



ICRML
Institut canadien
de recherche
sur les minorités
linguistiques

CIRLM
Canadian Institute
for Research
on Linguistic
Minorities

Littératie et citoyenneté numériques chez les jeunes d'expression française en milieu minoritaire au Canada

**Comment lutter contre la désinformation
et la propagande en ligne?**

Rapport de recherche →

*Sylvain St-Onge, Anne Robineau, Josée Guignard Noël
avec la collaboration de Sylvain Bédard et Daniel Boutin*



Ce projet a été réalisé grâce au financement du gouvernement du Canada dans le cadre du programme de contributions en matière de citoyenneté numérique de Patrimoine canadien.

ISBN - 978-1-926730-89-9

© Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques/

Canadian Institute for Research on Linguistic Minorities

18, avenue Antonine-Maillet, Maison Massey

Université de Moncton, Campus de Moncton

Moncton (Nouveau-Brunswick), Canada E1A 3E9

Téléphone : 506 858-4669

Site Web : www.icrml.ca

Dépôt légal : 1^e trimestre 2023

Bibliothèque et Archives Canada

Plusieurs personnes ont contribué à la réalisation de ce projet. Nos remerciements vont aux personnes qui ont participé aux groupes de discussion et aux jeunes qui ont répondu au sondage. Nous tenons à remercier le Groupe de travail Jeunes et recherche 2022 pour leur collaboration à l'élaboration de nos outils d'enquête.

Le groupe était formé d'Audrey Gagnon (Nouveau-Brunswick), Jacqueline Sirois (Nouveau-Brunswick), Pascale Rioux (Nouveau-Brunswick), Raymonde Lonla (Nunavut)

Mise en page : Azure René de Cotret

Révision linguistique : Monique Arsenault

Partenaires du projet :

Alliance des radios communautaires (ARC)

Association canadienne d'éducation de langue française (ACELF)

Association des collèges et universités de la francophonie canadienne (ACUFC)

Comité du Consortium du français langue première (CCFLP)

Commissariat aux langues officielles

Commission nationale des parents francophones (CNPf)

Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF)

Ministère de l'Éducation et du développement de la petite enfance du Nouveau-Brunswick

Réseau pour le développement de l'alphabétisme et des compétences (RESDAC)

Un merci spécial à nos collaboratrices et à nos collaborateurs scolaires :

District scolaire francophone sud (NB)

District scolaire francophone du Nord-Est (NB)

District scolaire francophone du Nord-Ouest (NB)

Conseil scolaire acadien provincial (NS)

Commission scolaire de langue française (PE)

Conseil scolaire francophone provincial (NL)

Conseil scolaire de district catholique des Aurores boréales (ON)

Conseil scolaire Catholique du Nouvel-Ontario (ON)

Conseil scolaire catholique Franco-Nord (ON)

Conseil scolaire Viamonde (ON)

Conseil des écoles catholiques du Centre-Est (ON)

Conseil des écoles publiques de l'Est de l'Ontario (ON)

Commission scolaire franco-manitobaine (MB)

Conseil scolaire fransaskois (SK)

Conseil scolaire Centre-Est (AB)

Conseil scolaire FrancoSud (AB)

Conseil scolaire Centre-Nord (AB)

Conseil scolaire francophone de la Colombie-Britannique (BC)

Commission scolaire francophone des Territoires du Nord-Ouest (NT)

Commission scolaire francophone du Yukon (YT)

Et postsecondaires :

Aux associations étudiantes des universités et campus francophones et bilingues du Canada.

Bureau des affaires francophones et francophiles

Campus Saint-Jean

Collège Boréal

Collège de l'Île

La Cité universitaire francophone

Université de Moncton

Université Sainte-Anne

Université Saint-Boniface

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
Objectifs de l'étude	2
Pertinence de la recherche	3
Contexte du sujet de l'étude	4
Plan du rapport	6
1. Revue de littérature sur la littératie et la citoyenneté numériques	7
1.1. La littératie numérique chez les jeunes : compétences et usages de l'Internet et des médias sociaux	7
1.1.1 La spécificité des jeunes des CFSM : stimuler le choix de la langue française et des cultures francophones	7
1.1.2 Une consommation médiatique principalement en anglais chez les jeunes des CFSM	9
1.1.3 Définitions de littératie numérique : des compétences transversales mobilisant plusieurs types de savoir (utiliser, comprendre, créer)	10
1.1.4 L'éducation à la citoyenneté numérique	12
1.2 Le phénomène de désinformation en ligne : caractéristiques et stratégies pour s'en prémunir	14
1.2.1 L'usage du numérique, la désinformation et les jeunes	18
1.2.2 Rôle de l'école	18
1.2.3 Les ressources pédagogiques d'HabiloMédias :	21
1.2.4 L'Agence Science-Pressé :	22
2. Méthodologie	24
2.1 Les instruments de mesure	24
2.2 La collecte de données	24
2.3 Profil des répondantes et répondants (sondage)	25
2.4 Profil des répondantes et répondants (groupes de discussion)	26
2.5 Limites méthodologiques	26
3. Analyse descriptive des données du sondage	27
3.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique des répondantes et des répondants	27
3.2 Insécurité linguistique et isolement social	42

3.3 Accès à l'Internet et usage	45
3.4 Activité en ligne	50
3.5 Cyberdépendance	57
3.6 Littératie numérique	60
3.7 Littératie médiatique	63
3.8 Confiance relative aux sources d'information	65
3.9 Comportement en ligne	71
4. Comparaison des jeunes selon la région de résidence	75
4.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon le lieu de résidence	75
4.2 L'insécurité linguistique et l'isolement social selon le lieu de résidence	86
4.3 Accès à l'Internet et son usage selon la région de résidence	89
4.4 Activité en ligne selon le lieu de résidence	90
4.5 Cyberdépendance selon le lieu de résidence	96
4.6 Littératie numérique selon le lieu de résidence	96
4.7 Littératie médiatique selon le lieu de résidence	99
4.8 Confiance relative aux sources d'information selon le lieu de résidence	99
5. Comparaison des jeunes selon le genre	104
5.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon le genre	104
5.2 Insécurité linguistique et isolement social selon le genre	106
5.3 Accès à l'Internet et son usage selon le genre	109
5.4 Activité en ligne selon le genre	109
5.5 Cyberdépendance selon le genre	120
5.6 Littératie médiatique selon le genre	121
5.7 Comportements en ligne selon le genre	122
6. Comparaison des jeunes selon le niveau de scolarité	124
6.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon le niveau de scolarité	124
6.2 Cyberdépendance et isolement social selon le niveau de scolarité	130
6.3 Accès et usage d'Internet selon le niveau de scolarité	132
6.4 Activité en ligne selon le niveau de scolarité	135
6.5 Cyberdépendance selon le niveau de scolarité	145
6.6 Littératie numérique selon le niveau de scolarité	146
6.7 Littératie médiatique selon le niveau de scolarité	147

6.8 Confiance relative aux sources d'information selon le niveau de scolarité	148
7. Comparaison des jeunes selon la langue maternelle	153
7.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon la langue maternelle	153
7.2 Insécurité linguistique et isolement social selon la langue maternelle	160
7.3 Accès et usage d'Internet selon la langue maternelle	164
7.4 Cyberdépendance selon la langue maternelle	165
7.5 Littératie numérique selon la langue maternelle	166
7.7 Littératie médiatique selon la langue maternelle	167
7.8 Confiance relative aux sources d'information selon la langue maternelle	168
8. Synthèse des groupes de discussion	170
8.1 Groupe de discussion avec les jeunes	170
8.1.1 Connaissance du phénomène de désinformation en ligne	170
8.1.2 Internet, médias sociaux et emploi du temps des jeunes	172
8.1.3 Attentes par rapport à celles et ceux qui souhaitent conscientiser les jeunes face à la désinformation en ligne	174
8.2 Groupe de discussion avec les parents	175
8.2.1 Connaissance du phénomène de désinformation en ligne	175
8.2.2 Internet, médias sociaux et emploi du temps	175
8.2.3 Outils pour éduquer ou accompagner les jeunes dans la recherche d'informations en ligne	177
8.3 Groupe de discussion avec les enseignantes et les enseignants	178
8.3.1 Changement relatif à l'enseignement et l'utilisation des TIC en salle de classe	178
8.3.2 Connaissance du phénomène de désinformation en ligne	179
8.3.3 Expériences et défis en classe	182
8.4 Analyse des groupes de discussion	184
8.4.1 Sécurité, comportements en ligne, dépendance et stratégies	184
8.4.2 Le français en ligne	185
8.4.3 Des attentes de part et d'autre	185
Conclusion	187
Références	190
Annexe I	195

A1 Comparaison selon les régions _____	195
A1.1 Profil des répondantes et des répondants _____	195
A1.2 Accès à Internet et son usage _____	197
A1.3 Fréquence d'utilisation des médias sociaux _____	200
A1.4 Cyberdépendance selon la région de résidence actuelle _____	208
A1.5 Littératie numérique _____	210
A1.6 Littératie médiatique _____	214
A1.7 Confiance à l'égard des sources d'information _____	215
A1.8 Comportements en ligne _____	218
A1.9 Comportement à l'égard de la désinformation _____	221
A1.10 Confiance à l'égard des sources d'information _____	224
A2 Comparaison selon le genre _____	228
A2.1 Littératie numérique _____	228
A2.2 Compétences médiatiques _____	230
A2.3 Bilinguisme _____	232
A2.4 Désinformation _____	233
A2.5 Confiance relative aux sources d'information _____	233
A2.6 Appartenance à un ou des groupes en ligne _____	236
A2.7 Comportements en ligne _____	236
A2.8 Confiance à l'égard des sources d'information _____	238
A2.9 Mentalité complotiste _____	240
A2.10 Confiance relative aux informations en français _____	242
A2.11 Confiance relative aux informations en anglais _____	242
A2.12 Confiance relative aux informations publiées en ligne _____	243
A3 Comparaison selon le niveau de scolarité _____	246
A3.1 Emploi _____	246
A3.2 Langue la plus souvent parlées dans diverses situations _____	247
A3.3 Indicateurs d'identité _____	248
A3.4 Insécurité linguistique _____	249
A3.5 Isolement social _____	250
A3.6 Accès à Internet _____	251
A3.7 Accès à la technologie _____	251

A3.8 Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence _____	252
A3.9 Utilisation des médias sociaux _____	254
A3.10 Comportements en ligne _____	255
A3.11 Cyberdépendance _____	259
A3.12 Apprentissage de nouveaux appareils et logiciels numériques _____	261
A3.13 Bilinguisme _____	265
A3.14 Confiance relative aux sources d'information _____	266
A3.15 Appartenance à un ou des groupes en ligne _____	268
A3.16 Comportements en ligne _____	268
A3.17 Désinformation en ligne _____	271
A3.18 Mentalité complotiste _____	272
A3.19 Confiance relative aux informations en français _____	273
A3.20 Confiance relative aux informations en anglais _____	274
A3.21 Confiance à l'égard des informations partagées en ligne _____	274
A4 Comparaison selon la langue maternelle _____	276
A4.1 Pronom utilisé _____	276
A4.2 Emploi _____	277
A4.3 Langue maternelle _____	277
A4.4 Langue la plus souvent parlée _____	278
A4.5 Indicateur d'identité _____	279
A4.6 Accès à Internet _____	281
A4.7 Utilisation d'Internet _____	282
A4.8 Accès à la technologie _____	282
A4.9 Utilisation des médias sociaux selon la langue maternelle _____	285
A4.10 Fréquence des activités pratiquées en ligne _____	290
A4.11 Cyberdépendance _____	290
A4.12 Apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels _____	292
A4.13 Bilinguisme _____	297
A4.14 Confiance relative aux sources d'information _____	298
A4.15 Appartenance à un ou des groupes en ligne _____	301
A4.16 Comportements en ligne _____	301
A4.17 Confiance à l'égard des sources d'information _____	304

A4.18 Mentalité complotiste _____	306
A4.19 Confiance relative aux informations publiées en ligne _____	307
Annexe II _____	312
Annexe III _____	318

INTRODUCTION

L'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (ICRML) s'est engagé à réaliser, en collaboration avec ses partenaires, des travaux de recherche pertinents pouvant appuyer les diverses intervenantes et les divers intervenants des minorités de langue officielle, ainsi que les gestionnaires des politiques publiques en matière linguistique. L'équipe de l'ICRML a pour objectif d'obtenir une meilleure compréhension des enjeux prioritaires qui concernent les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) en mettant l'accent sur la situation minoritaire de ces communautés. L'enjeu qui sous-tend l'ensemble des travaux de recherche de l'ICRML concerne le maintien, le développement, l'épanouissement ou la vitalité des CLOSM. Les axes et les thèmes de recherche de l'ICRML reflètent et balisent ses activités de recherche. L'ICRML aborde les questions relatives aux CLOSM dans les divers secteurs d'activité qui les composent (p. ex. : santé, éducation, économie, arts et culture, médias) et concernant les divers groupes de la population (les jeunes, les aînées et les aînés, les femmes et la population immigrante). Les activités de recherche de l'ICRML portent sur 1) les populations vivant en situation minoritaire, 2) le développement des communautés, 3) la politique, l'influence et la gouvernance, 4) les droits linguistiques, la reconnaissance des CLOSM et la légitimité de leurs demandes et 5) la mémoire, l'identité et la diversité.

Depuis plusieurs années, la question du numérique devient transversale à l'ensemble des activités de l'ICRML. Elle soulève aussi de nouveaux enjeux peu documentés dans la francophonie canadienne (hors Québec) sur la citoyenneté numérique. Dans le cadre de cette recherche, l'ICRML a mené une enquête auprès des jeunes d'expression française issus des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM). Le but était de mieux comprendre l'usage qu'ils font d'Internet et des médias sociaux dans le contexte social actuel marqué par la désinformation et la propagande en ligne. Plus précisément, le projet a porté sur la littératie et la citoyenneté numériques chez les jeunes des CFSM âgés de 16 à 25 ans qui fréquentent une école secondaire ou une institution postsecondaire (universités, collèges) de la francophonie canadienne.

Objectifs de l'étude

Afin d'atteindre les objectifs du programme de contribution en matière de citoyenneté numérique, le projet avait pour objectifs :

1. De présenter une revue de littérature sur les ouvrages récents portant sur l'intensité de l'usage d'Internet et les risques de cyberdépendance, la diversité de l'usage d'Internet chez les jeunes et les compétences numériques et médiatiques, la place accordée à la pensée critique, ainsi qu'une définition de la littératie numérique;
2. De broser un portrait statistique des usages que les jeunes font de l'Internet pour s'informer ou transmettre de l'information à leurs pairs;
3. De présenter, lors d'un webinaire, les résultats préliminaires de la recherche et de proposer des pistes de réflexion à un ensemble d'actrices et d'acteurs et de partenaires des CFSM qui ont à cœur la lutte contre la désinformation en ligne : Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF), Association des collèges et universités de la francophonie canadienne (ACUFC), Commission nationale des parents francophones (CNPF), Association canadienne de l'Éducation de langue française (ACELF), Alliance des radios communautaires du Canada, Commissariat aux langues officielles et le Comité du Consortium du français langue première (CCFLP).

Ce rapport présente donc des données probantes (quantitatives et qualitatives) sur le comportement des jeunes quant à leur utilisation de l'information sur Internet. Les organismes communautaires, le personnel enseignant et les gestionnaires de politiques publiques des CLOSM pourront s'appuyer sur ce rapport pour continuer leur réflexion sur leurs propres stratégies, activités pédagogiques et outils de lutte contre la désinformation en ligne. Avec ce rapport, l'équipe du projet souhaite contribuer aux connaissances permettant de renforcer la littératie médiatique chez les jeunes dans la francophonie canadienne et leurs capacités d'analyse devant la diversité des sources d'informations auxquelles elles et ils sont exposés sur Internet.

Pertinence de la recherche

Dans la francophonie canadienne¹, 16,7 % des personnes qui connaissent le français sont des jeunes âgés de 15 à 24 ans (Statistique Canada, 2022). C'est donc une proportion importante de la population qui est susceptible de consommer et de diffuser de l'information en français sur Internet et les médias sociaux. Plusieurs études montrent que la consommation de l'Internet dans la population est en constante augmentation et en particulier chez les jeunes qui s'informent de plus en plus via les médias sociaux. On le constate dans le Digital News Report (DNR), une enquête internationale avec un volet canadien qui s'intéresse aux pratiques et aux perceptions des consommatrices et des consommateurs d'information relativement au numérique. Certaines pratiques chez les jeunes mériteraient plus d'attention de la part de la communauté scientifique, notamment si l'on prend compte du fait « qu'à 60 %, les 18-24 ans s'avèrent un peu moins susceptibles que le reste de la population canadienne de s'inquiéter de la distinction entre le vrai et le faux sur le Web. De la même manière, les francophones, aussi à 60 %, s'en préoccupent dans une proportion moindre que les anglophones, à 67 % (figure 2) » (Brin *et al.*, 2020, p. 5). Dans ce contexte, il est important de comprendre le rôle de l'Internet, des médias sociaux et des technologies numériques en général chez les jeunes pour savoir quand, comment et dans quelle(s) langue(s) elles et ils s'informent. Il est donc intéressant d'explorer le lien entre l'usage des nouvelles technologies en français, les compétences linguistiques et la construction identitaire des jeunes lorsqu'elles et ils diffusent ou consomment de l'information en ligne. Leur usage des technologies peut varier s'ils les utilisent à l'école ou à la maison, et donc participer à différents aspects de l'information et la désinformation en ligne selon que les jeunes sont encadrés ou pas.

¹ Au Canada hors Québec.

Contexte du sujet de l'étude

Dans cette partie, nous souhaitons présenter plus en détail le contexte du sujet de l'étude. Autrement dit, nous exposons certains aspects qui, dès le départ, sont à l'origine de notre questionnement sur le phénomène de la désinformation en ligne chez les jeunes des communautés francophones en situation minoritaire. Ces aspects sont liés à des enjeux d'accès et de compétences en littératie numérique, mais aussi à des processus de construction identitaire des jeunes dans l'espace francophone et dans l'espace numérique. Ces différents aspects nous ont également servi à établir une liste de références pertinentes pour approfondir notre sujet. Une synthèse des principaux concepts issus de ces références est proposée dans la revue de littérature.

Certaines études sur la culture numérique chez les jeunes suggèrent que l'usage des technologies fait partie du « processus de construction de soi et identitaire » (Yagoubi, 2020, p. 17) et montrent certains décalages entre les usages à l'école qualifiés de plus collaboratifs et supervisés par le personnel enseignant et les usages à l'extérieur de celle-ci qui sont alors plus socioculturels et liés au divertissement. On parle alors de « dissonance numérique ». C'est surtout dans le deuxième contexte, celui du divertissement, que les jeunes peuvent être exposés à une désinformation en ligne, et dans le pire des cas, adhérer à des théories complotistes qui menacent les démocraties. Une étude menée par Marie Ève Carignan et une équipe de l'Université de Sherbrooke a montré que les jeunes adhèrent plus facilement aux théories du complot et font moins confiance aux autorités publiques : « Seulement 26,6 % des 18 à 44 ans affirment faire confiance aux autorités, contre 40,6 % des plus de 65 ans » (Yates, 2020).

Dans la francophonie canadienne, la problématique de l'accès à de l'information fiable s'ajoute à celle sur l'accès à de l'information en français. Une étude récente sur les comportements vis-à-vis les médias menée par St-Onge (2021) a montré que même dans les régions comportant plus de 90 % de francophones, les jeunes d'expression française des écoles secondaires au Nouveau-Brunswick ont été exposés aux médias dans les deux langues pendant leur enfance. Cette tendance se transpose par un usage surtout anglo-dominant des médias pendant leur adolescence. D'ailleurs, l'engouement pour les médias sociaux est indéniable : 94 % de ces jeunes utilisent un téléphone intelligent quotidiennement, et 60 % y passe plus de 2 heures par jour pendant une journée typique d'école. La popularité des médias sociaux porte à réfléchir, notamment lorsque l'usage que les jeunes en font est fortement dominé par l'anglais. En revanche, les médias les plus consommés en français sont les médias écrits, mais très peu en font usage (68 % ne lisent pas de journaux). Donc, il ne faut pas supposer que l'accès à de l'information légitime en français soit synonyme d'une

grande consommation d'informations chez les jeunes. Cela montre aussi que la consommation des médias sociaux comme source de divertissement est importante chez ces jeunes.

Par ailleurs, les tests PISA mesurent régulièrement les compétences numériques des élèves. Les résultats de ces tests suggèrent que le milieu éducatif renforce la littératie numérique des élèves pour qu'ils développent leurs compétences et leur esprit critique afin d'identifier, entre autres, les formes d'information. Dans les communautés francophones en situation minoritaire (CFSM), il existe déjà dans les programmes éducatifs des modèles de continuum de développement de la littératie en TIC. Cela fait référence à : « une utilisation responsable, éthique et sécuritaire des TIC pour réfléchir, à titre de citoyens du monde, de façon critique et créative en matière d'information et de communication » (Gouvernement du Manitoba, s.d.).

Les différents aspects qui viennent d'être soulevés nous ont conduits à formuler plusieurs questions de recherche :

- 1) Comment les jeunes utilisent-ils l'Internet et les médias sociaux pour s'informer ou transmettre de l'information en ligne? Dans le contexte des CFSM, dans quelle(s) langue(s) le font-elles et ils? Quelles sont leurs principales sources d'information? Quel(s) équipement(s) possèdent-elles et ils en termes de technologies numériques? L'accès ou non à ces équipements crée-t-il des inégalités dans l'exposition à une diversité de sources d'information?
- 2) Quelles sont les sources, les actrices et les acteurs (personnel enseignant, famille, communauté) qui les influencent dans leurs choix de consommation d'information en ligne?
- 3) Existe-t-il déjà des pratiques ou des programmes pour lutter contre la désinformation en ligne au Canada ou ailleurs, en particulier en français ou dans des contextes linguistiques minoritaires et qui s'adressent spécifiquement aux jeunes? Quels sont les indicateurs qui peuvent mesurer le succès de ces pratiques et programmes?
- 4) Comment faire en sorte que les résultats de recherche puissent donner lieu à des stratégies, des activités pédagogiques ou d'autres moyens qui favoriseront la lutte contre la désinformation en ligne?

Plan du rapport

En première partie de ce rapport, nous présentons une revue de littérature des publications pertinentes à la théorisation de notre problématique et à la construction de nos outils de collecte de données. Dans cette partie, nous faisons état de recherches sur les usages et les compétences numériques chez les jeunes, et de quelques études en particulier menées auprès des jeunes des CFMS. Nous abordons aussi différentes approches et définitions de la littératie et de la citoyenneté numériques dans le but de délimiter la définition de littératie médiatique qui est priorisée dans ce rapport. Ce qui nous conduit à traiter plus spécifiquement des études en lien avec la désinformation en ligne et de certaines stratégies liées à l'éducation aux médias et à l'information.

En deuxième partie, nous expliquons notre démarche méthodologique qui s'appuie sur l'administration d'un sondage (Voir Annexe II) et la tenue de groupes de discussion avec trois populations cibles : des jeunes, des parents et des enseignantes et enseignants des CFMS. Nous procédons ensuite à l'analyse des données quantitatives du sondage. Celles-ci mesurent entre autres les compétences numériques croisées avec des variables linguistiques chez les jeunes, l'usage des médias sociaux, la confiance envers les informations en ligne et les sources qui les partagent.

Dans les parties trois à sept, nous avons souhaité approfondir notre analyse des données du sondage en proposant une analyse comparative selon plusieurs variables : le lieu de résidence, le genre, le niveau de scolarité et la langue maternelle. L'objectif était de savoir si certaines tendances ou comportements en ligne se distinguaient en fonction de la prévalence d'une de ces variables.

La huitième partie est consacrée à la présentation de la synthèse des groupes de discussion. Elle vient compléter le portrait quantitatif des usages numériques des jeunes en offrant des pistes de réflexion sur les comportements des jeunes, leurs craintes et leurs aspirations quant au phénomène de désinformation en ligne.

1. REVUE DE LITTÉRATURE SUR LA LITTÉRATIE ET LA CITOYENNETÉ NUMÉRIQUES

Notre projet est au carrefour de plusieurs problématiques et mobilise différents champs d'expertise. D'une part, nous cherchons à connaître les compétences en littératie numérique chez les jeunes des CFMS, mais aussi leurs usages de l'Internet et des médias sociaux. D'autre part, nous désirons comprendre comment le phénomène de désinformation en ligne peut affecter les jeunes et s'il existe des moyens ou des stratégies pour lutter efficacement contre ce phénomène. À cela s'ajoute un aspect important de notre sujet d'étude, à savoir comment ces problématiques évoluent dans le contexte linguistique francophone en situation minoritaire. Sur cet aspect, nous sommes plus particulièrement intéressés à la façon dont les jeunes des CFMS s'approprient l'espace numérique et développent leurs compétences médiatiques et informationnelles en français. Sans être exhaustive, notre revue de littérature couvre donc, sous différents angles, l'importance que revêt aujourd'hui la littératie numérique dans un contexte de désinformation.

1.1. La littératie numérique chez les jeunes : compétences et usages de l'Internet et des médias sociaux

Avant de décrire certaines études menées sur la littératie numérique chez les jeunes, nous aimerions rappeler en quoi être jeune en milieu minoritaire francophone comporte certaines spécificités en termes d'identités sociolinguistiques et d'accès à des contenus culturels en français. Nous aborderons ensuite les définitions de littératie et de citoyenneté numériques.

1.1.1 La spécificité des jeunes des CFMS : stimuler le choix de la langue française et des cultures francophones

Dans leur étude sur la participation en ligne des jeunes en Ontario français, Cotnam-Kappel et Woods (2020) analysent les compétences numériques mobilisées par les jeunes lors d'interactions en ligne. Elles constatent, entre autres, le peu de place qui est faite au français dans ces interactions et plaident pour l'élaboration de politiques publiques et de curriculums intégrant le développement de la littératie numérique des jeunes dans les écoles de langue française de l'Ontario. Bien que leur étude soit circonscrite à l'Ontario, certaines problématiques pourraient se retrouver ailleurs

dans la francophonie canadienne. Par exemple, les chercheuses rappellent que la francophonie en Ontario est loin d'être homogène et que la diversité culturelle fait en sorte que les jeunes sont souvent bilingues, voire plurilingues. Cette situation peut être observée dans d'autres provinces et territoires au Canada. Parler la langue française et participer à la vitalité d'une communauté francophone relèvent donc d'un choix qu'il faut stimuler y compris dans l'espace numérique. Dans cet espace, l'école, entre autres, a un rôle à jouer pour offrir des opportunités de développer à la fois des compétences numériques en français et un sentiment d'appartenance aux cultures francophones du Canada :

Dans ce contexte, le sentiment d'appartenance à la francophonie n'est pas automatique et chaque élève doit en faire le choix (Gérin-Lajoie, 2012), raison pour laquelle les écoles doivent œuvrer continuellement pour créer les conditions favorables pour amener les jeunes à vouloir s'engager dans la communauté francophone (Cavanagh *et al.*, 2016, p. 23; Cotnam-Kappel et Woods, 2020, p. 146).

Ainsi, choisir le français et la francophonie même si la personne est francophone ou bilingue est une caractéristique de la vie en situation linguistique minoritaire au Canada qui distingue les jeunes des CFMS de ceux vivant en contexte majoritairement francophone comme au Québec. Or, Cotnam-Kappel et Woods (2020) font remarquer que la plupart du contenu en ligne est en anglais. Et quand il est en français, il provient surtout de milieux majoritaires francophones dans lesquels les jeunes des CFMS se reconnaissent moins, car il ne témoigne pas vraiment de leur réalité culturelle et de leurs expériences. En somme, il manque de contenus numériques en français produits par et pour les CFMS, en particulier des contenus destinés aux jeunes qui pourraient alors favoriser une meilleure littératie numérique chez eux. De ce fait, Cotnam-Kappel et Woods (2020) accordent une importance accrue au contexte socioculturel qui module l'appropriation des technologies numériques chez les jeunes.

Cette importance donnée au contexte socioculturel rejoint l'approche de la sociologue Amina Yagoubi dans sa récente étude au Québec. La chercheuse a enquêté sur l'accès des jeunes au numérique, leurs usages, leurs compétences et leurs représentations de l'Internet et des réseaux sociaux en mettant toutefois l'accent sur la question de la fracture numérique. Yagoubi (2020) situe son approche théorique autour de la « compréhension des identités sociales juvéniles » :

(...) nous prenons en compte le rôle que jouent des variables socioculturelles dans l'appropriation du numérique (Collin et Karsenti, 2013). C'est pourquoi parler des cultures et des pratiques numériques des jeunes demande que nous nous intéressions de près à la manière dont ils s'adaptent aux nouveaux

outils numériques en considérant leurs perceptions, leurs capacités de subjectivation et leurs stratégies d'action (Touraine, 1978; Dubet, 1994). En sociologie de l'éducation par exemple, les auteurs traitent de plus en plus de la subjectivité des élèves, de leur réflexivité et du sens qu'ils donnent à leurs apprentissages (Dubet, 2002). En nous appuyant sur différentes théories, nous visons la compréhension de la construction des identités sociales juvéniles (Dubar, 1991; Dubet, 1993) et, plus particulièrement, des identités numériques juvéniles (Yagoubi, 2020, p. 33).

L'approche de Yagoubi (2020) concernant les identités numériques juvéniles est très proche de celle que nous utilisons dans notre étude. En voulant cerner les habitudes des jeunes concernant les outils numériques et leurs comportements face à la désinformation en ligne, nous avons choisi plusieurs variables socioculturelles et sociolinguistiques qui sont aussi celles servant à définir des identités culturelles et sociolinguistiques (genre, âge, géographie, niveau de scolarité du jeune, niveau de scolarité des parents/éducateurs, langue). Le but est de mettre des caractéristiques sociales en lien avec des types d'usages du numérique et de partage de contenus en ligne et de dégager ainsi certaines tendances.

1.1.2 Une consommation médiatique principalement en anglais chez les jeunes des CFMS

Cette propension à consommer plutôt du contenu médiatique en anglais en ligne plutôt qu'en français a aussi été observée par St-Onge (2021) chez des élèves inscrits dans les écoles secondaires francophones au Nouveau-Brunswick. Les résultats montrent que les jeunes priorisent un usage surtout en anglais des médias, et ce, peu importe le lieu de résidence (ou la proportion de francophones, dans une région donnée). L'usage de l'anglais est reflété entre autres dans les médias numériques (Internet, téléphone intelligent, tablette, ordinateur, film, série, réseaux sociaux, musique), alors que le français fait meilleure figure dans la consommation des médias traditionnels tels que la presse écrite. D'ailleurs, parmi la liste des 18 médias, seule la lecture de livres se fait plus souvent en français qu'en anglais. Dans son étude sur l'influence des médias comme source de vitalité sur les vécus langagiers et le développement psycholangagier chez les élèves des écoles secondaires francophones du Nouveau-Brunswick, St-Onge (2021) remarque aussi que l'attraction sociale de l'anglais dans l'usage des médias coïncide avec l'accès au numérique et son expansion. De plus, cet usage anglicisé des médias, entre autres des médias numériques, augmente à mesure que l'élève vieillit et devient de plus en plus indépendant dans sa consommation médiatique.

Si les jeunes des CFMS consomment beaucoup de contenus en ligne en anglais et interagissent très souvent en anglais sur les réseaux sociaux, cela nous fait nous interroger sur le développement de leurs compétences numériques en français. Les compétences que ces jeunes acquièrent par autoapprentissage en anglais sont-elles toutes transférables en français? Ces compétences peuvent-elles leur servir à mieux se préparer à identifier la désinformation ou d'autres formes de préjudices en ligne? Quelles sont ou devraient être ces compétences? Pour y répondre, il faut revenir sur ce qui définit la littératie numérique.

1.1.3 Définitions de littératie numérique : des compétences transversales mobilisant plusieurs types de savoir (utiliser, comprendre, créer)

Dans la littérature scientifique, il existe plusieurs définitions de littératie numérique ainsi que plusieurs désignations telles que « littératie informationnelle et médiatique », « alphabétisation numérique » et plusieurs autres. Afin de mieux comparer les multiples définitions de la littératie numérique, nous recommandons de se référer à Landry (2017). Dans l'étude de Yagoubi (2020) citée précédemment, la sociologue qui passe en revue plusieurs définitions s'est arrêtée sur celle diffusée par l'organisme canadien HabiloMédias. Selon leur définition, la littératie numérique renvoie à :

une multitude de compétences transversales, allant du simple accès, en passant par la conscientisation et la formation pour informer les citoyens [...] pour atteindre des littératies et des productions hautement spécialisées et faisant appel à une créativité aussi complexe qu'exigeante. On note une progression naturelle des compétences fondamentales vers des niveaux plus élevés de création et de production. Toutefois, cette progression [...] se forge en fonction des besoins individuels. (Steeve, 2014, p. 1-2; Yagoubi, 2020, p. 32)

À la définition de ce modèle de littératie numérique proposé par HabiloMédias s'ajoutent trois axes : utiliser, comprendre et créer.

UTILISER (savoir-faire) : compétences techniques et usage d'outils technologiques, par exemple des logiciels, Internet, naviguer sur le Web, moteurs de recherche, écrire un courriel, etc.;

COMPRENDRE (savoir-assimiler) : compétences essentielles pour utiliser les nouvelles technologies et les informations sur Internet de manière éclairée, critique et réflexive. Cette dimension fait appel à la communication, la collaboration, la résolution de problème...;

CRÉER (savoir-créer) : compétences en production de contenus avec des outils et des médias numériques, capacité à bien utiliser les médias numériques, créer et partager des images, de l'audio et des vidéos; participer à des jeux et des forums, des blogues, des wikis, etc. (Yagoubi, 2020, p. 33)

Quant aux chercheuses Cotnam-Kappel et Woods (2020), elles parlent de littératie numérique au pluriel et définissent alors les littératies numériques comme :

(...) un ensemble de compétences, de stratégies et de dispositions nécessaires pour 1) lire, comprendre et évaluer des textes numériques; 2) pour modifier, remixer et créer des textes numériques; et 3) pour communiquer ses idées au moyen de diverses plateformes en fonction d'objectifs et de publics variés. (Cotnam-Kappel et Woods, 2020, p. 148; Dupl  a, 2011; Hagerman, 2017; Lankshear et Knobel, 2008; Leu *et al.*, 2019; Spires *et al.*, 2012)

Elles s'appuient également sur la théorie des nouvelles littératies à deux niveaux de Leu et al. (2019) pour élaborer le cadre conceptuel qui a servi à leur étude citée plus haut. Cette théorie est intéressante car, en plus de reprendre des éléments semblables à la définition d'Habilo-Médias, elle inclut non seulement les apprenants du numérique, mais aussi les acteurs qui développent les compétences en littératie numérique chez les jeunes, en l'occurrence le personnel enseignant :

(...) une théorie qui 1) positionne l'Internet comme la technologie la plus importante pour les littératies dans notre monde global et interconnecté; 2) situe les littératies numériques dans des pratiques et des systèmes sociaux, culturels et linguistiques; et 3) souligne le rôle essentiel du personnel enseignant pour accompagner le développement de compétences en littératies numériques des élèves. (Cotnam-Kappel et Woods, 2020, p. 148)

Enfin, dans les propositions de cadre servant à développer les compétences numériques, Yagoubi (2020) cite celui de l'organisme Joint Information Systems Committee (JISC) qui lui semble le plus complet. En effet, ce cadre ajoute, selon nous, une dimension importante et peu prise en compte encore dans les travaux de recherche, celle de « l'identité numérique et du bien-être ». Autrement dit, cette dimension se rapporte surtout aux bénéfices de l'usage du numérique dans la construction de soi et le développement d'une identité sociale, et donc plus largement aux motivations des individus à participer à cet espace. L'ensemble des dimensions de ce cadre sont les suivantes :

1) Maîtrise des TIC (compétences fonctionnelles);

- 2) Littératie informationnelle, des données et éducation aux médias (utilisation critique);
- 3) Création numérique, recherche et résolution de problèmes numériques et innovation (production créative);
- 4) Communication numérique, collaboration et partenariat (participation);
- 5) Apprentissage et développement numérique (développement);
- 6) Identité numérique et bien-être (se réaliser). (Yagoubi, 2020, p. 40)

Dans notre étude, nous explorons l'ensemble de ces dimensions pour faire le lien entre les compétences fonctionnelles que les jeunes ont acquises et les usages qu'ils font de ces compétences. Par exemple, dans notre questionnaire, nous cherchons à mesurer comment ces compétences sont utilisées, dans quels contextes et dans quelles langues. Nous leur demandons ce qu'ils consomment en ligne, s'ils créent du contenu et comment celui-ci est partagé. L'autre partie de notre questionnaire porte plutôt sur la désinformation en ligne, ce qui rejoint la dimension de l'utilisation critique de contenus informationnels en ligne. De plus, à l'instar de Cotnam-Kappel et Woods (2020), nous incluons des questions (voir sondage et groupes de discussion en annexe) qui peuvent nous renseigner sur les acteurs qui participent au développement de la littératie numérique et informationnelle chez les jeunes, soit les parents, les enseignants et les jeunes eux-mêmes.

Le développement de la littératie numérique et informationnelle rejoint aussi l'idée de développer les compétences des jeunes en tant que citoyennes et citoyens dans l'espace numérique. C'est un autre aspect de notre étude que nous abordons ci-après : l'éducation à la citoyenneté numérique.

1.1.4 L'éducation à la citoyenneté numérique

Pendant longtemps, l'éducation à la citoyenneté était associée à l'idée du « vivre-ensemble » dans la perspective d'une éducation adaptée à une société de plus en plus pluraliste. Elle était perçue comme « initiation à la vie démocratique à travers l'école » (Collin, 2021, p. 3). Dans un contexte où la désinformation et d'autres formes de préjugés en ligne se sont accrues, c'est l'éducation à la citoyenneté numérique qui devient un concept central dans les curriculums scolaires. En effet, on assiste à « (...) une prise de conscience de la nécessité d'acquérir de nouvelles compétences, des savoir-faire et savoir-agir nécessaires à l'exercice d'une citoyenneté éthique et démocratique au sein d'une société en constante évolution à l'ère numérique » (Pellerin *et al.* 2021, p. 2).

Dans cette perspective, la littératie numérique est une des conditions du succès de l'éducation à la citoyenneté numérique. Yagoubi (2020) revient sur quatre éléments fondamentaux selon Choi (2016) qui définissent la citoyenneté numérique :

1) La citoyenneté numérique est éthique (E) : « cela indique comment les internautes font un usage approprié, sécuritaire, éthique et responsable d'activités d'interconnexion » (Choi, 2016, p. 573);

2) La citoyenneté numérique demande une maîtrise des médias et de l'information (MIL) : « cela signifie que chacun a la capacité d'accéder, d'utiliser et d'évaluer les informations en ligne, mais aussi de communiquer avec d'autres internautes » (Choi, 2016, p. 577);

3) La citoyenneté numérique mobilise la participation et l'engagement (P/E) : « ce qui implique différents types d'engagements en ligne y compris des participations politiques, socioéconomiques et culturelles » (Choi, 2016, p. 579). Cette catégorie insiste sur des engagements en ligne civiques, personnels selon ses goûts, sa culture et ses intérêts (ex. le jeu). Internet devient espace culturel (Knight Foundation, 2012; Lenhart *et al.*, 2011);

4) La citoyenneté numérique est l'expression d'une résistance critique (CR) : comparée à la catégorie précédente [Participation/Engagement], la catégorie CR « mobilise des formes de participation plus créatives, innovantes, non linéaires et non hiérarchiques. Elles sont susceptibles de conduire à un engagement numérique plus profond » (Choi, 2016, p. 581; Yagoubi, 2020, p. 45).

Cette définition est intéressante, car outre les compétences qui doivent être développées pour participer à l'espace numérique, elle met en avant des notions d'éthique, de participation et d'engagement social, politique et culturel et de « résistance critique ». Cela rejoint aussi l'approche de Collins qui encourage les acteurs éducatifs à adopter une finalité « émancipatrice » plutôt qu'« adaptative » de l'éducation à la citoyenneté numérique.

Cet auteur reproche à la finalité adaptative d'avoir une conception individualiste de l'éducation à la citoyenneté numérique en plus d'évacuer la dimension politique associée aux droits et aux devoirs de chacun en tant que citoyen. Il trouve insuffisante cette approche qui encourage l'élève à participer à la société en utilisant des moyens qu'il ne peut pas négocier démocratiquement, puisque gérés par d'autres. Au contraire, la finalité émancipatrice :

part du principe que pour être effective, l'éducation à la citoyenneté numérique n'a pas seulement pour finalité d'adapter les élèves au numérique; elle doit leur permettre de s'en émanciper, c'est-à-dire de

contribuer collectivement à orienter les développements numériques sur la base de choix éclairés concernant leurs implications pour la vie en société. (Collin, 2021, p. 8)

La finalité émancipatrice de l'éducation à la citoyenneté numérique que réclame Collin est directement associée au développement d'un esprit critique et d'une pensée analytique. Cela est d'autant plus important dans un contexte de désinformation en ligne où les jeunes doivent apprendre à se prémunir contre la malveillance de certains contenus en ligne. La prochaine partie propose de faire le point sur le phénomène de la désinformation en ligne et les moyens ou les stratégies pour lutter efficacement contre ce phénomène.

1.2 Le phénomène de désinformation en ligne : caractéristiques et stratégies pour s'en prémunir

Après avoir décrit des recherches portant sur les usages numériques chez les jeunes, notre questionnement s'est orienté vers le contexte de la désinformation en ligne. Parmi les publications les plus intéressantes à consulter, il y a un récent rapport produit en France à la suite de la tenue d'une commission présidée par le sociologue Gérard Bronner et qui livre un état des connaissances sur le phénomène de la désinformation et son impact sur la vie démocratique. Ce rapport propose un certain nombre de recommandations pour contrer le phénomène de la désinformation, comme celle de renforcer l'éducation aux médias et à l'information (EMI) (Bronner, 2021). Pour le sociologue, l'EMI est le socle sur lequel peut se bâtir une pédagogie de l'esprit critique et une nouvelle forme de citoyenneté numérique. Grâce à elle, les individus pourront exercer plus facilement leur jugement, émettre leur opinion, voire s'engager plus sereinement dans des débats en ligne. Il observe qu'à l'heure actuelle, les positions les plus modérées sont moins représentées que celles qui sont plus radicales, ce qui pose une forte asymétrie dans la visibilité de certaines opinions dans le débat public. Ainsi, Bronner (2021) souligne que :

L'implication éclairée de chacun de nos concitoyens est une des pistes envisagées pour contrebalancer la prévalence sur les réseaux sociaux des propositions les plus radicales et les plus conflictuelles. Si certaines idées acquièrent dans le monde numérique une visibilité qui n'est pas proportionnée à leur représentativité, c'est parce qu'elles sont portées (c'est notamment le cas avec les antivaccins) par des communautés plus motivées que les autres à faire valoir leur point de vue. Cette asymétrie ne doit évidemment pas nous inciter à la censure mais à une réflexion sur

l'implication de chacun dans ce nouvel espace citoyen que sont devenus les mondes numériques. (Bronner, 2021, p. 28)

Dans la même perspective, d'autres chercheurs parlent de résilience. C'est le cas de Yagoubi (2020) citée précédemment :

Ce concept s'intéresse à la manière dont des individus, même vulnérables, s'adaptent à des situations complexes et sont capables de rebondissement. Un tel processus permet d'introduire à nouveau la capacité réflexive des acteurs, de l'apprenant numérique, quels que soient leur âge, leur milieu social, leur sexe, leur profession, etc. En somme, la résilience est définie comme étant un « processus dynamique comprenant une adaptation positive en présence d'un contexte d'adversité significatif » (Luthar *et al.*, 2000 p. 543²). (...) Dans le contexte de la transformation numérique, le renforcement de la résilience en tant que compétence transformative du 21^e siècle représente un enjeu transversal. (CE, 2016; OCDE, 2018a; OCDE, 2018b; Yagoubi, 2020, p 30-31)

Le concept de résilience apparaît aussi dans les recommandations du tout récent mémoire de Larivière (2022) proposant une analyse de l'action publique du gouvernement canadien quant à la désinformation. Cette recommandation est centrale aux stratégies de lutte contre la désinformation tout en étant une recommandation par défaut, puisqu'il est difficile de réguler l'espace numérique :

(...) ce mémoire recommande que la réponse canadienne à la désinformation place l'accroissement de la résilience au centre de sa stratégie face à la désinformation. L'accroissement de la résilience comme stratégie pour répondre à la désinformation apparaît par défaut, puisqu'elle réussit à répondre aux défis mentionnés dans la section précédente. Par exemple, la liberté d'expression ne se trouve pas affectée par des initiatives visant l'éducation à la désinformation. Par ailleurs, l'accroissement de la résilience par l'éducation citoyenne, l'éducation aux médias, la sensibilisation, etc. sont des mesures promues comme de bonnes solutions par un grand nombre de textes consultés pour ce mémoire, tant au niveau des acteurs relevant de la sécurité qu'au niveau académique. Ainsi le gouvernement canadien devrait continuer de créer et financer des programmes associés à la résilience, qui permettent entre autres aux citoyens de penser de façon plus critique à ce qu'ils voient et partagent en ligne. (Larivière, 2022, p. 82)

² Resilience refers to a dynamic process encompassing positive adaptation within the context of significant adversity.

Cette stratégie par défaut reposant sur la résilience vient du constat suivant très bien décrit par Bronner (2021) quand il explique les faits et les mécanismes qui accentuent le phénomène de désinformation en ligne. Il évoque notamment la dérégulation du marché de l'information avec l'accès à une « masse extraordinaire d'informations » et le fait que n'importe qui peut proposer une information sur n'importe quel sujet. Ce faisant, la diffusion des informations en ligne ne passe pas systématiquement par des processus habituels de vérification des sources et s'appuie encore moins sur la crédibilité et l'expertise des personnes qui les diffusent. Mais, ce qui s'avère encore plus problématique, c'est cette dérégulation du marché de l'information associée à des logiques algorithmiques propres aux médias sociaux et des logiques économiques favorisant la diffusion de fausses nouvelles en ligne : « L'écosystème de l'information sur Internet est assujetti à une économie de l'attention, dont le fonctionnement dépend des grandes entreprises du numérique (réseaux sociaux, moteurs de recherche, plateforme de vidéos en ligne...). » (Bronner, 2021, p. 28)

Le fait que les médias sociaux fonctionnent de façon à attirer notre attention est de plus en plus étudié. On traite souvent de la bulle de filtre dans laquelle elle enferme ses utilisateurs (Pariser, 2011). Cette bulle de filtre peut mener à des découvertes fortuites, induites par les intérêts soudains et imprévisibles des proches, voire par des suggestions qui se révèlent audacieuses ou inattendues des algorithmes eux-mêmes. Cela dit, Bronner cite des exemples montrant que cette attention est plus forte quand les informations qui circulent suscitent l'indignation et la colère. Les plateformes numériques vont alors favoriser la diffusion de ce type de contenu plutôt que ceux invitant à la modération puisque les internautes resteront alors plus longtemps en ligne, générant du même coup plus de revenus pour ces plateformes :

Ceci contribue à faire des plateformes sociales des lieux d'expression conflictuelle, plutôt que des espaces de partage et de discussion raisonnée des points de vue. On sait d'ailleurs que les prescriptions algorithmiques des réseaux sociaux peuvent participer à la radicalisation des esprits. (Bronner, 2021, p. 22)

Cette économie de l'attention pousse également les individus à intervenir sur ces plateformes. Serge Proulx (2020), au Québec, a consacré un ouvrage à ce qu'il nomme « l'injonction paradoxale à participer » :

Cette « participation » exigée de la part du citoyen est devenue le passage obligé du web des plateformes qui impose ses logiques de captation des traces des activités en ligne. Ajoutons qu'au-delà du web des plateformes qui contraint le parcours numérique de l'internaute par ses interfaces,

prescriptions et algorithmes, c'est plus globalement l'imposition sociale d'un « tout au numérique » qui affermit l'injonction. (Proulx, 2020, p.19)

Dans son ouvrage, Proulx s'interroge entre autres sur l'idée de « participation » à la société ou de « geste participatif » envers elle. Il rejoint d'une certaine façon la perspective de Collin cité précédemment sur la finalité émancipatrice que pourrait revêtir la contribution des internautes au monde numérique :

L'injonction à participer au monde numérique apparaît paradoxale dans la mesure où l'intelligence expressive et collective déployée dans les gestes contributifs en ligne peuvent constituer – en même temps qu'ils participent au processus de marchandisation capitaliste des traces des activités des internautes – une potentialité subversive coïncidant avec l'insertion de « graines d'indiscipline et de désobéissance » dans le système. (Proulx, 2020, p. 19)

Quoi qu'il en soit, pour Bronner comme pour d'autres chercheurs, c'est la vigilance de chacune et chacun qui doit être mobilisée par l'apprentissage de l'esprit analytique, qui doit devenir « une compétence centrale pour distinguer le vrai du faux, en particulier sur Internet et les réseaux sociaux. » (Bronner, 2021, p. 13). Il appelle à cette vigilance en expliquant que sur Internet, il est plus facile de trouver des informations qui confirment nos croyances au risque de centrer notre attention sur celles-ci uniquement :

Cela signifie non pas que nous soyons moins exposés sur Internet à des points de vue divergents que dans la vie hors ligne mais que nous pouvons aisément y trouver quantité d'éléments venant soutenir nos croyances, y compris quand ces dernières sont contraires à l'état de la connaissance sur un sujet donné. Des recherches ont montré qu'un tel mécanisme de renforcement de nos croyances sur Internet opère bel et bien en ce qui concerne les théories du complot, et qu'il peut même inciter certains individus concernés à s'entourer sur les réseaux sociaux de personnes qui partagent leurs croyances complotistes, formant ainsi des « chambres d'écho » au sein desquelles les positions se radicalisent progressivement. (Bronner 2021, p. 23)

Ces recherches convergent toutes vers une plus forte éducation aux médias d'information. Avant d'aborder quelques stratégies en place, nous aimerions revenir sur des impacts relevés dans d'autres études sur l'usage de l'Internet et des médias sociaux chez les jeunes.

