

INFORMER



Description sommaire

Informé correctement les jeunes représente aujourd'hui un défi en soi, non seulement en raison des changements de canaux de diffusion de l'information privilégiés par les jeunes, mais également, à l'ère des «fake news». d'assurer globalement une certaine qualité des informations qui sont véhiculées et reçues.

Selon l'institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire, les 18-24 ans montrent globalement un intérêt moins important que la moyenne des répondants aux nouvelles données par les moyens d'information traditionnel. 58% des 18/24 ans citent internet comme moyen d'information principal concernant l'actualité nationale et internationale; la télévision reste cependant le vecteur principal utilisé par les 18-24 ans (79%, contre 80% pour la moyenne de la population)

Une nouvelle enquête du CEFRIO démontre que les jeunes de 12 à 25 ans regardent beaucoup plus de contenus en ligne, que ce soit des émissions, des films, des séries, des vidéos ou des clips. Cette habitude fait partie intégrante de leur quotidien : 57 % des jeunes interrogés visionnent du contenu connecté tous les jours et ils y consacrent encore plus de temps lors des fins de semaine.



Objectifs principaux

- Rejoindre les jeunes
- Pousser la participation aux activités
- Déclencher des échanges
- Évaluer
- Générer des données
- Développer un sentiment citoyen



Les incontournables

- ★ Connaître la culture et la dynamique de son milieu jeunesse.
- ★ Impliquer l'ensemble des acteurs.
- ★ Utiliser les courroies de communication priorisées par les jeunes (réseaux sociaux).
- ★ Identifier les attentes et les résultats attendus.
- ★ Connaître les enjeux qui touchent les jeunes.
- ★ Impliquer les jeunes dans le processus dans une perspective "*impliquer et inspirer*".



Préparation

- ★ **Bien choisir le message:** l'axer sur la notion d'intérêt général, qui montre les impacts de l'action citoyenne sur l'ensemble de la société.
- ★ **Impliquer des jeunes dans la préparation:** les 15 à 34 ans s'impliquent notamment pour suivre l'exemple de leurs amis. Faire mobiliser des jeunes par des jeunes est donc stratégique, et permet de valoriser et de mettre à profit l'implication des jeunes.
- ★ **Identifier les relayeurs:** entamer le dialogue avec les institutions d'enseignement et les groupes jeunesse actifs localement. Les institutions d'enseignement représentent un excellent médium pour cibler les groupes qui pourrait être portés à participer à une consultation. Ils sont également d'excellent relayeurs d'informations.

Outils pour
INFORMER





Diffusion

- ★ Créer la page Facebook en ajoutant une description, photo et couverture de profil et les coordonnées pour contacter la MRC ou la municipalité.
- ★ Inviter les organismes communautaires reconnus, institutions et commission scolaires, maisons des jeunes, organismes jeunesse à partager et diffuser la page de la MRC (2 à 3 fois par semaine dans les trois premières semaines de diffusion, puis une fois par année).
- ★ Planifier vos publications à l'aide d'un calendrier de publication.

Conseils pour la diffusion

- ★ Identifier les acteurs dont vous parlez dans votre publication augmente la portée de votre publication, mais également la probabilité de partage et d'interaction.
- ★ Chacune de vos publications doit être conçue dans une optique de partage. Comme les publications simples ont peu de portée, chacune des vôtres devrait être jointe à un hyperlien partagé, des photos, une vidéo, un partage de statut, etc. De cette manière, vous vous assurez que vos publications soient vues.
- ★ Lier le site web de la MRC ou municipalité (s'il y a lieu) et la page Facebook, en ajoutant, par exemple, le fil Facebook sur le site web, ou en ajoutant les liens d'accès permet d'harmoniser vos moyens de communication avec les jeunes.
- ★ Utilisez votre page Facebook pour diffuser les informations que vous souhaitez partager aux jeunes, comme les nouveautés pour la MRC ou la municipalité, les nouveaux programmes, vos nouvelles actions et l'actualité régionale, le plus souvent possible. Bref, faire le relais de l'information sur votre page Facebook doit devenir un réflexe.



Matériel requis:

- ★ Boîte courriel centralisée (du type info@...)
- ★ Accès à Facebook
- ★ Calendrier de diffusion



Durée:

- ★ Environ quatre publications par semaine.



Exemple de bonne pratique

- ★ Création d'un prix du meilleur site ou blog de veille démocratique
- ★ Radio-Canada a lancé la plateforme Rad, qui présente de courts reportages vidéos. Souvent visionnés sur Facebook et Youtube, ils durent en moyenne cinq minutes et sont souvent montés de manière assez ludique.
- ★ Le forum jeunesse de l'Abitibi Témiscamingue a effectué en 2014 un tournée des écoles secondaires, organisant des présentations et des débats en lien avec les élections.
- ★ En France, afin de « réduire la fracture entre jeunesse et politique », les conseillers jeunes d'Annonay ont animé un café-débat avec des jeunes de 13 à 17 ans sur le thème de la politique et de l'engagement.
- ★ Création de pages Facebook et compte Twitter par les villes, les MRC et les municipalités pour rejoindre les jeunes directement sur les réseaux qu'ils privilégient.