Internet

X

☐ Journaux

X

☐ Ajouter une option ou [ajouter "Autre"](#)

Obligatoire ☒

⋮

Combien de temps t'informes-tu par jour ? *

- ☐ 10 minutes
- ☐ 5 minutes
- ☐ 1 heure

Si tu t'informes sur les réseaux sociaux, vérifies-tu l'authenticité de l'information sur un site ? *

- ☐ Toujours
- ☐ Jamais
- ☐ Un peu

As-tu été sensibilisé sur les risques des réseaux sociaux ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non

Quel sujet d'actualité t'intéresse ? *

- ☐ Politique
- ☐ Économie
- ☐ Sportive
- ☐ Monde
- ☐ Autre...

...

Quel type de réseaux sociaux utilises-tu pour t'informer ? *

- ☐ Tik Tok
- ☐ Instagram
- ☐ X
- ☐ Meta
- ☐ Snapchat
- ☐ Autre...

Quel compte de chaîne de télévision consultes-tu sur les réseaux sociaux ?

- ☐ TF1
- ☐ BFMTV
- ☐ M6

Lequel de ces comptes connais-tu sur les réseaux ?

- ☐ Hugo Decrypte
- ☐ Élan média
- ☐ Brut
- ☐ Hamza

...

Sont-ils fiables selon-toi ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non

...

Penses-tu que les modes d'informations déjà existants pourraient disparaître ? *

- ☐ Oui
- ☐ Non