1.2.1 L'usage du numérique, la désinformation et les jeunes

Il peut y avoir une certaine crainte devant le temps que les jeunes passent sur Internet et les réseaux sociaux. Les facteurs qui influencent le nombre d'heures d'écran sont grandement influencés par le contexte social selon la revue systématique de Shalani *et al.* (2020), par exemple : la dynamique familiale, l'accès à des loisirs, la présence d'amis ou les activités près du domicile. Ainsi, l'écran peut servir de refuge à une vie insatisfaisante, ou de divertissement peu exigeant, bien adapté aux épisodes dépressifs. Selon Heffer *et al.* (2019), le numérique peut à la fois en être la cause et le symptôme. La nature du lien qui unit usage numérique et détresse psychologique est plus complexe qu'il ne peut paraître. Les réseaux sociaux nous permettent de nous connecter et de communiquer, mais est-ce suffisant pour briser l'isolement social?

La différence entre le caractère sain et malsain d'une activité peut donc résider dans la mesure où cette activité comble des besoins réels des individus (de Leeuw et Buijzen, 2016). Ainsi, au-delà des risques qu'il comporte, l'usage des écrans doit aussi être analysé en termes d'opportunités liées par exemple à l'apprentissage, à l'expression de soi, à la formation de l'identité et au maintien de relations sociales (Kligler-Vilenchik et Literat, 2020).

Au-delà des ressources spécialisées auxquels les jeunes ont accès en ligne, il est possible de consulter des sources alternatives telles que des balados, des forums, et aussi d'établir des communications avec d'autres internautes qui partagent les mêmes intérêts via des groupes ou des communautés en ligne. À travers ces groupes et ces communautés, les jeunes peuvent aussi côtoyer d'autres jeunes qui vivent des défis semblables et qui, s'ils ne prodiguent pas des conseils professionnels avisés, peuvent au moins orienter, les soutenir et les écouter. De même pour la socialité en ligne avec le cercle restreint. Lorsque les jeunes entrent chez eux chacun de leur côté, quoi de plus naturel que de continuer leurs interactions avec leurs amis par le seul moyen disponible, l'Internet (Boyd, 2014).

1.2.2 Rôle de l'école

Il y a un optimisme, mais aussi une certaine panique dans cette exagération de l'impact de la maîtrise du numérique chez les jeunes. Si le numérique pose de nouveaux défis à l'éducation, cela ne signifie pas que les jeunes d'aujourd'hui soient si différents de ceux d'hier (Bennett *et al.*, 2008). Cela signifie surtout que l'école peut encore jouer un rôle dans le rapport des jeunes à la technologie et que, malgré les nombreux défis que cela pose, le numérique peut encore être enseigné (Bétrancourt, 2016).

Le rôle que l'école peut jouer dans l'acquisition de compétences à la fois numériques et informationnelles met également beaucoup de pression sur les actrices et les acteurs qui doivent s'y retrouver dans l'enseignement d'une littératie numérique et médiatique.

Le projet est donc la construction d'un savoir solide grâce à des contenus plausibles, des arguments pertinents, des preuves de qualité provenant de sources fiables. L'esprit critique serait donc de « faire confiance, à bon escient » (Pasquinelli et Bronner, 2021, p. 14). Faire davantage confiance à nos proches, à des gens qui semblent sympathiques ou qui sont particulièrement convaincants représentent des sources d'information qu'on ne met que rarement à l'épreuve. En gros, dans la division du travail intellectuel, les auteurs nous invitent à faire confiance aux experts. Par exemple, Michelot (2020), propose de former des acteurs plutôt que des consommateurs passifs, des créateurs qui enrichissent leur rôle citoyen et font preuve d'autonomie dans leurs méthodes de travail. Plus que de résister aux faits trompeurs qui s'offrent à nous, nous sommes plutôt appelés à résister aux tentatives d'influence qui nous visent (Hobbs, 2010). Nous devons aussi être formés à la rhétorique qui vise à faire prévaloir son point de vue (Danblon, 2013) en même temps qu'à une éthique de la persuasion qui nous fasse respecter l'individualité et la rationalité de notre interlocuteur (Baker, 1999).

Contrairement aux approches décrivant les jeunes comme des citoyens en devenir, encore incompetents, et celles qui voient naïvement toute participation comme intrinsèquement positive, la littératie médiatique appliquée au monde numérique suppose qu'on peut apprendre à participer mieux. Ceci implique de prendre en compte l'interaction entre le monde réel et le monde en ligne et d'accomplir dans les deux espaces sa fonction "citoyenne" (Fernandez-de-Castro *et al.*, 2021).

À ce propos, dans leur recherche sur des élèves francophones en Ontario, Cotnam-Keppel et Woods (2021) ont décelé, chez ces derniers, des difficultés à s'intégrer et à participer au sein d'une communauté en ligne:

« Les jeunes indiquent avoir plus de confiance à prévenir les conséquences de leurs actions en ligne (67 % sont très ou extrêmement à l'aise) et à réagir aux conséquences d'une action en ligne (57,1 % sont très ou extrêmement à l'aise). Toutefois, la participation au sein d'une communauté plus large semble leur échapper, puisque seulement 40,3 % des élèves indiquent être très ou extrêmement à l'aise de s'intégrer à des communautés en ligne, et 42,3 % à partager de l'information avec un large public. » (p. 151)

D'après leur analyse, elles ont pu identifier « quatre types de considérations qui motivent les jeunes à partager ou non du contenu en ligne. En ordre de priorité, ces considérations sont l'approbation (n=88 mentions), le public (n=48), les conséquences

(n=36) et le contenu (n=29) (Cotnam-Keppel et Woods, 2021, p. 152). Pour les deux chercheuses, il manque d'opportunité chez les élèves de participer en français au sein de communautés en ligne. Cela a pour effet de limiter leur apprentissage auprès des communautés francophones qui pourraient pourtant leur apporter une certaine confiance quand ces jeunes s'expriment en ligne.

Pour faciliter l'apprentissage de la littératie numérique et médiatique, notamment chez les jeunes, des chercheurs comme Collin (2021) proposent deux approches pédagogiques : 1) Former les élèves aux implications du numérique sur la vie en société et 2) Créer des espaces dialogiques de délibération :

(...) une première entrée possible est d'amener les élèves à travailler sur les rapports de force entre acteurs, actrices et groupes sociaux tels qu'ils se traduisent dans l'usage du numérique (p. ex. les inégalités numériques, le sexisme en ligne, la marchandisation des données, le contrôle et la surveillance numériques, etc.). Pour ce faire, il est signifiant de partir du « vécu numérique » quotidien des élèves et de mettre en exergue les controverses qu'il recèle (Callon, 1981) malgré une apparence dépolitisée. À titre d'exemple, des questions aussi anodines que « N'est-il pas paradoxal que des applications comme Tiktok, Facebook, YouTube ou encore Twitter et Instagram soient gratuites pour nous, alors qu'elles font de gros chiffres d'affaires? » peuvent être le début d'une activité sur la marchandisation des données. Les ressources pédagogiques proposées sur HabiloMédias, Citoyenneté à l'ère du numérique ou encore Vers une identité positive à l'ère du numérique nous semblent particulièrement pertinentes pour alimenter cette piste pédagogique (Collin, 2021, p. 9-10).

(...) une deuxième piste d'intervention pédagogique vise à amener les élèves à prendre conscience que le numérique est contrôlable (au sens de la deuxième dimension de la nature politique du numérique définie plus haut), donc qu'il gagne à faire l'objet d'un contrôle démocratique afin de l'orienter sur la base de ses implications plus ou moins souhaitables sur la vie en société. » (...) « Sur le modèle des forums hybrides proposés par Callon *et al.* (2001), ces espaces dialogiques ont pour objectif d'amener les élèves, en plus des autres acteurs éducatifs, à délibérer sur l'orientation à donner au numérique dans leur quotidien scolaire (Collin, 2021, p. 10).

De façon très concrète, des organismes comme HabiloMédias proposent des activités au personnel enseignant et aux parents pour développer ces compétences. L'Agence Science Presse est aussi très active pour proposer du contenu en lien avec la lutte

contre la désinformation en ligne. Pour terminer, voici quelques exemples de ces stratégies : celles d'HabiloMédias et de Science Presse.

1.2.3 Les ressources pédagogiques d'HabiloMédias :

L'organisme canadien HabiloMédias est un OBNL qui poursuit l'objectif « de veiller à ce que les enfants et les adolescents développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias à titre de citoyens numériques actifs et éclairés » (<https://habilomedias.ca/>). Autrefois, HabiloMédias s'appelait le Réseau Éducation-Médias et son mandat a commencé autour des questions de violence à la télévision au début des années 1990. Aujourd'hui, l'organisme est devenu une référence en termes de soutien à la littératie numérique. Il offre, entre autres, des ressources pédagogiques et réalise des recherches sur la littératie numérique destinées au public canadien dans les deux langues officielles.

Une section du site Web est consacrée aux enjeux de la littératie numérique et propose des jeux éducatifs et des tutoriels aux jeunes, aux parents et au personnel enseignant selon le niveau scolaire des élèves. Par exemple, l'enjeu de l'authentification de l'information a donné lieu à de nouvelles fiches-conseils et des vidéos en ligne « Faux que ça cesse » traitant de la façon de faire preuve d'esprit critique, de savoir comment réagir devant de fausses nouvelles et de reconnaître la propagande haineuse en ligne.

Nouvelles ressources

Nous avons lancé trois nouvelles vidéos et fiches-conseil *FAUX que ça cesse* pour vous aider à stopper la propagation de fausses nouvelles en ligne. Ces nouvelles ressources vous aideront à :

- [déterminer si vous faites vraiment preuve d'un esprit critique](#);
- [savoir quoi faire lorsque vous voyez de fausses informations en ligne](#);
- [reconnaître la propagande](#).



Source : capture d'écran, site Web d'HabiloMédias, récupéré le 15 septembre 2022.

L'organisme propose ses propres ressources pédagogiques, mais répertorie également des ressources qui sont sous licence selon les provinces et territoires.

1.2.4 L'Agence Science-Presse :

Une autre ressource très connue pour sa lutte contre la désinformation est celle de l'Agence Science-Presse. Il s'agit d'un média indépendant, à but non lucratif, fondé à Montréal en 1978. Il se consacre à l'actualité scientifique en français. C'est lui qui produit et anime depuis 2016, la rubrique de vérification des faits sur le diffuseur public Radio-Canada : le [Détecteur de rumeurs](https://www.sciencepresse.qc.ca/). Ce média propose également diverses ressources relatives à l'éducation aux médias et à l'information dans le but : « d'outiller nos lecteurs et aiguïser leur sens critique face au flot d'informations fausses, erronées ou trompeuses, qui circulent sur le Web et sur les réseaux sociaux. » (<https://www.sciencepresse.qc.ca/>).

Découvrez nos 4 parcours thématiques!



Lutte contre la désinformation - Les astuces du Détecteur de rumeurs

Découvrez les ressources et les outils produits par votre agence de presse préférée pour lutter contre la désinformation. Au menu : des astuces pour détecter les fausses nouvelles, déjouer les théories du complot et comprendre le rôle de nos biais cognitifs qui nous font souvent tomber dans le panneau!

[VOIR LES PARCOURS THÉMATIQUES](#)

Source : capture d'écran, site Web du Détecteur de rumeurs, récupéré le 15 septembre 2022.

Les ressources proposent des ateliers de formation sur la désinformation en ligne, une série de balados produits pendant la pandémie de Covid-19. Certaines ressources font partie du volet scientifique du programme scolaire québécois « La culture à l'école » (Gouvernement du Québec, s.d.).

Ces exemples de stratégies abondent dans le sens des chercheurs qui misent, entre autres, sur l'éducation aux médias et à l'information dans le contexte numérique pour développer une citoyenneté numérique favorisant le débat social et la démocratie. Nous avons choisi de présenter ces exemples pour l'aspect structurant de leur démarche de lutte contre la désinformation en ligne et accessible en français. Un des objectifs de notre étude était aussi de recenser les stratégies existantes en termes de désinformation en ligne chez les jeunes et de rendre compte d'indicateurs utilisés pour évaluer ces stratégies. Force est d'admettre qu'à notre connaissance, peu de stratégies existent et, de ce fait, encore moins d'entre elles sont évaluées. La recherche sur la question de la désinformation en ligne étant plutôt à ces débuts, les publications recensées sont majoritairement des synthèses de connaissance énumérant des pistes de solution allant d'une meilleure régulation de la diffusion d'informations vérifiées sur les plateformes numériques et les médias sociaux à une meilleure littératie numérique

chez la population. Cependant, une évaluation d'un outil éducatif mobile³ développé par HabiloMédias réalisée pendant la pandémie par le Centre d'études sur les médias (CEM) de l'Université Laval suggère des pistes intéressantes. En effet, à la suite de l'organisation d'un atelier éducatif auprès de jeunes adultes, l'équipe de recherche a observé que les effets positifs de l'atelier pouvaient s'estomper avec le temps. L'équipe suggère donc que « de courtes interventions éducatives en ligne répétées dans le temps sont susceptibles d'augmenter le sentiment d'autoefficacité et, ultimement, de stimuler la capacité de ces jeunes à se prémunir contre la désinformation et à adopter de meilleures pratiques informationnelles ». (Hébert *et al.*, 2022, p. 42). L'équipe du CEM encourage alors que des outils pédagogiques tels que ceux conçus par HabiloMédias soient développés. Elle recommande aussi que certains outils ciblent plus spécifiquement les groupes de la population plus à risque, notamment « les jeunes adultes faiblement scolarisés chez qui l'outil semble avoir un effet positif et qui, par ailleurs, sont plus à risque de faire confiance à l'information trouvée sur les médias sociaux ou de s'avérer réceptifs aux idées complotistes » (Hébert *et al.*, 2022, p. 42).

Ainsi, comme nous l'avons souligné précédemment, pour que de tels outils soient plus efficaces en milieu minoritaire francophone, il faudrait probablement y introduire une approche socio-culturelle qui tienne compte de la spécificité du contexte linguistique minoritaire aussi bien chez les jeunes que chez le personnel enseignant et les parents des CFMS. Comme nous l'avons souligné dans la revue de littérature, la consommation médiatique chez les jeunes des CFMS se fait principalement en anglais. Il s'impose de stimuler le choix de la langue française et de la culture francophone chez les jeunes d'expression française en situation minoritaire. En plus du défi linguistique, nous avons soulevé plusieurs défis auxquels les jeunes sont confrontés en ligne, notamment dans leur quête d'information véridique. Des compétences médiatiques qui font appel à la pensée critique semblent être un incontournable, entre autres, pour naviguer dans l'information partagée sur les réseaux sociaux et détourner les algorithmes qui ne font que nourrir le biais de confirmation des jeunes. Nous espérons avoir démontré la pertinence de développer une approche concertée entre les écoles, les parents, les communautés et les médias afin de mieux conscientiser et outiller les jeunes à filtrer l'information qu'ils consultent et partagent en ligne.

³ L'étude du CEM visait à évaluer « l'efficacité d'un outil éducatif mobile développé par HabiloMédias pour contrer les effets négatifs de la désinformation et pour favoriser le développement de meilleures pratiques informationnelles chez les jeunes adultes francophones (18-35 ans). Basée sur un devis expérimental complété par une enquête par panel en ligne (avec prétest et deux post-tests), la recherche mesurait 4 variables principales : l'état de la désinformation à l'égard de la COVID-19; la confiance envers l'information trouvée sur les médias sociaux; les pratiques de vérification des informations trouvées en ligne; et le partage d'informations non vérifiées. » (Hébert *et al.*, 2022, p. 42)

2. MÉTHODOLOGIE

2.1 Les instruments de mesure

Dans le cadre de cette recherche, nous avons effectué deux collectes de données par le biais de trois groupes de discussion et d'un sondage en ligne. Chaque groupe de discussion visait une population spécifique : des jeunes, des parents et des enseignantes et enseignants. Un schéma d'entretien semi-dirigé a été conçu pour chacun des trois groupes et couvrait des questions sur les connaissances du phénomène de désinformation en ligne, sur les expériences et les défis en salle de classe quant à l'usage des médias sociaux et le phénomène de désinformation, puis sur les préférences linguistiques dans l'usage des médias sociaux et le partage d'informations (voir Annexe II). Les discussions ont duré entre 60 à 90 minutes en visioconférence.

Pour sa part, notre sondage était composé de 63 questions à choix multiples ou selon l'échelle de Likert (voir annexe III). De 15 à 20 minutes étaient nécessaires pour y répondre. Après une partie consacrée aux caractéristiques sociodémographiques et sociolinguistiques des répondantes et des répondants, ces questions abordaient des thèmes tels que l'insécurité linguistique, le temps d'usage des technologies, les comportements en ligne, la cyberdépendance, la littératie numérique, les compétences médiatiques et le niveau de confiance à l'égard de diverses sources d'information.

2.2 La collecte de données

Avant d'entamer cette collecte de données, nous avons reçu l'approbation du Comité éthique de la recherche avec les êtres humains (CER) de l'Université de Moncton et du Bureau d'éthique et d'intégrité de la recherche de l'Université d'Ottawa. Nous avons pu ensuite diffuser le sondage du 11 novembre 2021 au 25 février 2022, soit pendant une période de près de 15 semaines. Au besoin, plusieurs rappels ont été effectués auprès de divers établissements : collèges et universités francophones et bilingues, et écoles secondaires francophones. Pour diffuser le sondage en ligne et recueillir les résultats, l'interface Interceptum a été utilisée. Ce logiciel est une interface en ligne qui permet de créer et gérer des sondages et dont les données recueillies sont stockées au Canada. L'ensemble des collèges et universités francophones et bilingues, ainsi que toutes les écoles secondaires francophones à l'extérieur du Québec ont été invités à participer au sondage en ligne.

Une annonce préparée par l'équipe de recherche et envoyée à nos partenaires a permis à ces derniers de partager l'invitation dans leurs réseaux sociaux. Par la suite, les collèges et universités ont aussi été invités à faire suivre l'invitation à leurs étudiants par l'entremise de leurs réseaux sociaux ou par courriel. Concernant les écoles secondaires, les directions d'écoles ont été approchées afin de solliciter l'aide du personnel enseignant pour diffuser l'invitation à leurs élèves.

2.3 Profil des répondantes et répondants (sondage)

Les résultats présentés dans le présent rapport sont de nature descriptive. Notre population cible est composée de tous les jeunes d'expression française âgés de 16 à 25 ans qui fréquentent une école secondaire ou une institution postsecondaire (université, collège) de la francophonie canadienne en situation minoritaire. Les jeunes ayant participé à cette étude sont celles et ceux ayant répondu sur une base volontaire.

Parmi les 1124 jeunes ayant accepté de répondre au sondage, nous avons été en mesure de former un échantillon de 935 participantes et participants (560 elle, 328 il) âgés de 16 à 25 ans (\bar{X} = 18,5, s = 2,6). De ce nombre, 360 proviennent des provinces de l'Atlantique, 310 de l'Ontario et 265 des provinces de l'Ouest et des territoires. Environ la moitié (52 %) des participants sont inscrits dans une école secondaire francophone et une proportion moindre (43 %) fréquente un établissement postsecondaire. Il faut préciser que 5 % des participants affirment avoir déjà intégré le marché du travail. De plus, la moitié (50 %) des jeunes affirme avoir le français et l'anglais comme langue maternelle, tandis que plus du tiers (37 %) des jeunes précisent avoir seulement le français comme langue maternelle. Un jeune sur dix (10 %) a l'anglais comme langue maternelle alors que 3 % des jeunes mentionnent avoir une langue autre que le français ou l'anglais comme langue maternelle.

Le taux de participation est relativement faible dans certaines régions en raison du refus de plusieurs écoles de prendre part à l'étude. Il faut souligner que la collecte de données s'est déroulée en pleine pandémie de la Covid-19, notamment avec l'arrivée du variant Omicron au Canada. La plupart des écoles vivaient des moments difficiles avec beaucoup d'incertitude : taux d'absentéisme élevé chez les élèves et les enseignants, fermetures d'écoles, congés prolongés, enseignement virtuel. Certains enseignants ou membres de la direction ont simplement refusé de participer par crainte d'empiéter sur le temps scolaire des jeunes qui avait déjà été grandement réduit par la pandémie.

2.4 Profil des répondantes et répondants (groupes de discussion)

En tout, 10 personnes ont participé aux groupes de discussion. Trois jeunes âgés de 23 ou 24 ans en provenance de l'Alberta, de la Saskatchewan ou du Nouveau-Brunswick ont participé au groupe de discussion réservé aux jeunes. D'autre part, trois parents

de la Colombie-Britannique et de l'Alberta issus d'un couple exogame (francophone, anglophone) ou un couple endogame francophone ont participé au groupe de discussion réservé aux parents. Finalement, 4 enseignantes ou enseignants du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario et de la Saskatchewan enseignant dans les niveaux 7^e à 12^e année et ayant accumulé entre 5 et 24 années d'expérience ont pris part au groupe de discussion réservé au personnel enseignant.

2.5 Limites méthodologiques

Comme la plupart des jeunes de notre population cible ont accès à la technologie, le sondage en ligne s'est avéré une option beaucoup plus rapide pour une collecte de données d'un bout à l'autre du pays en contexte de pandémie. Bien que notre échantillon soit relativement petit par rapport à notre population cible, ce dernier est suffisant pour obtenir des résultats statistiquement pertinents. Cela dit, notre étude comporte certaines limites. Dans un premier temps, il s'agit d'une participation volontaire, donc non aléatoire. Dans un deuxième temps, certaines régions sont sous-représentées en raison du refus de certains établissements d'enseignement à participer. Ainsi, la généralisation des résultats à l'échelle locale ou régionale devrait être faite avec prudence. Les résultats de cette étude se veulent un portrait dans le temps de la réalité de jeunes d'expression française âgés de 16 à 25 ans qui fréquentent un établissement d'enseignement secondaire ou postsecondaire en situation minoritaire au Canada.

3. ANALYSE DESCRIPTIVE DES DONNÉES DU SONDAGE

Dans cette section, nous présentons les réponses au sondage des jeunes âgés de 16 à 25 ans d'expression française issus d'une communauté francophone en situation minoritaire (CFSM) au Canada. Dans un premier temps, nous dévoilons les profils sociodémographique et sociolinguistique des participantes et participants, puis dans un deuxième temps, nous présentons les données relatives à l'insécurité linguistique et l'isolement social. Dans les troisième et quatrième parties, nous partageons les réponses à l'égard de l'accès à l'Internet et son usage ainsi que des activités en ligne des jeunes pour poursuivre dans un cinquième temps avec le risque de cyberdépendance. Les sixième et septième parties portent sur la littératie numérique et médiatique. Finalement, nous terminons cette section avec le partage des données relativement à la confiance accordée aux sources d'information et des comportements en ligne.

3.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique des répondantes et des répondants

Un peu plus du tiers (37,2 %) des jeunes affirment avoir entendu parler de la présente étude par courriel, tandis qu'environ le tiers (31,8 %) indique en avoir entendu parler à l'école; entre autres, par leur enseignante ou enseignant lors d'une séance virtuelle Teams (tableau 1). Le reste des jeunes ont vu l'annonce de notre sondage soit sur Instagram (16,9 %), sur Facebook (12,7 %) ou sur Twitter (1,3 %). Quelques jeunes ont souligné qu'un proche a partagé avec eux l'information sur le sondage en faisant référence notamment à un membre de la famille ou à une amie ou un ami.

Tableau 1. Méthode de prise de connaissance du sondage
(Où as-tu vu ou entendu parler de notre sondage?)

Connaissance du sondage	N	%
Courriel	348	37,2 %
École ou université	297	31,8 %
Instagram	158	16,9 %
Facebook	119	12,7 %
Proche (p. ex. : famille, amies ou amis)	23	2,5 %
Twitter	12	1,3 %
Total	935	100 %

La moyenne d'âge de notre échantillon est de 18,5 ans (s=2,6) (tableau 2). Ainsi, la moitié des jeunes sont âgés de 16 à 17 ans et fréquentent une école secondaire, alors que l'autre moitié est âgée de 18 à 25 ans, la plupart poursuivant des études collégiales ou universitaires ou ayant déjà intégré le marché du travail.

Tableau 2. Âge des répondantes et répondants

(Partie 1. Q. 2. Quel âge as-tu?)

Âge	N	%
16	247	26,4 %
17	226	24,2 %
18	97	10,4 %
19	80	8,6 %
20	81	8,7 %
21	57	6,1 %
22	45	4,8 %
23	37	4,0 %
24	29	3,1 %
25	36	3,9 %
Âge moyen	18,5	-
Total	935	100 %

Plus de la moitié (58,4 %) des jeunes ayant participé à l'étude affirment avoir un emploi (tableau 3). De cette proportion, seulement un jeune sur huit (12,1 %) précise avoir un emploi à temps plein (tableau 4).

Tableau 3. Statut d'emploi des répondantes et répondants

(Partie 1. Q. 2.1. As-tu un emploi?)

Statut d'emploi	N	%
Ayant un emploi	546	58,4 %
Sans emploi	389	41,6 %
Total	935	100 %

Tableau 4. Répondantes et répondants ayant un emploi

(Partie 1. Q. 2.1. S'agit-il d'un emploi à temps plein?)

Emploi à temps plein	N	%
Ayant un emploi à temps plein	66	12,1 %
N'ayant pas un emploi à temps plein	480	87,9 %
Total	546	100 %

Près de la moitié (51,9 %) des répondantes et des répondants de notre échantillon sont inscrits dans une école secondaire de langue française, surtout en 11^e ou 12^e année, alors qu'environ deux jeunes sur cinq (43,2 %) sont présentement inscrits dans un établissement postsecondaire francophone (tableau 5). Une petite proportion de notre échantillon (4,8 %) est actuellement sur le marché du travail.

Tableau 5. Niveau de scolarité des répondantes et répondants

(Partie 1. Q. 3. Tu es actuellement inscrite ou inscrit en :)

Niveau de scolarité	N	%
École secondaire	482	51,9 %
9e année	13	1,4 %
10e année	16	1,7 %
11e année	238	25,6 %
12e année	215	23,1 %
Établissement postsecondaire	402	43,2 %
Programme collégial	52	5,6 %
1re année universitaire	95	10,2 %
2e année universitaire	90	9,7 %
3e année universitaire	53	5,7 %
4e année universitaire	65	7,0 %
5e année universitaire	31	3,3 %
Cycles supérieurs	16	1,7 %
Je suis sur le marché du travail sans être aux études	45	4,8 %
Total	929	100 %

Pendant leur primaire, la plupart des répondantes et des répondants habitaient soit au Nouveau-Brunswick (28,6 %), en Ontario (20,8 %) ou en Colombie-Britannique (12,6 %) (tableau 6). Par ailleurs, plus d'un jeune sur dix (11,6 %) habitait à l'extérieur du Canada pendant son primaire. Ces proportions ont très peu changé entre le primaire et le secondaire. La majorité des jeunes habitaient soit au Nouveau-Brunswick (28,9 %), en Ontario (24,0 %) ou en Colombie-Britannique (13,8 %) (tableau 7). De plus, 8,2 % des jeunes ayant participé à notre étude ont fait leur secondaire à l'extérieur du Canada.

Tableau 6. Lieu de résidence pendant le primaire

(Partie 1. Q. 4. Dans quelle ville ou quel village habitais-tu pendant ton primaire? - classement par province et territoire)

Province ou territoire	% ⁴
Terre-Neuve-et-Labrador	0,3 %
Île-du-Prince-Édouard	1,5 %
Nouvelle-Écosse	1,7 %
Nouveau-Brunswick	28,6 %
Québec	8,4 %
Ontario	20,8 %
Manitoba	6,7 %
Saskatchewan	2,4 %
Alberta	4,2 %
Colombie-Britannique	12,6 %
Yukon	0 %
Territoires du Nord-Ouest	1,3 %
Nunavut	0 %
Extérieur du Canada	11,6 %
Total	100 %

Tableau 7. Lieu de résidence pendant le secondaire

(Partie 1. Q. 4.1. Dans quelle ville ou quel village habitais-tu pendant ton secondaire? (classement par province et territoire)

Province ou territoire	%
Terre-Neuve-et-Labrador	0,5
Île-du-Prince-Édouard	1,5 %
Nouvelle-Écosse	1,8 %
Nouveau-Brunswick	28,9 %
Québec	5,9 %
Ontario	24,0 %
Manitoba	6,7 %
Saskatchewan	2,3 %
Alberta	5,3 %
Colombie-Britannique	13,8 %
Yukon	0 %
Territoires du Nord-Ouest	1,2 %
Nunavut	0 %
Extérieur du Canada	8,2 %
Total	100 %

⁴ En raison des petits nombres, cette information pour les provinces et territoires n'est pas présentée dans les tableaux 6, 7,8 et 9.

Près du tiers (32,7 %) des participantes et participants à notre étude habitent au Nouveau-Brunswick, tandis qu'un peu plus du quart (27,2 %) des jeunes résident en Ontario, et environ un jeune sur six (15,2 %) en Colombie-Britannique. Par ailleurs, entre 6 % et 8 % habitent au Manitoba ou en Alberta, alors que moins de 5 % habitent dans les autres provinces ou territoires (tableau 8).

Tableau 8. Lieu de résidence actuel des participantes et participants
(Partie 1. Q. 4.2 Quel est ton lieu de résidence actuel?)

Province ou territoire	%
Atlantique	36,9 %
Terre-Neuve-et-Labrador	0,5 %
Île-du-Prince-Édouard	1,5 %
Nouvelle-Écosse	2,1 %
Nouveau-Brunswick	32,7 %
Québec	3,3 %
Ontario	27,2 %
Ouest	31,9 %
Manitoba	7,5 %
Saskatchewan	2,0 %
Alberta	5,8 %
Colombie-Britannique	15,2 %
Territoires	1,4 %
Yukon	1,2 %
Territoires du Nord-Ouest	0 %
Nunavut	0 %
Extérieur du Canada	0,7 %
Total	100 %

Un peu plus du tiers (36,9 %) des jeunes résident en Atlantique, principalement au Nouveau-Brunswick, tandis que plus du quart (27,2 %) des jeunes habitent en Ontario (tableau 8). Le reste (31,9 %) des jeunes ayant participé à notre étude résident dans l'Ouest ou dans l'un des trois territoires du pays, avec la plus forte proportion en Colombie-Britannique. Afin d'alléger le texte, nous avons pris la décision d'inclure les quatre provinces sous la bannière « Atlantique » bien que la très forte majorité des répondantes et répondants de cette région résident au Nouveau-Brunswick. Pour les mêmes raisons, les territoires ont été inclus sous la bannière « Ouest » à des fins de comparaison entre les régions.

Plus du tiers (36,6 %) des jeunes affirment avoir le français comme langue maternelle, tandis que près d'un jeune sur 10 (9,9 %) souligne que c'est plutôt l'anglais (tableau 9). La moitié (50,4 %) des jeunes mentionnent avoir le français et l'anglais comme langues

maternelles. Le reste (3,1 %) des jeunes ont précisé avoir une langue autre que le français ou l'anglais comme langue maternelle.

Tableau 9. Langue(s) maternelle(s) des répondantes et répondants
(Partie 1. Q. 6. Quelle est ta langue maternelle ou quelles sont tes langues maternelles?
(Il s'agit de la ou les langues apprises à la maison dans l'enfance et encore comprise)

Langue maternelle	N	%
Français	341	36,6 %
Anglais	92	9,9 %
Anglais et français	469	50,4 %
Autre que le français et l'anglais	29	3,1 %
Total	931	100 %

Environ deux jeunes sur cinq (43,4 %) parlent le français le plus souvent à la maison en comparaison avec un peu plus du tiers (35,9 %) qui parlent autant le français que l'anglais (tableau 10). On remarque aussi qu'un jeune sur six (17,4 %) parle l'anglais le plus souvent à la maison, tandis que le reste (3,3 %) des jeunes parlent le plus souvent une langue autre que le français ou l'anglais à la maison.

Tableau 10. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) à la maison
(Partie 1. (Q. 6.1. Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes? – À la maison (en famille))

Langue le plus souvent parlée à la maison	N	%
Français	400	43,4 %
Français seulement	350	38,0 %
Français et autre langue	50	5,4 %
Français et Anglais	331	35,9 %
Français et anglais	277	30,1 %
Anglais, français et autre langue	54	5,9 %
Anglais	160	17,4 %
Anglais seulement	124	13,5 %
Anglais et autre langue	36	3,9 %
Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)	30	3,3 %
Total	921	100 %

Près des deux tiers (66,9 %) des jeunes affirment parler le plus souvent dans les deux langues officielles (français et anglais) avec leurs amies ou amis, tandis qu'une proportion moindre de jeunes utilise plus souvent le français (18,3 %) ou l'anglais (14,8 %) (tableau 11).

Tableau 11. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les amies et amis
 (Partie 1. (Q. 6.1. Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes? – Avec les amies ou amis)

Langue le plus souvent parlée avec les amies et amis	N	%
Français	169	18,3 %
Français seulement	154	16,7 %
Français et autre langue	15	1,6 %
Français et anglais	616	66,9 %
Français et anglais	559	60,7 %
Anglais, français et autre langue	57	6,2 %
Anglais	136	14,8 %
Anglais seulement	126	13,7 %
Anglais et autre langue	10	1,1 %
Total	921	100 %

Près des deux tiers (64,2 %) des jeunes disent utiliser autant le français que l'anglais en ligne (tableau 12). D'autre part, le quart (25,2 %) des jeunes utilisent surtout l'anglais, tandis que seulement un jeune sur dix (10,6 %) mentionne utiliser plus souvent le français.

Tableau 12. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) en ligne
 (Partie 1. (Q. 6.1. Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes? – En ligne)

Langue le plus souvent utilisée en ligne	N	%
Français	97	10,6 %
Français et anglais	590	64,2 %
Anglais	232	25,2 %
Total	919	100 %

Le bilinguisme est très prisé par les jeunes composant notre échantillon. Près de la moitié (44,0 %) d'entre eux utilisent autant le français que l'anglais avec leurs collègues de travail, alors qu'une proportion moindre de jeunes dit utiliser plus souvent le français (28,1 %) ou l'anglais (28,0 %) (tableau 13).

Tableau 13. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec des collègues
(Partie 1. (Q. 6.1. Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes? – Avec des collègues de travail)

Langue le plus souvent parlée avec des collègues	N	%
Français	230	28,1 %
Français et anglais	360	44,0 %
Anglais	229	28,0 %
Total	819	100 %

Le français et l'anglais sont les langues les plus souvent parlées (61,1 %) avec les autres élèves ou étudiantes ou étudiants (tableau 14). Près d'un tiers (32,4 %) des jeunes affirment utiliser plus souvent le français, alors que 6,5 % des jeunes utilisent surtout l'anglais avec leurs collègues de classe.

Tableau 14. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les autres élèves ou étudiantes ou étudiants
(Partie 1. (Q. 6.1. Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes? – Avec les autres élèves ou étudiantes ou étudiants)

Langue le plus souvent parlée avec les autres élèves ou étudiantes et étudiants	N	%
Français	291	32,4 %
Français et anglais	549	61,1 %
Anglais	58	6,5 %
Total	898	100 %

Plus des deux tiers (69,6 %) des jeunes ont répondu qu'un de leur parent a le français comme langue maternelle, et moins d'un quart (22,9 %) a l'anglais (tableau 15). Le reste (16,9 %) a précisé une langue autre que le français ou l'anglais. Pour celles et ceux qui ont identifié un deuxième parent, plus de la moitié (58,2 %) a le français comme langue maternelle, tandis qu'environ le tiers (32,1 %) a l'anglais. Concernant une langue maternelle autre que le français ou l'anglais, nous observons une proportion très similaire au premier parent (17,3 %).

Tableau 15. Langue maternelle des parents (7. Quelle est la langue maternelle de ton premier et deuxième parent ou tuteur/tutrice?)

(Partie 1. Q. 7. Quelle est la langue maternelle de ta mère (ou de ta tutrice ou du premier parent)? (Tu peux cocher plus d'une réponse)) (Partie 1. Q. 7.1. Quelle est la langue maternelle de ton père (ou de ton tuteur ou du deuxième parent)? (tu peux cocher plus d'une réponse))

Langue maternelle	Parent 1		Parent 2	
	N	%	N	%
Français	633	69,6 %	529	58,2 %
Anglais	208	22,9 %	292	32,1 %
Autre	154	16,9 %	157	17,3 %
Total	909	100 %	909	100 %

Exogamie

Près de la moitié (47,8 %) des jeunes de notre échantillon sont issus d'une famille endogame francophone, alors qu'environ un jeune sur neuf est issu d'une famille endogame anglophone (11,3 %) ou endogame « langue autre » que le français et l'anglais (11,8 %). Environ le quart (24,2 %) des jeunes sont issus d'une famille exogame francophone et anglophone (Tableau 16).

Tableau 16. Taux d'endogamie et d'exogamie de la famille des répondantes et répondants

(Partie 1. Q. 7. Quelle est la langue maternelle de ta mère (ou de ta tutrice ou du premier parent)? (Tu peux cocher plus d'une réponse)) (Partie 1. Q. 7.1. Quelle est la langue maternelle de ton père (ou de ton tuteur ou du deuxième parent)? (tu peux cocher plus d'une réponse))

Composition familiale	N	%
Endogame francophone	430	47,8 %
Endogame anglophone	102	11,3 %
Endogame autre	106	11,8 %
Exogame francophone et anglophone	218	24,2 %
Exogame francophone et autre	32	3,6 %
Exogame anglophone et autre	11	1,2 %
Total	899	100 %

Les jeunes ont rapporté qu'un peu plus du quart (27,4 %) des premiers parents avaient terminé des études universitaires ou (24,6 %) des études collégiales, et que près d'un tiers (32,2 %) n'avait pas terminé leurs études universitaires (tableau 17). Le reste a soit terminé leur secondaire (10,7 %) ou a abandonné avant l'obtention de leur diplôme d'études secondaires (5,1 %). Concernant le deuxième parent, nous observons un taux plus élevé ayant terminé (13,9 %) ou pas (7,8 %) leurs études secondaires. Contrairement au premier parent, nous observons une proportion légèrement plus

élevée pour des études collégiales menées à terme (27,2 %) et une proportion légèrement plus petite pour des études universitaires complétées (23,8 %).

Tableau 17. Niveau de scolarité des parents

(Partie 1. Q. 8. Quel est le plus haut niveau de scolarité terminé par ta mère (ou ta tutrice ou du premier parent))? (Partie 1. Q. 8.1. Quel est le plus haut niveau de scolarité par ton père (ou ton tuteur ou du deuxième parent))?

Niveau de scolarité	Parent 1		Parent 2	
	N	%	N	%
Secondaire non terminé	46	5,1 %	70	7,8 %
Secondaire terminé	96	10,7 %	124	13,9 %
Collégial	220	24,6 %	243	27,2 %
Université non terminée	288	32,2 %	245	27,4 %
Université complétée	245	27,4	213	23,8 %
Baccalauréat	167	18,7 %	132	14,7 %
Maîtrise	58	6,5 %	47	5,3 %
Doctorat	20	2,2 %	34	3,8 %
Total	895	100 %	895	100 %

Nous observons que les jeunes ont la perception d'avoir une meilleure compréhension du français à l'écrit et à l'oral que de compétences à l'écrit ou à l'oral (tableau 18). Près des deux tiers (61,9 %) des jeunes considèrent avoir une excellente compréhension du français à l'oral, et plus de la moitié (56,2 %) une excellente compréhension du français à l'écrit. Environ deux jeunes sur cinq affirment avoir d'excellentes compétences en français à l'écrit (44,2 %) ou à l'oral (45,8 %).

Tableau 18. Compétences linguistiques en français

(Partie 1. Q. 9. Comment qualifies-tu tes compétences en français)

Compétences linguistiques	Excellentes	Bonnes	Mauvaises	Très mauvaises	Total
Expression écrite	44,2 %	49,4 %	5,8 %	0,6 %	100 %
Expression orale	45,8 %	48,1 %	5,8 %	0,2 %	100 %
Compréhension écrite	56,2 %	38,8 %	4,5 %	0,6 %	100 %
Compréhension orale	61,9 %	35,1 %	2,7 %	0,3 %	100 %

Les différences observées à l'égard des compétences linguistiques en français sont très similaires aux compétences linguistiques en anglais (tableau 19). Nous observons très peu de différence entre les élèves du secondaire et les étudiantes et étudiants du postsecondaire. À l'échelle régionale, les jeunes de l'Atlantique présentent une auto-évaluation de leurs compétences linguistiques en anglais inférieure à celle de l'Ontario

et de l'Ouest. Cette observation s'explique possiblement par le contexte démographique de ces régions, notamment par la proportion de couples exogames qui est plus élevée en Ontario et dans l'Ouest canadien, ce qui contribue à accentuer l'exposition à l'anglais.

Tableau 19. Compétences linguistiques en anglais
(Partie 1. Q. 9. Comment qualifies-tu tes compétences en anglais)

Compétences linguistiques	Excellentes	Bonnes	Mauvaises	Très mauvaises	Total
Expression écrite	46,1 %	44,2 %	7,5 %	0,9 %	100 %
Expression orale	48,2 %	38,3 %	6,1 %	1,5 %	100 %
Compréhension écrite	54,9 %	34,8 %	5,9 %	0,9 %	100 %
Compréhension orale	60,1 %	45,5 %	4,1 %	1,0 %	100 %

Concernant l'identité ethnolinguistique, la majorité (77,4 %) des jeunes affirment que l'appartenance à la communauté francophone est une source de fierté, tandis que près d'un jeune sur sept (15,1 %) mentionne qu'il s'agit modérément d'une source de fierté (tableau 20). Le reste (7,5 %) considère qu'il ne s'agit aucunement ou peu d'une source de fierté.

Tableau 20. Sentiment d'appartenance à la communauté francophone comme source de fierté

(Partie 1. Q. 10. Indique dans quelle mesure chacun des énoncés correspond à la façon dont tu te vois ou tu te sens. Mon appartenance à cette communauté est une source de fierté)

Sentiment d'appartenance	N	%
Correspond aucunement ou peu	63	7,5 %
Correspond aucunement	32	3,8 %
Correspond peu	31	3,7 %
Correspond modérément	126	15,1 %
Correspond fortement ou entièrement	648	77,4 %
Correspond fortement	241	28,8 %
Correspond entièrement	407	48,6 %
Total	837	100 %

Un peu moins des deux tiers (59,7 %) des jeunes se perçoivent fortement ou entièrement comme étant semblables aux membres de la communauté francophone, alors qu'environ le quart (24,3 %) des jeunes le perçoivent modérément (tableau 21). Près d'un jeune sur six (16,0 %) ne se perçoit aucunement ou peu semblable aux membres de la communauté francophone.

Tableau 21. Perception comme étant semblable aux membres de la communauté francophone

(Partie 1. Q. 10. Indique dans quelle mesure chacun des énoncés correspond à la façon dont tu te vois ou tu te sens. Je me perçois comme étant semblable aux membres de cette communauté)

Perception	N	%
Correspond aucunement ou peu	134	16,0 %
Correspond aucunement	42	5,0 %
Correspond peu	92	11,0 %
Correspond modérément	203	24,3 %
Correspond fortement ou entièrement	500	59,7 %
Correspond fortement	235	28,1 %
Correspond entièrement	265	31,7 %
Total	837	100 %

Un peu plus de la moitié (53,9 %) des jeunes sont d'avis que la communauté francophone est fortement ou entièrement un reflet de qui ils sont, tandis que près d'un quart (26,3 %) le sont modérément (tableau 22). Environ un jeune sur cinq (19,8 %) considère que la communauté francophone n'est aucunement ou peu le reflet de qui ils sont.

Tableau 22. Perception que la communauté est le reflet de qui les jeunes sont

(Partie 1. Q. 10. Indique dans quelle mesure chacun des énoncés correspond à la façon dont tu te vois ou tu te sens. Je pense que cette communauté est un reflet de qui je suis)

Perception	N	%
Correspond aucunement ou peu	166	19,8 %
Correspond aucunement	67	8,0 %
Correspond peu	99	11,8 %
Correspond modérément	220	26,3 %
Correspond fortement ou entièrement	451	53,9 %
Correspond fortement	206	24,6 %
Correspond entièrement	245	29,3 %
Total	837	100 %

Sur le plan de l'engagement identitaire, nous observons au tableau 23 les jeunes de notre échantillon sont engagés envers la culture et la langue française. Ainsi, près des trois quarts (73,8 %) des jeunes affirment vouloir fortement ou entièrement défendre les droits linguistiques de la communauté francophone, alors qu'une personne sur six

(16,6 %) est modérément du même avis. Le reste (9,6 %) ne veulent aucunement ou peu défendre les droits linguistiques de la communauté francophone.

Tableau 23. Défendre les droits linguistiques de la communauté francophone

(Partie 1. Q. 10. Indique dans quelle mesure chacun des énoncés correspond à la façon dont tu te vois ou tu te sens. Je suis une personne qui veut défendre les droits linguistiques de cette communauté)

Défendre les droits linguistiques	N	%
Correspond aucunement ou peu	80	9,6 %
Correspond aucunement	43	5,1 %
Correspond peu	37	4,4 %
Correspond modérément	139	16,6 %
Correspond fortement ou entièrement	618	73,8 %
Correspond fortement	182	21,7 %
Correspond entièrement	436	52,1 %
Total	837	100 %

Selon un score global moyen d'indicateur d'engagement identitaire envers la communauté francophone, environ les trois quarts (72,8 %) des jeunes affichent une identité francophone forte, alors qu'un quart (24,5 %) présentent une identité francophone plutôt modérée (tableau 24). Seulement 2,7 % des jeunes s'identifient peu à la communauté francophone.

Tableau 24. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté francophone

Indicateur d'engagement identitaire	N	%
Faible	23	2,7 %
Modérée	205	24,5 %
Forte	609	72,8 %
Total	837	100 %

Les jeunes francophones en situation minoritaire s'identifient parfois aux deux communautés de langue officielle selon leurs compétences langagières ou leur appartenance aux communautés francophone et anglophone. Bien que la majorité affiche un fort engagement identitaire à la communauté francophone, plus du tiers (36,7 %) des jeunes dans notre échantillon s'identifient fortement à la communauté anglophone, alors que près de la moitié (48,3 %) affichent un engagement modéré envers la communauté anglophone (tableau 25). Le reste (15,1 %) s'identifie faiblement comme étant anglophone. L'identité anglophone relativement élevée chez les jeunes pourrait être expliquée en partie par le haut taux de bilinguisme dans notre échantillon.

Tableau 25. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté anglophone

Indicateur d'engagement identitaire	N	%
Faible	126	15,1 %
Modérée	404	48,3 %
Forte	307	36,7 %
Total	837	100 %

Nous pouvons observer au tableau 26 que, globalement, environ les deux tiers des répondantes et répondants s'identifient modérément à entièrement à la communauté anglophone. D'ailleurs, près d'un tiers (31,5 %) des jeunes sont fortement ou entièrement prêts à défendre les droits linguistiques de la communauté anglophone.

Tableau 26. Perception des répondantes et répondants à l'égard de la communauté anglophone.

(Partie 1. Q. 10. Indique dans quelle mesure chacun des énoncés correspond à la façon dont tu te vois ou tu te sens.)

Énoncés		Correspond aucunement	Correspond peu	Correspond modérément	Correspond fortement	Correspond entièrement	Total
Mon appartenance à cette communauté et une source de fierté	N	132	132	266	181	126	837
	%	15,8 %	15,8 %	31,8 %	21,6 %	15,1 %	100 %
	% combiné	31,5 %		31,8 %	36,7 %		100 %
Je me perçois comme étant semblable aux membres de cette communauté	N	110	144	252	191	140	837
	%	13,1 %	17,2 %	30,1 %	22,8 %	16,7 %	100 %
	% combiné	30,3 %		30,1 %	39,5 %		100 %
Je pense que cette communauté est un reflet de qui je suis	N	157	183	241	158	98	837
	%	18,8 %	21,9 %	28,8 %	18,9 %	11,7 %	100 %
	% combiné	40,6 %		28,8 %	30,6 %		100 %
Je suis une personne qui veut défendre les droits linguistiques de cette communauté	N	190	148	235	118	146	837
	%	22,7 %	17,7 %	28,1 %	14,1 %	17,4 %	100 %
	% combiné	40,4 %		28,1 %	31,5 %		100 %

3.2 Insécurité linguistique et isolement social

Plus des trois quarts (77,3 %) des jeunes affirment ne jamais vivre ou vivre rarement de l'insécurité à l'égard du français lorsqu'ils écrivent en ligne (tableau 27). À l'opposé, près d'un jeune sur 10 (9,1 %) craint souvent ou très souvent qu'on se moque d'elle ou de lui à cause de son français quand elle ou il écrit en ligne, tandis qu'une proportion légèrement plus élevée (13,6 %) craint « parfois » être victime de moqueries.

Tableau 27. Insécurité linguistique à l'égard du français écrit en ligne
(Partie 1. Q. 11. Je crains qu'on se moque de moi à cause de mon français quand j'écris en ligne)

Sentiment d'insécurité linguistique	N	%
Jamais et rarement	643	77,3 %
Jamais	420	50,5 %
Rarement	223	26,8 %
Parfois	113	13,6 %
Souvent et très souvent	76	9,1 %
Souvent	51	6,1 %
Très souvent	25	3,0 %
Total	832	100 %

Une petite proportion de jeunes, soit environ un jeune sur 13 (7,6 %) dit souvent ou très souvent éviter les situations où il doit parler en français (tableau 28). Cette proportion augmente à près d'un cinquième (19,3 %) lorsqu'on inclut les jeunes qui disent « parfois » (11,7 %) éviter ce même genre de situation.

Tableau 28. Évitement des situations qui demande aux participantes et participants de parler en français

(Partie 1. Q. 11. J'essaie d'éviter les situations où je dois parler en français)

Éviter des situations	N	%
Jamais ou rarement	672	80,8 %
Jamais	490	58,9 %
Rarement	182	21,9 %
Parfois	97	11,7 %
Souvent ou très souvent	63	7,6 %
Souvent	44	5,3 %
Très souvent	19	2,3 %
Total	832	100 %

Dans l'ensemble, près d'un tiers (30,6 %) des jeunes montrent une insécurité linguistique modérée, tandis que près de trois jeunes sur cinq (60,6 %) affichent une insécurité linguistique faible (tableau 29). Le reste (8,8 %) des jeunes ont une insécurité linguistique élevée.

Tableau 29. Indicateur d'insécurité linguistique

(Partie 1. Q. 11. Indique à quelle fréquence tu vis les situations suivantes? Je crains qu'on se moque de moi à cause de mon français quand j'écris en ligne - J'essaie d'éviter des situations où je dois parler en français)

Indicateur d'insécurité linguistique	N	%
Faible	504	60,6 %
Modérée	255	30,6 %
Élevée	73	8,8 %
Total	832	100 %

Le temps passé devant les écrans pourrait-il avoir un impact sur la vie sociale des jeunes francophones en situation minoritaire? Dans l'ensemble, nous avons observé qu'une petite proportion (10,5 %) des jeunes semblent souvent ou très souvent se sentir exclue (tableau 30). Pourtant, cette proportion est deux fois moins élevée par rapport à l'impression que les gens ne les connaissent à peine (21,9 %), au sentiment d'être isolé des autres (21,1 %) ou que les gens autour d'eux ne sont pas vraiment présents (21,8 %). Ainsi, environ la moitié des jeunes de notre échantillon ressent « parfois » à « très souvent » ces émotions.

Tableau 30. Indicateurs du sentiment d'isolement social

(Partie 1. Q. 12. Lors du dernier mois, indique à quelle fréquence tu t'es senti comme suit :)

		Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Total
Je me sens exclue ou exclu	N	228	270	229	58	27	813
	%	28,1 %	33,3 %	28,2 %	7,1 %	3,3 %	100 %
	% combiné	61,3 %		28,2 %	10,5 %		100 %
J'ai l'impression que les gens me connaissent à peine	N	184	218	233	124	54	813
	%	22,6 %	26,8 %	28,7 %	15,3 %	6,6 %	100 %
	% combiné	49,4 %		28,7 %	21,9 %		100 %
Je me sens isolée ou isolé des autres	N	190	228	224	115	57	813
	%	23,3 %	28,0 %	27,5 %	14,1 %	7,0 %	100 %
	% combiné	51,4 %		27,5 %	21,1 %		100 %
Je sens que les gens sont autour de moi, mais pas avec moi	N	200	210	224	112	65	813
	%	24,7 %	25,9 %	27,6 %	13,8 %	8,0 %	100 %
	% combiné	50,6 %		27,6 %	21,8 %		100 %

Nous pouvons observer que les jeunes ressentent un certain isolement social bien qu'ils soient connectés en ligne plusieurs heures par jour. Plus précisément, près d'un quart (24,0 %) des jeunes affiche un faible isolement social, tandis que plus de la moitié (57,8 %) des jeunes ressentent un isolement social modéré (tableau 31). Finalement, près d'une jeune sur cinq (18,2 %) affiche un isolement social fort. En d'autres mots, les jeunes se sentent exclus, isolés, ont l'impression que les gens ne les connaissent à peine ou que les gens sont autour d'eux, mais pas avec eux.

Tableau 31. Isolement social

(Partie 1. Q. 12. Lors du dernier mois, indique à quelle fréquence tu t'es senti comme suit: Je me sens exclue ou exclu – J'ai l'impression que les gens me connaissent à peine – Je me sens isolée ou isolé des autres – Je sens que les gens sont autour de moi, mais pas avec moi)

Indicateur d'isolement social	N	%
Faible	196	24,0 %
Modéré	471	57,8 %
Fort	148	18,2 %
Total	815	100 %

3.3 Accès à l'Internet et usage

Dans cette section, nous présentons les résultats du sondage relatif à l'accès à Internet au lieu de résidence et à l'extérieur du lieu de résidence, ainsi que l'usage d'Internet en termes d'heures par jour. Concernant l'accès à Internet, nous notons que la quasi-totalité (99,5 %) des jeunes ayant participé à l'étude a accès à Internet à la maison ou à l'endroit où ils habitent actuellement (tableau 32).

Tableau 32. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants

(Partie 2. Q. 1. As-tu accès à Internet à la maison ou à l'endroit où tu habites actuellement?)

Accessibilité à Internet	% ⁵
Oui	99,5 %
Non	0,5 %
Total	100 %

De plus, les trois quarts (74,7 %) d'entre eux confirment qu'il s'agit d'une connexion haute vitesse, tandis que 6,7 % des jeunes n'ont pas une connexion haute vitesse, et le reste (18,6 %) des jeunes ne sont pas certains du type de connexion Internet (tableau 33).

Tableau 33. Accès à Internet haute vitesse chez les répondantes et répondants

(Partie 2. Q. 1.1 S'agit-il d'Internet haute vitesse?)

Accessibilité à Internet haute vitesse	N	%
Oui	613	74,7 %
Non	55	6,7 %
Pas certaine ou certain	153	18,6 %
Total	821	100 %

Concernant le contrôle parental, près des deux tiers (61,7 %) des jeunes expriment que leurs parents exercent un certain contrôle sur le temps d'écran à la maison, alors que près de deux jeunes sur cinq (38,3 %) étaient libres de faire l'usage qu'ils souhaitaient du temps d'écran (tableau 34).

⁵ En raison des petits nombres, seulement les proportions sont présentées dans ce tableau.

Tableau 34. Contrôle parental d'Internet chez les répondantes et répondants

(Partie 2. Q. 1.3. Actuellement ou pendant ton enfance à la maison, est-ce que le temps d'écran est ou était contrôlé par tes parents ou tutrice(s) ou tuteur(s))

Contrôle parental d'Internet	N	%
Oui	506	61,7 %
Non	314	38,3 %
Total	820	100 %

Lors d'une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail, les jeunes passent en moyen 6,1 heures ($s = 3,2$) par jour sur Internet. Plus précisément, environ un jeune sur dix (9,9 %) consacre moins de 3 heures par jour à Internet, tandis qu'un quart (25,4 %) des jeunes sont entre 3 et 4 heures sur Internet (tableau 35). Une proportion similaire (28,0 %) de jeunes passent entre 5 et 6 heures par jour sur Internet, alors qu'environ deux jeunes sur cinq (19,7 %) consacrent 7 à 8 heures à leurs activités en ligne. Près d'un jeune sur six (17,0 %) passe plus de 8 heures sur Internet lors d'une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail. Plus précisément, plus du quart (28,3 %) de notre échantillon affirme être connecté en moyenne 8 heures ou plus par jour (tableau 35). Ce résultat est comparable à celui observé par Dufour *et al.* (2019). Dans leur étude menée auprès d'adolescents ayant consulté un centre de traitement de la dépendance au Québec en raison d'utilisation problématique d'Internet, ils ont noté que les adolescents du centre passaient en moyenne 8 heures par jour sur Internet.

Qu'en est-il de l'usage d'Internet pendant une journée d'école ou une journée de congé? À première vue, nous observons très peu de différence dans l'usage d'Internet lors des journées de congé (tableau 36) ou pendant les vacances (6,4 heures, $s = 3,4$). En regardant le tableau 37, nous remarquons qu'un jeune sur dix (10,8 %) ne change aucunement ses habitudes de consommation d'Internet. Cependant, plus de la moitié (55,7 %) des jeunes augmentent leur utilisation d'Internet lors des journées de congé tandis qu'environ le tiers (33,4 %) diminue leur utilisation (tableau 37). Spécifiquement, deux jeunes sur cinq (40,6 %) passent jusqu'à 3 heures de plus par jour, et 15,1 % y consacrent plus de 3 heures supplémentaires. À l'opposé, environ un jeune sur cinq (18,1 %) affirme réduire sa consommation d'Internet de plus de 3 heures lors des jours de congé, tandis qu'une proportion similaire (15,3 %) réduit sa présence sur Internet de 3 heures ou moins.

Tableau 35. Nombre d'heures d'usage d'Internet lors d'une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail

(Partie 2. Q. 1.2. Peux-tu estimer le nombre d'heures que tu passes sur Internet (incluant la consultation de sites de réseaux sociaux, réseaux professionnels et messageries instantanées) pendant : une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail)

Nombre d'heures	N	%
Moins de 3 heures	81	9,9 %
1	21	2,6 %
2	60	7,3 %
3 à 4 heures	209	25,4 %
3	83	10,1 %
4	126	15,3 %
5 à 6 heures	230	28,0 %
5	115	14,0 %
6	115	14,0 %
7 à 8 heures	162	19,7 %
7	69	8,4 %
8	93	11,3 %
Plus de 8h	140	17,0 %
Total	100 %	100 %

Tableau 36. Nombre d'heures d'usage d'Internet lors d'une journée typique où il n'y pas d'école, de collègue, d'université ou de travail

(Partie 2. Q. 1.2. Peux-tu estimer le nombre d'heures que tu passes sur Internet (incluant la consultation de sites de réseaux sociaux, réseaux professionnels et messageries instantanées) pendant : une journée typique où il n'y pas d'école, de collègue, d'université ou de travail (jour de congé, fin de semaine)

Nombre d'heures	N	%
Moins de 3 heures	67	8,2 %
1	22	2,7 %
2	45	5,5 %
3 à 4 heures	195	23,7 %
3	70	8,5 %
4	125	15,2 %
5 à 6 heures	222	27,0 %
5	105	12,8 %
6	117	14,2 %
7 à 8 heures	163	19,8 %
7	78	9,5 %
8	85	10,3 %
Plus de 8 heures	175	21,3 %
Total	822	100 %

Tableau 37. Changement d'usage d'Internet entre journée typique d'école et journée typique de congé

Différence d'heures	N	%
Moins de 3 heures et plus	126	15,3 %
Moins 1 à 3 heures	149	18,1 %
Aucun changement	89	10,8 %
Plus 1 à 3 heures	334	40,6 %
Plus de 3 heures et plus	124	15,1 %
Total	822	100 %

Fait assez surprenant, la majorité des jeunes accèdent à Internet chez eux à l'aide de leur appareil mobile personnel (96,1 %), et/ou d'un ordinateur (bureau ou portable) personnel (85,3 %) (tableau 38). Seulement 6,0 % des jeunes mentionnent accéder à Internet grâce à un appareil mobile partagé (familial). Environ un jeune sur cinq (19,9 %) utilise l'ordinateur familial (bureau ou portable). Par ailleurs, plus de la moitié (55,6 %) des jeunes confirment avoir accès à une télévision intelligente, tandis qu'un peu plus du tiers (37,5 %) des jeunes possèdent une console de jeu vidéo. Le tiers (33,5 %) des jeunes utilisent un autre appareil pour accéder à Internet chez eux (p. ex. tablette/iPad).

Tableau 38. Accès à Internet au lieu de résidence

(Partie 2. Q. 2. Comment accèdes-tu à Internet chez toi? (tu peux cocher plus d'une réponse))

Moyens d'accéder à Internet	N	%
Appareil mobile (téléphone) qui t'appartient	786	96,1 %
Appareil mobile (téléphone) partagé (familial)	49	6,0 %
Un ordinateur (bureau ou portable) qui t'appartient	698	85,3 %
Un ordinateur (bureau ou portable) ailleurs dans la maison (familial)	163	19,9 %
Console de jeu vidéo	307	37,5 %
Télévision intelligente	455	55,6 %
Un autre appareil (p. ex.: tablette)	274	33,5 %
Je n'ai pas accès à Internet chez moi	x ⁶	x
Fréquence	812	

Nous observons que la majorité des jeunes accèdent à Internet à l'extérieur de leur résidence grâce à leurs données mobiles sur leur appareil personnel (82,0 %) ou en utilisant le Wifi gratuit dans un endroit public (81,2 %) (tableau 39). Environ un quart (25,7 %) des jeunes disent utiliser un ordinateur partagé à l'école, à la bibliothèque ou au travail. Près d'un jeune sur sept (13,5 %) accède à Internet à l'aide d'un autre appareil

⁶ En raison des petits nombres, cette information ne peut être divulguée pour cette modalité.

chez un membre de leur famille, une amie ou un ami. Le reste des jeunes utilisent les données mobiles d'un appareil familial (3,6 %) ou n'ont simplement pas accès à Internet à l'extérieur de leur foyer (1,8 %).

Tableau 39. Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence

(Partie 2. Q. 2.1 Comment accèdes-tu à Internet ailleurs que chez toi? (tu peux cocher plus d'une réponse))

Moyens d'accéder à Internet	N	%
Données mobiles sur mon appareil	666	82,0 %
Données mobiles sur l'appareil familial	29	3,6 %
Wifi dans un endroit public	659	81,2 %
Ordinateur partagé (p. ex.: école, bibliothèque, travail (bureau))	209	25,7 %
Un autre appareil (p. ex.: chez un membre de ma famille, amie ou ami)	110	13,5 %
Je n'ai pas accès à Internet hors de chez moi	15	1,8 %
Fréquence	812	-

3.4 Activité en ligne

Les résultats montrent que l'accès à Internet n'est plus un défi pour la forte majorité des jeunes, et que ceux-ci font un usage important d'Internet. Afin de nuancer l'utilisation d'Internet, nous avons questionné les jeunes afin de connaître l'usage qu'ils font de 12 médias sociaux. Globalement, environ les trois quarts des jeunes fréquentent tous les jours leur compte Instagram (75,3 %), ou Snapchat (71,7 %), tandis que plus de la moitié des jeunes utilisent YouTube (61,6 %) ou TikTok (55,6 %) tous les jours (tableau 40). Environ deux jeunes sur cinq (40,0 %) utilisent Facebook tous les jours, alors qu'une proportion similaire de jeunes (44,5 %) affirment n'en faire aucun usage. D'autre part, la majorité des jeunes ne consultent rarement voire jamais LinkedIn (87,9 %), WhatsApp (71,8 %), Reddit (79,6 %), Twitch (87,9 %), Discord (72,4 %), Twitter (74,5 %) et Pinterest (53,4 %).

Tableau 40. Médias sociaux consultés par les jeunes

(Partie 2. Q. 3. Indique la fréquence à laquelle tu consultes les médias sociaux suivants?)

Médias sociaux		Plusieurs fois par jour	Une fois par jour	Quelques fois par semaine	Quelques fois par mois	Rarement	Jamais	Total
Facebook	N	218	106	74	51	105	255	809
	%	26,9 %	13,1 %	9,1 %	6,3 %	13,0 %	31,5 %	100 %
	% combiné	40,0 %		15,5 %		44,5 %		100 %
Instagram	N	484	125	56	23	41	80	809
	%	59,8 %	15,5 %	6,9 %	2,8 %	5,1 %	9,9 %	100 %
	% combiné	75,3 %		9,8 %		15,0 %		100 %
Twitter	N	51	52	53	50	93	510	809
	%	6,3 %	6,4 %	6,6 %	6,2 %	11,5 %	63,0 %	100 %
	% combiné	12,7 %		12,7 %		74,5 %		100 %
LinkedIn	N	10	17	31	40	66	645	809
	%	1,2 %	2,1 %	3,8 %	4,9 %	8,2 %	79,7 %	100 %
	% combiné	3,3 %		8,8 %		87,9 %		100 %
TikTok	N	384	66	41	26	46	246	809
	%	47,5 %	8,2 %	5,1 %	3,2 %	5,7 %	30,4 %	100 %
	% combiné	55,6 %		8,3 %		36,1 %		100 %

YouTube	N	339	159	146	74	72	19	809
	%	41,9 %	19,7 %	18,0 %	9,1 %	8,9 %	2,3 %	100 %
	% combiné	61,6 %		27,2 %		11,2 %		100 %
WhatsApp	N	81	38	73	36	69	512	809
	%	10,0 %	4,7 %	9,0 %	4,4 %	8,5 %	63,3 %	100 %
	% combiné	14,7 %		13,5 %		71,8 %		100 %
Reddit	N	30	31	53	51	114	530	809
	%	3,7 %	3,8 %	6,6 %	6,3 %	14,1 %	65,5 %	100 %
	% combiné	7,5 %		12,9 %		79,6 %		100 %
Snapchat	N	490	90	46	28	31	124	809
	%	60,6 %	11,1 %	5,7 %	3,5 %	3,8 %	15,3 %	100 %
	% combiné	71,7 %		9,1 %		19,2 %		100 %
Pinterest	N	60	52	128	137	128	304	809
	%	7,4 %	6,4 %	15,8 %	16,9 %	15,8 %	37,6 %	100 %
	% combiné	13,8 %		32,8 %		53,4 %		100 %
Twitch	N	26	10	28	34	81	630	809
	%	3,2 %	1,2 %	3,5 %	4,2 %	10,0 %	77,9 %	100 %
	% combiné	4,4 %		7,7 %		87,9 %		100 %
Discord	N	79	31	57	56	87	499	809
	%	9,8 %	3,8 %	7,0 %	6,9 %	10,8 %	61,7 %	100 %
	% combiné	13,6 %		14,0 %		72,4 %		100 %

Outre les réseaux sociaux, que font les jeunes d'expression française en milieu minoritaire lorsqu'ils sont en ligne? L'activité la plus souvent pratiquée par les jeunes de notre étude est l'écoute de la musique (89,6 %), l'interaction avec ses proches ou ses amis et amis (82,2 %) et la recherche de l'information pour des devoirs scolaires ou des travaux collégiaux ou universitaires (82,0 %) (tableau 41). Plus des deux tiers des jeunes affirment faire souvent ou très souvent les actions suivantes : consulter les réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram...) (77,1 %), regarder des vidéos, films ou téléseries (75,6 %), consulter sa messagerie (69,6 %) et chercher de l'information sur un sujet d'intérêt (63,8 %). De plus, environ la moitié des jeunes (56,8 %) apprennent souvent ou très souvent comment faire des choses à l'aide d'Internet (p. ex. : des tutoriels, des recettes...). Par ailleurs, les activités jamais ou rarement pratiquées par les jeunes sont, entre autres, d'agir pour améliorer la société (p. ex. : signer des pétitions en ligne, faire des dons, participer à des événements...) (66,2 %), faire leurs propres créations (p. ex. : texte, image, vidéo, musique) (54,0 %), jouer à des jeux en ligne (53,5 %), lire des nouvelles d'actualité (presse quotidienne ou hebdomadaire) (50,7 %), suivre une formation en ligne (44,0 %), faire des achats en ligne (39,4 %), lire des livres (36,4 %) ou faire des tâches pour le travail (36,1 %).

Tableau 41. Fréquence de diverses activités en ligne

(Partie 2. Q. 4. À quelle fréquence et dans quelle langue fais-tu ces actions sur Internet?)

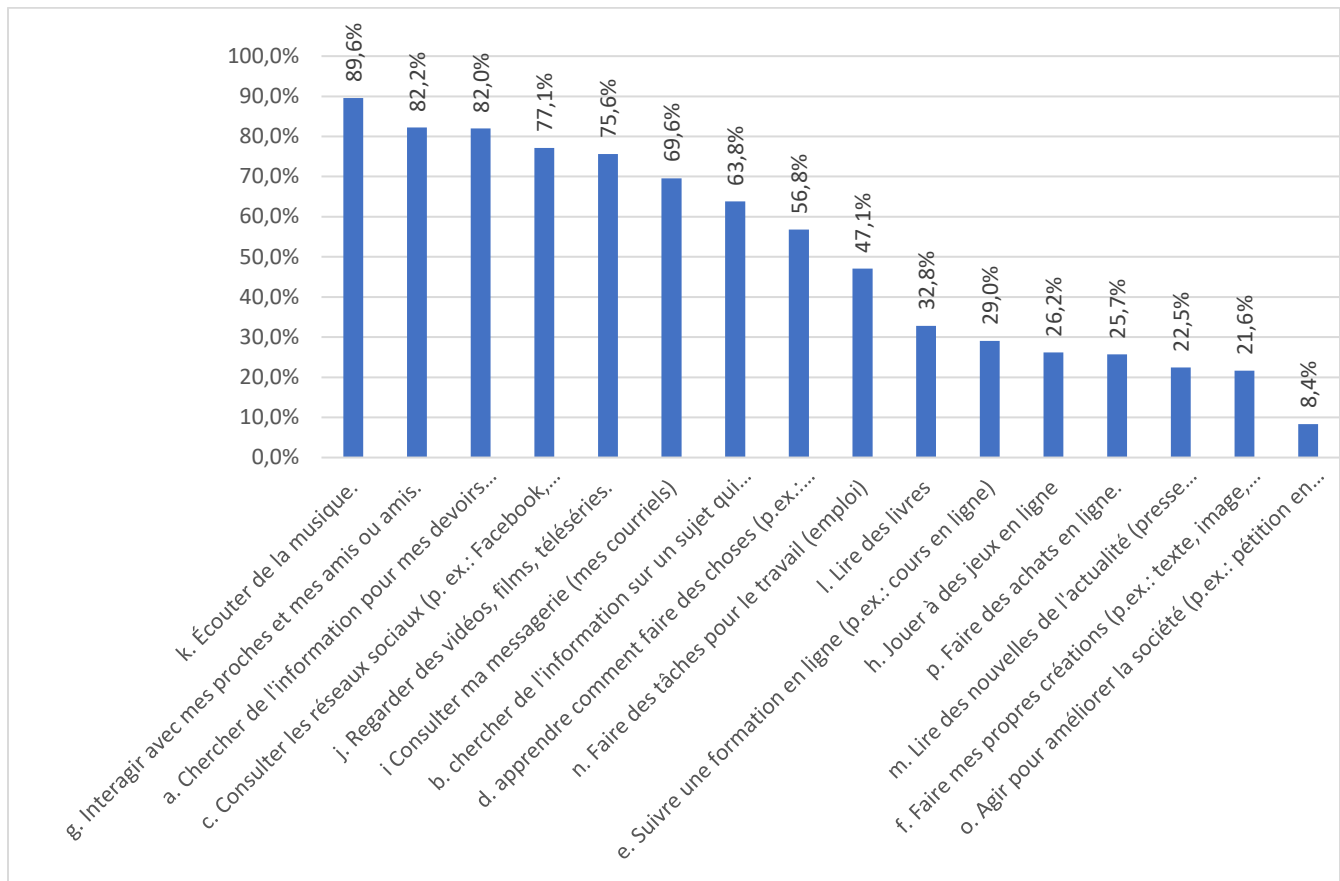
Activités en ligne		Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Total
a. Chercher de l'information pour mes devoirs scolaires ou mes travaux collégiaux ou universitaires	N	17	18	103	232	397	767
	%	2,2 %	2,3 %	13,4 %	30,2 %	51,8 %	100 %
	% Combiné	4,6 %		13,4 %	82,0 %		100 %
b. Chercher de l'information sur un sujet qui m'intéresse	N	13	59	211	299	200	782
	%	1,7 %	7,5 %	27,0 %	38,2 %	25,6 %	100 %
	% Combiné	9,2 %		27,0 %	63,8 %		100 %
c. Consulter les réseaux sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, Instagram)	N	30	42	107	251	352	782
	%	3,8 %	5,4 %	13,7 %	32,1 %	45,0 %	100 %
	% Combiné	9,2 %		13,7 %	77,1 %		100 %
d. Apprendre comment faire des choses (p. ex.: tutoriels, recettes)	N	29	126	183	100	344	782
	%	3,7 %	16,1 %	23,4 %	12,8 %	44,0 %	100 %
	% Combiné	19,8 %		23,4 %	56,8 %		100 %
e. Suivre une formation en ligne (p. ex.: cours en ligne)	N	127	217	211	128	99	782
	%	16,2 %	27,7 %	27,0 %	16,4 %	12,7 %	100 %
	% Combiné	44,0 %		27,0 %	29,0 %		100 %
f. Faire mes propres créations (p. ex.: texte, image, vidéo, musique)	N	214	208	191	108	61	782
	%	27,4 %	26,6 %	24,4 %	13,8 %	7,8 %	100 %
	% Combiné	54,0 %		24,4 %	21,6 %		100 %
g. Interagir avec mes proches et mes amis ou amis	N	10	26	103	240	403	782
	%	1,3 %	3,3 %	13,2 %	30,7 %	51,5 %	100 %
	% Combiné	4,6 %		13,2 %	82,2 %		100 %

h. Jouer à des jeux en ligne	N	241	177	159	107	98	782
	%	30,8 %	22,6 %	20,3 %	13,7 %	12,5 %	100 %
	% Combiné	53,5 %		20,3 %	26,2 %		100 %
i. Consulter ma messagerie (mes courriels)	N	16	63	154	297	236	766
	%	2,1 %	8,2 %	20,1 %	38,8 %	30,8 %	100 %
	% Combiné	10,3 %		20,1 %	69,6 %		100 %
j. Regarder des vidéos, films, téléseries	N	13	40	134	314	265	766
	%	1,7 %	5,2 %	17,5 %	41,0 %	34,6 %	100 %
	% Combiné	6,9 %		17,5 %	75,6 %		100 %
k. Écouter de la musique	N	12	15	53	195	491	766
	%	1,6 %	2,0 %	6,9 %	25,5 %	64,1 %	100 %
	% Combiné	3,5 %		6,9 %	89,6 %		100 %
l. Lire des livres	N	110	169	236	134	117	766
	%	14,4 %	22,1 %	30,8 %	17,5 %	15,3 %	100 %
	% Combiné	36,4 %		30,8 %	32,8 %		100 %
m. Lire des nouvelles de l'actualité (presse quotidienne ou hebdomadaire)	N	168	220	206	125	47	766
	%	21,9 %	28,7 %	26,9 %	16,3 %	6,1 %	100 %
	% Combiné	50,7 %		26,9 %	22,5 %		100 %
n. Faire des tâches pour le travail (emploi)	N	183	58	112	152	162	667
	%	27,4 %	8,7 %	16,8 %	22,8 %	24,3 %	100 %
	% Combiné	36,1 %		16,8 %	47,1 %		100 %
o. Agir pour améliorer la société (p.ex.: pétition en ligne, dons, participer à des événements)	N	275	232	195	44	20	766
	%	35,9 %	30,3 %	25,5 %	5,7 %	2,6 %	100 %
	% Combiné	66,2 %		25,5 %	8,4 %		100 %
p. Faire des achats en ligne	N	94	208	267	131	66	766
	%	12,3 %	27,2 %	34,9 %	17,1 %	8,6 %	100 %
	% Combiné	39,4 %		34,9 %	25,7 %		100 %

La figure 1 illustre la fréquence à laquelle les jeunes de notre échantillon pratiquent souvent ou très souvent une activité en ligne. Nous constatons que l'écoute de la musique est l'activité la plus souvent pratiquée chez les jeunes (89,6 %), suivie de l'interaction avec leurs proches et leurs amis et amis en ligne (82,2 %) et de la recherche de l'information pour des devoirs ou le travail (82,0 %). Lire des livres en ligne (32,8 %) et suivre une formation en ligne (29,0 %) sont parmi les activités pratiquées le moins souvent par les jeunes, tout comme jouer à des jeux en ligne (26,2 %), faire des achats en ligne (25,7 %), lire des nouvelles de l'actualité (22,5 %), faire ses propres créations (21,6 %) ou agir pour améliorer la société (8,4 %).

Figure 1. Fréquence d'activités pratiquées souvent ou très souvent par les jeunes

(Partie 2. Q. 4. À quelle fréquence et dans quelle langue fais-tu ces actions sur Internet?)

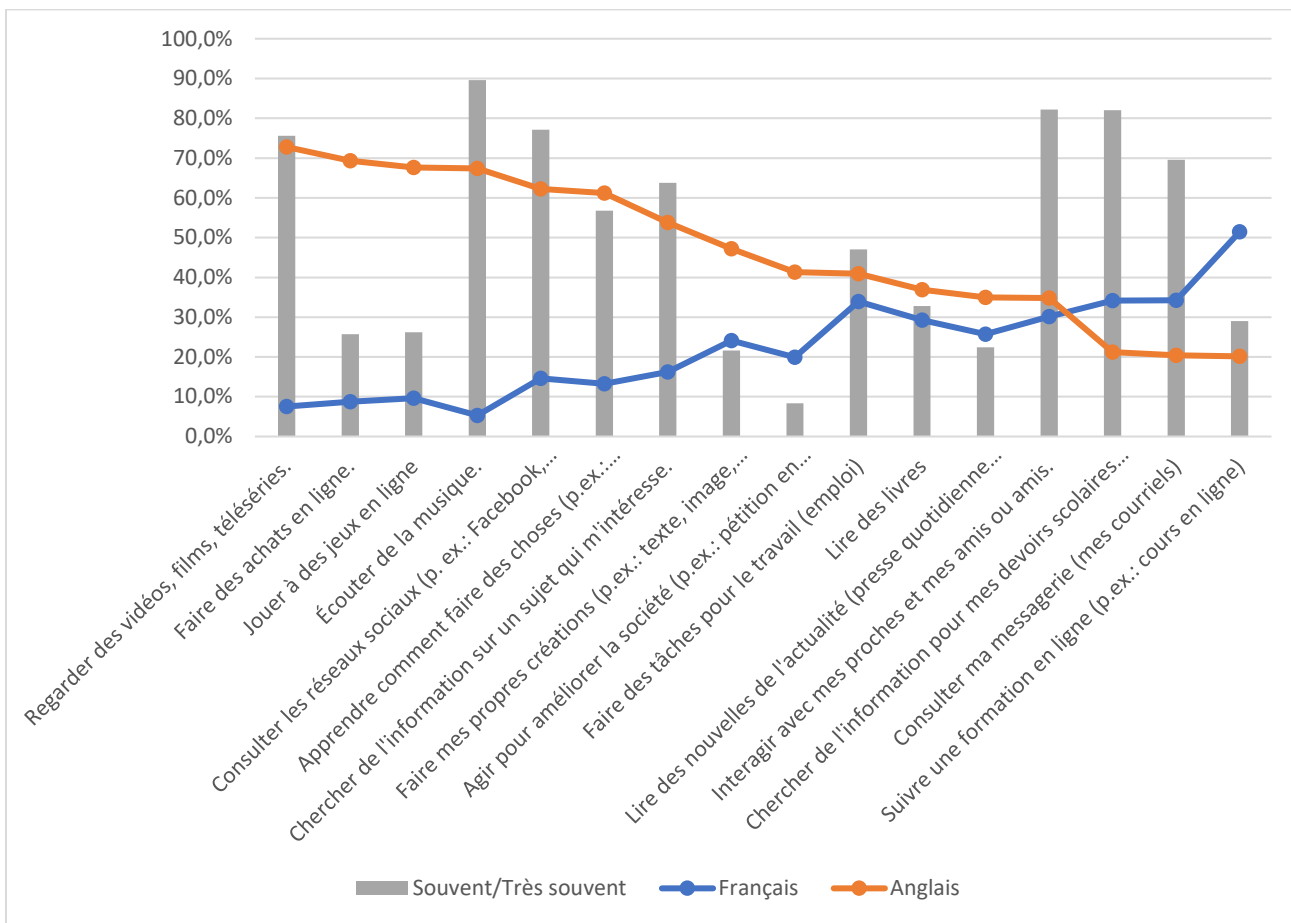


Nous pouvons observer à la figure 2 que le français n'est pas la langue privilégiée par les jeunes dans leurs activités en ligne. La consultation de la messagerie (courriel), la recherche d'information en ligne pour un devoir et les formations en ligne (cours) sont les trois activités pratiquées plus souvent en français qu'en anglais. Toutefois, bien que la moitié (51,5 %) des jeunes qui ont suivi des formations en ligne l'ont fait surtout en

français, il s'agit de l'une des activités en ligne les moins populaires chez les jeunes (29,0 %). Cela dit, il faut interpréter cette donnée avec précaution puisque la collecte de données a été effectuée auprès d'établissements de langue française ou bilingue, lors de la pandémie, à un moment où plusieurs écoles, collèges et universités n'offraient que des cours en ligne. L'activité en ligne des jeunes reste très anglicisée.

Dans l'ensemble, l'anglais est de loin la langue de préférence en ligne des jeunes. Outre la recherche d'information pour des travaux scolaires, collégiaux ou universitaires, la consultation de la messagerie (courriel) et le fait de suivre une formation en ligne (cours en ligne), la plupart des activités recensées se font surtout en anglais. Par ailleurs, l'écart entre l'usage du français et de l'anglais est moins important pour les activités suivantes : faire des tâches pour le travail, lire des livres, lire des nouvelles d'actualité et interagir avec ses proches. Cela dit, il faut prendre en considération que le peu de lecture de livres que les jeunes font a été possiblement rattaché à une tâche dans le cadre de leurs études, et l'interaction avec leurs proches ne fait pas la distinction entre la famille et le réseau social où la langue la plus souvent utilisée est l'anglais comme nous l'avons souligné précédemment.

Figure 2. Proportion de jeunes qui utilisent surtout le français ou l'anglais en comparaison avec la proportion qui pratiquent souvent ou très souvent une activité



3.5 Cyberdépendance

Dans cette partie du sondage, nous avons invité les jeunes à indiquer à quel degré une série d'énoncés correspondait à leur expérience lorsqu'ils vont en ligne.

Un quart (25,0 %) des jeunes pensent fortement ou très fortement à leur activité en ligne lorsqu'ils ne sont pas connectés (tableau 42). Environ un tiers (33,4 %) des jeunes y pensent modérément, tandis que près de deux jeunes sur cinq (41,6 %) s'en préoccupent peu ou aucunement.

Tableau 42. Préoccupation relative à l'utilisation d'Internet

(Partie 2. Q. 5. Indique à quel degré les énoncés suivantes correspondent à ton expérience quand tu vas sur Internet - Te sens-tu préoccupé(e) par Internet (repenses-tu à l'activité en ligne précédente ou à la prochaine session en ligne)?)

Préoccupation	N	%
Correspond aucunement ou peu	303	41,6 %
Correspond aucunement	105	14,4 %
Correspond peu	198	27,2 %
Correspond modérément	243	33,4 %
Correspond fortement ou entièrement	182	25,0 %
Correspond fortement	144	19,8 %
Correspond entièrement	38	5,2 %
Total	728	100 %

Près des deux tiers (84,4 %) des jeunes affirment n'avoir aucunement ou rarement mis en péril une relation, un emploi ou une opportunité d'étude ou de carrière en raison de leur utilisation d'Internet (tableau 43).

Tableau 43. Mettre en péril une relation, un emploi ou une opportunité d'étude ou de carrière en raison de l'utilisation excessive d'Internet

(Partie 2. Q. 5. Indique à quel degré les énoncés suivantes correspondent à ton expérience quand tu vas sur Internet - As-tu mis en péril ou risqué la perte d'une relation, d'un emploi, d'une opportunité d'études ou de carrière importants, à cause de ton utilisation d'Internet?)

Mise en péril	N	%
Correspond aucunement ou peu	611	84,4 %
Correspond aucunement	478	66,0 %
Correspond peu	133	18,4 %
Correspond modérément	75	10,4 %
Correspond fortement ou entièrement	38	5,2 %
Correspond fortement	31	4,3 %
Correspond entièrement	7	1,0 %
Total	724	100 %

Environ deux jeunes sur cinq (41,9 %) considèrent passer trop de temps en ligne tandis que près du tiers (34,0 %) des jeunes déclarent en passer modérément et 24,1 % peu, voire aucunement (tableau 44).

Tableau 44. Perception de passer trop de temps en ligne (Partie 2. Q. 5.
Indique à quel degré les énoncés suivants correspondent à ton expérience quand tu vas sur Internet - Ressens-tu que tu passes trop de temps en ligne?)

Perception	N	%
Correspond aucunement ou peu	176	24,1 %
Correspond aucunement	52	7,1 %
Correspond peu	124	17,0 %
Correspond modérément	248	34,0 %
Correspond fortement ou entièrement	306	41,9 %
Correspond fortement	208	28,5 %
Correspond entièrement	98	13,4 %
Total	730	100 %

Parmi les jeunes ayant souligné passer trop de temps en ligne, près des deux tiers (65,4 %) des jeunes affirment avoir fourni des efforts pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet (tableau 45). De cette proportion, environ les deux tiers (67,0 %) des jeunes précisent que leurs efforts ont été un succès (tableau 46).

Tableau 45. Effort pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet
(Partie 2. Q. 5.1 As-tu fait des efforts pour réduire ou arrêter ton utilisation d'Internet)

Effort pour réduire	N	%
Oui	441	65,4 %
Non	233	34,6 %
Total	674	100 %

Tableau 46. Succès des efforts
(Partie 2. Q. 5.2. Est-ce que tes efforts ont été un succès?)

Succès des efforts	N	%
Oui	293	67,0 %
Non	144	33,0 %
Total	437	100 %

Environ les trois quarts (72,2 %) des jeunes présentent des caractéristiques modérées de cyberdépendance, tandis qu'environ un jeune sur dix (10,4 %) affiche un fort risque de cyberdépendance (tableau 47). Le reste (17,5 %) des jeunes présentent un faible risque.

Tableau 47. Indicateur de cyberdépendance

Cyberdépendance	N	%
Faible	128	17,5 %
Modéré	529	72,2 %
Forte	76	10,4 %
Total	733	100 %

3.6 Littératie numérique

Dans cette section, nous présentons les résultats par rapport aux compétences en littératie numérique chez les jeunes d'expression française en situation minoritaire au Canada. Nous constatons qu'un peu plus des trois quarts (77,7 %) des jeunes ont souvent ou très souvent appris à se servir de nouveaux appareils ou logiciels par eux-mêmes (essai-erreur), alors que très peu (4,1 %) affirment l'avoir jamais ou rarement fait (tableau 48). Dans le même ordre d'idées, c'est la moitié (51,6 %) des jeunes qui ont aussi appris par eux-mêmes, mais en consultant souvent ou très souvent des tutoriels, alors qu'un sixième (16,3 %) disent ne l'avoir jamais ou que rarement fait. Quant à l'apprentissage dans différents milieux, la proportion des jeunes qui affirment avoir reçu souvent ou très souvent cette aide diminue lorsque celle-ci provient des amies ou amis (34,7 %) du milieu scolaire (30,1 %), d'un membre de leur famille (25,0 %) ou du milieu de travail (22,5 %). Mis à part l'apprentissage par l'expérimentation, environ le tiers des jeunes ont précisé avoir appris parfois de nouveaux appareils ou logiciels en consultant des tutoriels, en milieu scolaire ou de travail, et un membre de la famille ou des amies et amis. Il est à préciser que près de la moitié des jeunes affirment n'avoir jamais ou rarement appris à se servir de nouveaux appareils ou logiciels avec un membre de la famille (47,5 %) ou au travail (47,0 %).

Tableau 48. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels selon différentes méthodes

(Partie 3. Q. 1. Comment apprends-tu à te servir de nouveaux appareils ou logiciels?)

Méthodes d'apprentissage		Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Total
Par moi-même par l'expérimentation (essai-erreur)	N	10	20	134	218	354	736
	%	1,4 %	2,7 %	18,2 %	29,6 %	48,1 %	100 %
	% combiné	4,1 %		18,2 %	77,7 %		100 %
Par moi-même en consultant des tutoriels	N	31	89	236	225	155	736
	%	4,2 %	12,1 %	32,1 %	30,6 %	21,1 %	100 %
	% combiné	16,3 %		32,1 %	51,6 %		100 %
À l'école, au collège ou à l'université	N	76	198	234	153	66	727
	%	10,5 %	27,2 %	32,2 %	21,0 %	9,1 %	100 %
	% combiné	37,7 %		32,2 %	30,1 %		100 %
Avec la famille (parents, tuteur(s) ou tuteur(s), frère(s), sœur(s))	N	112	235	201	131	52	731
	%	15,3 %	32,1 %	27,5 %	17,9 %	7,1 %	100 %
	% combiné	47,5 %		27,5 %	25,0 %		100 %
Avec mes amies et amis	N	69	156	252	170	83	730
	%	9,5 %	21,4 %	34,5 %	23,3 %	11,4 %	100 %
	% combiné	30,8 %		34,5 %	34,7 %		100 %
Au travail	N	164	147	201	109	40	661
	%	24,8 %	22,2 %	30,4 %	16,5 %	6,1 %	100 %
	% combiné	47,0 %		30,4 %	22,5 %		100 %

Tableau 49. Degré de facilité à utiliser différents logiciels
(Partie 3. Q. 2. Selon toi, quelle est ta facilité à utiliser les logiciels suivants :)

Logiciels		Difficile	Facile	Total
Word	N	21	682	703
	%	3,0 %	97,0 %	100 %
Excel	N	243	385	628
	%	38,7 %	61,3 %	100 %
PowerPoint	N	30	666	696
	%	4,3 %	95,7 %	100 %
Édition et partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube)	N	78	549	627
	%	12,4 %	87,6 %	100 %
Outils de recherche (p. ex. : Google)	N	12	725	737
	%	1,6 %	98,4 %	100 %
Édition d'images (p. ex. : Photoshop, application d'édition d'images)	N	226	366	592
	%	38,2 %	61,8 %	100 %
Stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox)	N	125	366	689
	%	18,1 %	81,9 %	100 %
Réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram)	N	18	699	717
	%	2,5 %	97,5 %	100 %

La majorité, voire la quasi-totalité des jeunes disent avoir de la facilité à utiliser les outils de recherche (98,4 %), les réseaux sociaux (97,5 %), les logiciels Word (97,0 %), PowerPoint (95,7 %), d'édition et de partage de vidéos (87,6 %) et de stockage en nuage (81,9 %) (tableau 49). Toutefois, un peu plus du tiers des jeunes affirment rencontrer des difficultés à utiliser les logiciels Excel (38,7 %) et d'édition d'images (38,2 %).

Dans la suite Microsoft Office, il y a trois fois plus de jeunes qui n'ont jamais utilisé Excel (15,2 %) que Word (5,1 %) et PowerPoint (6,1 %) (tableau 50). Il y a aussi un jeune sur 5 qui n'a jamais utilisé le logiciel d'édition d'image (20,1 %), de même qu'environ un jeune sur six n'a jamais utilisé celui de l'édition et du partage de vidéos (15,4 %).

Tableau 50. Proportion des différents logiciels jamais utilisés
(Partie 3. Q. 2. Selon toi, quelle est ta facilité à utiliser les logiciels suivants :)

Logiciels		Jamais utilisé
Word	N	38
	%	5,1 %
Excel	N	113
	%	15,2 %
PowerPoint	N	45
	%	6,1 %
Édition et partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube)	N	114
	%	15,4 %
Outils de recherche (p. ex. : Google)	N	n.d. ⁷
	%	0,5 %
Édition d'images (p. ex.: Photoshop, application d'édition d'images)	N	149
	%	20,1 %
Stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox)	N	52
	%	7,0 %
Réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram)	N	24
	%	3,2 %
Total des répondantes et répondants	N	741

3.7 Littératie médiatique

Dans la prochaine section, nous avons sondé les jeunes afin d'évaluer leurs compétences en littératie médiatique, soit leur habileté à trouver de l'information et à distinguer une fausse information d'une vraie. La plupart des jeunes affirment que les informations consultées sont plus facilement accessibles en anglais (66,4 %), alors que très peu disent qu'elles le sont surtout en français (6,8 %), et environ le quart (26,8 %) précisent plutôt qu'elles sont autant accessibles en français qu'en anglais (tableau 51).

⁷ Non disponible. Pour des raisons de confidentialité en raison de petit nombre de répondantes et répondants, cette donnée a été exclue.

Tableau 51. Facilité d'accès aux informations consultées sur Internet selon la langue utilisée (Partie 3. Q. 3. Selon toi, les informations que tu consultes sont-elles plus facilement accessibles en français ou en anglais?)

Langue(s) des informations consultées	N	%
En français	50	6,8 %
Dans les deux langues également	198	26,8 %
En anglais	491	66,4 %
Total	739	100 %

La forte majorité (91,1 %) des jeunes sont d'accord que le fait d'être bilingue leur permet d'accéder à une plus grande diversité de sources d'information, alors que seulement 5,9 % sont plutôt en désaccord avec cet énoncé (tableau 52). Par ailleurs, la proportion des jeunes qui sont d'accord que le fait d'être bilingue leur permette de mieux juger les informations de façon critique est un peu plus faible (80,9 %), alors qu'un dixième est plutôt en désaccord (9,6 %) et un dixième ne le sait pas (9,6 %) (tableau 53).

Tableau 52. Degré d'accord au fait que le bilinguisme est un critère d'accessibilité qui permet une plus grande diversité de sources d'information

(Partie 3. Q. 4. Selon toi, indique avec quel degré d'accord le fait d'être bilingue te permet d'accéder à une plus grande diversité de sources d'information?)

Degré d'accord	N	%	% combiné
Fortement en désaccord	11	1,5 %	5,9 %
Plutôt en désaccord	32	4,4 %	
Plutôt en accord	210	28,7 %	91,1 %
Fortement en accord	457	62,4 %	
Ne sais pas	22	3,0 %	3,0 %
Total	732	100 %	100 %

Tableau 53. Degré d'accord au fait que le bilinguisme est un critère permettant de mieux juger des informations de façon critique

(Partie 3. Q. 4.1. Selon toi, indique avec quel degré d'accord le fait d'être bilingue te permet de mieux juger les informations de façon critique.)

Degré d'accord	N	%	% combiné
Fortement en désaccord	13	1,8 %	9,6 %
Plutôt en désaccord	57	7,8 %	
Plutôt en accord	284	38,8 %	80,9 %
Fortement en accord	308	42,1 %	
Ne sais pas	70	9,6 %	9,6 %
Total	732	100 %	100 %

Près d'un jeune sur six (14,5 %) affirme n'être jamais ou rarement préoccupé par le fait qu'une information trouvée en ligne soit vraie ou fausse (tableau 54), tandis qu'une proportion plus grande des jeunes se disent parfois préoccupés (43,4 %) ou souvent ou très souvent préoccupés (42,1 %).

Tableau 54. Degré de préoccupation de la véracité d'une information trouvée en ligne

(Partie 3. Q. 5. Es-tu préoccupé(e) par le fait qu'une information trouvée en ligne est vraie ou fausse?)

Degré de préoccupation	N	%	% combiné
Jamais	13	1,8 %	14,5 %
Rarement	93	12,7 %	
Parfois	317	43,4 %	43,4 %
Souvent	207	28,3 %	42,1 %
Très souvent	101	13,8 %	
Total	731	100 %	100 %

3.8 Confiance relative aux sources d'information

En plus de discerner la vraie information de la fausse, nous avons mesuré le niveau de confiance que les jeunes accordent à diverses sources d'information en ligne. Nous observons qu'environ les trois quarts des jeunes font beaucoup confiance aux sources d'information provenant du gouvernement fédéral (75,6 %) et provincial (72,4 %), alors que cette proportion diminue à 60,9 % pour celles provenant du gouvernement municipal, et diminue considérablement pour celles provenant des politiciennes et politiciens (13,9 %) et des partis politiques (11,0 %) (tableau 55). Il y a de trois à quatre fois plus de jeunes qui ne font pas du tout confiance aux sources d'information provenant des partis politiques (20,1 %) et des politiciennes et politiciens (16,8 %) que de celles provenant des différents paliers gouvernementaux.

La plupart des jeunes font un peu confiance aux sources d'information provenant de la famille (68,9 %), des amies et amis (61,9 %), des collègues de travail (66,0 %) et d'autres élèves ou étudiantes et étudiants de leur établissement d'enseignement (71,6 %) (tableau 54). Il y a deux fois plus de jeunes qui ne font pas du tout confiance aux sources d'information provenant de leur famille (20,1 %) que de celles de collègues de travail (10,6 %), et même de cinq fois plus que de leurs amies ou amis (4,4 %). Il y a environ un sixième (17,9 %) des jeunes qui font beaucoup confiance aux sources d'information provenant d'activistes ou de groupes d'activistes, et un peu plus d'un quart (27,7 %) de celles provenant des journalistes.

En somme, les jeunes semblent avoir plus confiance aux sources d'informations provenant de différents paliers gouvernementaux que celles provenant de leur milieu

familial, social, scolaire ou de travail. Les partis politiques, le milieu familial, les activistes ou les groupes d'activistes et les politiciennes et politiciens sont les sources d'information auxquelles les jeunes ne font pas du tout confiance dans les proportions les plus élevées.

Tableau 55. Degré de confiance selon différentes sources d'information
(Partie 3. Q. 6. À quel degré fais-tu confiance aux sources d'information suivantes?)

Sources d'information		Pas du tout	Un peu	Beaucoup	Total
Celles du gouvernement fédéral	N	22	136	490	648
	%	3,4 %	21,0 %	75,6 %	100 %
Celles du gouvernement provincial	N	27	149	462	638
	%	4,2 %	23,4 %	72,4 %	100 %
Celles du gouvernement municipal	N	28	192	342	562
	%	5,0 %	34,2 %	60,9 %	100 %
Celles des politiciennes et politiciens	N	96	395	79	570
	%	16,8 %	69,3 %	13,9 %	100 %
Celles des partis politiques	N	113	387	62	562
	%	20,1 %	68,9 %	11,0 %	100 %
Celles de ta famille	N	35	329	339	703
	%	20,1 %	68,9 %	11,0 %	100 %
Celles de tes amies et amis	N	31	432	235	698
	%	4,4 %	61,9 %	33,7 %	100 %
Celles de tes collègues de travail	N	65	406	144	615
	%	10,6 %	66,0 %	23,4 %	100 %
Celles d'activistes ou de groupes d'activistes	N	109	376	106	591
	%	18,4 %	63,6 %	17,9 %	100 %
Celles de journalistes	N	69	400	180	649
	%	10,6 %	61,6 %	27,7 %	100 %
Celles d'autres élèves ou étudiantes et étudiants de ton établissement d'enseignement	N	54	480	136	670
	%	8,1 %	71,6 %	20,3 %	100 %

Il y a trois fois moins de jeunes qui ne consultent pas les sources d'information du gouvernement fédéral (3,4 %) que celles du gouvernement provincial (11,6 %), voire environ six fois moins que celles du gouvernement municipal (22,2 %), des politiciennes et politiciens (21,1 %) et des partis politiques (22,2 %) (tableau 56). En d'autres termes, les jeunes consultent davantage les sources d'information provenant du gouvernement fédéral que des autres paliers gouvernementaux ou des partis politiques et des politiciennes et politiciens. Elles et ils consultent moins les sources d'information des collègues de travail (14,8 %) et des autres élèves ou étudiantes et étudiants de leur établissement d'enseignement (7,2 %) que de leur famille (2,6 %) et de leurs amies et amis (3,3 %). Il y a aussi près d'un cinquième (18,1 %) qui ne consultent pas les sources d'information des activistes ou de groupes d'activistes et un dixième (10,1 %) celles des journalistes.

Tableau 56. Proportion des sources d'information jamais consultées
(Partie 3. Q. 6. À quel degré fais-tu confiance aux sources d'information suivantes?)

Sources d'information		Je ne consulte pas ces sources d'information
Celles du gouvernement fédéral	N	22
	%	3,4 %
Celles du gouvernement provincial	N	84
	%	11,6 %
Celles du gouvernement municipal	N	160
	%	22,2 %
Celles des politiciennes et politiciens	N	152
	%	21,1 %
Celles des partis politiques	N	160
	%	22,2 %
Celles de ta famille	N	19
	%	2,6 %
Celles de tes amies et amis	N	24
	%	3,3 %
Celles de tes collègues de travail	N	107
	%	14,8 %
Celles d'activistes ou de groupes d'activistes	N	131
	%	18,1 %
Celles de journalistes	N	73
	%	10,1 %
Celles d'autres élèves ou étudiantes et étudiants de ton établissement d'enseignement	N	52
	%	7,2 %
Total des répondantes et répondants		N 722

Cinq fois plus de jeunes (56,5 %) remettent souvent ou très souvent en question la source des informations consultées sur les médias sociaux que de jeunes ne le font jamais ou rarement (10,5 %) (tableau 57).

Tableau 57. Fréquence de remettre en question la source des informations consultées sur les médias sociaux

(Partie 4. Q. 2. Remets-tu en question la source des informations consultées sur les médias sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Instagram)?)

Fréquence	N	%	% combiné
Jamais	12	1,7 %	10,5 %
Rarement	62	8,8 %	
Parfois	234	33,1 %	33,1 %
Souvent	270	38,1 %	56,5 %
Très souvent	130	18,4 %	
Total	708	100 %	100 %

La majorité (84,3 %) des jeunes sont d'accord avec le fait que beaucoup de choses très importantes se produisent dans le monde dont le public n'est jamais informé (tableau 58). Près des trois quarts (73,9 %) sont également d'accord avec le fait que les politiciennes et politiciens ne leur disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions. Il y a un jeune sur deux qui est d'accord avec le fait que les agences gouvernementales surveillent de près tous les citoyennes et citoyens (50,7 %), et qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques (45,7 %).

À l'inverse, il y a tout de même un jeune sur 5 qui a préféré répondre ne pas savoir s'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques (19,5 %). Environ un jeune sur dix ne sait pas si les politiciennes ou politiciens ne lui disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions (13,1 %) ou que les agences gouvernementales surveillent de près toutes les citoyennes et tous les citoyens (12,5 %).

Tableau 58. Degré d'accord et de désaccord concernant la désinformation

(Partie 4. Q. 3. Pour chaque énoncé, indique ton degré d'accord :)

		Fortement en désaccord	Plutôt en désaccord	Plutôt en accord	Fortement en accord	Ne sais pas	Total
Beaucoup de choses très importantes se produisent dans le monde, dont le public n'est jamais informé.	N	12	61	232	355	36	696
	%	1,7 %	8,8 %	33,3 %	51,0 %	5,2 %	100 %
	% combiné	10,5 %		84,3 %		5,2 %	100 %
Les agences gouvernementales surveillent de près toutes les citoyennes et tous les citoyens.	N	47	209	259	94	87	696
	%	6,8 %	30,0 %	37,2 %	13,5 %	12,5 %	100 %
	% combiné	36,8 %		50,7 %		12,5 %	100 %
Il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques.	N	63	179	224	94	136	696
	%	9,1 %	25,7 %	32,2 %	13,5 %	19,5 %	100 %
	% combiné	34,8 %		45,7 %		19,5 %	100 %
Les politiciennes et les politiciens ne nous disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions.	N	9	82	329	185	91	696
	%	1,3 %	11,8 %	47,3 %	26,6 %	13,1 %	100 %
	% combiné	13,1 %		73,9 %		13,1 %	100 %

Que les informations consultées sur Internet le soient en français ou en anglais, la moitié des jeunes a confiance en ces informations et l'autre moitié n'a pas confiance (tableau 59). Les jeunes semblent davantage faire confiance aux informations partagées sur Internet par leur famille (44,8 %) que celles partagées par leurs amies ou amis (35,8 %) et leurs collègues de classe ou de travail (26,8 %). Les jeunes font également davantage confiance aux informations diffusées par les journaux (52,3 %) et les nouvelles télévisées (43,8 %) que celles partagées par des médias sociaux (11,6 %). La plupart des jeunes font davantage confiance aux informations diffusées par le gouvernement (65,1 %) que par un mouvement ou un parti politique (16,7 %).

La plupart des jeunes ne font pas confiance aux informations diffusées par des gens connus (p. ex. des célébrités) (86,5 %), ainsi que par celles diffusées par une entreprise (75,7 %), et surtout celles d'un site Web qu'elles ou qu'ils ne connaissent pas (93,9 %) (tableau 59).

Tableau 59. Degré de confiance de la provenance des informations sur Internet

(Partie 4. Q. 4. À quel point fais-tu généralement confiance à des informations sur Internet si elles proviennent de :)

Provenance des informations		Aucune ou confiance limitée	Grande ou confiance absolue	Total
Publications en français	N	342	345	687
	%	49,8 %	50,2 %	100 %
Publications en anglais	N	354	333	687
	%	51,5 %	48,5 %	100 %
Publications partagées par une amie ou un ami	N	441	246	687
	%	64,2 %	35,8 %	100 %
Publications partagées par un membre de ta famille	N	379	308	687
	%	55,2 %	44,8 %	100 %
Publications partagées par des collègues de classe ou des collègues de travail	N	503	184	687
	%	73,2 %	26,8 %	100 %
Journaux	N	328	359	687
	%	47,7 %	52,3 %	100 %
Médias sociaux	N	607	80	687
	%	88,4 %	11,6 %	100 %
Site que tu ne connais pas	N	645	42	687
	%	93,9 %	6,1 %	100 %
Nouvelles télévisées	N	386	301	687
	%	56,2 %	43,8 %	100 %
Gouvernement	N	240	447	687
	%	34,9 %	65,1 %	100 %
Entreprise	N	520	167	687
	%	75,7 %	24,3 %	100 %
Gens connus (p. ex. : célébrités, chanteurs et chanteuses, acteurs et actrices)	N	594	93	687
	%	86,5 %	13,5 %	100 %
Mouvement ou parti politique	N	572	115	687
	%	83,3 %	16,7 %	100 %

3.9 Comportement en ligne

En plus de quantifier les activités en ligne des jeunes, nous avons mesuré certains de leurs comportements en ligne, par exemple l'appartenance à un groupe ou une communauté en ligne ou la fréquence de certaines actions sur les réseaux sociaux. La majorité des jeunes appartiennent à une ou des communautés en ligne ou virtuelles, soit 43,6 % ont affirmé qu'ils appartenaient à quelques-unes, 20,8 % à certaines et 13,6 % à plusieurs (tableau 60). Toutefois, environ un cinquième (22,1 %) des jeunes n'appartiennent à aucune de ces communautés.

Tableau 60. Appartenance à une ou des communautés en ligne ou virtuelles (p. ex., groupe Facebook, Discord, Reddit, TikTok)

(Partie 3. Q. 7. J'appartiens à une ou des communautés en ligne/virtuelles (p. ex. : groupe Facebook, groupe Discord, Reddit, TikTok))

Quantité	N	%
Aucune	159	22,1 %
Quelques-unes	314	43,6 %
Certaines	150	20,8 %
Plusieurs	98	13,6 %
Total	721	100 %

Il y a environ deux fois plus de jeunes qui suivent souvent ou très souvent les activités de leurs amis et amis (46,4 %) que celles des membres de leur famille (26,7 %), et même de leurs collègues de classe ou de travail (16,2 %) (tableau 61). Deux fois plus de jeunes ne partagent jamais ou rarement du contenu publiquement (en dehors de la famille et des amis ou amis) (58,5 %) et du contenu des collègues de classe ou du travail (55,6 %) que du contenu de la famille (28,8 %) ou même du contenu des amis ou amis (14,5 %). En d'autres termes, les jeunes suivent davantage les activités en ligne des amis ou amis, et partagent davantage leur contenu que les activités et le contenu des membres de leur famille et des collègues de classe et de travail, et ce, même publiquement (en dehors du réseau familial et social). Pour ce qui est de commenter les publications, 40,1 % des jeunes le font parfois, 39,5 % jamais ou rarement et 20,4 % souvent ou très souvent. Près des deux tiers (62,9 %) des jeunes ne sont jamais ou rarement tombés dans un piège à clics, un peu plus du quart (26,2 %) parfois, et très peu ont répondu souvent ou très souvent (11,0 %).

Tableau 61. Fréquence des actions en ligne (Partie 4. Q. 1. Indique à quelle fréquence tu fais les actions suivantes en ligne?)

Actions en ligne		Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Total
Est-ce que tu suis les activités en ligne de tes amies et amis?	N	54	104	223	242	88	711
	%	7,6 %	14,6 %	31,4 %	34,0 %	12,4 %	100 %
	% combiné	22,2 %		31,4 %	46,4 %		100 %
Est-ce que tu suis les activités en ligne des membres de ta famille?	N	103	178	240	147	43	711
	%	14,5 %	25,0 %	33,8 %	20,7 %	6,0 %	100 %
	% combiné	39,5 %		33,8 %	26,7 %		100 %
Est-ce que tu suis les activités en ligne de tes collègues de classe ou tes collègues de travail?	N	155	205	236	91	24	711
	%	21,8 %	28,8 %	33,2 %	12,8 %	3,4 %	100 %
	% combiné	50,6 %		33,2 %	16,2 %		100 %
Partages-tu du contenu avec tes amies et amis?	N	25	78	217	241	150	711
	%	3,5 %	11,0 %	30,5 %	33,9 %	21,1 %	100 %
	% combiné	14,5 %		30,5 %	55,0 %		100 %
Partages-tu du contenu avec les membres de ta famille?	N	57	148	278	168	60	711
	%	8,0 %	20,8 %	39,1 %	23,6 %	8,4 %	100 %
	% combiné	28,8 %		39,1 %	32,1 %		100 %
Partages-tu du contenu avec tes collègues de classe ou tes collègues de travail?	N	173	222	220	75	21	711
	%	24,3 %	31,2 %	30,9 %	10,5 %	3,0 %	100 %
	% combiné	55,6 %		30,9 %	13,5 %		100 %

Partages-tu du contenu publiquement (en dehors de ta famille et tes amies et amis)?	N	183	233	194	76	25	711
	%	25,7 %	32,8 %	27,3 %	10,7 %	3,5 %	100 %
	% combiné	58,5 %		27,3 %	14,2 %		100 %
Commentes-tu les publications de tes amies et amis, membres de ta famille, tes collègues de classe ou tes collègues de travail	N	86	195	285	111	34	711
	%	12,1 %	27,4 %	40,1 %	15,6 %	4,8 %	100 %
	% combiné	39,5 %		40,1 %	20,4 %		100 %
Es-tu déjà tombé dans un piège à clics (c'est-à-dire un « Hyperlien au titre provocant ou intrigant affiché sur une page Web, qui pique la curiosité des internautes et les incite à cliquer pour en connaître davantage, mais qui ne mène qu'à un contenu peu informatif ou décevant. » Source : Office québécois de la langue française.)?	N	201	246	186	54	24	711
	%	28,3 %	34,6 %	26,2 %	7,6 %	3,4 %	100 %
	% combiné	62,9 %		26,2 %	11,0 %		100 %

Concernant la fréquence des comportements en ligne, près de la moitié (49,1 %) des jeunes vérifie plusieurs sources à propos d'une information, alors qu'environ un tiers (32,2 %) cherche des points de vue contraires aux leurs. Finalement, 70,2 % des jeunes mentionnent n'avoir jamais ou rarement partagé un contenu sans l'avoir lu ou écouté complètement. Ainsi, la minorité des jeunes ont tendance à le faire à l'occasion, souvent ou très souvent (tableau 62).

Tableau 62. Fréquence des comportements en ligne?

(Partie 4. Q. 2.1. T'arrive-t-il de faire les actions suivantes :)

Comportements en ligne		Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Total
Vérifier plusieurs sources à propos d'une information?	N	20	78	261	258	88	705
	%	2,8 %	11,1 %	37,0 %	36,6 %	12,5 %	100 %
	% combiné	13,9 %		37,0 %	49,1 %		100 %
Chercher des points de vue contraires aux miens?	N	27	140	311	172	55	705
	%	3,8 %	19,9 %	44,1 %	24,4 %	7,8 %	100 %
	% combiné	23,7 %		44,1 %	32,2 %		100 %
Partager un contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement)?	N	264	231	160	43	7	705
	%	37,4 %	32,8 %	22,7 %	6,1 %	1,0 %	100 %
	% combiné	70,2 %		22,7 %	7,1 %		100 %

4. COMPARAISON DES JEUNES SELON LA RÉGION DE RÉSIDENCE

4.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon le lieu de résidence

On remarque très peu de différences entre les régions à l'exception des territoires où la majorité (84,6 %) des jeunes occupent un emploi (tableau 63). D'ailleurs, les jeunes des territoires ayant répondu à notre sondage sont tous inscrits dans une école secondaire.

Tableau 63. Statut d'emploi selon la région de résidence

Statut d'emploi	Atlantique	Ontario	Ouest	Territoires	Total
Oui	74,2 %	62,2 %	56,1 %	84,6 %	58,5 %
Non	25,8 %	37,8 %	43,9 %	15,4 %	41,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

C'est en Atlantique que nous trouvons la plus importante proportion de jeunes ayant le français comme langue maternelle (51,2 %), entre autres, en raison de la forte participation du Nouveau-Brunswick. En Ontario, moins du tiers (29,2 %) des jeunes affirment avoir le français comme langue maternelle, tandis qu'un peu moins du quart (23,3 %) des jeunes dans l'Ouest et territoires l'ont (tableau 64). De même, le français est la langue la plus souvent parlée à la maison chez les jeunes en Atlantique (66,5 %), tandis qu'en Ontario, la moitié moins (31,6 %) des jeunes parlent le plus souvent en français à la maison. Par ailleurs, c'est dans l'Ouest canadien et les territoires que les jeunes affirment parler plus souvent en anglais (28,3 %) qu'en français (25,6 %) à la maison (tableau 65).

Tableau 64. Langue(s) maternelle(s) selon la région de résidence

Langue maternelle	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Français	51,2 %	29,2 %	23,3 %	36,5 %
Anglais	2,9 %	9,5 %	18,7 %	9,8 %
Anglais et français	44,5 %	58,1 %	53,0 %	50,5 %
Autre que le français et l'anglais	1,5 %	3,2 %	4,9 %	3,1 %
Total général	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 65. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) à la maison selon la région de résidence

Langue le plus souvent parlée à la maison	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Français	66,5 %	31,6 %	25,6 %	43,4 %
Français seulement	62,6 %	24,9 %	20,5 %	38,2 %
Français et autre langue	3,9 %	6,7 %	5,1 %	5,3 %
Français et anglais	26,4 %	44,7 %	40,3 %	35,9 %
Français et anglais	23,7 %	37,5 %	31,7 %	30,0 %
Anglais, français et autre langue	2,7 %	7,1 %	8,5 %	5,9 %
Anglais	5,6 %	21,7 %	28,3 %	17,5 %
Anglais seulement	5,3 %	16,2 %	21,2 %	13,6 %
Anglais et autre langue	0,3 %	5,5 %	7,2 %	3,9 %
Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)	1,5 %	2,0 %	5,8 %	3,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Les données présentées au tableau 66 nous permettent de constater que l'anglais est favorisé au français avec les amis. Nous observons que le français est la langue la plus souvent parlée avec les amies et amis pour plus d'un tiers (36,5 %) des jeunes en Atlantique. Cette tendance est beaucoup moins présente en Ontario (8,7 %) ou dans l'Ouest canadien et les territoires (4,1 %). Dans ces dernières régions, près des trois quarts (72,3 % et 71,3 %) des jeunes affirment parler autant en français qu'en anglais au sein de leur réseau social d'amies et d'amis. De plus, près du quart (24,6 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires parlent le plus souvent en anglais avec leurs amies et amis, alors qu'en Atlantique cette proportion chute à 4,2 %.

Tableau 66. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les amis selon la région de résidence

Langue le plus souvent parlée avec les amies et amis	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Français	36,5 %	8,7 %	4,1 %	18,1 %
Français seulement	35,3 %	5,9 %	3,4 %	16,6 %
Français et autre langue	1,2 %	2,8 %	0,7 %	1,4 %
Français et anglais	59,3 %	72,3 %	71,3 %	67,1 %
Français et anglais	56,4 %	63,6 %	63,8 %	60,9 %
Anglais, français et autre langue	3,0 %	8,7 %	7,5 %	6,1 %
Anglais	4,2 %	19,0 %	24,6 %	14,9 %
Anglais seulement	3,6 %	17,4 %	23,5 %	13,8 %
Anglais et autre langue	0,6 %	1,6 %	1,0 %	1,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Sans surprise, le français n'est pas la langue la plus souvent utilisée en ligne par les jeunes de notre échantillon : Atlantique (19,0 %), Ontario (6,3 %) et Ouest canadien et les territoires (3,4 %) (tableau 67). De façon générale, la plupart (64,4 %) des jeunes affirment utiliser le français et l'anglais en ligne. Toutefois, nous notons que dans l'Ouest canadien et les territoires, environ deux jeunes sur cinq (40,8 %) affirment utiliser seulement l'anglais en ligne, alors que c'est le cas pour près du quart (26,9 %) des jeunes de l'Ontario. Par ailleurs, c'est en Atlantique que nous trouvons la plus petite proportion (12,8 %) de jeunes qui utilisent seulement l'anglais en ligne.

Tableau 67. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) ou parlée(s) en ligne selon la région de résidence

Langue le plus souvent utilisée en ligne	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Français	19,0 %	6,3 %	3,4 %	10,2 %
Français seulement	18,2 %	5,5 %	3,1 %	9,5 %
Français et autre langue	0,9 %	0,8 %	0,3 %	0,7 %
Anglais	12,8 %	26,9 %	40,8 %	25,4 %
Anglais seulement	12,8 %	26,9 %	40,4 %	25,3 %
Anglais et autre langue	0,0 %	0,0 %	0,3 %	0,1 %
Français et anglais	68,2 %	66,8 %	55,8 %	64,4 %
Français et anglais	63,7 %	57,3 %	46,2 %	56,7 %
Anglais, français et autre langue	4,5 %	9,5 %	9,6 %	7,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La figure ci-dessous montre que près de la moitié (51,6 %) des jeunes dans l'Ouest canadien et les territoires utilisent seulement l'anglais avec les collègues de travail, et près d'un tiers (29,0 %) des jeunes de l'Ontario affirment en faire autant. C'est en Atlantique qu'on retrouve la plus grande proportion (42,5 %) de jeunes qui utilisent surtout le français avec leurs collègues de travail.

Figure 3. Langue(s) la plus souvent parlée(s) avec les collègues selon la région de résidence

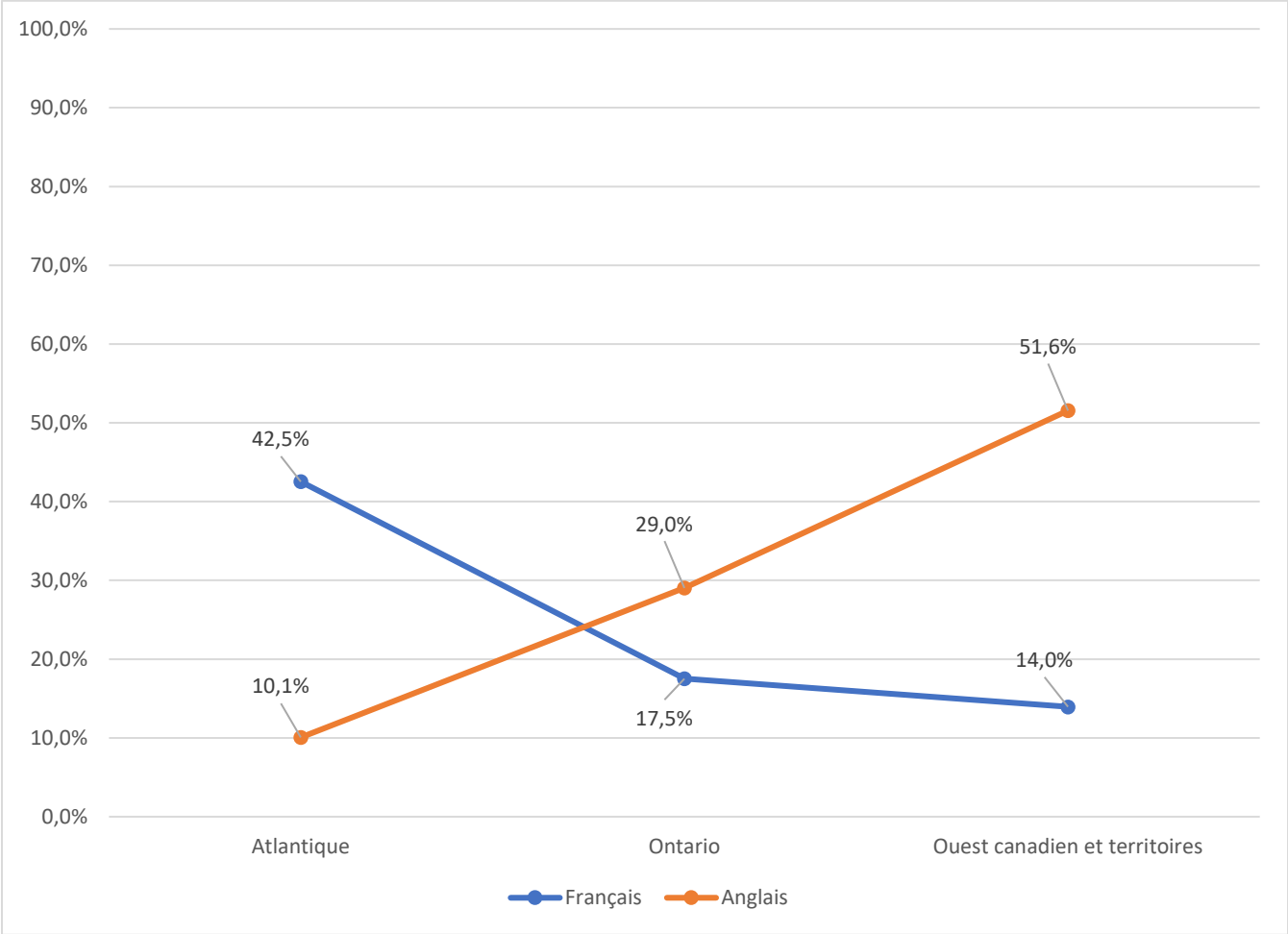


Tableau 68. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec des collègues selon la région de résidence

Langue la plus souvent utilisée avec les collègues de travail	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Français	42,5 %	17,5 %	14,0 %	27,6 %
Français seulement	42,5 %	16,1 %	13,6 %	27,1 %
Français et autre langue	0,0 %	1,4 %	0,4 %	0,5 %
Français et anglais	47,4 %	53,5 %	34,5 %	44,3 %
Français et anglais	46,4 %	52,1 %	31,8 %	42,6 %
Anglais, français et autre langue	1,0 %	1,4 %	2,7 %	1,7 %
Anglais	10,1 %	29,0 %	51,6 %	28,1 %
Anglais seulement	10,1 %	27,6 %	51,2 %	27,6 %
Anglais et autre langue	0,0 %	1,4 %	0,4 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La figure 4 illustre une tendance linéaire du taux d'endogamie francophone entre les régions de l'Atlantique, de l'Ontario, de l'Ouest canadien et des territoires. À l'inverse, le taux d'endogamie anglophone diminue de façon linéaire entre les mêmes régions tout comme le taux d'exogamie francophone et anglophone qui est deux fois plus élevé dans l'Ouest canadien et les territoires (39,4 %) en comparaison avec l'Atlantique (19,3 %).

Figure 4. Taux d'endogamie et d'exogamie selon la région de résidence

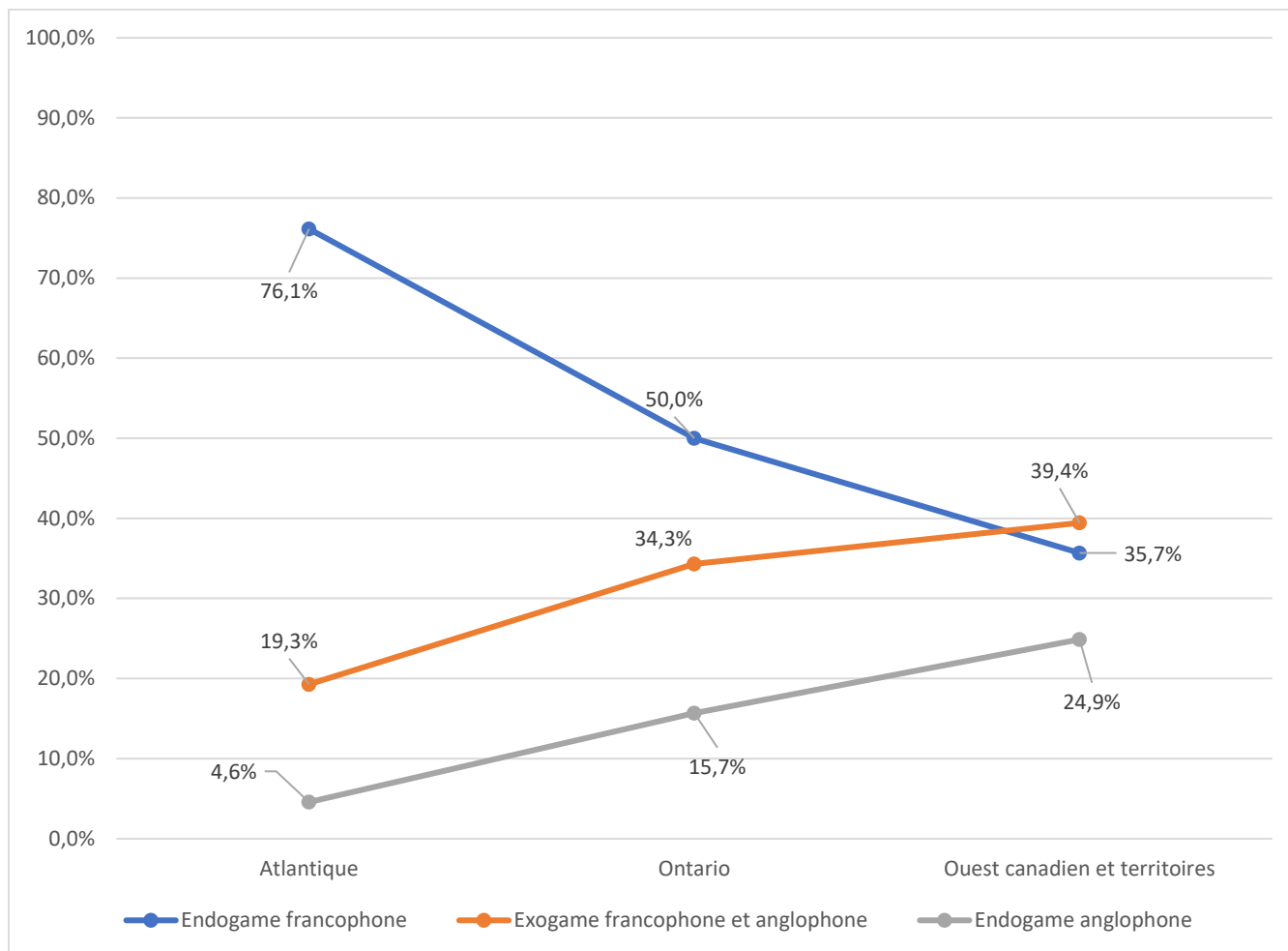


Tableau 69. Taux d'exogamie et d'endogamie selon la région de résidence

Structure familiale	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Endogame francophone	76,1 %	50,0 %	35,7 %	57,4 %
Endogame anglophone	4,6 %	15,7 %	24,9 %	13,5 %
Exogame francophone et anglophone	19,3 %	34,3 %	39,4 %	29,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Nous observons très peu de variances concernant les compétences linguistiques des jeunes selon la région de résidence (tableaux 70 et 71). La forte majorité considère avoir de bonnes ou d'excellentes compétences en expression écrite. Nous observons une tendance similaire pour l'expression orale.

Cela dit, près des deux tiers (64,8 %) des jeunes en Ontario considèrent avoir d'excellentes compétences en compréhension de lecture contre environ la moitié des jeunes en Atlantique (49,8 %) et en Ontario (54,1 %) (tableau 72).

De plus, les jeunes en Ontario possèdent une perception beaucoup plus positive de leurs compétences en compréhension orale (70,9 %) qu'ils considèrent comme excellentes, que leurs collègues de l'Ouest canadien et des territoires (60,9 %) et de l'Atlantique (54,4 %) (tableau 73).

Tableau 70. Compétences linguistiques en français selon la région de résidence - Expression écrite

Expression écrite	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Excellentes	41,9 %	50,0 %	39,1 %	43,9 %
Bonnes	50,5 %	45,1 %	54,4 %	49,6 %
Mauvaises	7,6 %	4,5 %	5,3 %	5,9 %
Très mauvaises	0,0 %	0,4 %	1,1 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 71. Compétences linguistiques en français selon la région de résidence - Expression orale

Expression orale	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Excellentes	43,4 %	49,6 %	42,3 %	45,6 %
Bonnes	50,2 %	45,5 %	50,2 %	48,2 %
Mauvaises	6,4 %	4,1 %	7,5 %	5,9 %
Très mauvaises	0,0 %	0,8 %	0,0 %	0,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 72. Compétences linguistiques en français selon la région de résidence - Compréhension écrite

Compréhension écrite	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Excellentes	49,8 %	64,8 %	54,1 %	56,1 %
Bonnes	43,1 %	32,8 %	40,9 %	38,8 %
Mauvaises	6,7 %	2,5 %	3,6 %	4,5 %
Très mauvaises	0,3 %	0,0 %	1,4 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 73. Compétences linguistiques en français selon la région de résidence - Compréhension orale

Compréhension orale	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Excellentes	54,4 %	70,9 %	60,9 %	61,8 %
Bonnes	41,6 %	26,2 %	36,7 %	35,1 %
Mauvaises	3,7 %	2,9 %	1,8 %	2,7 %
Très mauvaises	0,3 %	0,0 %	0,7 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Nous observons aussi des différences selon les régions pour le sentiment d'appartenance à la communauté francophone. La majorité (85,5 %) des jeunes de l'Atlantique affirment que leur appartenance à la communauté francophone est fortement ou entièrement une source de fierté, alors que les trois quarts (76,5 %) des jeunes en Ontario sont du même avis et près des deux tiers (68,7 %) dans l'Ouest canadien et les territoires (tableau 74).

Tableau 74. Sentiment d'appartenance à l'égard de la communauté francophone selon la région de résidence (Mon appartenance à cette communauté est une source de fierté)

Sentiment d'appartenance- - Francophone	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	3,9 %	6,6 %	12,7 %	7,6 %
Correspond aucunement	1,6 %	2,2 %	7,5 %	3,9 %
Correspond peu	2,3 %	4,4 %	5,2 %	3,7 %
Correspond modérément	10,6 %	16,8 %	18,7 %	14,9 %
Correspond fortement ou entièrement	85,5 %	76,5 %	68,7 %	77,5 %
Correspond fortement	25,7 %	34,1 %	29,5 %	28,9 %
Correspond entièrement	59,8 %	42,5 %	39,2 %	48,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Un peu moins de la moitié (47,0 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires, et plus de la moitié (55,8 %) des jeunes de l'Ontario se perçoivent fortement ou entièrement semblables aux autres membres de la communauté francophone, tandis que près des trois quarts (73,0 %) des jeunes en Atlantique en pensent autant (tableau 75). À l'opposé, près du quart (22,8 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires sont d'avis qu'ils n'ont aucune ou peu de ressemblance avec les membres de la communauté francophone.

Il est possible d'observer une tendance similaire concernant la perception que la communauté francophone reflète qui elles et ils sont (tableau 76).

Tableau 75. Perception de ressemblance à l'égard des autres membres de la communauté francophone selon la région de résidence (Je me perçois comme étant semblable aux membres de cette communauté)

Perception de ressemblance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	7,1 %	20,4 %	22,8 %	15,9 %
Correspond aucunement	2,6 %	4,9 %	7,8 %	4,9 %
Correspond peu	4,5 %	15,5 %	14,9 %	11,0 %
Correspond modérément	19,9 %	23,9 %	30,2 %	24,5 %
Correspond fortement ou entièrement	73,0 %	55,8 %	47,0 %	59,6 %
Correspond fortement	29,6 %	31,0 %	24,6 %	28,0 %
Correspond entièrement	43,4 %	24,8 %	22,4 %	31,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 76. Perception que la communauté francophone reflète qui elles et ils sont selon la région de résidence (Je pense que cette communauté est un reflet de qui je suis)

Reflet communautaire	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	13,8 %	19,5 %	26,5 %	19,8 %
Correspond aucunement	4,8 %	8,8 %	10,8 %	8,0 %
Correspond peu	9,0 %	10,6 %	15,7 %	11,8 %
Correspond modérément	23,2 %	29,6 %	28,4 %	26,4 %
Correspond fortement ou entièrement	63,0 %	50,9 %	45,1 %	53,9 %
Correspond fortement	24,8 %	27,9 %	22,4 %	24,7 %
Correspond entièrement	38,3 %	23,0 %	22,8 %	29,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Au tableau 77, nous observons que plus des trois quarts des jeunes en Atlantique (80,7 %) et dans l'Ouest canadien et territoires (77,0 %) ressentent un fort engagement à défendre les droits linguistiques de la communauté francophone, alors que c'est le cas pour un peu moins des deux tiers (64,2 %) des jeunes en Ontario.

Tableau 77. Engagement à défendre les droits linguistiques de la communauté francophone selon la région de résidence (Je suis une personne qui veut défendre les droits linguistiques de cette communauté)

Engagement francophone	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	4,2 %	14,2 %	10,2 %	19,8 %
Correspond aucunement	2,3 %	6,3 %	6,2 %	8,0 %
Correspond peu	1,9 %	7,8 %	4,0 %	11,8 %
Correspond modérément	15,1 %	21,6 %	12,8 %	26,4 %
Correspond fortement ou entièrement	80,7 %	64,2 %	77,0 %	53,9 %
Correspond fortement	21,9 %	18,3 %	27,4 %	24,7 %
Correspond entièrement	58,8 %	45,9 %	49,6 %	29,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

À l'échelle régionale, nous pouvons constater une tendance linéaire en fonction de la région de résidence des répondantes et répondants. Ainsi, l'engagement identitaire est plus fort chez les jeunes de l'Atlantique (82,0 %) que chez ceux de l'Ontario (71,7 %) ou de l'Ouest canadien et des territoires (62,7 %) (tableau 78).

Tableau 78. Indicateur d'identité francophone selon la région de résidence

Identité francophone	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Faible	0,3 %	1,8 %	5,6 %	2,7 %
Modérée	17,7 %	26,5 %	31,7 %	24,6 %
Forte	82,0 %	71,7 %	62,7 %	72,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Selon la région, nous constatons que les jeunes de l'Atlantique (30,5 %) éprouvent une moins forte fierté à l'égard de la communauté anglophone que leurs collègues de l'Ouest canadien et des territoires (40,3 %) ou de l'Ontario (40,3 %) (tableau 79).

Tableau 79. Sentiment d'appartenance à l'égard de la communauté anglophone selon la région de résidence (Mon appartenance à cette communauté et une source de fierté)

Sentiment d'appartenance - Anglophone	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	38,6 %	26,1 %	26,9 %	31,4 %
Correspond aucunement	21,9 %	11,5 %	11,9 %	15,7 %
Correspond peu	16,7 %	14,6 %	14,9 %	15,8 %
Correspond modérément	30,9 %	33,6 %	32,8 %	31,7 %
Correspond fortement ou entièrement	30,5 %	40,3 %	40,3 %	36,9 %
Correspond fortement	17,4 %	24,3 %	24,3 %	21,7 %
Correspond entièrement	13,2 %	15,9 %	16,0 %	15,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Près de la moitié des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires (47,0 %) et de l'Ontario (46,0 %) se perçoivent comme étant semblables aux membres de la communauté anglophone, alors que ce n'est le cas que pour environ le quart (28,6 %) des jeunes de l'Atlantique (tableau 80).

Tableau 80. Perception de ressemblance avec les autres membres de la communauté anglophone selon la région de résidence (Je me perçois comme étant semblable aux membres de cette communauté)

Perception ressemblance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	40,2 %	28,8 %	19,8 %	30,5 %
Correspond aucunement	19,0 %	10,2 %	9,0 %	13,3 %
Correspond peu	21,2 %	18,6 %	10,8 %	17,2 %
Correspond modérément	31,2 %	25,2 %	33,2 %	29,9 %
Correspond fortement ou entièrement	28,6 %	46,0 %	47,0 %	39,6 %
Correspond fortement	18,6 %	27,0 %	23,9 %	22,9 %
Correspond entièrement	10,0 %	19,0 %	23,1 %	16,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Globalement, l'engagement identitaire envers la communauté anglophone est plus fort en Ontario (40,3 %) et dans l'Ouest canadien et les territoires (41,8 %) qu'en Atlantique (29,6 %). Cela dit, la majorité des jeunes de notre échantillon affiche un engagement identitaire modéré (48,2 %) à fort (36,7 %) envers la communauté anglophone (tableau 81). Ainsi, les jeunes francophones présentent un engagement

identitaire envers les deux communautés de langues officielles, mais ils sont deux fois plus engagés envers la communauté francophone (72,8 %) que la communauté anglophone (36,7 %) (tableaux 78 et 81).

Tableau 81. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté anglophone selon la région de résidence

Engagement identitaire anglophone	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Faible	21,2 %	11,9 %	10,4 %	15,1 %
Modérée	49,2 %	47,8 %	47,8 %	48,2 %
Forte	29,6 %	40,3 %	41,8 %	36,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.2 L'insécurité linguistique et l'isolement social selon le lieu de résidence

Les jeunes semblent peu craintifs de subir les moqueries des autres par rapport au français qu'ils utilisent en ligne. C'est dans l'Ouest canadien et les territoires et en Ontario que nous retrouvons la plus forte proportion de jeunes qui craint souvent ou très souvent d'être la cible de moqueries (respectivement 10,5 % et 9,8 %), contre 7,8 % des jeunes en Atlantique (tableau 82).

Tableau 82. Insécurité linguistique à l'égard du français écrit en ligne selon la région de résidence (Je crains qu'on se moque de moi à cause de mon français quand j'écris en ligne)

Sentiment d'insécurité linguistique	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	80,9 %	75,9 %	73,0 %	77,3 %
Jamais	56,6 %	48,7 %	43,1 %	50,4 %
Rarement	24,3 %	27,2 %	30,0 %	26,9 %
Parfois	11,3 %	14,3 %	16,5 %	13,6 %
Souvent ou très souvent	7,8 %	9,8 %	10,5 %	9,1 %
Souvent	5,2 %	6,7 %	6,7 %	6,1 %
Très souvent	2,6 %	3,1 %	3,7 %	3,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Environ un jeune sur dix (10,9 %) de l'Ouest canadien et des territoires ainsi que de l'Ontario (8,5 %) évite souvent voire très souvent les situations où il ou elle doit parler

en français, tandis qu'en Atlantique c'est la moitié (4,9 %) de cette proportion de jeunes qui agissent de la même façon (tableau 83).

Tableau 83. Éviter des situations de parler en français selon la région de résidence (J'essaie d'éviter les situations où je dois parler en français)

Éviter des situations	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	88,7 %	77,2 %	72,7 %	80,7 %
Jamais	70,9 %	54,0 %	47,2 %	58,9 %
Rarement	17,8 %	23,2 %	25,5 %	21,8 %
Parfois	6,5 %	14,3 %	16,5 %	11,6 %
Souvent ou très souvent	4,9 %	8,5 %	10,9 %	7,6 %
Souvent	3,9 %	5,4 %	7,5 %	5,3 %
Très souvent	1,0 %	3,1 %	3,4 %	2,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Il y a environ deux fois plus de jeunes de l'Ontario (10,3 %) et de l'Ouest canadien et des territoires (12,0 %) que de l'Atlantique (5,8 %) qui affichent une forte insécurité linguistique par rapport à l'usage du français (tableau 84). C'est aussi en Atlantique où nous observons la plus grande proportion (69,9 %) de jeunes qui affichent une faible insécurité linguistique à l'égard de l'usage du français.

Tableau 84. Indicateur d'insécurité linguistique selon la région de résidence

Insécurité linguistique	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Faible	69,9 %	55,8 %	52,4 %	60,6 %
Modérée	24,3 %	33,9 %	35,6 %	30,5 %
Forte	5,8 %	10,3 %	12,0 %	8,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Comme illustré au tableau 85, il y a très peu de variance entre les régions de résidence et le sentiment d'isolement chez les jeunes de notre échantillon. Moins des deux tiers des jeunes n'ont rarement voire jamais le sentiment d'être exclus, et ce, autant en Atlantique (62,9 %) qu'en Ontario (57,0 %) et dans l'Ouest canadien et les territoires (62,3 %). Aussi, nous pouvons observer une tendance similaire concernant la perception des jeunes qui pensent que les gens les connaissent à peine (tableau 86).

Tableau 85. Perception de se sentir exclue ou exclu selon la région de résidence

Sentiment d'exclusion	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	62,9 %	57,0 %	62,3 %	61,4 %
Jamais	28,8 %	27,1 %	26,5 %	28,0 %
Rarement	34,1 %	29,9 %	35,8 %	33,4 %
Parfois	27,2 %	30,3 %	27,6 %	28,1 %
Souvent ou très souvent	9,9 %	12,7 %	10,1 %	10,6 %
Souvent	5,6 %	9,5 %	7,8 %	7,2 %
Très souvent	4,3 %	3,2 %	2,3 %	3,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 86. Perception des participantes et participants que les gens les connaissent à peine selon la région de résidence

Les gens les connaissent peu	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	51,5 %	46,8 %	49,2 %	49,4 %
Jamais	23,1 %	23,2 %	20,5 %	22,5 %
Rarement	28,4 %	23,6 %	28,7 %	26,9 %
Parfois	26,4 %	27,7 %	31,4 %	28,7 %
Souvent ou très souvent	22,1 %	25,5 %	19,4 %	22,0 %
Souvent	14,5 %	19,1 %	14,3 %	15,4 %
Très souvent	7,6 %	6,4 %	5,0 %	6,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Le tableau 87 illustre les résultats relatifs au sentiment d'être isolée ou isolé des autres selon la région de résidence. Nous pouvons constater que plus du quart (27,3 %) des jeunes en Ontario ont souvent ou très souvent le sentiment d'être isolés des autres, tandis que cette proportion est moindre dans l'Ouest canadien et les territoires (20,5 %) et en Atlantique (18,4 %). Reste que près de la moitié ont déjà vécu un sentiment d'isolement, et ce, dans chacune des régions. Nous pouvons observer une tendance similaire concernant la perception selon laquelle les gens sont présents physiquement, mais absents mentalement (tableau 88).

Tableau 87. Sentiment d'être isolée ou isolé des autres selon la région de résidence

Sentiment d'isolement	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	54,3 %	44,5 %	53,9 %	51,4 %
Jamais	26,3 %	20,5 %	21,7 %	23,3 %
Rarement	28,0 %	24,1 %	32,2 %	28,1 %
Parfois	27,3 %	28,2 %	25,6 %	27,3 %
Souvent ou très souvent	18,4 %	27,3 %	20,5 %	21,3 %
Souvent	10,2 %	20,5 %	14,3 %	14,3 %
Très souvent	8,2 %	6,8 %	6,2 %	7,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 88. Perception que les gens sont présents physiquement, mais absents mentalement selon la région de résidence

Absents mentalement	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	51,3 %	50,5 %	48,2 %	50,4 %
Jamais	27,2 %	22,7 %	21,8 %	24,5 %
Rarement	24,2 %	27,7 %	26,5 %	25,9 %
Parfois	27,2 %	22,7 %	32,7 %	27,7 %
Souvent ou très souvent	21,5 %	26,8 %	19,1 %	21,9 %
Souvent	12,9 %	17,7 %	12,8 %	13,9 %
Très souvent	8,6 %	9,1 %	6,2 %	8,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.3 Accès à l'Internet et son usage selon la région de résidence

Selon les données présentées au tableau 89, environ la moitié (52,8 %) des jeunes de l'Atlantique affirment que leurs parents ont exercé un certain contrôle sur l'utilisation qu'ils font ou qu'ils faisaient de l'Internet pendant leur enfance. Cette affirmation est vraie pour plus des deux tiers des jeunes de l'Ontario (66,4 %) et de l'Ouest canadien et des territoires (69,0 %).

De plus, nous pouvons constater qu'approximativement un tiers (30,0 %) des jeunes dans l'Ouest canadien ont rapporté avoir accès à un ordinateur ou un portable familial à la maison contre moitié moins chez les jeunes en Atlantique (15,5 %) et en Ontario (16,1 %) (tableau 90).

Tableau 89. Contrôle parental selon la région de résidence

Contrôle parental	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	52,8 %	66,4 %	69,0 %	61,5 %
Non	47,2 %	33,6 %	31,0 %	38,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 90. Proportion des participantes et participants qui ont accès à un ordinateur (bureau ou portable) ailleurs dans la maison (familial) selon la région de résidence

Accès à un ordinateur	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	15,5 %	16,1 %	30,0 %	20,5 %
Non	84,5 %	83,9 %	70,0 %	79,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.4 Activité en ligne selon le lieu de résidence

Les jeunes de l'Atlantique (57,1 %) sont plus nombreux à fréquenter Facebook tous les jours en comparaison avec ceux de l'Ontario (37,7 %) et de l'Ouest canadien et des territoires (20,2 %) (tableau 91). Toutefois, cette différence pourrait être expliquée en partie par la plus forte présence d'étudiants postsecondaire dans l'échantillon de l'Atlantique.

Tableau 91. Fréquence d'utilisation de Facebook selon la région de résidence

Utilisation de Facebook	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	57,1 %	37,7 %	20,2 %	40,0 %
Plusieurs fois par jour	40,2 %	24,5 %	10,5 %	26,8 %
Une fois par jour	16,9 %	13,2 %	9,7 %	13,2 %
Quelques fois par semaine ou mois	13,6 %	13,6 %	17,4 %	15,3 %
Quelques fois par semaine	8,3 %	7,3 %	11,2 %	9,1 %
Quelques fois par mois	5,3 %	6,4 %	6,2 %	6,2 %
Rarement ou jamais	29,2 %	48,6 %	62,4 %	44,6 %
Rarement	12,6 %	11,8 %	15,1 %	13,0 %
Jamais	16,6 %	36,8 %	47,3 %	31,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Les jeunes de l'Ouest canadien et des territoires (69,8 %) sont ceux qui utilisent le plus fréquemment YouTube en comparaison avec ceux de l'Atlantique (59,1 %) ou de l'Ontario (55,5 %) (tableau 92).

Tableau 92. Fréquence d'utilisation de YouTube selon la région de résidence

Utilisation de YouTube	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	59,1 %	55,5 %	69,8 %	61,7 %
Plusieurs fois par jour	42,5 %	38,2 %	45,0 %	42,0 %
Une fois par jour	16,6 %	17,3 %	24,8 %	19,7 %
Quelques fois par semaine ou mois	28,2 %	30,5 %	23,3 %	26,9 %
Quelques fois par semaine	19,3 %	20,0 %	15,9 %	18,0 %
Quelques fois par mois	9,0 %	10,5 %	7,4 %	9,0 %
Rarement ou jamais	12,6 %	14,1 %	7,0 %	11,3 %
Rarement	11,0 %	10,5 %	5,0 %	9,0 %
Jamais	1,7 %	3,6 %	1,9 %	2,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Sur le plan linguistique, nous observons que ce sont les jeunes de l'Atlantique (26,4 %) qui font le plus souvent des recherches en français sur des sujets d'intérêt personnel en comparaison avec les jeunes de l'Ontario (12,0 %) et de l'Ouest canadien et les territoires (7,6 %) (tableau 93).

Tableau 93. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de la recherche d'information sur un sujet d'intérêt personnel selon la région de résidence

La plus souvent utilisée – recherche d'information	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	26,4 %	12,0 %	7,6 %	15,9 %
Toujours en français	12,0 %	5,3 %	2,4 %	6,8 %
Plus souvent en français	14,4 %	6,7 %	5,2 %	9,1 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	32,4 %	27,9 %	26,8 %	29,9 %
Surtout en anglais	41,2 %	60,1 %	65,6 %	54,2 %
Plus souvent en anglais	29,6 %	39,4 %	47,2 %	38,1 %
Toujours en anglais	11,6 %	20,7 %	18,4 %	16,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Au tableau 94, nous pouvons constater que la majorité des jeunes fréquentent souvent ou très souvent leurs réseaux sociaux, et ce, peu importe la région : Atlantique (75,8 %), Ontario (76,9 %) et Ouest canadien et territoires (78,3 %). De plus, c'est en Atlantique que nous observons la plus petite proportion de jeunes qui utilisent le plus souvent l'anglais dans leurs médias sociaux (46,4 %) (tableau 95). En Ontario, c'est environ deux tiers (66,5 %) des jeunes qui utilisent surtout l'anglais, alors que dans l'Ouest canadien et les territoires, ce sont près de 4 jeunes sur 5 (80,4 %).

Tableau 94. Fréquence d'utilisation des réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram) selon la région de résidence

Utilisation des réseaux sociaux	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	8,7 %	11,8 %	7,9 %	9,2 %
Jamais	3,8 %	4,2 %	3,2 %	3,7 %
Rarement	4,8 %	7,5 %	4,7 %	5,4 %
Parfois	15,6 %	11,3 %	13,8 %	13,5 %
Souvent ou très souvent	75,8 %	76,9 %	78,3 %	77,3 %
Souvent	30,1 %	33,5 %	34,4 %	31,9 %
Très souvent	45,7 %	43,4 %	43,9 %	45,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 95. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de la consultation des réseaux sociaux selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée - réseaux sociaux	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	23,7 %	10,8 %	6,9 %	14,5 %
Toujours en français	10,1 %	3,9 %	2,4 %	5,6 %
Plus souvent en français	13,7 %	6,9 %	4,5 %	8,8 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	29,9 %	22,7 %	12,7 %	22,9 %
Surtout en anglais	46,4 %	66,5 %	80,4 %	62,6 %
Plus souvent en anglais	33,1 %	32,5 %	44,5 %	36,3 %
Toujours en anglais	13,3 %	34,0 %	35,9 %	26,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Nous observons une tendance similaire concernant l'utilisation d'Internet pour apprendre à faire des choses (p. ex. : tutoriels, recettes). Encore une fois l'anglais à la cote auprès des jeunes, et bien que la moitié (51,3 %) des jeunes de l'Atlantique utilisent surtout l'anglais, nous constatons que près des deux tiers (61,9 %) des jeunes de

l'Ontario et les trois quarts (74,0 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires font pareil (tableau 96).

Tableau 96. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) pour apprendre comment faire des choses (p. ex.: tutoriels, recettes) selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée - autodidacte	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	20,4 %	9,9 %	7,7 %	13,0 %
Toujours en français	9,3 %	4,5 %	3,7 %	5,9 %
Plus souvent en français	11,1 %	5,4 %	4,1 %	7,1 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	28,3 %	28,2 %	18,3 %	25,3 %
Surtout en anglais	51,3 %	61,9 %	74,0 %	61,7 %
Plus souvent en anglais	33,7 %	33,2 %	47,6 %	38,6 %
Toujours en anglais	17,6 %	28,7 %	26,4 %	23,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Plus des deux tiers (69,8 %) des jeunes de l'Atlantique affirment suivre des formations en ligne surtout en français, alors que moins de la moitié (46,3 %) des jeunes de l'Ontario et environ le tiers (33,7 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires précisent en faire autant (tableau 97).

Tableau 97. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) pour suivre une formation en ligne (p. ex.: cours en ligne) selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée - formation en ligne	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	69,8 %	46,3 %	33,7 %	51,2 %
Toujours en français	38,5 %	25,4 %	6,9 %	24,0 %
Plus souvent en français	31,3 %	20,9 %	26,7 %	27,1 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	20,2 %	31,1 %	35,1 %	28,5 %
Surtout en anglais	9,9 %	22,6 %	31,2 %	20,3 %
Plus souvent en anglais	7,1 %	12,4 %	20,3 %	13,1 %
Toujours en anglais	2,8 %	10,2 %	10,9 %	7,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Les jeunes de l'Atlantique représentent la plus petite proportion (35,1 %) de celles et ceux qui créent du contenu en ligne (p. ex. texte, image, vidéo, musique) surtout en anglais (tableau 98). D'ailleurs, la même proportion (35,1 %) de jeunes en Atlantique affirme créer du contenu surtout en français, cette proportion est pratiquement deux

fois plus élevée qu'en Ontario ou dans l'Ouest canadien et les territoires. Environ deux jeunes sur cinq (44,1 %) de l'Ontario créent du contenu surtout en anglais, tandis que cette proportion augmente à 64,1 % chez les jeunes de l'Ouest canadien et des territoires.

Tableau 98. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) pour créer du contenu en ligne (p. ex.: texte, image, vidéo, musique) selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée – création de contenu en ligne	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	35,1 %	19,7 %	13,5 %	23,7 %
Toujours en français	17,8 %	8,6 %	6,3 %	11,0 %
Plus souvent en français	17,3 %	11,2 %	7,3 %	12,6 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	29,7 %	36,2 %	22,4 %	28,8 %
Surtout en anglais	35,1 %	44,1 %	64,1 %	47,5 %
Plus souvent en anglais	24,3 %	20,4 %	37,0 %	27,9 %
Toujours en anglais	10,9 %	23,7 %	27,1 %	19,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

C'est en Atlantique où les jeunes interagissent surtout en français avec leurs proches et leurs amis ou amis (53,8 %) (tableau 99). En Ontario, près d'un jeune sur cinq (18,3 %) le fait surtout en français, tandis que dans l'Ouest canadien et les territoires, un jeune sur dix (10,0 %) utilise surtout le français avec son entourage et dans son réseau social d'amies et amis.

Tableau 99. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) pour interagir avec ses proches et ses amis ou amis selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée – Interaction avec les proches	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	53,8 %	18,3 %	10,0 %	29,7 %
Toujours en français	24,5 %	5,8 %	2,8 %	12,0 %
Plus souvent en français	29,4 %	12,5 %	7,2 %	17,6 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	33,9 %	36,5 %	34,4 %	35,2 %
Surtout en anglais	12,2 %	45,2 %	55,6 %	35,2 %
Plus souvent en anglais	8,4 %	31,7 %	36,8 %	23,9 %
Toujours en anglais	3,8 %	13,5 %	18,8 %	11,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Près de la moitié (47,2 %) des jeunes de l'Atlantique affirment faire de la lecture de livres surtout en français, alors que moins du quart (23,6 %) des jeunes de l'Ontario en font autant (tableau 100). Dans l'Ouest canadien et les territoires, environ un jeune sur sept (14,2 %) fait de la lecture plus souvent en français.

Tableau 100. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) pour lire des livres selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée - Lire des livres	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	47,2 %	23,6 %	14,2 %	28,7 %
Toujours en français	25,5 %	7,7 %	3,2 %	12,5 %
Plus souvent en français	21,6 %	15,9 %	11,0 %	16,2 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	28,1 %	35,7 %	38,4 %	34,1 %
Surtout en anglais	24,7 %	40,7 %	47,5 %	37,3 %
Plus souvent en anglais	21,2 %	23,6 %	35,6 %	27,3 %
Toujours en anglais	3,5 %	17,0 %	11,9 %	10,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Nous pouvons observer que les jeunes de l'Atlantique font la lecture des nouvelles de l'actualité le plus souvent en français (40,3 %), alors qu'environ un jeune sur cinq (21,2 %) fait pareil en Ontario (tableau 101). Dans l'Ouest canadien et les territoires, les jeunes priorisent l'anglais (53,4 %) plutôt que le français (12,7 %).

Tableau 101. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) pour lire des nouvelles de l'actualité (presse quotidienne ou hebdomadaire) selon la région de résidence

Langue plus souvent utilisée - Lire des nouvelles de l'actualité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	40,3 %	21,2 %	12,7 %	25,4 %
Toujours en français	14,6 %	6,7 %	2,5 %	8,0 %
Plus souvent en français	25,7 %	14,5 %	10,3 %	17,4 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	44,7 %	38,8 %	33,8 %	39,3 %
Surtout en anglais	15,0 %	40,0 %	53,4 %	35,4 %
Plus souvent en anglais	12,6 %	26,1 %	37,7 %	25,2 %
Toujours en anglais	2,4 %	13,9 %	15,7 %	10,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.5 Cyberdépendance selon le lieu de résidence

Nous avons mesuré le degré de préoccupation des jeunes relatif à l'usage qu'ils font de l'Internet et comparé selon le lieu de résidence des répondantes et répondants. Nous pouvons observer au tableau 102 que près du tiers (33,5 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires considèrent être fortement ou entièrement préoccupés par Internet, alors qu'environ un jeune sur cinq en Ontario (23,7 %) et en Atlantique (18,6 %) affirme ressentir la même préoccupation.

Tableau 102. Préoccupation relative à Internet selon la région de résidence

Préoccupation - Internet	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	53,2 %	36,4 %	32,6 %	41,5 %
Correspond aucunement	18,3 %	11,1 %	10,9 %	14,3 %
Correspond peu	35,0 %	25,3 %	21,8 %	27,2 %
Correspond modérément	28,1 %	39,9 %	33,9 %	33,4 %
Correspond fortement ou entièrement	18,6 %	23,7 %	33,5 %	25,1 %
Correspond fortement	15,6 %	17,2 %	27,2 %	19,8 %
Correspond entièrement	3,0 %	6,6 %	6,3 %	5,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.6 Littératie numérique selon le lieu de résidence

Près du tiers (30,0 %) des jeunes ont souvent ou très souvent appris à se servir de nouveaux appareils ou logiciels à l'école, au collège ou à l'université (tableau 103). Les proportions sont similaires en Atlantique (34,0 %) et dans l'Ouest canadien et les territoires (29,6 %), tandis qu'en Ontario elle est un peu plus faible (25,3 %). Par ailleurs, environ le tiers (34,5 %) des jeunes se tournent vers une amie ou un ami lorsqu'ils apprennent un nouvel appareil ou logiciel. Nous observons de faibles différences d'Est en Ouest : Atlantique (31,3 %), Ontario (34,7 %) et Ouest canadien et les territoires (37,8 %) (tableau 104).

Tableau 103. Apprendre de nouveaux appareils ou logiciels à l'école, au collège ou à l'université selon la région de résidence

Apprentissage - école	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais et Rarement	32,8 %	40,2 %	41,3 %	37,8 %
Jamais	9,1 %	10,3 %	12,9 %	10,7 %
Rarement	23,8 %	29,9 %	28,3 %	27,0 %
Parfois	33,2 %	34,5 %	29,2 %	32,2 %
Souvent et Très souvent	34,0 %	25,3 %	29,6 %	30,0 %
Souvent	22,3 %	20,1 %	20,4 %	21,0 %
Très souvent	11,7 %	5,2 %	9,2 %	9,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 104. Apprendre de nouveaux appareils ou logiciels avec les amies et amis selon la région de résidence

Apprentissage - ami(e)s	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais et Rarement	32,8 %	29,0 %	31,1 %	31,2 %
Jamais	9,0 %	10,4 %	9,5 %	9,5 %
Rarement	23,9 %	18,7 %	21,6 %	21,7 %
Parfois	35,8 %	36,3 %	31,1 %	34,3 %
Souvent et Très souvent	31,3 %	34,7 %	37,8 %	34,5 %
Souvent	19,8 %	23,3 %	25,7 %	22,8 %
Très souvent	11,6 %	11,4 %	12,0 %	11,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Un peu plus du tiers (38,5 %) des jeunes ont de la difficulté à utiliser le logiciel Excel. Cette difficulté est moins prononcée chez les jeunes en Atlantique (30,5 %) et en Ontario (31,3 %) (tableau 105). C'est dans l'Ouest canadien et dans les territoires que l'on retrouve la plus forte proportion de jeunes ayant de la difficulté à utiliser d'Excel, soit un jeune sur deux (50,9 %). De même, les jeunes de l'Ouest canadien et des territoires ont davantage de difficulté à utiliser les logiciels d'édition d'images (44,9 %) comparativement aux jeunes de l'Atlantique (33,8 %) et de l'Ontario (34,0 %) (tableau 106)⁸.

⁸ Il faut toutefois spécifier que la différence est encore plus marquée entre les provinces de l'Ouest et les territoires puisque 43,1 % des jeunes des provinces de l'Ouest ont affirmé trouver difficile ou très difficile d'utiliser les logiciels d'édition d'images, alors que cette proportion grimpe à 80,0 % pour les jeunes des territoires.

Tableau 105. Facilité à utiliser Excel selon la région de résidence

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	30,5 %	31,3 %	50,9 %	38,5 %
Très difficile	5,0 %	5,2 %	6,5 %	5,6 %
Difficile	25,5 %	26,1 %	44,3 %	32,8 %
Facile	69,5 %	68,7 %	49,1 %	61,5 %
Facile	49,4 %	51,5 %	42,6 %	47,3 %
Très facile	20,1 %	17,2 %	6,5 %	14,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 106. Facilité à utiliser les logiciels d'édition d'images (p. ex. : Photoshop, application d'édition d'images) selon la région de résidence

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	33,8 %	34,0 %	44,9 %	37,8 %
Très difficile	6,4 %	3,7 %	10,7 %	7,2 %
Difficile	27,5 %	30,2 %	34,1 %	30,6 %
Facile	66,2 %	66,0 %	55,1 %	62,2 %
Facile	50,0 %	46,3 %	41,5 %	45,9 %
Très facile	16,2 %	19,8 %	13,7 %	16,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La plupart des jeunes (82,1 %) trouvent facile ou très facile d'utiliser le stockage en nuage (p. ex. Google Drive, OneDrive ou Dropbox) (tableau 107). Même si la proportion reste élevée dans les différentes régions au Canada, elle est plus élevée en Ontario (90,5 %), et plus faible en Atlantique (80,1 %) et dans l'Ouest canadien et les territoires (77,2 %).

Tableau 107. Facilité à utiliser le stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox) selon la région de résidence

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	19,9 %	9,5 %	22,8 %	17,9 %
Très difficile	2,1 %	0,5 %	4,3 %	2,4 %
Difficile	17,8 %	8,9 %	18,5 %	15,5 %
Facile	80,1 %	90,5 %	77,2 %	82,1 %
Facile	46,5 %	41,6 %	44,4 %	44,3 %
Très facile	33,6 %	48,9 %	32,8 %	37,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.7 Littératie médiatique selon le lieu de résidence

Au niveau régional, ce sont surtout les jeunes de l'Ouest canadien et des territoires qui affirment que les informations qu'elles ou qu'ils consultent sont plus facilement accessibles en anglais, soit avec une proportion de 73,9 %, alors qu'elle diminue à 66,5 % chez les jeunes de l'Ontario, et à 61,0 % chez les jeunes de l'Atlantique (tableau 108). D'ailleurs, 12,1 % des jeunes de l'Atlantique disent que ces informations qu'elles ou qu'ils consultent sont plus facilement accessibles en français, alors que cette proportion baisse à 4,1 % chez les jeunes de l'Ontario et à 2,0 % chez les jeunes de l'Ouest canadien et des territoires.

Tableau 108. Facilité d'accès aux informations consultées sur Internet selon la langue utilisée et le lieu de résidence

Accès à l'information	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
En français	12,1 %	4,1 %	2,0 %	6,5 %
Dans les deux langues également	26,8 %	29,4 %	24,1 %	26,6 %
En anglais	61,0 %	66,5 %	73,9 %	66,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

4.8 Confiance relative aux sources d'information selon le lieu de résidence

Près d'un cinquième (19,0 %) des jeunes ont beaucoup confiance dans les sources d'information partagées par les politiciennes et politiciens (tableau 109). La proportion est similaire pour les jeunes de l'Atlantique (19,0 %), tandis qu'en Ontario et dans l'Ouest canadien et les territoires, elle est plus faible avec des proportions de 13,0 % et 9,2 % respectivement. Il n'y a aucun jeune des territoires qui a beaucoup confiance dans les sources partagées par les politiciennes et politiciens. Il est toutefois à noter que la plupart des jeunes, peu importe la région, ont un peu confiance dans ces sources. On remarque aussi que dans les territoires aucun jeune n'a beaucoup confiance dans les sources d'information partagées par les partis politiques comparativement aux jeunes des autres régions où l'on retrouve à peu près un jeune sur 10 qui a beaucoup confiance dans ces sources (tableau 110). De même, on note que seulement 7,7 % des jeunes des territoires ont beaucoup confiance dans les sources d'information partagées par leurs amies ou amis, alors que c'est plutôt le tiers pour les autres régions (tableau 111). Dans un autre ordre d'idées, c'est près de la moitié (46,2 %) des jeunes des territoires qui ont beaucoup confiance dans les sources d'information partagée par les journalistes, alors que c'est autour du quart des jeunes dans les autres régions (tableau 112).

Tableau 109. Degré de confiance des sources d'information provenant des politiciennes et politiciens selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest	Les territoires	Total
Pas du tout	14,1 %	21,9 %	15,6 %	20,0 %	14,1 %
Un peu	66,8 %	65,1 %	74,7 %	80,0 %	66,8 %
Beaucoup	19,0 %	13,0 %	9,7 %	0,0 %	19,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100%	100 %

Tableau 110. Degré de confiance des sources d'information provenant des partis politiques selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest	Les territoires	Total
Pas du tout	18,5 %	22,1 %	19,0 %	30,0 %	19,9 %
Un peu	67,5 %	67,6 %	72,3 %	70,0 %	69,2 %
Beaucoup	14,0 %	10,3 %	8,7 %	0,0 %	10,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 111. Degré de confiance des sources d'information provenant des amies et amis selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest	Les territoires	Total
Pas du tout	3,5 %	7,1 %	3,7 %	0,0 %	4,5 %
Un peu	58,4 %	62,6 %	63,5 %	92,3 %	61,8 %
Beaucoup	38,1 %	30,2 %	32,9 %	7,7 %	33,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 112. Degré de confiance des sources d'information provenant des journalistes selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest	Les territoires	Total
Pas du tout	9,1 %	11,7 %	12,0 %	0,0 %	10,6 %
Un peu	65,5 %	59,6 %	62,5 %	53,8 %	62,7 %
Beaucoup	25,4 %	28,7 %	25,5 %	46,2 %	26,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Environ le quart (26,5 %) des jeunes suivent souvent ou très souvent les activités en ligne des membres de leur famille (tableau 113). Ces proportions sont similaires en Atlantique (29,0 %), en Ontario (24,5 %) et dans l'Ouest canadien (26,7 %), mais dans les

territoires, aucun jeune n'a indiqué suivre souvent ou très souvent des activités provenant de leur famille. De même, il n'y a aucun jeune des territoires qui partage du contenu avec ses collègues de classe ou de travail comparativement à environ un dixième à un sixième chez les jeunes des autres régions (tableau 114).

Tableau 113. Fréquence de suivre les activités en ligne des membres de la famille selon la région de résidence

Suivre les activités en ligne	Atlantique	Ontario	Ouest	Les territoires	Total
Jamais et Rarement	39,7 %	41,5 %	38,0 %	30,8 %	39,6 %
Jamais	15,3 %	15,4 %	13,2 %	0,0 %	14,6 %
Rarement	24,4 %	26,1 %	24,8 %	30,8 %	25,0 %
Parfois	31,3 %	34,0 %	36,8 %	69,2 %	33,9 %
Souvent et Très souvent	29,0 %	24,5 %	25,2 %	0,0 %	26,5 %
Souvent	22,1 %	18,6 %	19,7 %	0,0 %	20,3 %
Très souvent	6,9 %	5,9 %	5,6 %	0,0 %	6,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 114. Fréquence de partager du contenu avec les collègues de classe ou les collègues de travail selon la région de résidence

Partager du contenu	Atlantique	Ontario	Ouest	Les territoires	Total
Jamais et Rarement	51,9 %	55,9 %	58,5 %	53,8 %	55,3 %
Jamais	25,2 %	23,4 %	23,5 %	23,1 %	24,1 %
Rarement	26,7 %	32,4 %	35,0 %	30,8 %	31,1 %
Parfois	34,0 %	33,0 %	27,4 %	46,2 %	31,4 %
Souvent et Très souvent	14,1 %	11,2 %	14,1 %	0,0 %	13,3 %
Souvent	11,1 %	9,6 %	9,8 %	0,0 %	10,2 %
Très souvent	3,1 %	1,6 %	4,3 %	0,0 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

La proportion des jeunes qui ne partagent jamais ou rarement du contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement) est plus élevée chez celles et ceux de l'Atlantique (78,6 %) que de l'Ontario (67,7 %) et de l'Ouest canadien et des territoires (62,2 %) (tableau 115). De même, les jeunes du postsecondaire représentent une proportion plus élevée (76,5 %) que les jeunes du secondaire (62,9 %) à ne pas partager ou à partager rarement du contenu dans l'avoir lu ou écouté (tableau 465).

Tableau 115. Fréquence de partager du contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement) selon la région de résidence

Partager sans avoir lu	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais et Rarement	78,6 %	67,7 %	62,2 %	70,1 %
Jamais	46,9 %	33,3 %	28,7 %	37,0 %
Rarement	31,7 %	34,4 %	33,5 %	33,0 %
Parfois	16,4 %	22,0 %	30,9 %	22,9 %
Souvent et Très souvent	5,0 %	10,2 %	7,0 %	7,1 %
Souvent	3,8 %	8,6 %	6,5 %	6,0 %
Très souvent	1,1 %	1,6 %	0,4 %	1,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Environ la moitié (46,6 %) des jeunes affirment qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques (tableau 116). On retrouve une proportion similaire en Ontario (47,3 %), une un peu plus faible en Atlantique (41,8 %), une un peu plus élevée dans l'Ouest canadien (49,5 %)⁹.

Tableau 116. Degré d'accord et de désaccord avec l'opinion qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques selon la région de résidence

Degré d'accord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Désaccord	38,7 %	30,1 %	31,7 %	33,9 %
Fortement en désaccord	9,0 %	7,0 %	10,1 %	8,8 %
Plutôt en désaccord	29,7 %	23,1 %	21,6 %	25,1 %
Accord	41,8 %	47,3 %	51,5 %	46,6 %
Plutôt en accord	29,7 %	32,8 %	37,0 %	33,0 %
Fortement en accord	12,1 %	14,5 %	14,5 %	13,6 %
Ne sais pas	19,5 %	22,6 %	16,7 %	19,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

C'est un peu plus de la moitié (53,3 %) des jeunes de l'Ouest canadien et des territoires qui ont confiance dans les publications partagées par un membre de leur famille sur Internet, alors que les proportions sont plus faibles pour les jeunes de l'Ontario (45,3 %) et surtout de l'Atlantique (39,9 %) (tableau 117). À l'inverse, ce sont davantage les jeunes de l'Atlantique qui ont surtout confiance dans les informations sur Internet qui

⁹ Proportion beaucoup plus élevée dans les territoires (84,6 %)

proviennent d'une entreprise (32,0 %) que celles et ceux de l'Ontario (23,2 %) et de l'Ouest canadien et des territoires (16,7 %) (tableau 337).

Tableau 117. Degré de confiance des publications partagées par un membre de la famille selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	60,1 %	54,7 %	46,7 %	54,0 %
Aucune confiance	4,0 %	5,0 %	1,8 %	3,5 %
Confiance limitée	56,1 %	49,7 %	44,9 %	50,5 %
Confiance	39,9 %	45,3 %	53,3 %	46,0 %
Grande confiance	36,8 %	40,9 %	49,3 %	42,2 %
Confiance absolue	3,2 %	4,4 %	4,0 %	3,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

5. COMPARAISON DES JEUNES SELON LE GENRE

5.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon le genre

Dans cette section, nous comparons les résultats selon le genre. Dans notre échantillon, environ trois jeunes sur cinq (61,9 %) s'identifient au pronom « Elle », c'est-à-dire au genre féminin, alors qu'un peu plus du tiers (36,2 %) s'associe au pronom « Il », c'est-à-dire au genre masculin (tableau 118). Le reste s'identifie aux pronoms « Iel » (1,3 %) ou « Ille » (0,6 %), c'est-à-dire à un genre non binaire. Par ailleurs, nous tenons à souligner qu'il y a une surreprésentation de jeunes qui s'identifient au genre féminin (« Elle ») au postsecondaire (70,7 %) en comparaison avec le secondaire (56,3 %) (tableau 119). Comme les personnes non binaires (iel et ille) représentent un faible pourcentage de notre échantillon, il n'est pas possible d'opérer des croisements significatifs de la catégorie des personnes non binaires avec d'autres variables. Ainsi, par défaut, notre analyse se concentre sur une analyse selon le genre féminin et masculin (à partir du tableau 119). Aussi, dans notre description, la population féminine renvoie au genre féminin et la population masculine au genre masculin.

Tableau 118. Pronom des répondantes et répondants selon le genre

Pronom	%
Elle	61,9 %
Il	36,2 %
Iel	1,3 %
Ille	0,6 %
Total	100 %

Tableau 119. Pronom selon le niveau de scolarité selon le genre

Pronom	Secondaire	Postsecondaire	Total
Elle	56,3 %	70,7 %	63,0 %
Il	43,7 %	29,3 %	37,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Dans l'ensemble, la population féminine fait une autoévaluation plus positive de ses compétences linguistiques que la population masculine (tableau 120). Plus précisément, environ la moitié (49,5 %) de la population féminine considère avoir

d'excellentes compétences en expression écrite comparativement à un peu plus du tiers (37,7 %) de la population masculine. Nous observons la même tendance pour la proportion qui considère avoir d'excellentes compétences en expression orale (population féminine = 51,4 %; population masculine = 39,9 %). Concernant les compétences en compréhension écrite, 59,3 % de la population féminine considère avoir d'excellentes compétences comparativement à 45,1 % de la population masculine. Finalement, au niveau de la compréhension orale, près des deux tiers (64,9 %) de la population féminine considèrent avoir d'excellentes compétences, tandis qu'environ la moitié (50,6 %) de la population masculine pense de même.

Tableau 120. Compétences linguistiques en français selon le genre

Compétences linguistiques		Excellentes	Bonnes	Mauvaise	Très mauvaise	Total
Expression écrite	Elle	49,5 %	44,5 %	5,4 %	0,6 %	100 %
	Il	37,7 %	49,4 %	11,4 %	1,6 %	100 %
Expression orale	Elle	51,4 %	42,4 %	5,3 %	0,9 %	100 %
	Il	39,9 %	49,4 %	8,1 %	2,6 %	100 %
Compréhension écrite	Elle	59,3 %	35,8 %	4,1 %	0,8 %	100 %
	Il	45,1 %	44,2 %	9,4 %	1,3 %	100 %
Compréhension orale	Elle	64,9 %	31,7 %	3,0 %	0,4 %	100 %
	Il	50,6 %	40,6 %	6,5 %	2,3 %	100 %

Sur le plan identitaire, nous pouvons observer qu'une plus grande proportion (77,0 %) de jeunes qui s'associent au genre féminin que masculin (67,5 %) affichent une identité francophone forte (tableau 121). D'ailleurs, plus des trois quarts (78,2 %) des jeunes de genre féminin montrent un fort engagement à défendre les droits linguistiques de la communauté francophone, tandis que plus des deux tiers (68,8 %) des jeunes qui s'identifient au genre masculin affichent ce même engagement identitaire (tableau 122).

Tableau 121. Indicateur d'identité francophone selon le genre

Identité francophone	Féminin	Masculin	Total
Faible	1,6 %	4,1 %	2,5 %
Modérée	21,4 %	28,5 %	24,0 %
Forte	77,0 %	67,5 %	73,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 122. Engagement identitaire envers la communauté francophone (défendre les droits linguistiques) selon le genre

Engagement identitaire	Féminin	Masculin	Total
Correspond aucunement ou peu	6,7 %	13,6 %	9,3 %
Correspond aucunement	3,4 %	8,1 %	5,1 %
Correspond peu	3,4 %	5,4 %	4,1 %
Correspond modérément	15,1 %	17,6 %	16,0 %
Correspond fortement ou entièrement	78,2 %	68,8 %	74,7 %
Correspond fortement	23,4 %	21,0 %	22,5 %
Correspond entièrement	54,8 %	47,8 %	52,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

5.2 Insécurité linguistique et isolement social selon le genre

L'analyse selon le genre nous permet de voir que plus de deux jeunes sur cinq (44,8 %) qui s'identifient au pronom « Elle » ne craignent jamais qu'on se moque d'elles à cause de leur français quand elles écrivent en ligne (tableau 123). C'est le cas pour plus de la moitié (58,3 %) des jeunes qui s'identifient au pronom « il ». Ainsi, il y a plus de jeunes appartenant au genre féminin que masculin qui affirment vivre une insécurité linguistique en ligne.

Tableau 123. Insécurité linguistique à l'égard du français écrit en ligne selon le genre

Insécurité linguistique	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	72,8 %	83,3 %	76,7 %
Jamais	44,8 %	58,8 %	50,0 %
Rarement	28,0 %	24,5 %	26,7 %
Parfois	16,4 %	9,5 %	13,9 %
Souvent ou très souvent	10,8 %	7,1 %	9,4 %
Souvent	7,2 %	4,8 %	6,3 %
Très souvent	3,6 %	2,4 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Une analyse selon le genre permet de constater que près du tiers (33,4 %) des jeunes qui s'identifient au pronom « Elle » éprouvent une insécurité linguistique modérée en comparaison avec ceux qui s'identifient au pronom « Il » (25,9 %). De plus, environ un jeune sur 10 (10,6 %) s'identifiant au genre féminin affiche une forte insécurité linguistique relative à l'usage du français en ligne en comparaison à 6,5 % des jeunes qui disent appartenir au genre masculin (tableau 124).

Tableau 124. Indicateur d'insécurité linguistique selon le genre

Insécurité linguistique	Féminin	Masculin	Total
Faible	56,0 %	67,7 %	60,3 %
Modérée	33,4 %	25,9 %	30,6 %
Forte	10,6 %	6,5 %	9,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Chez les jeunes qui s'identifient au pronom « Elle », nous observons qu'une bonne proportion (30,2 %) se sentent parfois exclues. Cette proportion est moindre (23,7 %) chez les jeunes qui s'associent au pronom « Il » (tableau 125). Aussi, les jeunes appartenant au genre féminin sont plus nombreuses à affirmer se sentir souvent ou très souvent exclues (11,9 %) que les jeunes de genre masculin (8,0 %).

Tableau 125. Perception de se sentir exclue ou exclu selon le genre

Sentiment d'exclusion	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	57,9 %	68,3 %	61,8 %
Jamais	23,4 %	37,6 %	28,7 %
Rarement	34,5 %	30,7 %	33,1 %
Parfois	30,2 %	23,7 %	27,8 %
Souvent ou très souvent	11,9 %	8,0 %	10,5 %
Souvent	8,2 %	5,6 %	7,2 %
Très souvent	3,7 %	2,4 %	3,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

De façon générale, la population féminine est moins nombreuse à affirmer jamais ou rarement avoir l'impression que les gens les connaissent à peine (45,6 %), ou que les gens sont autour d'eux, mais pas avec eux (46,3 %) (tableaux 126 et 127). En comparaison, chez la population masculine, ces proportions sont respectivement de 58,3 % et de 60,7 %.

Tableau 126. Perception des participantes et participants que les gens les connaissent à peine, selon le genre

Perception que les gens les connaissent à peine	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	45,6 %	58,3 %	50,3 %
Jamais	17,2 %	32,6 %	23,0 %
Rarement	28,3 %	25,7 %	27,4 %
Parfois	30,8 %	23,6 %	28,1 %
Souvent ou très souvent	23,6 %	18,1 %	21,5 %
Souvent	16,0 %	13,5 %	15,1 %
Très souvent	7,6 %	4,5 %	6,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 127. Perception que les gens sont présents physiquement, mais absents mentalement selon le genre

Perception que les gens sont absents mentalement	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	46,3 %	60,7 %	51,6 %
Jamais	20,9 %	33,3 %	25,5 %
Rarement	25,4 %	27,4 %	26,1 %
Parfois	29,9 %	21,8 %	26,9 %
Souvent ou très souvent	23,8 %	17,5 %	21,5 %
Souvent	16,2 %	9,5 %	13,7 %
Très souvent	7,6 %	8,1 %	7,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Près d'un cinquième (20,9 %) de la population féminine et un huitième (12,5 %) de la population masculine ressentent un fort isolement social, tandis qu'environ un cinquième (19,3 %) de la population féminine et près d'un tiers de la population masculine (34,2 %) ressentent un faible isolement social (tableau 128).

Tableau 128. Indicateur d'isolement social selon le genre

Isolement social	Féminin	Masculin	Total
Faible	19,3 %	34,3 %	24,8 %
Modéré	59,8 %	53,3 %	57,4 %
Fort	20,9 %	12,5 %	17,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

5.3 Accès à l'Internet et son usage selon le genre

Concernant l'accès à Internet, nous observons qu'une plus grande proportion de la population masculine (24,7 %) utilise Internet plus de 8 heures par jour en comparaison avec la population féminine (18,3 %) (tableau 129).

Tableau 129. Utilisation d'Internet durant une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail selon le genre

Utilisation d'Internet	Féminin	Masculin	Total
Moins de 3 heures	8,1 %	8,9 %	8,4 %
1	2,4 %	3,4 %	2,8 %
2	5,7 %	5,5 %	5,6 %
3 à 4 heures	26,0 %	21,6 %	24,4 %
3	8,3 %	9,6 %	8,8 %
4	17,7 %	12,0 %	15,6 %
5 à 6 heures	26,8 %	27,1 %	26,9 %
5	13,4 %	12,0 %	12,9 %
6	13,4 %	15,1 %	14,0 %
7 à 8 heures	20,7 %	17,8 %	19,6 %
7	10,0 %	7,9 %	9,2 %
8	10,8 %	9,9 %	10,5 %
Plus de 8h	18,3 %	24,7 %	20,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

5.4 Activité en ligne selon le genre

Une analyse de l'activité en ligne selon le genre nous permet de constater que la population masculine (58,4 %) est deux fois plus nombreuse que la population féminine (25,3 %) à posséder une console de jeu vidéo (tableau 130).

Tableau 130. Proportion de participantes et participants qui possèdent une console de jeu vidéo selon le genre

Console de jeu vidéo	Féminin	Masculin	Total
Oui	25,3 %	58,4 %	37,6 %
Non	74,7 %	41,6 %	62,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

La population féminine (45,8 %) est plus nombreuse à visiter Facebook tous les jours que la population masculine (31,2 %) (tableau 131). Pareillement, Instagram semble plus apprécié par la population féminine dont la majorité (81,3 %) fréquente ce média social

tous les jours, alors qu'une proportion plus petite (67,7 %) de la population masculine a un comportement semblable (tableau 132).

Tableau 131. Fréquence d'utilisation de Facebook selon le genre

Utilisation de Facebook	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	45,8 %	31,2 %	40,4 %
Plusieurs fois par jour	30,4 %	22,8 %	27,6 %
Une fois par jour	15,4 %	8,4 %	12,8 %
Quelques fois par semaine ou mois	16,0 %	15,4 %	15,8 %
Quelques fois par semaine	10,1 %	8,4 %	9,5 %
Quelques fois par mois	6,0 %	7,0 %	6,3 %
Rarement ou jamais	38,2 %	53,3 %	43,8 %
Rarement	10,5 %	16,5 %	12,7 %
Jamais	27,7 %	36,8 %	31,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 132. Fréquence d'utilisation d'Instagram selon le genre

Utilisation d'Instagram	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	81,3 %	67,7 %	76,3 %
Plusieurs fois par jour	66,1 %	51,9 %	60,9 %
Une fois par jour	15,2 %	15,8 %	15,4 %
Quelques fois par semaine ou mois	9,4 %	10,5 %	9,8 %
Quelques fois par semaine	6,6 %	7,4 %	6,9 %
Quelques fois par mois	2,9 %	3,2 %	3,0 %
Rarement ou jamais	9,2 %	21,8 %	13,9 %
Rarement	2,5 %	8,1 %	4,5 %
Jamais	6,8 %	13,7 %	9,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Bien que Twitter ne soit pas très utilisé par les jeunes formant notre échantillon, nous observons que ce média est plus utilisé tous les jours par la population masculine (17,2 %) que par la population féminine (9,9 %) (tableau 133).

Tableau 133. Fréquence d'utilisation de Twitter selon le genre

Utilisation de Twitter	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	9,9 %	17,2 %	12,6 %
Plusieurs fois par jour	5,1 %	7,7 %	6,1 %
Une fois par jour	4,7 %	9,5 %	6,5 %
Quelques fois par semaine ou mois	12,1 %	13,3 %	12,6 %
Quelques fois par semaine	6,8 %	6,7 %	6,7 %
Quelques fois par mois	5,3 %	6,7 %	5,8 %
Rarement ou jamais	78,0 %	69,5 %	74,9 %
Rarement	9,9 %	11,9 %	10,6 %
Jamais	68,2 %	57,5 %	64,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Le média TikTok est utilisé plus fréquemment par la population féminine (64,5 %) que par la population masculine (41,8 %) (tableau 134). Pour sa part, la population masculine semble encore apprécier davantage YouTube que TikTok alors que les trois quarts (76,8 %) d'entre eux fréquentent quotidiennement le média comparativement à environ la moitié (51,3 %) de la population féminine (tableau 135).

Tableau 134. Fréquence d'utilisation de TikTok selon le genre

Utilisation de TikTok	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	64,5 %	41,8 %	56,1 %
Plusieurs fois par jour	55,9 %	34,7 %	48,1 %
Une fois par jour	8,6 %	7,0 %	8,0 %
Quelques fois par semaine ou mois	8,2 %	9,1 %	8,5 %
Quelques fois par semaine	5,1 %	5,6 %	5,3 %
Quelques fois par mois	3,1 %	3,5 %	3,2 %
Rarement ou jamais	27,3 %	49,1 %	35,4 %
Rarement	5,3 %	6,0 %	5,6 %
Jamais	22,0 %	43,2 %	29,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 135. Fréquence d'utilisation de YouTube selon le genre

Utilisation de YouTube	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	51,3 %	76,8 %	60,8 %
Plusieurs fois par jour	30,6 %	58,9 %	41,1 %
Une fois par jour	20,7 %	17,9 %	19,7 %
Quelques fois par semaine ou mois	33,1 %	18,6 %	27,7 %
Quelques fois par semaine	21,6 %	14,0 %	18,8 %
Quelques fois par mois	11,5 %	4,6 %	8,9 %
Rarement ou jamais	15,6 %	4,6 %	11,5 %
Rarement	12,7 %	2,8 %	9,1 %
Jamais	2,9 %	1,8 %	2,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Pinterest semble être un média qui attire davantage la population féminine que masculine. En fait, la majorité (86,0 %) de la population masculine affirme ne faire aucunement ou rarement usage de ce média, alors que ce n'est le cas que pour près d'un tiers (33,9 %) de la population féminine (tableau 136). D'ailleurs, les deux tiers (19,3 %) de cette dernière fréquentent Pinterest au moins une fois par jour en comparaison avec 3,9 % de la population masculine.

Tableau 136. Fréquence d'utilisation de Pinterest selon le genre

Utilisation de Pinterest	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	19,3 %	3,9 %	13,6 %
Plusieurs fois par jour	10,3 %	1,8 %	7,1 %
Une fois par jour	9,0 %	2,1 %	6,5 %
Quelques fois par semaine ou mois	46,8 %	10,2 %	33,3 %
Quelques fois par semaine	22,6 %	4,2 %	15,8 %
Quelques fois par mois	24,2 %	6,0 %	17,5 %
Rarement ou jamais	33,9 %	86,0 %	53,1 %
Rarement	15,8 %	15,8 %	15,8 %
Jamais	18,1 %	70,2 %	37,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les médias Reddit, Twitch et Discord sont plus populaires auprès de la population masculine, et cela pourrait s'expliquer en partie par le plus grand usage des jeux vidéo que fait cette même population. Plus d'une personne sur dix (12,3 %) de la population masculine affirme fréquenter Reddit au moins une fois par jour comparativement à quatre fois moins (4,1 %) chez la population féminine (tableau 137). Nous observons la même tendance pour l'utilisation du média Twitch alors qu'un cinquième (7,7 %) de la population masculine en fait usage au moins une fois par jour contre 2,1 % de la population féminine (tableau 138). D'autre part, Discord est assez utilisé par la

population masculine. Près du quart (24,2 %) de celle-ci précise utiliser Discord une à plusieurs fois par jour, tandis que 6,2 % de la population féminine souligne en faire autant (tableau 139).

Tableau 137. Fréquence d'utilisation de Reddit selon le genre

Utilisation de Reddit	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	4,1 %	12,3 %	7,1 %
Plusieurs fois par jour	2,3 %	5,6 %	3,5 %
Une fois par jour	1,8 %	6,7 %	3,6 %
Quelques fois par semaine ou mois	8,2 %	19,3 %	12,3 %
Quelques fois par semaine	3,3 %	11,2 %	6,2 %
Quelques fois par mois	4,9 %	8,1 %	6,1 %
Rarement ou jamais	87,7 %	68,4 %	80,6 %
Rarement	12,1 %	16,5 %	13,7 %
Jamais	75,6 %	51,9 %	66,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 138. Fréquence d'utilisation de Twitch selon le genre

Utilisation de Twitch	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	2,1 %	7,7 %	4,1 %
Plusieurs fois par jour	1,6 %	4,9 %	2,8 %
Une fois par jour	0,4 %	2,8 %	1,3 %
Quelques fois par semaine ou mois	3,5 %	14,0 %	7,4 %
Quelques fois par semaine	1,8 %	6,0 %	3,4 %
Quelques fois par mois	1,6 %	8,1 %	4,0 %
Rarement ou jamais	94,5 %	78,2 %	88,5 %
Rarement	7,2 %	14,4 %	9,8 %
Jamais	87,3 %	63,9 %	78,6 %
Total général	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Tableau 139. Fréquence d'utilisation de Discord selon le genre

Utilisation de Discord	Féminin	Masculin	Total
Une à plusieurs fois par jour	6,2 %	24,2 %	12,8 %
Plusieurs fois par jour	3,3 %	18,9 %	9,1 %
Une fois par jour	2,9 %	5,3 %	3,8 %
Quelques fois par semaine ou mois	10,3 %	18,6 %	13,3 %
Quelques fois par semaine	5,7 %	8,4 %	6,7 %
Quelques fois par mois	4,5 %	10,2 %	6,6 %
Rarement ou jamais	83,6 %	57,2 %	73,8 %
Rarement	10,7 %	10,5 %	10,6 %
Jamais	72,9 %	46,7 %	63,2 %
Total général	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Une analyse selon le genre nous permet de constater que la population féminine (88,2 %) utilise plus souvent Internet que la population masculine (72,2 %) pour chercher de l'information en lien avec des devoirs scolaires ou des travaux collégiaux ou universitaires (tableau 140). À l'inverse, la population masculine (70,2 %) utilise plus fréquemment Internet que la population féminine (59,6 %) pour chercher de l'information sur un sujet d'intérêt personnel (tableau 141).

Tableau 140. Fréquence de recherche d'information pour ses devoirs scolaires ou ses travaux collégiaux ou universitaires selon le genre

Recherche pour devoirs	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	1,9 %	7,5 %	4,0 %
Jamais	1,1 %	3,8 %	2,1 %
Rarement	0,9 %	3,8 %	1,9 %
Parfois	9,9 %	20,3 %	13,7 %
Souvent ou très souvent	88,2 %	72,2 %	82,4 %
Souvent	28,8 %	33,1 %	30,4 %
Très souvent	59,4 %	39,1 %	52,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 141. Fréquence de recherche d'information sur un sujet d'intérêt personnel selon le genre

Recherche intérêt personnel	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	9,4 %	9,1 %	9,3 %
Jamais	0,9 %	2,2 %	1,3 %
Rarement	8,5 %	6,9 %	7,9 %
Parfois	31,1 %	20,7 %	27,2 %
Souvent ou très souvent	59,6 %	70,2 %	63,5 %
Souvent	36,6 %	41,8 %	38,5 %
Très souvent	23,0 %	28,4 %	25,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

La majorité (83,2 %) de la population féminine utilise souvent ou très souvent Internet pour consulter ses réseaux sociaux, alors que près des deux tiers (67,6 %) de la population masculine le fait aussi (tableau 142). Par ailleurs, 15,3 % de celle-ci affirme rarement ou jamais consulter les réseaux sociaux contre 5,1 % de la population féminine.

Tableau 142. Fréquence de la consultation des réseaux sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, Instagram) selon le genre

Consultation des réseaux sociaux	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	5,1 %	15,3 %	8,9 %
Jamais	2,6 %	5,1 %	3,5 %
Rarement	2,6 %	10,2 %	5,4 %
Parfois	11,7 %	17,1 %	13,7 %
Souvent ou très souvent	83,2 %	67,6 %	77,4 %
Souvent	32,3 %	32,7 %	32,5 %
Très souvent	50,9 %	34,9 %	45,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Nous pouvons observer que la population féminine (86,2 %) interagit plus souvent avec les proches et les amis ou amis sur Internet que la population masculine (76,0 %) (tableau 143).

Tableau 143. Fréquence des interactions avec les proches et les amies et amis selon le genre

Interaction avec entourage	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	2,1 %	7,3 %	4,0 %
Jamais	0,4 %	1,8 %	0,9 %
Rarement	1,7 %	5,5 %	3,1 %
Parfois	11,7 %	16,7 %	13,6 %
Souvent ou très souvent	86,2 %	76,0 %	82,4 %
Souvent	31,5 %	29,1 %	30,6 %
Très souvent	54,7 %	46,9 %	51,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Comme nous l'avons déjà souligné précédemment, une proportion plus grande de la population masculine possède une console de jeu. Nous observons la même tendance avec les jeux en ligne. Ainsi, la moitié (50,5 %) de la population masculine affirme jouer souvent ou très souvent à des jeux en ligne contre seulement une personne sur dix (11,7 %) de la population féminine (tableau 144). En fait, plus des deux tiers (68,9 %) de la population féminine soulignent ne jamais ou rarement jouer à des jeux en ligne contre un peu plus d'un quart (28,0 %) chez la population masculine.

Tableau 144. Fréquence des séances de jeux en ligne selon le genre

Jeux en ligne	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	68,9 %	28,0 %	53,8 %
Jamais	41,5 %	13,8 %	31,3 %
Rarement	27,4 %	14,2 %	22,6 %
Parfois	19,4 %	21,5 %	20,1 %
Souvent ou très souvent	11,7 %	50,5 %	26,0 %
Souvent	7,9 %	23,3 %	13,6 %
Très souvent	3,8 %	27,3 %	12,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

La population féminine (74,5 %) consulte plus souvent sa messagerie que la population masculine (61,6 %) (tableau 145).

Tableau 145. Fréquence de la consultation de la messagerie (mes courriels) selon le genre

Consultation messagerie	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	8,7 %	12,9 %	10,3 %
Jamais	1,1 %	3,7 %	2,1 %
Rarement	7,6 %	9,2 %	8,2 %
Parfois	16,8 %	25,5 %	20,0 %
Souvent ou très souvent	74,5 %	61,6 %	69,7 %
Souvent	40,7 %	35,1 %	38,6 %
Très souvent	33,8 %	26,6 %	31,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Dans l'ensemble, les jeunes de notre échantillon préfèrent regarder des vidéos, films ou téléséries surtout en anglais. Cependant, la proportion de la population masculine (12,4 %) qui regarde des vidéos, films ou téléséries surtout en français est deux fois plus grande que celle de la proportion féminine (4,9 %) (tableau 146).

Tableau 146. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour regarder des vidéos, films et téléséries selon le genre

Langue plus souvent utilisée - vidéos, films, téléséries	Féminin	Masculin	Total
Surtout en français	4,9 %	12,4 %	7,7 %
Toujours en français	1,8 %	6,4 %	3,5 %
Plus souvent en français	3,1 %	6,0 %	4,2 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	21,1 %	18,0 %	19,9 %
Surtout en anglais	74,1 %	69,5 %	72,4 %
Plus souvent en anglais	51,7 %	47,4 %	50,1 %
Toujours en anglais	22,4 %	22,2 %	22,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

La population féminine (38,3 %) déclare faire plus souvent de la lecture que la population masculine (23,2 %) (tableau 147). D'ailleurs, près de la moitié (47,6 %) de la population masculine affirme ne jamais ou rarement lire des livres, contre moins du tiers (29,4 %) chez la population féminine.

Tableau 147. Fréquence de la lecture de livres selon le genre

Lecture de livres	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	29,4 %	47,6 %	36,2 %
Jamais	11,1 %	19,9 %	14,4 %
Rarement	18,3 %	27,7 %	21,8 %
Parfois	32,2 %	29,2 %	31,1 %
Souvent ou très souvent	38,3 %	23,2 %	32,7 %
Souvent	19,4 %	13,7 %	17,3 %
Très souvent	19,0 %	9,6 %	15,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Nous pouvons aussi observer que la population féminine fait la lecture de livres surtout en anglais (41,4 %), et ce, beaucoup plus que la population masculine (27,6 %) (tableau 148).

Tableau 148. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour lire des livres selon le genre

Langue la plus souvent utilisée - livres	Féminin	Masculin	Total
Surtout en français	29,9 %	30,4 %	30,1 %
Toujours en français	12,7 %	14,7 %	13,4 %
Plus souvent en français	17,2 %	15,7 %	16,6 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	28,7 %	41,9 %	33,3 %
Surtout en anglais	41,4 %	27,6 %	36,6 %
Plus souvent en anglais	30,4 %	20,3 %	26,9 %
Toujours en anglais	11,0 %	7,4 %	9,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Moins des deux tiers (63,4 %) de la population féminine dit ne jamais ou rarement s'engager dans des actions pour améliorer la société comparativement à près des trois quarts (73,1 %) chez la population masculine (tableau 149).

Tableau 149. Fréquence des actions pour améliorer la société (p.ex. : pétition en ligne, dons, participer à des événements) selon le genre

Actions pour améliorer la société	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	63,4 %	73,1 %	67,0 %
Jamais	32,5 %	42,4 %	36,2 %
Rarement	30,9 %	30,6 %	30,8 %
Parfois	28,3 %	18,8 %	24,8 %
Souvent ou très souvent	8,3 %	8,1 %	8,2 %
Souvent	6,1 %	5,5 %	5,9 %
Très souvent	2,2 %	2,6 %	2,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

La population féminine (45,5 %) semble agir surtout en anglais pour améliorer la société, et ce, plus que la population masculine (31,4 %) (tableau 150).

Tableau 150. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour agir afin d'améliorer la société (p.ex.: pétition en ligne, dons, participer à des événements) selon le genre

Langue la plus souvent utilisées - améliorer la société	Féminin	Masculin	Total
Surtout en français	18,7 %	23,7 %	20,4 %
Toujours en français	6,8 %	9,6 %	7,7 %
Plus souvent en français	11,9 %	14,1 %	12,7 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	35,8 %	44,9 %	38,8 %
Surtout en anglais	45,5 %	31,4 %	40,8 %
Plus souvent en anglais	32,6 %	19,9 %	28,3 %
Toujours en anglais	12,9 %	11,5 %	12,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Plus du quart (28,8 %) de la population féminine fait souvent ou très souvent des achats en ligne, tandis qu'une proportion moindre (21,8 %) de la population masculine en fait autant (tableau 151).

Tableau 151. Fréquence des achats en ligne selon le genre

Achats en ligne	Féminin	Masculin	Total
Jamais ou rarement	35,1 %	45,4 %	38,9 %
Jamais	10,7 %	12,9 %	11,5 %
Rarement	24,4 %	32,5 %	27,4 %
Parfois	36,2 %	32,8 %	34,9 %
Souvent ou très souvent	28,8 %	21,8 %	26,2 %
Souvent	19,2 %	14,0 %	17,3 %
Très souvent	9,6 %	7,7 %	8,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

5.5 Cyberdépendance selon le genre

Près de la moitié (45,5 %) de la population féminine affirme ressentir fortement ou entièrement qu'elle passe trop de temps en ligne, tandis que plus du tiers (36,8 %) de la population masculine est du même avis (tableau 152). D'ailleurs, près d'un autre tiers (30,7 %) de la population masculine précise ne ressentir aucunement ou rarement qu'ils passent trop de temps en ligne.

La population féminine semble davantage se soucier de l'utilisation qu'elle fait d'Internet. Une plus grande proportion de la population féminine (69,5 %) révèle avoir fourni des efforts pour réduire ou arrêter son utilisation que la population masculine (58,4 %) (tableau 153).

Tableau 152. Perception de passer trop de temps en ligne selon le genre

Perception – trop de temps en ligne	Féminin	Masculin	Total
Correspond aucunement ou peu	19,3 %	30,7 %	23,6 %
Correspond aucunement	6,0 %	8,4 %	6,9 %
Correspond peu	13,3 %	22,2 %	16,7 %
Correspond modérément	35,2 %	32,6 %	34,2 %
Correspond fortement ou entièrement	45,5 %	36,8 %	42,2 %
Correspond fortement	31,7 %	24,9 %	29,2 %
Correspond entièrement	13,8 %	11,9 %	13,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 153. Proportion des participantes et participants ayant fourni des efforts pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet selon le genre

Effort pour réduire l'utilisation d'Internet	Féminin	Masculin	Total
Oui	69,5 %	58,4 %	65,4 %
Non	30,5 %	41,6 %	34,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

5.6 Littératie médiatique selon le genre

Près des trois quarts (71,4 %) de la population féminine et un peu plus de la moitié (56,9 %) de la population masculine affirment qu'il est plus facile de consulter des informations en anglais (tableau 154). Les proportions des personnes qui disent que les informations consultées sont plus facilement accessibles en français ou dans les deux langues officielles sont plus élevées chez la population masculine (10,3 % en français et 32,8 % dans les deux langues officielles) que chez la population féminine (5,0 % en français et 23,6 % dans les deux langues officielles).

La proportion des jeunes qui sont d'accord avec le fait qu'être bilingue leur permet de mieux juger les informations de façon critique est un peu plus élevée (85,5 %) chez la population féminine que chez la population masculine (74,9 %) (tableau 155).

Tableau 154. Facilité d'accès aux informations consultées sur Internet selon la langue utilisée et le genre

Accès à l'information	Féminin	Masculin	Total
En français	5,0 %	10,3 %	6,9 %
Dans les deux langues également	23,6 %	32,8 %	27,1 %
En anglais	71,4 %	56,9 %	66,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 155. Degré d'accord au fait que le bilinguisme est un critère permettant de mieux juger des informations de façon critique selon le genre

Degré d'accord	Féminin	Masculin	Total
Désaccord	5,5 %	16,2 %	9,4 %
Fortement en désaccord	0,9 %	3,5 %	1,9 %
Plutôt en désaccord	4,5 %	12,7 %	7,6 %
Accord	85,5 %	74,9 %	81,5 %
Plutôt en accord	42,7 %	33,2 %	39,2 %
Fortement en accord	42,7 %	41,7 %	42,3 %
Ne sais pas	9,1 %	8,9 %	9,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

5.7 Comportements en ligne selon le genre

La proportion des jeunes qui affirment suivre souvent ou très souvent les activités en ligne de leurs amies et amis est plus élevée chez la population féminine (51,3 %) que chez la population masculine (38,6 %) (tableau 156). Il en est de même pour les jeunes qui suivent souvent et très souvent les activités en ligne des membres de leur famille puisque la proportion est plus élevée chez la population féminine (33,0 %) que chez la population masculine (18,3 %) (tableau 157). Dans le même sens, la proportion des jeunes qui partagent du contenu avec leurs amies et amis est plus élevée chez la population féminine (59,7 %) que chez la population masculine (47,8 %) (tableau 158). La population féminine (25,1 %) a aussi plus tendance à commenter souvent ou très souvent les publications de leurs amies et amis, des membres de leur famille et de leurs collègues de classe ou de travail que la population masculine (13,5 %) (tableau 159).

Tableau 156. Fréquence de suivi des activités en ligne des amies et amis selon le genre

Suivi des activités en ligne - Amies et amis	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	19,7 %	24,7 %	21,5 %
Jamais	6,1 %	9,2 %	7,2 %
Rarement	13,6 %	15,5 %	14,3 %
Parfois	29,0 %	36,7 %	31,9 %
Souvent et Très souvent	51,3 %	38,6 %	46,6 %
Souvent	36,5 %	29,9 %	34,1 %
Très souvent	14,8 %	8,8 %	12,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 157. Fréquence de suivi des activités en ligne des membres de la famille selon le genre

Suivi des activités en ligne - famille	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	34,0 %	45,0 %	38,1 %
Jamais	11,2 %	17,1 %	13,4 %
Rarement	22,7 %	27,9 %	24,6 %
Parfois	33,0 %	36,7 %	34,4 %
Souvent et Très souvent	33,0 %	18,3 %	27,6 %
Souvent	25,8 %	13,5 %	21,2 %
Très souvent	7,3 %	4,8 %	6,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 158. Fréquence de partage de contenu avec des amies et amis selon le genre

Partage de contenu avec amies et amis	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	12,2 %	16,7 %	13,9 %
Jamais	2,8 %	4,0 %	3,2 %
Rarement	9,4 %	12,7 %	10,6 %
Parfois	28,1 %	35,5 %	30,8 %
Souvent et Très souvent	59,7 %	47,8 %	55,3 %
Souvent	35,6 %	31,1 %	33,9 %
Très souvent	24,1 %	16,7 %	21,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 159. Fréquence de commenter les publications des amies et amis, membres de la famille, collègues de classe ou de travail selon le genre

Commenter le contenu des amies et amis	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	33,5 %	49,4 %	39,4 %
Jamais	8,4 %	17,1 %	11,7 %
Rarement	25,1 %	32,3 %	27,7 %
Parfois	41,5 %	37,1 %	39,8 %
Souvent et Très souvent	25,1 %	13,5 %	20,8 %
Souvent	19,2 %	10,8 %	16,1 %
Très souvent	5,9 %	2,8 %	4,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

6. COMPARAISON DES JEUNES SELON LE NIVEAU DE SCOLARITÉ

6.1 Profils siocodémographique et sociolinguistique selon le niveau de scolarité

Dans cette section, nous présentons une comparaison des jeunes selon le niveau de scolarité. Nous pouvons observer que près de deux étudiantes ou étudiants sur trois (62,2 %) du postsecondaire occupent un emploi, tandis qu'environ un élève sur deux du secondaire (53,7 %) occupe également un emploi (tableau 160).

Tableau 160. Statut d'emploi selon le niveau de scolarité

Statut d'emploi	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	53,7 %	62,2 %	57,3 %
Non	46,3 %	37,8 %	42,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Le tableau 161 montre que les jeunes du secondaire sont plus nombreux (61,0 %) à affirmer avoir l'anglais et le français comme langues maternelles comparativement aux étudiantes et étudiants du postsecondaire (40,8 %). En revanche, environ deux étudiants sur cinq (42,5 %) ont le français comme langue maternelle contre environ le quart (28,8 %) des élèves du secondaire. Par ailleurs, le français est la langue la plus souvent parlée à la maison pour la moitié (50,9 %) des étudiantes et étudiants du postsecondaire, et près du tiers (35,2 %) des élèves du secondaire, tandis que le français et l'anglais sont les langues les plus souvent parlées par 44,2 % des élèves du secondaire et 27,1 % des étudiantes et étudiants postsecondaires (tableau 162).

Tableau 161. Langue(s) maternelle(s) selon le niveau de scolarité

Langue maternelle	Secondaire	Postsecondaire	Total
Français	28,8 %	42,5 %	36,4 %
Anglais	7,9 %	12,8 %	9,8 %
Anglais et français	61,0 %	40,8 %	50,6 %
Autre que le français et l'anglais	2,3 %	4,0 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 162. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) à la maison selon le niveau de scolarité

Langue parlée le plus souvent à la maison	Secondaire	Postsecondaire	Total
Français	35,2 %	50,9 %	42,3 %
Français seulement	31,4 %	44,3 %	37,2 %
Français et autre langue	3,8 %	6,6 %	5,1 %
Anglais	17,7 %	18,5 %	18,0 %
Anglais seulement	14,1 %	13,7 %	13,9 %
Anglais et autre langue	3,6 %	4,8 %	4,1 %
Français et anglais	44,2 %	27,1 %	36,4 %
Français et anglais	34,9 %	24,6 %	30,2 %
Anglais, français et autre langue	9,3 %	2,5 %	6,2 %
Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)	2,9 %	3,5 %	3,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Concernant l'usage du français en ligne, le tableau 163 montre peu de différence entre les jeunes du secondaire et ceux du postsecondaire. Cependant, nous observons qu'environ deux fois plus de jeunes du secondaire (34,6 %) utilisent plus souvent l'anglais en ligne que ceux du postsecondaire (17,0 %). Ainsi, chez la majorité (74,0 %) de la population collégiale ou universitaire, autant le français que l'anglais sont privilégiés en ligne, alors que les élèves du secondaire sont moins nombreux à faire usage des deux langues (54,4 %).

Tableau 163. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) en ligne selon le niveau de scolarité

Langue utilisée le plus souvent en ligne	Secondaire	Postsecondaire	Total
Français	11,0 %	9,1 %	10,2 %
Français seulement	10,5 %	7,9 %	9,4 %
Français et autre langue	0,4 %	1,2 %	0,7 %
Français et anglais	54,4 %	74,0 %	62,6 %
Français et anglais	47,0 %	66,1 %	55,0 %
Anglais, français et autre langue	7,4 %	7,9 %	7,6 %
Anglais	34,6 %	17,0 %	27,2 %
Anglais seulement	34,6 %	16,7 %	27,1 %
Anglais et autre langue	0,0 %	0,3 %	0,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Dans l'ensemble, les jeunes du postsecondaire rapportent de meilleures compétences linguistiques en français que les élèves du secondaire. D'ailleurs, près de la moitié (48,2 %) de la population étudiante inscrite au postsecondaire affirme que leurs compétences linguistiques à l'écrit sont excellentes contre un peu plus du tiers (37,9 %) chez les élèves du secondaire (tableaux 164 à 167).

Tableau 164. Compétences linguistiques en français selon le niveau de scolarité - Expression écrite

Expression écrite	Secondaire	Postsecondaire	Total
Excellentes	37,9 %	48,2 %	44,3 %
Bonnes	54,1 %	46,7 %	49,3 %
Mauvaises	7,1 %	4,9 %	5,9 %
Très mauvaises	0,9 %	0,3 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 165. Compétences linguistiques en français selon le niveau de scolarité - Expression orale

Expression orale	Secondaire	Postsecondaire	Total
Excellentes	39,9 %	50,0 %	45,9 %
Bonnes	51,9 %	46,2 %	48,1 %
Mauvaises	7,8 %	3,8 %	5,8 %
Très mauvaises	0,4 %	0,0 %	0,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 166. Compétences linguistiques en français selon le niveau de scolarité - Compréhension écrite

Compréhension écrite	Secondaire	Postsecondaire	Total
Excellentes	47,9 %	63,6 %	56,4 %
Bonnes	44,6 %	33,8 %	38,5 %
Mauvaises	6,4 %	2,6 %	4,5 %
Très mauvaises	1,1 %	0,0 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 167. Compétences linguistiques en français selon le niveau de scolarité - Compréhension orale

Compréhension orale	Secondaire	Postsecondaire	Total
Excellentes	56,5 %	66,7 %	62,1 %
Bonnes	38,6 %	32,3 %	35,0 %
Mauvaises	4,2 %	1,0 %	2,6 %
Très mauvaises	0,7 %	0,0 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Le sentiment d'appartenance à la communauté francophone comme source de fierté est plus fort chez les étudiantes et les étudiants du postsecondaire (85,2 %) que chez les élèves du secondaire (69,9 %) (tableau 168). Nous observons le même phénomène concernant la perception que la communauté francophone reflète qui elles et ils sont (tableaux 168 et 169).

Tableau 168. Sentiment d'appartenance à l'égard de la communauté francophone selon le niveau de scolarité

Sentiment d'appartenance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	9,6 %	5,7 %	7,6 %
Correspond aucunement	5,4 %	2,5 %	3,9 %
Correspond peu	4,2 %	3,3 %	3,7 %
Correspond modérément	20,5 %	9,0 %	15,1 %
Correspond fortement ou entièrement	69,9 %	85,2 %	77,3 %
Correspond fortement	30,1 %	27,9 %	28,8 %
Correspond entièrement	39,8 %	57,4 %	48,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 169. Perception que la communauté francophone reflète qui elles et ils sont selon le niveau de scolarité

Reflet communautaire	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	24,0 %	15,0 %	20,0 %
Correspond aucunement	11,3 %	4,6 %	8,1 %
Correspond peu	12,7 %	10,4 %	11,9 %
Correspond modérément	28,5 %	24,6 %	26,4 %
Correspond fortement ou entièrement	47,5 %	60,4 %	53,6 %
Correspond fortement	21,6 %	27,3 %	24,3 %
Correspond entièrement	25,9 %	33,1 %	29,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les étudiantes et étudiants du postsecondaire (82,0 %) sont plus nombreux à vouloir fortement ou entièrement défendre les droits linguistiques de la communauté francophone que les élèves du secondaire (66,1 %) (tableau 170).

Tableau 170. Engagement à défendre les droits linguistiques de la communauté francophone selon le niveau de scolarité

Engagement droits linguistiques	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	13,2 %	5,7 %	9,6 %
Correspond aucunement	7,5 %	2,5 %	5,2 %
Correspond peu	5,6 %	3,3 %	4,5 %
Correspond modérément	20,7 %	12,3 %	16,7 %
Correspond fortement ou entièrement	66,1 %	82,0 %	73,6 %
Correspond fortement	24,5 %	18,0 %	21,6 %
Correspond entièrement	41,6 %	63,9 %	52,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Dans l'ensemble, les étudiants et les étudiantes du postsecondaire (80,3 %) montrent un engagement identitaire plus fort que les élèves du secondaire (65,6 %) (tableau 171).

Tableau 171. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté francophone selon le niveau de scolarité

Identité francophone	Secondaire	Postsecondaire	Total
Faible	3,8 %	1,6 %	2,8 %
Modérée	30,6 %	18,0 %	24,7 %
Forte	65,6 %	80,3 %	72,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Près de deux élèves sur cinq du secondaire (41,2 %) racontent que leur appartenance à la communauté anglophone est fortement ou entièrement une source de fierté, tandis que moins du tiers (32,8 %) des étudiantes et des étudiants du postsecondaire sont du même avis (tableau 172).

Tableau 172. Sentiment d'appartenance à l'égard de la communauté anglophone selon le niveau de scolarité

Sentiment d'appartenance - anglophone	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	24,5 %	37,2 %	31,2 %
Correspond aucunement	11,3 %	19,1 %	15,7 %
Correspond peu	13,2 %	18,0 %	15,5 %
Correspond modérément	34,4 %	30,1 %	32,0 %
Correspond fortement ou entièrement	41,2 %	32,8 %	36,7 %
Correspond fortement	25,4 %	18,6 %	21,8 %
Correspond entièrement	15,8 %	14,2 %	14,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

En observant le tableau 173, nous constatons que deux élèves sur cinq du secondaire (41,6 %) présentent un fort engagement identitaire envers la communauté anglophone, alors qu'il y en a seulement un tiers (33,1 %) chez les étudiantes et étudiants du postsecondaire. Ainsi, les élèves du secondaire semblent s'identifier davantage à la communauté anglophone que francophone, tandis que nous observons l'inverse chez les étudiantes et étudiants du postsecondaire.

Tableau 173. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté anglophone selon le niveau de scolarité

Engagement identitaire	Secondaire	Postsecondaire	Total
Faible	11,3 %	18,0 %	14,9 %
Modérée	47,1 %	48,9 %	48,3 %
Forte	41,6 %	33,1 %	36,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.2 Cyberdépendance et isolement social selon le niveau de scolarité

Nous observons très peu de différence entre les élèves du secondaire et les étudiantes et étudiants du postsecondaire concernant le sentiment d'isolement social. C'est donc dire qu'une proportion similaire de jeunes vit de l'isolement social, et ce, peu importe qu'elles et qu'ils fréquentent une école secondaire, un collège ou une université (Tableau 174 à 177).

Tableau 174. Perception de se sentir exclue ou exclu selon le niveau de scolarité

Sentiment d'exclusion	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	58,9 %	63,1 %	61,5 %
Jamais	25,1 %	29,9 %	28,1 %
Rarement	33,8 %	33,2 %	33,4 %
Parfois	29,7 %	27,4 %	28,2 %
Souvent ou très souvent	11,4 %	9,5 %	10,3 %
Souvent	8,5 %	5,6 %	7,0 %
Très souvent	2,9 %	3,9 %	3,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 175. Perception des personnes participantes que les gens les connaissent à peine, selon le niveau de scolarité

Les gens me connaissent à peine	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	50,5 %	47,8 %	49,5 %
Jamais	22,1 %	21,8 %	22,8 %
Rarement	28,4 %	26,0 %	26,7 %
Parfois	27,4 %	30,2 %	28,7 %
Souvent ou très souvent	22,1 %	22,1 %	21,8 %
Souvent	14,8 %	15,6 %	15,3 %
Très souvent	7,3 %	6,4 %	6,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 176. Sentiment d'être isolée ou isolé des autres, selon le niveau de scolarité

Isolement social	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	53,0 %	48,6 %	51,4 %
Jamais	23,0 %	23,2 %	23,5 %
Rarement	30,0 %	25,4 %	27,9 %
Parfois	23,2 %	33,0 %	27,6 %
Souvent ou très souvent	23,7 %	18,4 %	20,9 %
Souvent	16,5 %	11,2 %	13,9 %
Très souvent	7,3 %	7,3 %	7,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 177. Perception que les gens sont présents physiquement, mais absents mentalement, selon le niveau de scolarité

Gens absents mentalement	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	48,8 %	51,4 %	50,5 %
Jamais	23,7 %	24,9 %	24,8 %
Rarement	25,1 %	26,5 %	25,7 %
Parfois	27,6 %	28,2 %	27,7 %
Souvent ou très souvent	23,7 %	20,4 %	21,8 %
Souvent	15,4 %	12,3 %	13,8 %
Très souvent	8,3 %	8,1 %	8,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.3 Accès et usage d'Internet selon le niveau de scolarité

Il y a environ deux tiers (68,5 %) des jeunes du secondaire qui affirment avoir accès à une connexion Internet haute vitesse à la maison contre plus des trois quarts (80,6 %) des étudiantes et étudiants postsecondaires (tableau 178). Près d'un élève du secondaire sur 10 (9,4 %) confirme ne pas avoir accès à Internet haute vitesse et près d'un quart (22,1 %) ne sont pas certains s'ils ont accès ou non.

Tableau 178. Accès à Internet haute vitesse selon le niveau de scolarité des répondantes et répondants

Accès Internet haute vitesse	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	68,5 %	80,6 %	74,9 %
Non	9,4 %	3,6 %	6,5 %
Pas certaine ou certain	22,1 %	15,8 %	18,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Environ un jeune sur dix (11,2 %) du secondaire et environ un jeune sur quinze (6,9 %) du postsecondaire utilisent Internet moins de 3 heures par semaine (tableau 179). Près du tiers (31,6 %) des élèves du secondaire passent 3 à 4 heures par semaine, tandis qu'environ un cinquième (18,3 %) des étudiantes et étudiants postsecondaires passent un temps similaire en ligne. À l'opposé, deux fois (22,2 %) plus d'étudiantes et d'étudiants postsecondaires que d'élèves du secondaire (11,0 %) passent plus de 8 heures par jour en moyenne sur Internet.

Tableau 179. Utilisation d'Internet durant une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail, selon le niveau de scolarité

Utilisation d'Internet	Secondaire	Postsecondaire	Total
Moins de 3 heures	11,2 %	6,9 %	9,8 %
1	3,1 %	1,9 %	2,6 %
2	8,1 %	5,0 %	7,2 %
3 à 4 heures	31,6 %	18,3 %	25,3 %
3	13,6 %	5,6 %	9,9 %
4	17,9 %	12,8 %	15,3 %
5 à 6 heures	28,5 %	29,7 %	28,1 %
5	14,4 %	14,4 %	14,1 %
6	14,1 %	15,3 %	14,0 %
7 à 8 heures	17,7 %	22,8 %	19,9 %
7	7,4 %	9,4 %	8,5 %
8	10,3 %	13,3 %	11,4 %
Plus de 8h	11,0 %	22,2 %	16,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Le tableau 180 montre que les élèves du secondaire font un plus grand usage d'Internet lors des journées de congé que les étudiantes et étudiants du postsecondaire. Précisément, près d'un quart (25,1 %) des élèves du secondaire utilisent Internet plus de 8 heures durant les journées de congé, soit une augmentation de 14,1 % comparativement à une journée d'école. Par ailleurs, plus d'une sixième (17,8 %) des étudiantes et étudiants du postsecondaire passent autant de temps sur Internet lors des journées de congé. Toutefois, il s'agit d'une diminution de 4,4 % en comparaison avec les journées avec cours.

Tableau 180. Une journée typique de congé selon le niveau de scolarité

Utilisation d'Internet - congé	Secondaire	Postsecondaire	Total
Moins de 3 heures	8,6 %	7,5 %	8,2 %
1	3,1 %	2,5 %	2,7 %
2	5,5 %	5,0 %	5,5 %
3 à 4 heures	20,1 %	27,2 %	23,8 %
3	6,5 %	9,7 %	8,6 %
4	13,6 %	17,5 %	15,2 %
5 à 6 heures	24,9 %	28,6 %	26,9 %
5	11,2 %	13,6 %	12,8 %
6	13,6 %	15,0 %	14,1 %
7 à 8 heures	21,3 %	18,9 %	19,9 %
7	10,3 %	8,3 %	9,6 %
8	11,0 %	10,6 %	10,3 %
Plus de 8h	25,1 %	17,8 %	21,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

De façon générale, nous constatons que les élèves du secondaire ont tendance à augmenter leur usage d'Internet lors des journées de congé, contrairement aux étudiantes et étudiants du postsecondaire qui semblent réduire leur usage (tableau 181). Plus précisément, plus des deux tiers (67,3 %) des élèves du secondaire présentent une augmentation de l'usage qu'ils font d'Internet, pour seulement deux étudiantes ou étudiants sur cinq (43,0 %) au postsecondaire. En revanche, une proportion similaire (43,6 %) des étudiantes et étudiants postsecondaires réduisent l'usage qu'elles et qu'ils font d'Internet en comparaison avec moins d'un quart (23,4 %) des élèves du secondaire qui affirment en faire autant. De plus, environ un jeune sur dix ne change aucunement ses habitudes de consommation (secondaire = 9,1 %; postsecondaire = 13,3 %).

Tableau 181. Changement d'usage d'Internet entre une journée typique d'école et une journée typique de congé, selon le niveau de scolarité

Différence d'heures	Secondaire		Postsecondaire		N	%
	N	%	N	%		
Réduction	98	23,4 %	157	43,6 %	255	32,9 %
3 heures et plus en moins	41	9,8 %	73	20,3 %	114	14,8 %
1 à 3 heures en moins	57	13,6 %	84	23,3 %	141	18,1 %
Aucun changement	38	9,1 %	48	13,3 %	86	11,1 %
Augmentation	281	67,3 %	155	43,0 %	436	56,1 %
1 à 3 heures de plus	190	45,5 %	125	34,7 %	315	40,5 %
Plus de 3 heures de plus	91	21,8 %	30	8,3 %	121	15,6 %
Total	418	100,0 %	360	100,0 %	778	100 %

Près de la totalité (92,4 %) des étudiantes et étudiants du postsecondaire affirment avoir leur propre ordinateur de bureau ou portable, tandis que plus des trois quarts (79,9 %) des élèves du secondaire en affirment autant (tableau 182).

Tableau 182. Proportion des participantes et participants qui possèdent un ordinateur (bureau ou portable) selon le niveau de scolarité

Possède un ordinateur	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	79,9 %	92,4 %	85,5 %
Non	20,1 %	7,6 %	14,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Nous pouvons observer qu'au secondaire les jeunes ont plus tendance à avoir accès à un ordinateur de bureau ou portable familial (26,1 %) que ceux du postsecondaire (12,6 %) (tableau 183).

Tableau 183. Proportion des participantes et participants qui utilisent un ordinateur (bureau ou portable) dans la maison (familial) selon le niveau de scolarité

Utilisation d'un ordinateur familial	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	26,1 %	12,6 %	20,0 %
Non	73,9 %	87,4 %	80,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Près de la moitié (45,6 %) des élèves du secondaire mentionnent posséder une console de jeu vidéo comparativement à un peu plus du quart (28,9 %) des étudiantes et étudiants postsecondaires (tableau 184).

Tableau 184. Proportion des participantes et participants qui possèdent une console de jeu vidéo selon le niveau de scolarité

Possède une console de jeu vidéo	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	45,6 %	28,9 %	37,6 %
Non	54,4 %	71,1 %	62,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Selon les données présentées au tableau suivant, il y aurait plus d'étudiantes et d'étudiants postsecondaires (88,7 %) qui utilisent des données mobiles sur leur appareil personnel que les élèves du secondaire (76,1 %) (tableau 185).

Tableau 185. Proportion des participantes et participants ayant accès à des données mobiles selon le niveau de scolarité

Accessibilité à des données mobiles	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	76,1 %	88,7 %	82,1 %
Non	23,9 %	11,3 %	17,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.4 Activité en ligne selon le niveau de scolarité

Les étudiantes et étudiants du postsecondaire (55,8 %) sont plus nombreux que les élèves du secondaire (21,3 %) à consulter Facebook une à plusieurs fois par jour (tableau 130). D'ailleurs, près des deux tiers (65,6 %) des élèves du secondaire ne fréquentent jamais ou rarement Facebook en comparaison avec environ le quart (24,9 %) des étudiantes et étudiants postsecondaires (tableau 186).

Tableau 186. Fréquence d'utilisation de Facebook selon le niveau de scolarité

Utilisation de Facebook	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	21,3 %	55,8 %	39,5 %
Plusieurs fois par jour	11,6 %	38,2 %	26,3 %
Une fois par jour	9,7 %	17,6 %	13,2 %
Quelques fois par semaine ou mois	13,1 %	19,3 %	15,6 %
Quelques fois par semaine	7,3 %	11,9 %	9,2 %
Quelques fois par mois	5,8 %	7,4 %	6,4 %
Rarement ou jamais	65,6 %	24,9 %	44,9 %
Rarement	14,5 %	12,7 %	13,1 %
Jamais	51,1 %	12,2 %	31,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Environ un étudiant postsecondaire sur cinq (83,0 %) fréquente une à plusieurs fois par jour Instagram, tandis que plus des deux tiers (68,0 %) des élèves du secondaire font pareil (tableau 187). En ce qui concerne les jeunes qui utilisent Twitter, nous observons des différences négligeables entre les élèves du secondaire et les étudiantes et étudiants du postsecondaire (tableau 188).

Tableau 187. Fréquence d'utilisation d'Instagram selon le niveau de scolarité

Utilisation d'Instagram	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	68,0 %	83,0 %	75,2 %
Plusieurs fois par jour	49,6 %	69,4 %	59,7 %
Une fois par jour	18,4 %	13,6 %	15,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	13,3 %	6,2 %	9,9 %
Quelques fois par semaine	9,2 %	4,8 %	7,0 %
Quelques fois par mois	4,1 %	1,4 %	2,9 %
Rarement ou jamais	18,6 %	10,8 %	15,0 %
Rarement	7,3 %	2,3 %	5,1 %
Jamais	11,4 %	8,5 %	9,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 188. Fréquence d'utilisation de Twitter selon le niveau de scolarité

Utilisation de Twitter	Secondaire	Postsecondaire	Marché du travail	Total
Une à plusieurs fois par jour	10,9 %	14,4 %	16,7 %	12,7 %
Plusieurs fois par jour	4,6 %	7,9 %	8,3 %	6,2 %
Une fois par jour	6,3 %	6,5 %	8,3 %	6,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	11,4 %	14,2 %	16,7 %	12,8 %
Quelques fois par semaine	6,1 %	6,8 %	11,1 %	6,6 %
Quelques fois par mois	5,3 %	7,4 %	5,6 %	6,2 %
Rarement ou jamais	77,7 %	71,4 %	66,7 %	74,4 %
Rarement	9,9 %	12,5 %	19,4 %	11,5 %
Jamais	67,8 %	58,9 %	47,2 %	63,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

LinkedIn est surtout utilisé quelques fois par semaine ou par mois par les jeunes déjà sur le marché du travail (36,1 %) ou par les étudiantes et étudiants du postsecondaire (14,4 %), alors que 1,7 % des élèves du secondaire affirment en faire autant. La quasi-totalité (93,0 %) des élèves du secondaire n'utilisent jamais LinkedIn (tableau 189).

Tableau 189. Fréquence d'utilisation de LinkedIn selon le niveau de scolarité

Utilisation de LinkedIn	Secondaire	Postsecondaire	Marché du travail ¹⁰	Total
Une à plusieurs fois par jour	1,7 %	4,8 %	5,6 %	3,2 %
Plusieurs fois par jour	0,5 %	1,7 %	5,6 %	1,2 %
Une fois par jour	1,2 %	3,1 %	0,0 %	2,0 %
Quelques fois par semaine ou mois	1,7 %	14,4 %	36,1 %	8,9 %
Quelques fois par semaine	0,5 %	6,5 %	16,7 %	3,9 %
Quelques fois par mois	1,2 %	7,9 %	19,4 %	5,0 %
Rarement ou jamais	96,6 %	80,7 %	58,3 %	87,9 %
Rarement	3,6 %	13,0 %	11,1 %	8,1 %
Jamais	93,0 %	67,7 %	47,2 %	79,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

¹⁰ Nous avons fait des analyses comparatives pour les personnes répondantes étant au secondaire, au postsecondaire et sur le marché du travail. En raison des petits nombres, nous n'avons pas mis les données des personnes étant sur le marché du travail pour chaque tableau, mais seulement pour ceux où on remarquait une différence significative.

L'application TikTok est davantage utilisée par les élèves du secondaire puisque près des deux tiers (62,5 %) d'entre eux la fréquentent tous les jours, alors que ce sont la moitié (50,1 %) des étudiantes et étudiants du postsecondaire, et un tiers (33,3 %) des jeunes sur le marché du travail (tableau 190) qui le font aussi.

Tableau 190. Fréquence d'utilisation de TikTok selon le niveau de scolarité

Utilisation de TikTok	Secondaire	Postsecondaire	Marché du travail	Total
Une à plusieurs fois par jour	62,5 %	50,1 %	33,3 %	55,7 %
Plusieurs fois par jour	55,0 %	41,4 %	22,2 %	47,5 %
Une fois par jour	7,5 %	8,8 %	11,1 %	8,2 %
Quelques fois par semaine ou mois	7,7 %	8,2 %	16,7 %	8,4 %
Quelques fois par semaine	4,4 %	5,7 %	8,3 %	5,1 %
Quelques fois par mois	3,4 %	2,5 %	8,3 %	3,2 %
Rarement ou jamais	29,8 %	41,6 %	50,0 %	35,9 %
Rarement	5,1 %	6,2 %	8,3 %	5,7 %
Jamais	24,7 %	35,4 %	41,7 %	30,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Très peu de différence observée dans l'utilisation de YouTube entre les élèves du secondaire, les étudiantes et étudiants du postsecondaire et les jeunes qui ont déjà intégré le marché du travail (tableau 191).

Tableau 191. Fréquence d'utilisation de YouTube selon le niveau de scolarité

Utilisation de YouTube	Secondaire	Postsecondaire	Marché du travail	Total
Une à plusieurs fois par jour	66,3 %	55,2 %	61,1 %	61,2 %
Plusieurs fois par jour	47,5 %	35,1 %	41,7 %	41,8 %
Une fois par jour	18,9 %	20,1 %	19,4 %	19,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	22,8 %	32,3 %	33,3 %	27,4 %
Quelques fois par semaine	15,3 %	21,5 %	19,4 %	18,2 %
Quelques fois par mois	7,5 %	10,8 %	13,9 %	9,2 %
Rarement ou jamais	10,9 %	12,5 %	5,6 %	11,3 %
Rarement	8,5 %	9,9 %	5,6 %	9,0 %
Jamais	2,4 %	2,5 %	0,0 %	2,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

De façon générale, l'application WhatsApp est peu utilisée chez les jeunes, mais elle l'est pour environ une étudiante ou un étudiant postsecondaire sur cinq (21,8 %), tandis que moins d'un élève du secondaire sur dix (8,0 %) en fait l'usage tous les jours (tableau 192).

Tableau 192. Fréquence d'utilisation de WhatsApp selon le niveau de scolarité

Utilisation de WhatsApp	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	8,0 %	21,8 %	14,7 %
Plusieurs fois par jour	4,1 %	16,1 %	10,0 %
Une fois par jour	3,9 %	5,7 %	4,7 %
Quelques fois par semaine ou par mois	10,9 %	16,7 %	13,5 %
Quelques fois par semaine	7,0 %	11,6 %	9,1 %
Quelques fois par mois	3,9 %	5,1 %	4,4 %
Rarement ou jamais	81,1 %	61,5 %	71,8 %
Rarement	8,2 %	8,2 %	8,5 %
Jamais	72,9 %	53,3 %	63,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Pinterest est davantage utilisé par les élèves du secondaire puisque 17,9 % le fréquentent tous les jours comparativement à 8,5 % des étudiantes et étudiants du postsecondaire (tableau 193).

Tableau 193. Fréquence d'utilisation de Pinterest selon le niveau de scolarité

Utilisation de Pinterest	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	17,9 %	8,5 %	13,7 %
Plusieurs fois par jour	9,7 %	4,0 %	7,2 %
Une fois par jour	8,2 %	4,5 %	6,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	31,0 %	34,0 %	32,7 %
Quelques fois par semaine	16,9 %	13,9 %	15,8 %
Quelques fois par mois	14,0 %	20,1 %	16,8 %
Rarement ou jamais	51,1 %	57,5 %	53,6 %
Rarement	14,5 %	17,8 %	16,0 %
Jamais	36,6 %	39,7 %	37,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Discord est aussi plus utilisé par les élèves du secondaire puisque 17,9 % le fréquentent tous les jours comparativement à 8,8 % des étudiantes et étudiants du postsecondaire (tableau 194).

Tableau 194. Fréquence d'utilisation de Discord selon le niveau de scolarité

Utilisation de Discord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	17,9 %	8,8 %	13,7 %
Plusieurs fois par jour	13,3 %	5,9 %	9,9 %
Une fois par jour	4,6 %	2,8 %	3,9 %
Quelques fois par semaine ou par mois	12,3 %	15,6 %	13,8 %
Quelques fois par semaine	5,3 %	8,5 %	7,0 %
Quelques fois par mois	7,0 %	7,1 %	6,9 %
Rarement ou jamais	69,7 %	75,6 %	72,4 %
Rarement	9,7 %	12,2 %	10,8 %
Jamais	60,0 %	63,5 %	61,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les étudiantes et les étudiants du postsecondaire (90,8 %) sont plus nombreux à chercher souvent ou très souvent de l'information en ligne pour leurs devoirs que les élèves du secondaire (76,1 %) (tableau 195).

Tableau 195. Chercher de l'information pour ses devoirs scolaires ou ses travaux collégiaux ou universitaires selon le niveau de scolarité

Recherche d'information - devoirs	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	7,0 %	1,5 %	4,6 %
Jamais	3,2 %	0,9 %	2,2 %
Rarement	3,7 %	0,6 %	2,4 %
Parfois	17,0 %	7,7 %	13,0 %
Souvent ou très souvent	76,1 %	90,8 %	82,4 %
Souvent	34,7 %	25,2 %	30,4 %
Très souvent	41,4 %	65,6 %	52,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les jeunes du secondaire (61,8 %) sont plus nombreux à faire de la recherche seulement en anglais sur des sujets d'intérêt en comparaison avec les étudiantes et étudiants du postsecondaire (45,6 %) (tableau 196).

Tableau 196. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de la recherche d'information sur un sujet d'intérêt, selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée – recherche personnelle	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	12,7 %	21,0 %	16,1 %
Toujours en français	6,3 %	8,1 %	6,8 %
Plus souvent en français	6,3 %	12,9 %	9,3 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	25,6 %	33,3 %	29,9 %
Surtout en anglais	61,8 %	45,6 %	53,9 %
Plus souvent en anglais	41,3 %	33,6 %	37,9 %
Toujours en anglais	20,5 %	12,0 %	16,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Quand les jeunes du secondaire consultent les réseaux sociaux, ils sont plus nombreux à faire usage de l'anglais (70,6 %) que les étudiantes et étudiants du postsecondaire (54,0 %) (tableau 197).

Tableau 197. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de la consultation des réseaux sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, Instagram), selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée – consultation des réseaux sociaux	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	11,2 %	18,4 %	14,6 %
Toujours en français	6,5 %	5,5 %	5,8 %
Plus souvent en français	4,7 %	12,9 %	8,9 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	18,2 %	27,6 %	23,1 %
Surtout en anglais	70,6 %	54,0 %	62,3 %
Plus souvent en anglais	34,0 %	38,0 %	36,0 %
Toujours en anglais	36,6 %	16,0 %	26,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les étudiantes et étudiants du postsecondaire sont plus nombreux à créer du contenu surtout en français (29,9 %) que les élèves du secondaire (18,2 %) (tableau 198).

Tableau 198. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de la création de contenu en ligne (p. ex. : texte, image, vidéo, musique), selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée – création de contenu	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	18,2 %	29,9 %	24,0 %
Toujours en français	9,6 %	13,2 %	11,2 %
Plus souvent en français	8,6 %	16,7 %	12,8 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	30,5 %	26,5 %	28,6 %
Surtout en anglais	51,3 %	43,6 %	47,4 %
Plus souvent en anglais	27,2 %	29,1 %	28,1 %
Toujours en anglais	24,2 %	14,5 %	19,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Plus du tiers (37,8 %) des étudiantes et étudiants du postsecondaire utilisent surtout le français pour interagir avec leurs proches et leurs amis ou amis, tandis qu'environ un élève du secondaire sur cinq (22,9 %) dit en faire autant (tableau 199).

Tableau 199. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors des interactions avec ses proches et ses amis ou amis, selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée – interaction avec l'entourage	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	22,9 %	37,8 %	30,1 %
Toujours en français	11,1 %	13,5 %	12,2 %
Plus souvent en français	11,8 %	24,3 %	17,9 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	35,7 %	34,5 %	35,0 %
Surtout en anglais	41,5 %	27,6 %	34,9 %
Plus souvent en anglais	26,9 %	20,4 %	23,8 %
Toujours en anglais	14,6 %	7,2 %	11,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les élèves du secondaire sont deux fois plus nombreux (34,2 %) à jouer à des jeux en ligne que les étudiantes et étudiants du postsecondaire (17,5 %) (tableau 200).

Tableau 200. Jouer à des jeux en ligne selon le niveau de scolarité

Jeux en ligne	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	42,8 %	65,6 %	53,4 %
Jamais	21,8 %	40,9 %	30,8 %
Rarement	21,0 %	24,6 %	22,6 %
Parfois	23,0 %	16,9 %	20,4 %
Souvent ou très souvent	34,2 %	17,5 %	26,2 %
Souvent	17,3 %	9,8 %	13,7 %
Très souvent	16,8 %	7,7 %	12,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

La quasi-totalité (87,9 %) des étudiantes et des étudiants du postsecondaire consultent souvent ou très souvent leur messagerie, tandis qu'environ la moitié (53,4 %) des élèves du secondaire le font (tableau 201). Et dans les deux groupes, l'anglais est plus souvent utilisé que le français (tableau 202).

Tableau 201. Consulter sa messagerie (ses courriels) selon le niveau de scolarité

Consultation de sa messagerie	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	16,7 %	3,3 %	10,1 %
Jamais	3,8 %	0,3 %	2,1 %
Rarement	12,9 %	3,0 %	8,0 %
Parfois	29,9 %	8,8 %	20,2 %
Souvent ou très souvent	53,4 %	87,9 %	69,7 %
Souvent	38,0 %	39,4 %	38,7 %
Très souvent	15,4 %	48,5 %	31,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 202. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de l'écoute de musique selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée - musique	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	4,7 %	6,4 %	5,4 %
Toujours en français	1,8 %	1,5 %	1,6 %
Plus souvent en français	2,9 %	4,9 %	3,7 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	22,1 %	32,6 %	27,2 %
Surtout en anglais	73,2 %	61,0 %	67,5 %
Plus souvent en anglais	42,9 %	48,2 %	45,9 %
Toujours en anglais	30,4 %	12,8 %	21,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les élèves du secondaire sont moins nombreux (14,7 %) à lire des nouvelles d'actualité que les étudiantes et étudiants du postsecondaire (29,4 %) (tableau 203).

Tableau 203. Lecture des nouvelles de l'actualité (presse quotidienne ou hebdomadaire) selon le niveau de scolarité

Lecture de l'actualité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	61,5 %	40,0 %	50,6 %
Jamais	27,6 %	16,4 %	22,1 %
Rarement	33,9 %	23,6 %	28,5 %
Parfois	23,8 %	30,6 %	26,9 %
Souvent ou très souvent	14,7 %	29,4 %	22,5 %
Souvent	11,9 %	19,7 %	16,3 %
Très souvent	2,8 %	9,7 %	6,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les élèves du secondaire ont plus tendance à faire la lecture de l'actualité surtout en anglais (42,3 %) comparativement aux étudiantes et étudiants du secondaire (29,3 %). À l'inverse, une plus grande proportion d'étudiantes et d'étudiants postsecondaire (31,2 %) priorise une lecture de l'actualité surtout en français en comparaison avec les élèves du secondaire (19,2 %) (tableau 204). Nous observons aussi une tendance similaire concernant la langue la plus souvent utilisée lors de l'exécution des tâches pour le travail (emploi) (tableau 205).

Tableau 204. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de la lecture des nouvelles de l'actualité (presse quotidienne ou hebdomadaire), selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée - actualité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	19,2 %	31,2 %	25,7 %
Toujours en français	9,1 %	7,2 %	8,1 %
Plus souvent en français	10,1 %	23,9 %	17,6 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	38,5 %	39,5 %	39,1 %
Surtout en anglais	42,3 %	29,3 %	35,2 %
Plus souvent en anglais	28,3 %	22,1 %	25,0 %
Toujours en anglais	14,0 %	7,2 %	10,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 205. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) lors de l'exécution des tâches pour le travail (emploi) selon le niveau de scolarité

Langue la plus souvent utilisée - travail	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	23,3 %	40,2 %	34,0 %
Toujours en français	13,0 %	20,5 %	17,8 %
Plus souvent en français	10,2 %	19,7 %	16,1 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	24,7 %	26,2 %	24,9 %
Surtout en anglais	52,1 %	33,6 %	41,1 %
Plus souvent en anglais	20,5 %	20,1 %	19,7 %
Toujours en anglais	31,6 %	13,5 %	21,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.5 Cyberdépendance selon le niveau de scolarité

Dans l'ensemble, les étudiantes et étudiants postsecondaires sont moins préoccupés par Internet que les élèves du secondaire. Environ deux élèves du secondaire sur cinq (38,4 %) sont modérément préoccupés par Internet, tandis que plus du quart (28,5 %) des étudiantes et étudiants du postsecondaire présentent un niveau d'inquiétude similaire (tableau 206).

Tableau 206. Préoccupation relative à Internet selon le niveau de scolarité

Préoccupation relative à Internet	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond peu ou aucunement	35,5 %	47,8 %	41,6 %
Correspond aucunement	10,9 %	17,4 %	14,4 %
Correspond peu	24,5 %	30,4 %	27,1 %
Correspond modérément	38,4 %	28,5 %	33,4 %
Correspond fortement ou entièrement	26,1 %	23,7 %	25,1 %
Correspond fortement	21,1 %	18,0 %	19,8 %
Correspond entièrement	5,1 %	5,7 %	5,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.6 Littératie numérique selon le niveau de scolarité

Près de la moitié (48,3 %) des jeunes n'ont jamais ou rarement appris à se servir de nouveaux appareils ou logiciels au travail (tableau 207). Cette proportion est plus élevée pour les jeunes inscrits au secondaire (56,0 %) que ceux inscrits au postsecondaire (39,9 %). D'ailleurs, les jeunes du postsecondaire ont reçu un peu plus souvent ou très souvent de l'aide au travail (26,8 %) que ceux du secondaire (17,4 %).

Tableau 207. Apprendre de nouveaux appareils ou logiciels au travail selon le niveau de scolarité

Autodidacte	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	56,0 %	39,9 %	48,3 %
Jamais	33,9 %	17,1 %	25,9 %
Rarement	22,0 %	22,8 %	22,4 %
Parfois	26,6 %	33,2 %	29,8 %
Souvent et Très souvent	17,4 %	26,8 %	21,9 %
Souvent	12,2 %	20,5 %	16,2 %
Très souvent	5,2 %	6,4 %	5,8 %
Total	100,0 %	100,0 %	100 %

Dans l'ensemble, nous observons très peu de différences relatives à la facilité d'utiliser des logiciels autres qu'Excel. Plus de la moitié (60,8 %) des jeunes affirment trouver facile ou très facile d'utiliser le logiciel Excel (tableau 208). Les jeunes inscrits au postsecondaire ont davantage de facilité à utiliser ce logiciel (68,2 %) comparativement aux jeunes inscrits au secondaire (52,7 %).

Tableau 208. Facilité à utiliser Excel selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	47,3 %	31,8 %	39,2 %
Très difficile	8,5 %	3,5 %	5,9 %
Difficile	38,8 %	28,3 %	33,3 %
Facile	52,7 %	68,2 %	60,8 %
Facile	40,9 %	52,1 %	46,8 %
Très facile	11,7 %	16,1 %	14,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.7 Littératie médiatique selon le niveau de scolarité

La proportion des jeunes qui affirment que les informations consultées sont aussi accessibles en français qu'en anglais est un peu plus élevée pour celles et ceux inscrits au secondaire (31,5 %) qu'au postsecondaire (20,5 %) (tableau 209).

Tableau 209. Facilité d'accès aux informations consultées sur Internet selon la langue utilisée et le niveau de scolarité

Accès à l'information	Secondaire	Postsecondaire	Total
En français	5,6 %	7,8 %	6,6 %
Dans les deux langues également	31,5 %	20,5 %	26,4 %
En anglais	63,0 %	71,7 %	67,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les jeunes inscrits au secondaire sont moins préoccupés par le fait qu'une information trouvée en ligne est vraie ou fausse puisqu'un jeune sur cinq (21,2 %) affirme n'avoir jamais ou rarement été préoccupé, alors que chez les jeunes inscrits au postsecondaire c'est moins d'un jeune sur dix (7,8 %) (tableau 210). D'ailleurs, la moitié (52,7 %) des jeunes au postsecondaire disent avoir été souvent ou très souvent préoccupés par le fait qu'une information trouvée en ligne soit vraie ou fausse, alors que c'est plutôt près d'un tiers (31,1 %) des jeunes du secondaire qui l'est.

Tableau 210. Degré de préoccupation de la véracité d'une information trouvée en ligne selon le niveau de scolarité

Préoccupation de la véracité d'une information	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	21,2 %	7,8 %	15,0 %
Jamais	2,7 %	0,9 %	1,9 %
Rarement	18,5 %	6,9 %	13,2 %
Parfois	47,7 %	39,5 %	43,9 %
Souvent et Très souvent	31,1 %	52,7 %	41,0 %
Souvent	24,4 %	32,3 %	28,0 %
Très souvent	6,7 %	20,4 %	13,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

6.8 Confiance relative aux sources d'information selon le niveau de scolarité

Les jeunes inscrits au postsecondaire ont davantage confiance dans les sources d'information partagées par le gouvernement fédéral puisque plus des trois quart (83,8 %) ont précisé qu'elles et qu'ils ont beaucoup confiance en ces sources comparativement à environ les deux tiers (67,7 %) chez les jeunes inscrits au secondaire (tableau 211). Les jeunes du postsecondaire ont aussi plus confiance en les sources d'information partagées par le gouvernement provincial et municipal que les jeunes du secondaire (tableaux 212 et 213). Environ sept à huit jeunes du postsecondaire sur dix ont beaucoup confiance dans les sources d'informations partagées par le gouvernement provincial et municipal contre cinq à six jeunes du secondaire sur dix.

Tableau 211. Degré de confiance envers des sources d'information provenant du gouvernement fédéral selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	4,8 %	2,3 %	3,6 %
Un peu	27,4 %	13,9 %	20,8 %
Beaucoup	67,7 %	83,8 %	75,7 %
Total	100,0 %	100,0 %	100 %

Tableau 212. Degré de confiance envers des sources d'information provenant du gouvernement provincial selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	5,6 %	2,7 %	4,1 %
Un peu	27,9 %	18,1 %	23,1 %
Beaucoup	66,6 %	79,2 %	72,8 %
Total	100,0 %	100,0 %	100 %

Tableau 213. Degré de confiance envers des sources d'information provenant du gouvernement municipal selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	6,7 %	3,5 %	5,1 %
Un peu	41,1 %	26,5 %	34,0 %
Beaucoup	52,2 %	70,0 %	60,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

La proportion des jeunes qui affirment qu'ils ne suivent jamais ou rarement les activités en ligne des membres de leur famille est un peu plus élevée pour celles et ceux qui sont inscrits au secondaire (45,9 %) que pour celles et ceux inscrits au postsecondaire (32,2 %) (tableau 214).

Tableau 214. Fréquence de suivi des activités en ligne des membres de la famille selon le niveau de scolarité

Suivi des activités en ligne - famille	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et rarement	45,9 %	32,2 %	39,5 %
Jamais	17,1 %	12,5 %	15,0 %
Rarement	28,7 %	19,6 %	24,5 %
Parfois	32,0 %	36,7 %	34,2 %
Souvent et très souvent	22,1 %	31,2 %	26,3 %
Souvent	18,2 %	22,2 %	20,1 %
Très souvent	3,9 %	9,0 %	6,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

La proportion des jeunes qui remettent en question souvent ou très souvent la source des informations consultées sur les médias sociaux est un peu plus élevée chez celles et ceux inscrits au postsecondaire (66,9 %) qu'au secondaire (47,4 %) (tableau 215).

Tableau 215. Fréquence de remise en question de la source des informations consultées sur les médias sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Instagram), selon le niveau de scolarité

Remise en question de l'information – réseaux sociaux	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	15,3 %	5,1 %	10,6 %
Jamais	1,4 %	2,3 %	1,8 %
Rarement	13,9 %	2,9 %	8,8 %
Parfois	37,3 %	28,0 %	33,0 %
Souvent et Très souvent	47,4 %	66,9 %	56,4 %
Souvent	34,5 %	41,8 %	37,9 %
Très souvent	12,8 %	25,1 %	18,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

La proportion des jeunes qui vérifient souvent ou très souvent plusieurs sources à propos d'une information est plus élevée chez les jeunes du postsecondaire (56,3 %) que du secondaire (41,9 %) (tableau 216).

Tableau 216. Vérification de plusieurs sources à propos d'une information selon le niveau de scolarité

Vérification de plusieurs sources	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	16,0 %	12,2 %	14,2 %
Jamais	3,7 %	2,3 %	3,0 %
Rarement	12,4 %	10,0 %	11,2 %
Parfois	42,1 %	31,5 %	37,2 %
Souvent et Très souvent	41,9 %	56,3 %	48,6 %
Souvent	35,4 %	37,3 %	36,3 %
Très souvent	6,5 %	19,0 %	12,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

La proportion des jeunes qui affirment être en désaccord avec le fait qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques est plus élevée pour celles et ceux inscrits au postsecondaire (40,7 %) qu'au secondaire (29,3 %) (tableau 217).

Tableau 217. Degré d'accord et de désaccord avec l'idée qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques, selon le niveau de scolarité

Degré d'accord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Désaccord	29,3 %	40,7 %	34,6 %
Fortement en désaccord	8,5 %	8,5 %	8,5 %
Plutôt en désaccord	20,7 %	32,2 %	26,1 %
Accord	48,9 %	42,3 %	45,8 %
Plutôt en accord	35,2 %	29,3 %	32,5 %
Fortement en accord	13,6 %	13,0 %	13,4 %
Ne sais pas	21,9 %	16,9 %	19,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Les jeunes du secondaire font plus confiance aux publications partagées par les amies ou amis (41,7 %) que celles et ceux du postsecondaire (29,7 %) (tableau 218). Les jeunes du secondaire (56,3 %) ont également plus confiance dans les publications partagées par un membre de leur famille que les jeunes du postsecondaire (34,3 %) (tableau 219). À l'inverse, les jeunes du postsecondaire ont un peu plus confiance dans les informations partagées par les journaux (57,1 %) que les jeunes du secondaire (46,8 %) (tableau 220). De même, elles et ils font plus confiance aux informations partagées par le gouvernement (73,9 %) que les jeunes du secondaire (57,2 %) (tableau 221).

Tableau 218. Degré de confiance envers les publications partagées par une amie ou un ami selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	58,3 %	70,3 %	63,9 %
Aucune confiance	1,4 %	2,0 %	1,7 %
Confiance limitée	56,9 %	68,3 %	62,2 %
Confiance	41,7 %	29,7 %	36,1 %
Grande confiance	40,5 %	29,0 %	35,2 %
Confiance absolue	1,1 %	0,7 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 219. Degré de confiance envers les publications partagées par un membre de la famille selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	43,7 %	65,7 %	53,9 %
Aucune confiance	3,7 %	3,3 %	3,5 %
Confiance limitée	39,9 %	62,4 %	50,4 %
Confiance	56,3 %	34,3 %	46,1 %
Grand confiance	51,4 %	31,7 %	42,2 %
Confiance absolue	4,9 %	2,6 %	3,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 220. Degré de confiance envers les publications partagées par les journaux selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	53,2 %	42,9 %	48,4 %
Aucune confiance	4,3 %	1,3 %	2,9 %
Confiance limitée	48,9 %	41,6 %	45,5 %
Confiance	46,8 %	57,1 %	51,6 %
Grande confiance	42,0 %	54,8 %	47,9 %
Confiance absolue	4,9 %	2,3 %	3,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 221. Degré de confiance envers les publications partagées par le gouvernement selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	42,8 %	26,1 %	35,0 %
Aucune confiance	4,9 %	1,3 %	3,2 %
Confiance limitée	37,9 %	24,8 %	31,8 %
Confiance	57,2 %	73,9 %	65,0 %
Grande confiance	48,3 %	61,4 %	54,4 %
Confiance absolue	8,9 %	12,5 %	10,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

7. COMPARAISON DES JEUNES SELON LA LANGUE MATERNELLE

7.1 Profils sociodémographique et sociolinguistique selon la langue maternelle

Le tableau 222 nous permet de constater que le français est la langue la plus souvent parlée à la maison chez la majorité (83,3 %) des jeunes dont le français est la langue maternelle. Nous observons la même tendance lorsque l'anglais est la langue la plus souvent parlée à la maison avec 83,7 % des jeunes ayant affirmé avoir l'anglais comme langue maternelle. De plus, plus de la moitié (57,5 %) des jeunes ayant le français et l'anglais comme langues maternelles parlent le plus souvent les deux langues à la maison, tandis qu'un quart (25,0 %) affirme parler plus souvent en français à la maison et qu'environ un jeune sur six (15,7 %) parle plus souvent en anglais.

Tableau 222. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) à la maison selon la langue maternelle

Langue parlée le plus souvent à la maison	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Français	83,3 %	2,2 %	25,0 %	43,4 %
Français seulement	72,6 %	0,0 %	22,8 %	38,0 %
Français et autre langue	10,7 %	2,2 %	2,2 %	5,4 %
Français et anglais	14,6 %	10,9 %	57,5 %	35,9 %
Français et anglais	13,1 %	8,7 %	48,5 %	30,1 %
Anglais, français et autre langue	1,5 %	2,2 %	9,1 %	5,9 %
Anglais	0,6 %	83,7 %	15,7 %	17,4 %
Anglais seulement	0,3 %	65,2 %	13,4 %	13,5 %
Anglais et autre langue	0,3 %	18,5 %	2,4 %	3,9 %
Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)	1,5 %	3,3 %	1,7 %	3,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Concernant la langue la plus souvent utilisée ou parlée en ligne (tableau 223), nous observons que seulement 18,3 % des jeunes ayant le français comme langue maternelle, utilisent le français le plus souvent en ligne. La plupart (71,0 %) d'entre eux utilisent le français et l'anglais en ligne, alors qu'un jeune sur dix (10,8 %) ayant le français comme langue maternelle n'utilise pas le français en ligne. À l'opposé, environ deux jeunes sur cinq (43,5 %) dont l'anglais est la langue maternelle utilisent plus souvent l'anglais en ligne. Environ la moitié (55,4 %) d'entre eux utilisent le français et

l'anglais, alors que seulement 1,1 % utilise plus souvent le français. Concernant les jeunes qui ont dit avoir le français et l'anglais comme langues maternelles, seulement 7,1 % utilisent plus souvent le français en ligne, alors que près des deux tiers (60,1 %) de ces jeunes utilisent autant le français que l'anglais. Cependant, environ le tiers (32,8 %) des jeunes ayant le français et l'anglais comme langues maternelles priorisent un usage en ligne uniquement en anglais.

Tableau 223. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) ou parlée(s) en ligne selon la langue maternelle

Langue la plus souvent utilisée en ligne	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Français	18,3 %	1,1 %	7,1 %	10,6 %
Français seulement	16,2 %	1,1 %	6,9 %	9,7 %
Français et autre langue	2,1 %	0,0 %	0,2 %	0,9 %
Français et anglais	71,0 %	55,4 %	60,1 %	64,2 %
Français et anglais	64,7 %	46,7 %	54,1 %	56,6 %
Anglais, français et autre langue	6,3 %	8,7 %	6,0 %	7,6 %
Anglais	10,8 %	43,5 %	32,8 %	25,2 %
Anglais seulement	10,8 %	43,5 %	32,8 %	25,1 %
Anglais et autre langue	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La très forte majorité (93,4 %) des jeunes ayant rapporté avoir seulement le français comme langue maternelle sont issus d'une famille endogame francophone, tandis que le reste (6,6 %) proviennent d'une famille exogame francophone et anglophone (tableau 224). Nous observons une tendance similaire chez les jeunes ayant l'anglais comme seule langue maternelle puisque la majorité (90,6 %) sont issus d'un couple endogame anglophone et 9,4 % ont des parents exogames (francophone et anglophone). Parmi les jeunes qui ont déclaré avoir le français et l'anglais comme langues maternelles, près de la moitié (48,6 %) d'entre eux ont un parent francophone et un parent anglophone, tandis qu'une proportion similaire (40,3 %) a deux parents francophones. Par ailleurs, environ un jeune sur dix (11,1 %) ayant rapporté avoir le français et l'anglais comme langues maternelles est issu d'une famille endogame anglophone.

Tableau 224. Composition linguistique familiale selon la langue maternelle

Composition familiale	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Endogame francophone	93,4 %	0,0 %	40,3 %	57,3 %
Endogame anglophone	0,0 %	90,6 %	11,1 %	13,6 %
Exogame francophone et anglophone	6,6 %	9,4 %	48,6 %	29,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Selon les tableaux suivants, les jeunes ayant déclaré avoir le français comme langue maternelle ont la perception d'avoir d'excellentes compétences linguistiques en expression écrite en français (58,5 %), en expression orale (58,2 %), en compréhension écrite (67,4 %) et en compréhension orale (73,2 %). Ceux et celles ayant déclaré avoir le français et l'anglais comme langues maternelles sont moins nombreux à considérer avoir d'excellentes compétences linguistiques en français (expression écrite = 38,5 %; expression orale = 43,0 %; compréhension écrite = 52,6 %; compréhension orale = 59,1 %) (tableaux 225 à 228).

Tableau 225. Compétences linguistiques en français selon la langue maternelle - Expression écrite

Expression écrite	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Excellentes	58,5 %	22,2 %	38,5 %	44,2 %
Bonnes	38,2 %	64,4 %	54,1 %	49,4 %
Mauvaises	3,4 %	12,2 %	6,5 %	5,8 %
Très mauvaises	0,0 %	1,1 %	0,9 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 226. Compétences linguistiques en français selon la langue maternelle - Expression orale

Expression orale	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Excellentes	58,2 %	16,7 %	43,0 %	45,8 %
Bonnes	39,1 %	72,2 %	49,7 %	48,1 %
Mauvaises	2,8 %	10,0 %	7,2 %	5,8 %
Très mauvaises	0,0 %	1,1 %	0,2 %	0,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 227. Compétences linguistiques en français selon la langue maternelle - Compréhension écrite

Compréhension écrite	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Excellentes	67,4 %	36,7 %	52,6 %	56,2 %
Bonnes	28,9 %	58,9 %	41,2 %	38,8 %
Mauvaises	3,1 %	4,4 %	5,6 %	4,5 %
Très mauvaises	0,6 %	0,0 %	0,7 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 228. Compétences linguistiques en français selon la langue maternelle - Compréhension orale

Compréhension orale	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Excellentes	73,2 %	36,7 %	59,1 %	61,9 %
Bonnes	24,6 %	61,1 %	36,9 %	35,1 %
Mauvaises	1,8 %	2,2 %	3,6 %	2,7 %
Très mauvaises	0,3 %	0,0 %	0,4 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

D'ailleurs, nous pouvons observer que les jeunes dont l'anglais est la langue maternelle font une évaluation plus positive de leurs compétences écrites en anglais (86,5 %). Cette proportion diminue chez les jeunes qui ont le français et l'anglais comme langues maternelles (50,3 %), et davantage pour les jeunes qui ont seulement le français comme langue maternelle (28,2 %). Cette tendance linéaire entre les pôles français, français et anglais, et anglais est aussi observée pour l'expression orale en anglais, la compréhension écrite de l'anglais et la compréhension orale de l'anglais (tableaux 229 à 232).

Tableau 229. Compétences linguistiques en anglais selon la langue maternelle - Expression écrite

Expression écrite	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Excellentes	28,2 %	86,5 %	50,3 %	46,1 %
Bonnes	56,0 %	10,1 %	45,8 %	45,5 %
Mauvaises	13,9 %	3,4 %	3,4 %	7,5 %
Très mauvaises	1,9 %	0,0 %	0,5 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Nous pouvons observer que près des deux tiers (59,9 %) des jeunes qui ont déclaré avoir le français et l'anglais comme langues maternelles s'identifient fortement ou entièrement aux membres de la communauté francophone (tableau 230).

Tableau 230. Perception de ressemblance à l'égard des autres membres de la communauté francophone, selon la langue maternelle

Reflet communautaire	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	10,0 %	37,8 %	14,5 %	16,0 %
Correspond aucunement	3,9 %	14,6 %	3,6 %	5,0 %
Correspond peu	6,1 %	23,2 %	10,9 %	11,0 %
Correspond modérément	18,1 %	40,2 %	25,7 %	24,3 %
Correspond fortement ou entièrement	71,9 %	22,0 %	59,9 %	59,7 %
Correspond fortement	28,4 %	18,3 %	30,4 %	28,1 %
Correspond entièrement	43,5 %	3,7 %	29,5 %	31,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 231. Perception que la communauté francophone reflète qui elles et ils sont, selon la langue maternelle

Reflet langue	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	15,2 %	39,0 %	18,8 %	19,8 %
Correspond aucunement	6,5 %	15,9 %	6,9 %	8,0 %
Correspond peu	8,7 %	23,2 %	11,9 %	11,8 %
Correspond modérément	21,9 %	34,1 %	27,1 %	26,3 %
Correspond fortement ou entièrement	62,9 %	26,8 %	54,2 %	53,9 %
Correspond fortement	25,5 %	18,3 %	25,4 %	24,6 %
Correspond entièrement	37,4 %	8,5 %	28,7 %	29,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 232. Engagement à défendre les droits linguistiques de la communauté francophone selon la langue maternelle

Engagement communautaire	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	8,1 %	15,9 %	9,5 %	9,6 %
Correspond aucunement	5,2 %	6,1 %	5,0 %	5,1 %
Correspond peu	2,9 %	9,8 %	4,5 %	4,4 %
Correspond modérément	12,6 %	22,0 %	17,8 %	16,6 %
Correspond fortement ou entièrement	79,4 %	62,2 %	72,7 %	73,8 %
Correspond fortement	23,2 %	11,0 %	22,8 %	21,7 %
Correspond entièrement	56,1 %	51,2 %	49,9 %	52,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La majorité (80,6 %) des jeunes ayant le français comme langue maternelle affichent un engagement identitaire fort à l'égard de la communauté francophone tout comme le trois quart (72,2 %) des jeunes qui ont à la fois le français et l'anglais comme langues maternelles (tableau 233). Parmi ceux ayant déclaré avoir l'anglais comme langue maternelle, plus de la moitié (51,2 %) présentent un engagement identitaire fort à l'égard de la communauté francophone.

Tableau 233. Indicateur d'identité francophone selon la langue maternelle

Identité francophone	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Faible	2,9 %	7,3 %	1,7 %	2,7 %
Modérée	16,5 %	41,5 %	26,1 %	24,5 %
Forte	80,6 %	51,2 %	72,2 %	72,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Ainsi, parmi les jeunes qui ont déclaré avoir à la fois le français et l'anglais comme langues maternelles, près de deux jeunes sur cinq (43,5 %) présentent un engagement identitaire fort à l'égard de la communauté anglophone (tableau 234). Il s'agit d'une proportion plus faible de jeunes bilingues qui présentent un engagement identitaire fort envers la communauté francophone (72,2 %) (tableau 233).

Tableau 234. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté anglophone selon la langue maternelle

Engagement identitaire	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Faible	29,0 %	8,5 %	6,7 %	15,1 %
Modérée	50,0 %	28,0 %	49,9 %	48,3 %
Forte	21,0 %	63,4 %	43,5 %	36,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Concernant la langue maternelle des répondantes et répondants, les jeunes ayant déclaré avoir le français comme langue maternelle sont ceux qui ressentent moins de fierté à l'égard de la communauté anglophone (23,9 %) (tableau 235). La proportion de jeunes qui affirment que leur appartenance à la communauté anglophone est une source de fierté augmente à 50,0 % chez les jeunes dont la langue maternelle est l'anglais et à 43,2 % chez celles et ceux qui ont déclaré avoir le français et l'anglais comme langues maternelles.

Tableau 235. Sentiment d'appartenance à l'égard de la communauté anglophone selon la langue maternelle

Sentiment d'appartenance - anglophone	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	48,4 %	20,7 %	22,3 %	31,5 %
Correspond aucunement	27,7 %	9,8 %	8,6 %	15,8 %
Correspond peu	20,6 %	11,0 %	13,8 %	15,8 %
Correspond modérément	27,7 %	29,3 %	34,4 %	31,8 %
Correspond fortement ou entièrement	23,9 %	50,0 %	43,2 %	36,7 %
Correspond fortement	14,8 %	28,0 %	25,4 %	21,6 %
Correspond entièrement	9,0 %	22,0 %	17,8 %	15,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Les jeunes ayant affirmé avoir l'anglais comme langue maternelle sont plus nombreux (65,9 %) à se percevoir comme étant semblables aux membres de la communauté anglophone (tableau 236). Près de la moitié (47,7 %) de ceux qui ont à la fois le français et l'anglais comme langues maternelles s'identifient aussi aux autres membres de la communauté anglophone. Ce sont les jeunes qui ont le français comme langue maternelle qui s'y associent le moins fortement (22,3 %). De façon générale, les jeunes qui ont l'anglais comme langue maternelle s'identifient plus fortement à la communauté anglophone (63,4 %) que ceux qui ont déclaré avoir le français et l'anglais comme langues maternelles (43,5 %) ou seulement le français (21,0 %) (tableau 237).

Tableau 236. Perception de ressemblance avec les autres membres de la communauté anglophone selon la langue maternelle

Reflet communautaire - anglophone	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	49,7 %	9,8 %	20,0 %	30,3 %
Correspond aucunement	24,8 %	3,7 %	6,9 %	13,1 %
Correspond peu	24,8 %	6,1 %	13,1 %	17,2 %
Correspond modérément	28,1 %	24,4 %	32,3 %	30,1 %
Correspond fortement ou entièrement	22,3 %	65,9 %	47,7 %	39,5 %
Correspond fortement	15,2 %	35,4 %	25,9 %	22,8 %
Correspond entièrement	7,1 %	30,5 %	21,9 %	16,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 237. Indicateur d'engagement identitaire envers la communauté anglophone selon la langue maternelle

Engagement identitaire - anglophone	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Faible	29,0 %	8,5 %	6,7 %	15,1 %
Modérée	50,0 %	28,0 %	49,9 %	48,3 %
Forte	21,0 %	63,4 %	43,5 %	36,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

7.2 Insécurité linguistique et isolement social selon la langue maternelle

De façon générale, la majorité (77,3 %) des jeunes ayant participé à l'étude affirment ne pas craindre ou rarement craindre qu'on se moque de leur français lorsqu'ils écrivent en ligne (tableau 238). Cela dit, près d'un jeune sur dix (9,1 %) ayant rapporté avoir le français et l'anglais comme langues maternelles précise que souvent ou très souvent il craint qu'on se moque de son français. C'est pratiquement deux fois moins de jeunes ayant rapporté avoir le français comme langue maternelle (4,9 %) qui affiche la même crainte.

Tableau 238. Insécurité linguistique à l'égard du français écrit en ligne selon la langue maternelle

Insécurité linguistique - français en ligne	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	87,0 %	52,4 %	75,1 %	77,3 %
Jamais	64,9 %	29,3 %	44,5 %	50,5 %
Rarement	22,1 %	23,2 %	30,6 %	26,8 %
Parfois	8,1 %	23,2 %	15,8 %	13,6 %
Souvent ou très souvent	4,9 %	24,4 %	9,1 %	9,1 %
Souvent	2,9 %	14,6 %	6,7 %	6,1 %
Très souvent	1,9 %	9,8 %	2,4 %	3,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Plus du quart (29,3 %) des jeunes, dont l'anglais est la langue maternelle, essaient souvent ou très souvent d'éviter les situations où ils doivent parler en français, tandis que 7,4 % des jeunes ayant affirmé avoir le français et l'anglais comme langues maternelles agissent de façon similaire. Chez celles et ceux qui ont le français comme

langue maternelle, la très forte majorité (94,2 %) n'évitent jamais ou rarement les situations qui demandent de parler en français (tableau 239).

Tableau 239. Évitement des situations qui demandent à la personne participante de parler en français, selon la langue maternelle

Insécurité linguistique - évitement	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	94,2 %	42,7 %	79,7 %	80,8 %
Jamais	77,6 %	23,2 %	53,3 %	58,9 %
Rarement	16,6 %	19,5 %	26,3 %	21,9 %
Parfois	4,2 %	28,0 %	12,9 %	11,7 %
Souvent ou très souvent	1,6 %	29,3 %	7,4 %	7,6 %
Souvent	1,3 %	20,7 %	4,8 %	5,3 %
Très souvent	0,3 %	8,5 %	2,6 %	2,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Ce sont les jeunes qui ont rapporté avoir l'anglais comme langue maternelle qui affichent la plus grande proportion (32,9 %) de forte insécurité linguistique par rapport à l'usage du français (tableau 240). De plus, les jeunes ayant le français et l'anglais comme langues maternelles sont trois fois plus nombreux (8,4 %) à présenter une forte insécurité linguistique relative au français en comparaison avec les jeunes ayant seulement le français comme langue maternelle (2,6 %).

Tableau 240. Indicateur d'Insécurité linguistique selon la langue maternelle

Insécurité linguistique - usage du français	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Faible	78,2 %	28,0 %	54,8 %	60,6 %
Modérée	19,2 %	39,0 %	36,8 %	30,6 %
Forte	2,6 %	32,9 %	8,4 %	8,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Au tableau suivant, nous constatons que seulement 7,9 % des jeunes ayant le français comme langue maternelle se sentent exclus, alors qu'environ le double des jeunes ayant l'anglais comme langue maternelle ont précisé avoir cette perception (15,2 %). Nous observons la même tendance concernant la perception que les gens les connaissent à peine, le sentiment d'être isolés des autres et que les gens sont présents physiquement avec eux, mais absents mentalement (tableaux 241 à 244).

Tableau 241. Perception de se sentir exclue ou exclu selon la langue maternelle

Sentiment d'exclusion	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	68,2 %	48,1 %	58,0 %	61,3 %
Jamais	33,8 %	16,5 %	26,3 %	28,1 %
Rarement	34,4 %	31,6 %	31,7 %	33,3 %
Parfois	23,8 %	36,7 %	30,5 %	28,2 %
Souvent ou très souvent	7,9 %	15,2 %	11,5 %	10,5 %
Souvent	4,3 %	11,4 %	8,6 %	7,1 %
Très souvent	3,6 %	3,8 %	2,9 %	3,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 242. Perception des participantes et participants que les gens les connaissent à peine, selon la langue maternelle

Perception que les gens les connaissent à peine	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	52,2 %	40,0 %	48,5 %	49,4 %
Jamais	24,9 %	13,8 %	22,1 %	22,6 %
Rarement	27,2 %	26,3 %	26,5 %	26,8 %
Parfois	28,2 %	32,5 %	28,9 %	28,7 %
Souvent ou très souvent	19,6 %	27,5 %	22,5 %	21,9 %
Souvent	12,6 %	20,0 %	16,2 %	15,3 %
Très souvent	7,0 %	7,5 %	6,4 %	6,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 243. Sentiment d'être isolée ou isolé des autres, selon la langue maternelle

Isolement social	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	57,6 %	40,0 %	49,3 %	51,4 %
Jamais	27,8 %	12,5 %	22,3 %	23,3 %
Rarement	29,8 %	27,5 %	27,0 %	28,0 %
Parfois	25,8 %	30,0 %	28,4 %	27,5 %
Souvent ou très souvent	16,6 %	30,0 %	22,3 %	21,1 %
Souvent	9,6 %	21,3 %	15,9 %	14,1 %
Très souvent	7,0 %	8,8 %	6,4 %	7,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 244. Perception que les gens sont présents physiquement, mais absents mentalement, selon la langue maternelle

Perception que les gens sont absents mentalement	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	56,0 %	42,5 %	48,6 %	50,6 %
Jamais	29,1 %	13,8 %	24,0 %	24,7 %
Rarement	26,8 %	28,8 %	24,7 %	25,9 %
Parfois	27,2 %	26,3 %	27,9 %	27,6 %
Souvent ou très souvent	16,9 %	31,3 %	23,5 %	21,8 %
Souvent	9,9 %	17,5 %	16,0 %	13,8 %
Très souvent	7,0 %	13,8 %	7,4 %	8,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Ainsi, les jeunes ayant l'anglais comme langue maternelle (26,3 %) ou l'anglais et le français (20,1 %) ressentiraient plus d'isolement social que ceux dont le français est la langue maternelle (13,5 %) (tableau 245).

Tableau 245. Indice d'isolement social selon la langue maternelle

Isolement social	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Faible	27,7 %	12,5 %	23,8 %	24,0 %
Modéré	58,7 %	61,3 %	56,1 %	57,8 %
Fort	13,5 %	26,3 %	20,1 %	18,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

7.3 Accès et usage d'Internet selon la langue maternelle

Les jeunes ayant déclaré avoir seulement le français (50,7 %) comme langue maternelle sont plus nombreux à fréquenter Facebook tous les jours en comparaison avec ceux qui ont l'anglais (25,6 %) ou le français et l'anglais (35,4 %) comme langue maternelle (tableau 246).

Tableau 246. Fréquence d'utilisation de Facebook selon la langue maternelle

Utilisation de Facebook	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	50,7 %	25,6 %	35,4 %	40,0 %
Plusieurs fois par jour	38,0 %	15,9 %	21,0 %	26,9 %
Une fois par jour	12,7 %	9,8 %	14,4 %	13,1 %
Quelques fois par semaine ou par mois	15,3 %	24,4 %	13,4 %	15,5 %
Quelques fois par semaine	8,3 %	15,9 %	7,9 %	9,1 %
Quelques fois par mois	7,0 %	8,5 %	5,4 %	6,3 %
Rarement ou jamais	34,0 %	50,0 %	51,2 %	44,5 %
Rarement	10,3 %	15,9 %	13,9 %	13,0 %
Jamais	23,7 %	34,1 %	37,4 %	31,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Bien que ce média ne semble pas très prisé par les jeunes, Reddit est utilisé tous les jours par 14,6 % des jeunes ayant déclaré avoir l'anglais comme langue maternelle et par moitié moins de jeunes ayant déclaré avoir le français (6,7 %), ou le français et l'anglais (6,2 %) comme langue(s) maternelle(s) (tableau 247).

Tableau 247. Fréquence d'utilisation de Reddit selon la langue maternelle

Utilisation de Reddit	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	6,7 %	14,6 %	6,2 %	7,5 %
Plusieurs fois par jour	3,7 %	7,3 %	3,0 %	3,7 %
Une fois par jour	3,0 %	7,3 %	3,2 %	3,8 %
Quelques fois par semaine ou mois	8,7 %	22,0 %	14,1 %	12,9 %
Quelques fois par semaine	4,3 %	11,0 %	7,2 %	6,6 %
Quelques fois par mois	4,3 %	11,0 %	6,9 %	6,3 %
Rarement ou jamais	84,7 %	63,4 %	79,7 %	79,6 %
Rarement	13,3 %	14,6 %	14,4 %	14,1 %
Jamais	71,3 %	48,8 %	65,3 %	65,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Environ les trois quarts des jeunes qui ont déclaré avoir le français (70,7 %) comme langue maternelle ou le français et l'anglais (75,5 %) comme langue(s) maternelle(s) fréquentent Snapchat tous les jours. Il en est de même pour un peu plus de la moitié (57,3 %) pour les jeunes ayant déclaré avoir l'anglais comme langue maternelle (tableau 248).

Tableau 248. Fréquence d'utilisation de Snapchat selon la langue maternelle

Utilisation de Snapchat	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	70,7 %	57,3 %	75,5 %	71,7 %
Plusieurs fois par jour	62,0 %	50,0 %	62,6 %	60,6 %
Une fois par jour	8,7 %	7,3 %	12,9 %	11,1 %
Quelques fois par semaine ou mois	8,7 %	13,4 %	8,4 %	9,1 %
Quelques fois par semaine	6,0 %	4,9 %	5,2 %	5,7 %
Quelques fois par mois	2,7 %	8,5 %	3,2 %	3,5 %
Rarement ou jamais	20,7 %	29,3 %	16,1 %	19,2 %
Rarement	5,3 %	7,3 %	2,2 %	3,8 %
Jamais	15,3 %	22,0 %	13,9 %	15,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

7.4 Cyberdépendance selon la langue maternelle

Environ deux jeunes sur cinq (39,5 %) ayant affirmé avoir l'anglais comme langue maternelle se disent préoccupés par Internet (tableau 249). Environ un quart (27,6 %) des jeunes ayant à la fois le français et l'anglais comme langues maternelles se disent aussi préoccupés par Internet, alors que près d'un jeune sur six (17,5 %) ayant le français comme langue maternelle partage la même inquiétude.

Tableau 249. Préoccupation relative à Internet selon la langue maternelle

Préoccupation Internet	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond peu et aucunement	52,8 %	23,7 %	37,3 %	41,6 %
Correspond aucunement	20,1 %	5,3 %	12,7 %	14,4 %
Correspond peu	32,7 %	18,4 %	24,6 %	27,2 %
Correspond modérément	29,7 %	36,8 %	35,1 %	33,4 %
Correspond fortement et entièrement	17,5 %	39,5 %	27,6 %	25,0 %
Correspond fortement	12,3 %	27,6 %	23,5 %	19,8 %
Correspond entièrement	5,2 %	11,8 %	4,1 %	5,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Dans l'ensemble, environ un jeune sur cinq (19,7 %) de langue maternelle anglaise est fortement à risque de cyberdépendance, alors qu'environ un jeune sur dix (10,9 %) qui est bilingue et 7,4 % des jeunes francophones sont aussi fortement à risque de cyberdépendance (tableau 250).

Tableau 250. Indicateur de cyberdépendance selon la langue maternelle

Cyberdépendance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Aucunement/peu	20,7 %	9,2 %	17,2 %	17,5 %
Modérément	71,9 %	71,1 %	71,9 %	72,2 %
Fortement/Entièrement	7,4 %	19,7 %	10,9 %	10,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

7.5 Littératie numérique selon la langue maternelle

Plus de la moitié (61,5 %) des jeunes affirment trouver facile ou très facile d'utiliser les logiciels d'édition d'image (p. ex. Photoshop) (tableau 251). Les francophones ont davantage de facilité à utiliser ces logiciels (67,1 %), suivis de près par les bilingues (59,9 %) et les anglophones (49,2 %).

Tableau 251. Degré de facilité à utiliser les logiciels d'édition d'images selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et Français	Total
Difficile	32,9 %	50,8 %	40,1 %	38,5 %
Très difficile	8,0 %	6,6 %	7,0 %	7,3 %
Difficile	24,9 %	44,3 %	33,1 %	31,3 %
Facile	67,1 %	49,2 %	59,9 %	61,5 %
Facile	50,2 %	41,0 %	44,0 %	46,0 %
Très facile	16,9 %	8,2 %	15,9 %	15,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

7.7 Littératie médiatique selon la langue maternelle

La proportion des jeunes qui affirment que les informations consultées sont plus facilement accessibles en français est plus élevée chez les francophones (13,6 %) que chez les personnes bilingues (3,3 %) et les anglophones (1,3 %) (tableau 252). De même, la proportion des jeunes qui disent que les informations sont plus facilement accessibles en anglais est plus élevée chez les anglophones (78,2 %) que chez les bilingues (68,7 %) et surtout que chez les francophones (61,2 %).

Tableau 252. Facilité d'accès aux informations consultées sur Internet selon la langue utilisée et la langue maternelle

Accès à l'information	Français	Anglais	Anglais et Français	Total
En français	13,6 %	1,3 %	3,3 %	7,0 %
Dans les deux langues également	25,3 %	20,5 %	28,1 %	26,2 %
En anglais	61,2 %	78,2 %	68,7 %	66,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La proportion des jeunes qui sont préoccupés par le fait qu'une information trouvée en ligne soit vraie ou fausse est un peu plus élevée chez les francophones (48,3 %) que chez les personnes bilingues (37,7 %) et les anglophones (35,9 %) (tableau 253).

Tableau 253. Degré de préoccupation de la véracité d'une information trouvée en ligne selon la langue maternelle

Préoccupation de la véracité d'une information	Français	Anglais	Anglais et Français	Total
Jamais et Rarement	13,4 %	10,3 %	17,1 %	14,9 %
Jamais	2,6 %	1,3 %	1,4 %	1,8 %
Rarement	10,8 %	9,0 %	15,7 %	13,1 %
Parfois	38,3 %	53,8 %	45,2 %	43,5 %
Souvent et Très souvent	48,3 %	35,9 %	37,7 %	41,5 %
Souvent	29,0 %	25,6 %	27,3 %	27,7 %
Très souvent	19,3 %	10,3 %	10,5 %	13,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

7.8 Confiance relative aux sources d'information selon la langue maternelle

Les jeunes bilingues (50,6 %) et francophones (49,2 %) ont relativement beaucoup plus confiance dans les sources d'information partagées par la famille que les jeunes anglophones (36,4 %) (tableau 254).

Tableau 254. Degré de confiance dans les sources d'information provenant des membres de la famille, selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et Français	Total
Pas du tout	4,3 %	3,9 %	5,5 %	4,8 %
Un peu	46,5 %	59,7 %	44,0 %	46,7 %
Beaucoup	49,2 %	36,4 %	50,6 %	48,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Les jeunes anglophones sont plus en désaccord avec le fait qu'il y a beaucoup de choses très importantes qui se produisent dans le monde dont le public n'est jamais informé (20,3 %) que les jeunes francophones (11,3 %) et bilingues (8,1 %) (tableau 255).

Tableau 255. Degré d'accord ou de désaccord avec l'idée qu'il y a beaucoup de choses très importantes qui se produisent dans le monde dont le public n'est jamais informé, selon la langue maternelle

Degré d'accord - recel d'information	Français	Anglais	Anglais et Français	Total
Désaccord	11,3 %	20,3 %	8,1 %	10,7 %
Fortement en désaccord	0,8 %	4,1 %	1,7 %	1,6 %
Plutôt en désaccord	10,5 %	16,2 %	6,4 %	9,0 %
Accord	83,2 %	75,7 %	86,4 %	84,0 %
Plutôt en accord	30,1 %	35,1 %	35,8 %	33,6 %
Fortement en accord	53,1 %	40,5 %	50,6 %	50,4 %
Ne sais pas	5,5 %	4,1 %	5,5 %	5,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Environ la moitié (52,0 %) des jeunes bilingues ont confiance dans les publications partagées par les membres de leur famille, alors que cette proportion diminue à 41,9 % chez les jeunes anglophones et à 37,1 % chez les jeunes francophones (tableau 256).

Tableau 256. Degré de confiance dans les publications partagées par un membre de la famille, selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et Français	Total
Pas confiance	62,9 %	58,1 %	48,0 %	54,7 %
Aucune confiance	5,6 %	2,7 %	2,3 %	3,6 %
Confiance limitée	57,4 %	55,4 %	45,6 %	51,1 %
Confiance	37,1 %	41,9 %	52,0 %	45,3 %
Grande confiance	34,7 %	36,5 %	47,7 %	41,5 %
Confiance absolue	2,4 %	5,4 %	4,4 %	3,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

8. SYNTHÈSE DES GROUPES DE DISCUSSION

Dans cette section, nous partageons une synthèse des résultats des trois groupes de discussion en commençant par celui réalisé avec les jeunes, suivi de celui avec les parents, puis avec les enseignantes et enseignants.

8.1 Groupe de discussion avec les jeunes

8.1.1 Connaissance du phénomène de désinformation en ligne

Les jeunes ayant participé au groupe de discussion sont conscients de l'ampleur du phénomène de désinformation. Ces derniers le définissent, entre autres, comme une façon de chercher à manipuler des informations qui peut avoir comme effet une diminution de la confiance en certaines d'entre elles, mais également en la crédibilité de certaines institutions qui en font usage. Ils remarquent que le partage de fausses informations peut aussi bien être intentionnel que pas. Quant à leurs recherches sur Internet, les jeunes du groupe rapportent avoir confiance en leurs capacités et techniques de recherche tout en vérifiant la fiabilité des informations qu'ils consultent. Néanmoins, dans le but de contrer la désinformation, les jeunes suggèrent de miser sur la réputation et la rigueur de certaines et de certains journalistes dans le traitement de l'actualité. Autrement dit, selon eux, il est plus important d'accorder plus de crédibilité aux journalistes qui s'abstiennent de partager leurs opinions au sein de leur reportage et qui s'en tiennent davantage aux faits présentés.

8.1.1.1 Discussion avec les pairs sur le phénomène de désinformation

Dans plusieurs contextes, qu'ils soient scolaires, familiaux ou entre jeunes du même âge, les jeunes du groupe de discussion ont témoigné de plusieurs expériences en lien avec le phénomène de désinformation. Ainsi, dans un contexte scolaire, une participante souligne avoir été amenée à se questionner sur la fiabilité des informations présentées dans le cadre d'un cours en journalisme. Dans ce même cours, les élèves étaient invités à comparer une même information, mais publiée par différents médias. Ils ont alors pu constater que, parfois, selon la source de l'information, cette dernière peut mener à une compréhension différente d'une même information. Toutefois, la participante souligne que ce cours était l'initiative d'un enseignant de français et de sciences humaines passionné par le sujet de la désinformation. Ainsi, d'après son expérience, très peu de place semble être faite à la littératie médiatique et à la désinformation au sein du curriculum scolaire.

Selon les jeunes, au niveau universitaire, une importance particulière est accordée à la fiabilité des informations présentées dans les travaux académiques, notamment sur la façon de citer et de trouver des sources d'informations scientifiques. L'apprentissage des méthodes de la recherche scientifique est intégré au sein des programmes universitaires et favorise, a priori, une meilleure littératie médiatique.

En contexte familial, un participant raconte que les discussions entourant des sujets d'actualité font partie d'une routine quotidienne en raison de l'importance qu'accordent ses parents face au développement d'un esprit critique. Pour ce participant, cela fait donc partie des valeurs que ses parents lui ont transmises. D'ailleurs, ce même participant partage une anecdote qui reste, pour lui, un moment significatif. Ainsi lorsqu'il était plus jeune, son grand-père lui avait fait croire à une fausse nouvelle :

C'était un article humoristique ou satirique, mais ça disait que, oh, c'est des nouvelles que la reine Elizabeth démissionne de son poste comme reine (...)
Je suis allé voir ma mère et j'ai dit, « Hey, maman, t'as entendu que la reine démissionne? » (Extrait du GDD avec les jeunes, présente étude)

L'événement a suscité un moment d'apprentissage familial sur l'existence des nouvelles satiriques et de l'importance de la pensée critique lorsqu'on consomme des médias.

Est-ce que les jeunes sont davantage confrontés à la désinformation de nos jours? Ces derniers sont d'avis que les élections américaines de 2016 ont donné un regain de vie à ce phénomène. D'ailleurs, l'une des personnes de l'Ouest canadien partage sa préoccupation relative à la fiabilité des informations médiatiques dans sa province, entre autres, en raison de la culture politique et de la facilité avec laquelle l'information circule sur les réseaux sociaux. À cet égard, une autre personne partage son inquiétude vis-à-vis la manipulation de données et le manque de contextualisation d'une information afin de servir un narratif particulier, et donc, d'avancer un programme politique plutôt que de disséminer une information nuancée et objective.

Par ailleurs, une participante réitère l'importance du rôle des journalistes qui, selon elle, devrait dépasser celui de strictement rapporter des nouvelles. Pour elle, ils ont le devoir de s'assurer de la véracité des informations qu'ils publient puisque cela pourrait avoir de lourdes conséquences sur la réputation des personnes qu'ils interviewent ou sur leur propre réputation.

8.1.2 Internet, médias sociaux et emploi du temps des jeunes

Afin d'utiliser Internet et d'accéder à leurs réseaux sociaux, les jeunes de notre groupe de discussion utilisent principalement leurs téléphones intelligents, mais aussi l'ordinateur. Parmi les réseaux sociaux les plus utilisés, il y a TikTok, Instagram, Facebook, Twitter et Snapchat.

Lorsque interrogés sur leur temps d'écran, ces jeunes laissent échapper des rires nerveux. Tous sont d'avis qu'ils passent « trop » de temps devant un écran. Un participant dit consacrer 2 à 6 heures par jour devant un écran, ce qui inclut le temps passé au travail. Il mentionne aussi qu'il fait du « doomscrolling » sur Twitter, qui est l'acte de continuellement dérouler son fil d'actualité en consommant des nouvelles ou des informations négatives (ou qui suscitent des émotions négatives) pendant une période excessive de temps et ne pouvant pas s'empêcher de continuer. Bien qu'il soit conscient de l'utilisation qu'il fait d'Internet, réduire cette utilisation ne semble pas une tâche facile : « Je sais que c'est trop de temps. Ça ne devrait pas être autant, mais parfois c'est pour mon travail, et puis parfois, c'est juste parce que je veux prendre une pause du travail. » (Extrait GDD avec les jeunes, présente étude)

8.1.2.1 Langue de communication en ligne

De manière générale, l'anglais ressort comme la langue la plus souvent utilisée sur les réseaux sociaux chez toutes les participantes et tous les participants. Cela dit, les jeunes mentionnent qu'ils utilisent plusieurs langues en fonction du contexte et des personnes avec qui elles et ils interagissent. Une participante rapporte qu'avec sa famille et dans le contexte du travail, l'anglais est majoritairement employé. Entre amies et amis, il y a un emploi mixte de l'anglais et du français. En somme, leur utilisation varie, mais les jeunes indiquent faire un effort conscient d'utiliser le français dans des contextes plus familiers : « (...) c'est juste important pour moi, dans mes valeurs, de communiquer autant en français que possible » (Extrait GDD avec les jeunes, présente étude).

Sur le sujet de leur consommation médiatique en langue française, les participantes et les participants habitant dans les provinces de l'Ouest canadien affirment que les médias francophones prennent moins de place dans leurs régions, donc il est beaucoup plus facile de trouver la même information en anglais. Bien que les informations soient disponibles en français, elles sont beaucoup plus facilement accessibles en anglais.

8.1.2.2 Façon dont les jeunes s'informent

Afin de s'informer, les jeunes consultent plusieurs sources d'information. Un participant

mentionne qu'il consomme une variété d'infolettres et de journaux au début de la journée, par exemple, Maclean's, The Guardian, CBC, et Radio-Canada. Les réseaux sociaux sont aussi consultés comme sources d'information, mais un participant reconnaît qu'il s'agit de sources secondaires. Un autre participant, venant du Nouveau-Brunswick, souligne que ses principales sources d'information sont l'Acadie Nouvelle, Radio-Canada et la radio communautaire. Pour une autre participante, sa famille et ses amies et amis représentent ses principales sources d'information, mais cela l'incite, par la suite, à consulter des informations provenant directement de journalistes. Par ailleurs, un participant mentionne aussi utiliser des agrégateurs de nouvelles comme sources tels que Google Actualité.

8.1.2.3 Comportement relatif à la désinformation

Afin de contrer la désinformation, les jeunes affirment faire preuve d'esprit critique. Premièrement, ils vérifient si l'information a été partagée par des journalistes spécifiques qui ont un niveau de crédibilité élevé, s'il s'agit d'une information partagée sur Twitter, ou si l'information a été publiée par un organisme médiatique de confiance.

Deuxièmement, un autre participant affirme être confronté à peu de fausses nouvelles, mais lorsque l'occasion se présente, notamment sur les réseaux sociaux, il signale ces publications à la plateforme de diffusion, par exemple sur Facebook.

Selon les jeunes du groupe, il y aurait plusieurs façons de réagir face à la désinformation. On note que le contexte dans lequel a été partagée la désinformation peut modifier les actions qui s'ensuivent. Si on considère le niveau de désinformation comme étant quelque chose qui mérite d'être signalé, spécifiquement sur Twitter, on peut laisser un commentaire en indiquant qu'il s'agit de désinformation ou identifier le tweet comme étant de la désinformation. Cela dit, les participantes et les participants évitent de mettre des commentaires si la plateforme sur laquelle l'information a été partagée est susceptible d'attirer des comportements de harcèlement en ligne dont elles et ils pourraient être la cible (on mentionne ici explicitement l'organisme Rebel News) ou si le commentaire peut entraîner une discussion interminable dans laquelle la personne ne souhaite pas s'engager.

Troisièmement, les jeunes du groupe font part du manque de temps pour vérifier toutes les informations qui leur sont présentées, mais affirment avoir tout de même un réflexe de ne pas commenter ou partager des informations qu'ils n'ont pas encore vérifiées ou confirmées par plusieurs sources.

8.1.3 Attentes par rapport à celles et ceux qui souhaitent conscientiser les jeunes face à la désinformation en ligne

Pour ce qui est de la conscientisation des jeunes à l'égard de la désinformation, les jeunes du groupe affirment avoir confiance en la capacité des jeunes en général à faire preuve de discernement quand ils sont exposés à de fausses nouvelles. Cependant, ils ont exprimé quelques attentes envers l'école et le personnel enseignant dans leur rôle d'éducatrices et d'éducateurs, mais également comme actrices et acteurs sociaux « neutres ». Par exemple, ils ont soulevé le fait que certains parents peuvent être moins bien informés sur les enjeux de la désinformation en ligne, voire sur la façon dont fonctionnent les médias sociaux. En somme, ils font remarquer certaines inégalités concernant la littératie numérique et médiatique des adultes qui les entourent. Ils ont également évoqué l'influence des parents sur leurs enfants et de leur rôle de premiers éducateurs. Ce rôle peut parfois entrer en contradiction avec ce qui est enseigné à l'école selon le positionnement des parents face au phénomène de la désinformation.

Les participantes et les participants suggèrent alors que l'école puisse développer des techniques d'identification de fausses nouvelles et renforcer l'esprit critique chez les jeunes, notamment en offrant un cours à l'école secondaire sur la vie en ligne et comment naviguer sur Internet de manière sécuritaire. Ils estiment aussi que le rôle d'une enseignante ou d'un enseignant est, par principe, apolitique et que cela devrait faciliter l'intégration de l'éducation à la citoyenneté numérique dans le curriculum scolaire vu la « neutralité » que cela exige.

Les jeunes du groupe expriment aussi une inquiétude pour celles et ceux qui ont plus facilement accès à l'Internet dès un jeune âge et qui sont alors plus susceptibles d'accéder à du contenu préjudiciable. La vigilance des parents est d'autant plus importante qu'ils peuvent intervenir si besoin est. Cela a amené la discussion sur le contrôle parental relatif à l'utilisation d'Internet. Une participante se souvient qu'elle n'avait pas le droit d'utiliser les réseaux sociaux quand elle était adolescente. Cependant, elle confie avoir créé des comptes à l'insu de ses parents. Avec du recul, elle admet qu'elle aurait pu bénéficier d'un encadrement de la part d'une enseignante ou d'un enseignant sur la façon d'utiliser Internet de façon sécuritaire. Un autre participant raconte avoir dû convaincre ses parents de lui permettre d'avoir des comptes sur les réseaux sociaux. Ce qui lui a été permis à condition que ses parents puissent accéder à ses comptes et en superviser le contenu si nécessaire. Une autre participante dit s'imposer elle-même des règles par rapport à ce qu'elle rend public sur les réseaux sociaux. Par exemple, elle partage uniquement du contenu qui se rapporte à elle-même ou en demandant le consentement de ses amies ou amis pour partager leurs informations.

Les réseaux sociaux sont une innovation très récente qui évolue constamment. Les parents sont souvent initiés aux réseaux sociaux en même temps que leurs enfants. Les jeunes du groupe de discussion trouvent qu'il peut être difficile de suivre tout ce qui se passe en ligne chez les jeunes. Ils estiment qu'une supervision parentale des comportements en ligne pourrait être bénéfique quand l'enfant est jeune, pourvu qu'il y ait une relation de confiance entre l'enfant et le parent, ainsi qu'une communication claire et honnête par rapport au contenu qu'il consomme.

8.2 Groupe de discussion avec les parents

8.2.1 Connaissance du phénomène de désinformation en ligne

Lors du groupe de discussion avec les parents, leurs principales préoccupations quant à la littératie numérique étaient surtout liées au manque de ressources et de compétences en littératie informatique. Ils ont aussi exprimé des inquiétudes relatives à l'accès à Internet de façon sécuritaire chez leurs enfants plutôt que des inquiétudes envers le phénomène de la désinformation. Ce qui pourrait indiquer qu'une meilleure littératie numérique et informatique pourrait être un point d'entrée pour aborder ensuite le sujet de la désinformation.

Compte tenu du déséquilibre entre le nombre de médias de langue française comparativement aux médias de langue anglaise, une participante partage n'avoir jamais pensé que la désinformation soit présente dans les informations qu'elle consomme en français et qu'il s'agit plutôt d'un phénomène observé dans les informations en anglais.

Malgré les informations parfois très polarisantes circulant pendant la pandémie, les parents n'ont pas eu beaucoup d'échanges sur la désinformation en ligne. Cependant, certains parents ont partagé leurs inquiétudes sur le fait que les moyens de communication numérique étaient devenus le principal espace de socialisation de leurs enfants pendant le confinement. Ils s'interrogent, entre autres, sur les effets à long terme potentiels de cette surutilisation des écrans sur les relations des jeunes avec leurs pairs.

8.2.2 Internet, médias sociaux et emploi du temps

Parmi tous les appareils numériques, la tablette semble être celui que les enfants des personnes participant au groupe de discussion préfèrent utiliser. Une participante mentionne que tous les élèves à l'école de ses enfants ont accès à des tablettes et des ordinateurs portables. De plus, ces derniers auraient accès pendant leur parcours scolaire à un ordinateur portable qu'ils gardent avec eux jusqu'à la fin du secondaire. D'ailleurs, l'administration scolaire et le personnel enseignant seraient responsables de

superviser l'usage que les jeunes font de ces ordinateurs. Une autre participante précise que ses enfants ont accès à des Chromebook à l'école, mais ils possèdent aussi une tablette et un téléphone personnel à la maison. Une participante reconnaît le potentiel de la technologie dans l'apprentissage; d'ailleurs elle souligne que les élèves du secondaire ont « plus de cours d'informatique, y'a beaucoup plus d'interactions positives avec la technologie, donc ça s'améliore » (Extrait GDD avec les parents, présente étude).

8.2.2.1 Utilisation des appareils numériques par les enfants

Une participante qui a des enfants de 10 et 12 ans mentionne que les tablettes sont utilisées quelquefois pour regarder des films sur des services de diffusion en continu tels que Netflix, ou alors pour appeler en vidéoconférence des membres de leur famille hors province. Elle fait aussi part du désir de sa fille de 12 ans d'être présente sur les réseaux sociaux puisque ses amies et amis y sont. Cependant, elle partage être réticente à l'idée de laisser sa fille naviguer sur les réseaux sociaux. Elle redoute « la vulnérabilité, qui est vraiment socio-émotionnelle, beaucoup plus que ses compétences informationnelles... le côté rationnel est pas toujours ce qui guide les actions (Extrait GDD avec les parents, présente étude). Une participante qui a des enfants plus âgés (fin du secondaire et un jeune maintenant à l'université) dit avoir contrôlé l'accès aux réseaux sociaux. Enfin, une autre participante indique que ses enfants utilisent surtout un téléphone personnel, notamment pour se connecter avec leurs amies et amis sur les applications Instagram et Snapchat. Cela dit, ses enfants doivent respecter certaines conditions comme donner l'accès au téléphone en tout temps et accepter leur mère comme « amie » dans leurs réseaux sociaux.

Les parents du groupe de discussion ont aussi remarqué que leurs enfants utilisent leurs ordinateurs assez fréquemment, et ce, bien plus qu'avant la pandémie. Selon eux, cette augmentation est attribuable en partie à l'accès aux ordinateurs ou aux tablettes à l'école. Les jeunes imitent également le comportement de parents qui utilisent ce type d'appareils et qui passent du temps en ligne. Ils indiquent aussi que la langue d'usage primaire sur les réseaux sociaux et l'Internet de leurs enfants semble être l'anglais.

8.2.2.2 Recherche d'informations en ligne

Lorsque nous avons questionné les parents sur la façon dont leurs jeunes cherchent de l'information en ligne, la conversation a rapidement tourné vers la cyberintimidation qui, dans les faits, représente une forme de désinformation agissant sur la santé mentale des jeunes. En racontant une anecdote où sa fille avait reçu un message violent d'une camarade de classe, une participante admet qu'elle et son mari ont

appris de l'incident et sont intervenus avec l'administration de l'école pour remédier aux propos violents. Les parents n'auraient jamais eu connaissance de l'incident s'ils n'avaient pas eu accès aux appareils de leur enfant, qui était une condition explicite pour que l'enfant ait accès à son téléphone. La participante croit que l'enfant qui a envoyé les messages de nature violente ne l'aurait probablement pas fait de vive voix, et que l'abstraction que créent les espaces virtuels vis-à-vis les conséquences des propos pourrait être un facteur déterminant.

Une participante confie être dépassée par la réalité de ses enfants sur Internet, et avoue manquer de compétences numériques comparativement à ses enfants. Elle est d'avis qu'elle pourrait bénéficier de ressources pour être mieux informée : « On met des téléphones dans les mains de nos enfants, mais on prend pas le temps de les éduquer parce que nous autres, on n'est pas plus éduqués qu'il le faut [sur l'usage des technologies] » (Extrait GDD avec les parents, présente étude).

8.2.3 Outils pour éduquer ou accompagner les jeunes dans la recherche d'informations en ligne

Une des participantes explique avoir inscrit ses enfants à des activités en anglais portant sur la sécurité en ligne. Elle affirme que le manque d'informations sur ce qui est enseigné à ses enfants, et notamment en français en lien avec la littératie numérique, l'a amené à trouver des alternatives. Elle ajoute qu'en raison de la dispersion des francophones sur le territoire, il est plus difficile pour ses enfants de tisser des liens avec d'autres jeunes francophones et que les réseaux sociaux sont un moyen pour combler ce sentiment d'isolement.

8.2.3.1 Attentes relatives aux enseignantes et aux enseignants

Les parents ont certaines attentes envers l'école en ce qui a trait au développement de compétences numériques et médiatiques de leurs enfants. Une participante mentionne avoir de la difficulté à cerner ce que son enfant soumet comme travail à ses enseignantes et à ses enseignants par Google Classroom depuis le début de la pandémie, et qu'il semble y avoir eu un décrochage dans la communication entre les enseignants et enseignantes et les parents depuis la transition en ligne.

Cela dit, une autre personne souligne que certaines écoles secondaires font un usage proactif des réseaux sociaux afin de sensibiliser les jeunes à certaines activités scolaires et communautaires de même qu'à des campagnes de sensibilisation partagées par des organismes francophones. Ainsi, les parents dépeignent une approche positive des réseaux sociaux qui peuvent aider à la visibilité des écoles et à la diffusion des accomplissements de la communauté francophone en contexte minoritaire.

8.3 Groupe de discussion avec les enseignantes et les enseignants

8.3.1 Changement relatif à l'enseignement et l'utilisation des TIC en salle de classe

Les enseignantes et les enseignants avec qui nous nous sommes entretenus nous confirment que l'utilisation des TIC a augmenté durant la dernière décennie, notamment avec des logiciels de gestion de classe tels que Google Classroom et Edmodo. Plusieurs d'entre elles et d'entre eux sont aussi tenus de donner accès au contenu de leurs cours à leurs élèves par un portail en ligne spécifiquement dédié au cours (on y trouve toutes les présentations PowerPoint, les notes de cours, les résultats scolaires, et tout autre document ou information pertinents au cours). Il y a aussi de nouveaux accommodements qui existent pour les élèves qui ne peuvent pas être présents à l'école. Ce qui conduit l'enseignante ou l'enseignant à rendre disponible en ligne le contenu de son cours. Dans la majorité des cas, les élèves ont chacun un ordinateur portable qui leur est fourni par l'école.

Les personnes qui participent au groupe de discussion observent des comportements qui les inquiètent chez leurs élèves. Par exemple, la remise des travaux en ligne leur permet de voir que certains élèves transmettent leur travail très tard dans la soirée, ce qui révèle des difficultés de gestion du temps. Elles mentionnent aussi que les technologies changent tellement vite qu'il devient difficile de s'y adapter d'un semestre à l'autre. Cependant, elles reconnaissent que les outils informatiques aident beaucoup certains élèves ayant des troubles d'apprentissage comme des élèves autistes ou des élèves anxieux, même si la gestion de ces technologies peut être difficile, autant pour le personnel enseignant que pour ces élèves.

Le personnel enseignant se questionne sur la limite d'utilisation des TIC par les élèves étant donné qu'elles sont à la fois de bonnes ressources et de bons outils pédagogiques, mais peuvent aussi devenir une source de distraction en salle de classe. À cet égard, l'utilisation du téléphone par les élèves est un défi constant pour retenir leur attention. Certaines enseignantes et certains enseignants se sentent dépourvus de méthodes ou de structures pour aborder ce problème. Il est parfois dur d'argumenter sur cette question car les difficultés de déconnexion ne sont pas uniques aux élèves, mais touchent aussi les adultes qui les entourent et dont ils imitent le comportement.

En contexte de pandémie, l'utilisation de logiciels en ligne n'a fait qu'augmenter, notamment avec Microsoft Teams, Google Suite et Zoom. Certaines directions d'écoles ont d'ailleurs permis l'accès aux portails Drive ou Teams des enseignantes et des

enseignants ainsi qu'aux plans de leçons qui doivent être stockés en ligne au cas où l'enseignante ou l'enseignant ne peut pas être présent.

Par ailleurs, les personnes du groupe soulignent un manque de structures ou de ressources pour aborder des comportements inappropriés en ligne chez les élèves comme l'enregistrement de l'enseignante ou de l'enseignant sans son consentement explicite.

8.3.2 Connaissance du phénomène de désinformation en ligne

Une enseignante explique que le phénomène de désinformation en ligne encourage les personnes à trouver de l'information qui valide leur point de vue. Selon elle, des informations ne sont pas toujours nécessairement fausses en soi, mais c'est leur décontextualisation qui peut conduire à de la désinformation.

Des enseignantes et des enseignants du groupe rapportent que leurs élèves perçoivent les enjeux relatifs à la désinformation comme étant des « problèmes d'adultes » et démontrent peu d'intérêt à débattre de sujets d'actualité. En fait, les élèves démontreraient de l'intérêt quand le sujet d'actualité « fait tendance » ou qu'il y a une nouvelle « choc », sans pour autant chercher à approfondir le sujet. Ils partageraient peu de nouvelles, mais quand ils le font, ce sont des informations ou des images qui ne déterminent pas nécessairement un positionnement fort sur des enjeux d'actualité (tels que montrer du soutien à une cause). Un enseignant ajoute que bien que les élèves de sa classe se sentent préoccupés par la désinformation en ligne, ils n'ont pas nécessairement peur de ses impacts. Une des raisons est que les élèves vont plutôt bloquer en ligne les personnes dont les propos sont indésirables plutôt qu'encourager le harcèlement en ligne. Ce qui expliquerait également pourquoi les élèves ont confiance en leurs habiletés de distinguer les informations vraies des fausses. Cependant, selon les personnes du groupe, quand les cas d'intimidation en ligne surviennent, les élèves n'ont pas l'impression qu'ils peuvent aller chercher de l'aide facilement parce qu'ils estiment que les adultes ont peu de compréhension des technologies en ligne.

Toujours selon ces enseignantes et ces enseignants, il y a une recherche de plus d'authenticité et de spontanéité, voire d'autodérision dans la façon dont les jeunes se présentent sur les médias sociaux comme TikTok. Cela n'empêche pas certains paradoxes comme l'utilisation des filtres Instagram et TikTok qui améliorent l'image corporelle sur les réseaux sociaux. Cette utilisation entraîne des conséquences sur l'estime de soi, surtout chez les filles. Cependant, certaines enseignantes rapportent qu'il y a une présence de messages plutôt positifs sur ces mêmes médias. Certains élèves leur ont montré des comptes auxquels ils étaient abonnés et dont les contenus étaient liés à des messages de *body positivity*, à des causes comme *Black Lives Matter*,

à des groupes de défense des droits de certaines communautés des Premières Nations, des groupes LGBTQ+, ou encore, à des institutions de nature éducative (p. ex. aquariums, musées).

En revanche, elles notent que « l'élève se nourrit de ce qui lui ressemble », et que les algorithmes des réseaux sociaux exacerbent les tendances qui existent déjà dans les comportements de leurs élèves. Une enseignante partage qu'une élève qui passait environ 10 heures par jour à entretenir ses réseaux sociaux lui a suggéré comme projet d'arrêter complètement l'utilisation de son téléphone pendant deux semaines. L'élève en question a découvert de nouvelles passions et habiletés, par exemple la couture. Toutefois, l'enseignante partage qu'« à la fin, elle a recommencé à utiliser son téléphone avec autant de temps... donc elle est retournée à son dix heures par jour » (Extrait GDD avec les enseignants, présente étude). Ainsi, ils peuvent être plus facilement exposés à du contenu qui les enferme dans certaines idéologies, ce qui n'est pas sans risque surtout que les élèves sont connectés pendant de longues heures, y compris en salle de classe. Un enseignant nous raconte qu'il a justement eu des discussions avec les élèves concernant les algorithmes et leurs liens avec la propagation de la désinformation en ligne, la polarisation des idées et la création de chambres d'échos¹¹.

Une enseignante confie que la pandémie n'a fait qu'exacerber le phénomène de la désinformation dans la société, y compris dans la communauté scolaire. Elle a été particulièrement surprise de voir de fausses informations propagées par d'autres membres du corps enseignant. De plus, il peut être difficile de travailler au sein d'environnements polarisants, surtout dans des communautés scolaires plus petites.

8.3.2.1 Rôle des enseignantes et des enseignants pour contrer la désinformation en ligne auprès des élèves

Bien que les enseignantes et les enseignants puissent jouer un rôle dans la lutte contre la désinformation en ligne auprès de leurs élèves, il n'est pas certain qu'ils disposent de tous les outils pour le faire. Premièrement, les enseignantes et les enseignants du groupe de discussion nous disent que l'exercice de la vérification des sources d'information fait partie du curriculum scolaire. Un autre enseignant nous indique que le sujet de la désinformation en ligne fait plutôt partie des discussions les moins structurées que l'on peut retrouver, par exemple, dans un cours de bien-être. L'enseignant déplore donc que la désinformation ne figure pas parmi les résultats d'apprentissage dans le curriculum.

¹¹ Renforcer une information ou une idée par sa répétition, par exemple l'algorithme des réseaux sociaux qui contribue à nourrir le biais de confirmation des usagers.

Deuxièmement, les règlements relatifs à l'utilisation des réseaux sociaux en salle de classe sont très variables selon les provinces. L'une des enseignantes du groupe a l'interdiction d'avoir des comptes professionnels sur les médias sociaux, tandis qu'une autre, qui n'a pas cette interdiction, les utilise activement. Elle doit, cependant, se conformer à quelques consignes (p. ex. : s'abstenir d'appuyer des personnalités politiques). En revanche, elle peut partager des messages de solidarité avec des causes, pourvu qu'elles soient non controversées. Par exemple, l'enseignante nous dit qu'elle a utilisé Instagram dans le cadre d'un projet pour le Mois de l'histoire des communautés noires en publiant les projets des élèves. De son côté, l'enseignante qui se voit interdire l'utilisation des médias sociaux nous confie que l'administration de son école a émis des consignes strictes de neutralité politique et ne préfère pas s'engager dans l'intégration des réseaux sociaux comme outil pédagogique pour le personnel enseignant.

Il y a également des défis et des questionnements éthiques vis-à-vis la frontière entre la vie personnelle et la vie scolaire qui sont difficiles à gérer quand il est question du contenu que consomment leurs élèves en ligne. Généralement, les enseignantes et les enseignants n'abordent pas cette question en raison de considérations éthiques du rapprochement avec les élèves. De plus, ce n'est pas tout le personnel enseignant qui est à l'aise avec l'utilisation d'Internet et des médias sociaux. Une enseignante du groupe évoque même un « clash générationnel » entre les enseignantes et enseignants plus âgés et leurs élèves. Dans certains contextes, il est difficile pour les enseignantes et les enseignants de bien cerner la réalité de leurs élèves et de comprendre la place qu'occupe le Web et les réseaux sociaux dans leur vie et en contexte scolaire.

Une enseignante a également identifié un manque de directives pour gérer la présence des téléphones cellulaires en classe malgré le fait que des lois existent dans sa province interdisant leur utilisation en salle de classe. Dans les cas de cyberintimidation par exemple, il y a même des difficultés à suivre un protocole clair et à identifier à qui revient la responsabilité de gérer le problème entre l'école, les parents ou la police.

8.3.2.2 Formation concernant la désinformation en ligne

En général, les enseignantes et les enseignants trouvent qu'il y a peu de formation concernant la désinformation en ligne qui leur est offerte, hormis des formations sur la cyberdépendance chez les jeunes. Si une ou un enseignant aborde le sujet en salle de classe, ceci relève de son initiative personnelle. Il manque donc d'occasions de perfectionnement dans ce domaine même s'il y a un intérêt, voire une « urgence » d'être mieux préparé à ce phénomène, surtout devant l'ampleur qu'il a pris durant la pandémie, selon ce groupe. D'ailleurs, une suggestion est faite pour que ces

formations, si elles sont proposées, soient données à tout le personnel enseignant, peu importe le domaine, pour ensuite être intégrées à la matière du cours.

8.3.3 Expériences et défis en classe

Il existe des comportements bien ancrés chez les élèves quand ils doivent se servir d'Internet pour faire leurs devoirs. Ainsi, un enseignant a remarqué que ses élèves utilisaient systématiquement le moteur de recherche Google pour chercher de l'information sans se soucier de la source de ces informations et sans penser à les vérifier en consultant plusieurs sources. Il a également observé que ses élèves faisaient plutôt confiance à des témoignages véhiculant un certain vécu plutôt qu'à des recherches scientifiques sur le même sujet. L'enseignant y voit des occasions d'apprentissage sur les méthodes scientifiques et sur la représentativité d'un récit provenant d'un individu versus des études plus légitimes en termes de contribution aux connaissances.

Il existe aussi une perception que les élèves sont issus d'une génération « née avec le téléphone dans les mains », autrement dit avec des compétences numériques presque innées. Dans les faits, leurs connaissances et habiletés en termes de l'utilisation des technologies numériques ne sont pas toujours aussi avancées qu'on le pense.

D'ailleurs, l'apprentissage de l'utilisation des technologies, des logiciels et de la navigation sur Internet se fait majoritairement de manière autodidacte chez l'élève, c'est-à-dire sans que ce soit intégré au curriculum scolaire (à moins d'une ou d'un enseignant bienveillant), et parfois même sans l'aide des parents qui n'ont pas tous des compétences numériques. Cependant, il existe des cours dans certaines provinces, par exemple le cours d'information et société (Ministère de l'éducation et du développement de la petite enfance, 2009) en 11^e année au Nouveau-Brunswick qui est obligatoire. Ceci ne semble toutefois pas être la norme dans toutes les provinces.

Une enseignante qui travaille aussi comme conseillère en orientation a remarqué un autre phénomène : la difficulté que certains jeunes ont à préserver leur vie privée sur les médias sociaux. Elle doit parfois faire des mises en garde à certains élèves sur ce qu'ils partagent, consomment ou commentent publiquement en ligne et qui laissent des traces numériques pouvant nuire, plus tard, à l'obtention d'un stage ou d'un emploi.

8.3.3.1 Recommandations des enseignantes et enseignants

Une enseignante souhaiterait que le programme du baccalauréat international (BI) insiste davantage sur la recherche en ligne et la capacité à trouver des informations fiables dans la perspective de former des « élèves-chercheurs ». En outre, l'enseignante se demande pourquoi l'évaluation de rendement est différente entre les programmes

et pourquoi les élèves qui ne suivent pas le programme du BI n'ont pas cette composante de la recherche intégrée au curriculum. Elle se demande également pourquoi cette composante ne figure pas dans les grilles d'évaluation du ministère de l'Éducation de sa province. Selon elle, cela a pour conséquence de créer certaines inégalités entre les élèves qui suivent le programme de BI et les autres.

Toutes les enseignantes et tous les enseignants que nous avons interviewés ont exprimé le désir de voir intégré au curriculum le développement des compétences numériques et médiatiques.

8.3.3.2 Langue(s) utilisée(s) en ligne par les élèves

Quand les élèves doivent réaliser un travail de recherche en classe sur leur ordinateur, une enseignante raconte qu'elle doit imposer des consignes pour que ce travail se fasse en français. Sinon, toutes les sources d'information seront en anglais; « y me dise j'fais du Google Translate si y'a un mot j'connais pas, mais sinon, c'est leur façon aussi de nous dire qu'ils ne font pas de plagiat... que c'est d'une langue à l'autre » (Extrait GDD avec les enseignants, présente étude). Sans vouloir limiter les options quant aux sources d'informations que peuvent utiliser les élèves, il est quand même permis d'utiliser des sources dans d'autres langues s'ils ne peuvent pas avoir l'information en français. « Avant en Ontario, c'était non non, français, français français, puis on est une minorité on se bat, mais maintenant on dirait qu'on est plus comme toutes les langues sont permises, mais ça finit par être l'anglais. » (Extrait GDD avec les enseignants, présente étude) Un autre enseignant ajoute que si les élèves ont le choix de la langue des sources d'information, ils chercheront ces sources en anglais parce qu'il est plus facile de les trouver.

Certaines enseignantes mentionnent que selon les sujets, certaines sources seront plus faciles à trouver en français. Elles orientent alors le choix des sujets de recherche pour favoriser du contenu de langue française. Elles essaient aussi d'encourager leurs élèves à consommer du contenu médiatique de langue française, au moins dans le contexte de leur cours, reconnaissant que bien qu'il y ait une certaine fierté culturelle dans certains des milieux où travaille l'une des enseignantes, l'insécurité linguistique reste un enjeu constant.

Une autre enseignante mentionne que vu que les discussions informelles entre les élèves sont majoritairement en anglais, elle suppose que les élèves se partagent du contenu et se parlent entre eux sur les réseaux sociaux dans cette même langue. Un enseignant nuance ce propos, car il constate, pour sa part, que bien que les interactions soient majoritairement en anglais, les jeunes qui sont fiers de leur identité francophone utilisent le français quand ils vieillissent (10^e, 11^e 12^e années). Il y a aussi la pression sociale d'utiliser l'anglais pour être acceptés par leurs pairs qui utilisent l'anglais.

8.3.3.3 Outils pour aider les enseignantes et les enseignants dans l'accompagnement des élèves

Les enseignantes et les enseignants parlent ici plutôt de ressources externes à l'école contribuant à sensibiliser les jeunes à la désinformation en ligne. Ils mentionnent par exemple certaines plateformes très populaires auprès des jeunes comme TikTok. Ils évoquent aussi le rôle des influenceuses et des influenceurs qui pourraient jouer un rôle plus positif par rapport à l'usage du français dans les réseaux sociaux. Un enseignant partage qu'il est parfois plus difficile pour lui de montrer à ses élèves du contenu en français, parce que le contenu n'est parfois pas nécessairement approprié au contexte d'une salle de classe.

8.4 Analyse des groupes de discussion

En somme, autant les jeunes que les parents et le personnel enseignant sont conscients du phénomène de désinformation et de propagande en ligne. Les jeunes sont possiblement ceux qui accordent une plus grande confiance relative à leurs compétences médiatiques, contrairement aux parents, aux enseignantes et aux enseignants qui parfois semblent dépassés et désemparés par l'évolution constante des médias sociaux. Pour ces derniers, ce n'est pas tant leur capacité en l'analyse de l'information qu'ils estiment problématique, mais surtout la diversité et la fiabilité des sources sur des plateformes qu'ils connaissent peu ou pas du tout.

8.4.1 Sécurité, comportements en ligne, dépendance et stratégies

Ne pas savoir exactement à quoi leurs jeunes sont exposés sur les médias sociaux ou s'ils utilisent ces médias de façon sécuritaire est une source majeure d'inquiétude chez les parents interrogés. Le contexte de la pandémie et surtout les périodes de confinement ont fait en sorte que les moyens de communication numérique étaient devenus le principal espace de socialisation de leurs jeunes. Ce qui a accentué la crainte des parents qui reconnaissent malgré tout plusieurs bienfaits de la socialisation en ligne.

Les jeunes développent surtout leurs compétences en littératie médiatique par autoapprentissage. Ils ont différents comportements : certains vérifient systématiquement plusieurs sources pour s'informer, se fient à la crédibilité de journalistes ou, à l'inverse, s'en remettent à des agrégateurs de nouvelles ou des « posts » de leurs amis ou leur famille. Ils évoquent aussi diverses expériences en classe ou en famille qui ont aiguisé leur sens critique. Ces expériences ne sont toutefois pas récurrentes, mais elles sont quand même marquantes pour eux. Ils ont appris à être prudents quand ils ont à faire face à de la désinformation et signalent, à l'occasion, du contenu préjudiciable. Ils évitent de commenter des informations qui peuvent les entraîner dans une spirale de

harcèlement en ligne. Cela étant dit, quand surgit une problématique de harcèlement par exemple, ils n'ont pas l'impression que les adultes peuvent les aider. Cela est corroboré en partie par les enseignants qui témoignent du manque de ressources et de procédures claires à suivre si cela arrive dans le contexte scolaire.

8.4.2 Le français en ligne

Le manque de ressources en français est évoqué autant chez les parents que chez le personnel enseignant, ce qui coïncide avec la faible quantité des informations en ligne disponibles en français (3,0 %) comparativement en anglais (61,3 %) (w3techs.com, 2022). Les jeunes ne semblent pas échapper à l'attraction sociale de l'anglais bien que certaines enseignantes et certains enseignants soulignent qu'il y en a qui sont plus engagés envers la culture et la langue françaises. Certains enseignants contournent le problème en imposant des consignes pour que ce travail se fasse en français ou orientent alors le choix des sujets de recherche pour favoriser du contenu de langue française. Sur les médias sociaux, le rôle des influenceuses et des influenceurs pourrait être renforcé par rapport à l'usage du français dans les réseaux sociaux.

8.4.3 Des attentes de part et d'autre

8.4.3.1 Les jeunes versus l'école et les parents

Bien que les jeunes aient confiance en leurs capacités en littératie médiatique et en leur aptitude à discerner des fausses nouvelles, ils ont exprimé des inquiétudes pour les générations plus jeunes. Selon eux, celles-ci sont plus exposées à du contenu préjudiciable et à un plus jeune âge qu'eux. La question de l'accès à Internet et à des appareils numériques se pose donc en plus du besoin en développement de la littératie numérique assez tôt dans la scolarité des jeunes. Notre groupe de discussion a alors exprimé des attentes envers le personnel enseignant et les parents qui font partie de la solution pour résoudre cette question. Le groupe a aussi nuancé ses propos en faisant remarquer que certaines inégalités sociales font que ce ne sont pas tous les adultes qui peuvent offrir une supervision adéquate de leurs jeunes en termes de la littératie numérique et médiatique et aussi lorsqu'il est question de désinformation en ligne.

8.3.3.2 Les parents versus l'école

Pour les parents, il y a beaucoup d'attentes envers le personnel enseignant et les institutions scolaires. Les plus motivés cherchent des alternatives à l'extérieur de l'école pour éduquer notamment leurs jeunes à la sécurité en ligne, ne sachant pas trop ce qui est enseigné à ce sujet à l'école. Selon eux, la pandémie a aussi rendu plus difficiles le suivi des apprentissages de leurs jeunes et la communication avec le personnel

enseignant. Ils ont donc exprimé des attentes envers les directions d'école pour les accompagner dans l'éducation de leurs jeunes à la littératie numérique.

8.4.3.3 Les enseignants versus l'école et les jeunes

Pour les enseignants, il y a non seulement un manque de ressources ou de structures pour développer l'éducation à la littératie numérique, mais aussi un manque d'uniformité dans les objectifs formulés dans les politiques publiques suivis par les directions d'école. Des considérations éthiques (enregistrement de l'enseignant sans son consentement explicite; accès à l'intégralité des notes du cours; nouveaux accommodements pour les élèves ne pouvant pas être présents à l'école) se posent en plus du manque de directives claires à imposer pour l'usage de la technologie en classe. Cela est sans compter les frontières parfois poreuses qui s'installent entre la vie personnelle et la vie scolaire avec l'utilisation des outils en ligne.

Les enseignants évoquent un manque donc d'occasions de perfectionnement qui devraient être offertes à tout le personnel enseignant, peu importe le domaine, pour ensuite être intégrées à la matière du cours. Ils formulent des pistes inspirées de cours existants dans certaines provinces, par exemple le cours obligatoire d'information et société en 11^e année au Nouveau-Brunswick ou encore l'approche de la formation d'« élèves-chercheurs » adoptée en Ontario uniquement dans le programme du baccalauréat international (BI), mais pas dans les autres curriculums.

Ainsi, les groupes de discussion ont permis d'exposer certains aspects du phénomène de désinformation en ligne à explorer par la recherche : les besoins de formation du personnel enseignant et les questions éthiques reliées à l'usage du numérique en contexte professionnel et scolaire, l'uniformité de directives et l'harmonisation des politiques publiques sur les objectifs du développement à la citoyenneté numérique et la confiance de certains jeunes envers leurs compétences médiatiques.

CONCLUSION

Le présent rapport avait comme objectif de brosser un portrait des usages que les jeunes font d'Internet pour s'informer et transmettre de l'information en s'appuyant sur une revue de littérature au sujet de la littératie numérique et médiatique, et sur les résultats d'un sondage et de groupes de discussion. Il était aussi question de proposer des pistes de réflexion et des recommandations à un ensemble d'actrices et d'acteurs et de partenaires des communautés francophones en situation minoritaire. La revue de littérature nous a permis de mieux comprendre les effets potentiels de l'intensité de l'usage d'Internet, en plus de nuancer les définitions de littératie numérique et de littératie médiatique. La première se référant aux compétences relatives à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication et de l'Internet, alors que la seconde relève plutôt de la capacité d'accéder à l'information, d'en faire une analyse et une évaluation critique pour ensuite la partager. De plus, l'usage d'Internet et des écrans gagnerait à être perçu comme une avenue positive en termes de développement à l'éducation à la citoyenneté numérique; on souligne l'importance de miser sur un apprentissage constructif d'Internet et des écrans. Ainsi, il serait préférable de laisser tomber l'aspect d'esprit critique, au sens de critiquer toute information, au profit d'un esprit analytique en misant plutôt sur l'engagement et la participation des jeunes pour qu'ils soient capables de résilience en développant leur capacité réflexive en tant qu'apprenants et acteurs numériques. En contexte linguistique minoritaire, la création de contenu en français qui vient enrichir l'expérience des jeunes en ligne rejoint l'idée de favoriser une approche socioculturelle de l'éducation à la citoyenneté numérique. Celle-ci devrait tenir plus en compte de la diversité de leurs situations et de leurs intérêts. Enfin, l'état de la recherche sur le phénomène de désinformation en ligne converge vers l'idée d'accroître la littératie médiatique chez la population, à défaut de pouvoir réguler les plateformes numériques et les logiques algorithmiques derrière la diffusion de fausses informations. Dans cette perspective, les outils de sensibilisation à ce phénomène et les ressources pédagogiques pour y faire face sont amenées à se développer, à être évalués plus systématiquement pour juger de leur efficacité, voire de faire partie intégrante des curriculums.

En plus de la revue de littérature, les résultats du sondage mené auprès des jeunes d'expression française âgés de 16 à 25 ans issus d'une communauté francophone en situation minoritaire nous ont permis d'établir des constats et d'identifier des pistes à explorer par la recherche. Premièrement, il est nécessaire de s'intéresser davantage à l'usage que ces jeunes font d'Internet. Nos résultats montrent que le temps passé en ligne apporte des risques de cyberdépendance et d'isolement social, sans parler des

effets sur la santé mentale et l'apprentissage et l'usage de la langue française. Deuxièmement, il faut se pencher sur l'effet des comportements anglicisés des jeunes en ligne sur la vitalité de la culture et de la langue française. Comme nous l'avons souligné, plus de la moitié des jeunes de notre échantillon affirment avoir le français et l'anglais comme langues maternelles. Ainsi, une part plus importante favorise le bilinguisme plutôt que, uniquement, le français quand ils sont sur Internet. Les impacts de ce comportement restent à explorer considérant les liens importants entre le développement de compétences médiatiques en français, la consommation de contenus culturels francophones en ligne et la construction des identités ethnolinguistiques, en l'occurrence francophones. En effet, nous avons observé que l'anglais est la langue la plus souvent parlée dans bien des situations chez ce groupe de jeunes, plus que le français; dans certaines situations, ce niveau d'usage de l'anglais est même comparable à celui des jeunes ayant déclaré avoir l'anglais comme langue maternelle. De plus, les activités surtout pratiquées en anglais sont aussi celles qui sont le plus fréquemment pratiquées.

Troisièmement, il y a un besoin de créer du contenu français en ligne pour ces jeunes qui ne forment pas nécessairement un groupe homogène en matière d'intérêts et de goûts. Comblé ce besoin représente alors tout un défi. Par exemple, comme nous l'avons décrit, la population féminine et la population masculine font un usage d'Internet qui est très différencié. Ainsi, les approches concertées de plusieurs actrices et de plusieurs acteurs devront être conçues en fonction de chacun des groupes. Il faudra aussi renforcer la confiance envers des sources d'information légitimes. Comme ils l'ont eux-mêmes souligné, les jeunes font très peu confiance à l'information qui est partagée au sein de leur famille. D'ailleurs, ce constat rejoint une inquiétude soulevée lors des groupes de discussion. Les enseignants et les parents sont dépassés par le phénomène de désinformation et de propagande en ligne, tout comme l'intensité à laquelle les médias sociaux évoluent. Les parents réclament des outils et un soutien pour mieux intervenir auprès de leurs enfants, alors que les enseignants réclament plus d'encadrement, de perfectionnement professionnel sur le sujet, soulignant la nécessité de miser sur le développement de la pensée critique chez les jeunes. Finalement, il faut agir rapidement et outiller les jeunes pour qu'ils puissent naviguer en toute sécurité et appréhender l'information qui se présente à eux quotidiennement afin d'éviter d'atténuer la confiance qu'ils portent aux experts, aux scientifiques, aux gouvernements et à leur famille.

Ainsi, les résultats de cette étude nous montrent que les jeunes d'expression française des communautés linguistiques en situation minoritaire n'échappent pas au phénomène de la désinformation en ligne, mais que les ressources qui pourraient mieux les prémunir contre elle ne répondent pas à leurs besoins. Plusieurs

recommandations peuvent être émises pour soutenir les actrices et les acteurs qui souhaitent alors contribuer à renforcer la littératie numérique et médiatique chez les jeunes. Celle-ci semble être le rempart le plus important pour éduquer les jeunes à la citoyenneté numérique et en faire des individus créatifs et résilients toute leur vie durant. Notre étude nous a aussi révélé une relative incertitude chez le corps enseignant et les familles quant aux moyens à déployer et aux consignes à suivre pour lutter contre ce phénomène et ses préjudices. Cette incertitude est liée à la complexité du phénomène, mais aussi à une diversité d'approches et d'initiatives, parfois isolées et rarement évaluées, pour développer la littératie numérique et médiatique chez les jeunes.

Une de nos recommandations est donc de créer un espace de concertation entre différents acteurs de la francophonie canadienne pour réfléchir aux approches à adopter et aux stratégies les plus prometteuses pour y parvenir. En prenant exemple sur les consultations menées pour élaborer les politiques éducatives telles que la Politique d'aménagement culturel et linguistique au Nouveau-Brunswick, la création d'un tel espace pourrait avoir un effet mobilisateur sur les actions à entreprendre en tenant compte de la diversité des expériences des actrices et des acteurs sur le terrain, des jeunes et de leur famille. Une seconde recommandation serait d'encourager l'élaboration d'une stratégie ou d'un cadre de référence commun aux provinces et territoires sur l'éducation à la citoyenneté numérique et à la lutte contre la désinformation en prenant appui sur ces consultations et les ressources existantes à ce sujet.

Une troisième recommandation serait de mieux accompagner les enseignants et les gestionnaires en éducation sur l'évolution des approches en éducation à la citoyenneté numérique incluant les approches visant à contrer le phénomène de désinformation en ligne. L'objectif est d'avoir une connaissance actualisée du phénomène. Dans cette perspective, cela pourrait être inclut dans la formation des maîtres et comme perfectionnement professionnel. Cette formation ou ce perfectionnement aborderait également les enjeux éthiques par rapport à l'usage des plateformes numériques pour mieux définir certaines limites, notamment celles entre vie personnelle et vie privée.

Une quatrième recommandation serait de continuer à encourager la conception de ressources pédagogiques et d'outils de sensibilisation en français tels que ceux produits par des organismes comme HabiloMédias et d'adapter des contenus à la réalité socioculturelle des jeunes, des parents et du personnel enseignant issus des CFMS. Enfin, une cinquième recommandation serait d'appuyer la recherche sur ce phénomène pour mieux en saisir les impacts et documenter son évolution dans la société canadienne. Devant l'ampleur du phénomène et les résultats de notre étude exploratoire, il est essentiel de réfléchir aux meilleurs moyens de s'adapter aux changements sociaux tels que ceux induits par le numérique.

RÉFÉRENCES

- Baker, S. (1999). Five baselines for justification in persuasion. *Journal of Mass Media Ethics*, 14(2), 69-81. https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1402_1
- Bennett, S., Maton, K. et Kervin, L. (2008). The « digital natives » debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>
- Bétrancourt, M. (2016). De la culture à la compétence numérique: la responsabilité de l'école. *Enjeux pédagogiques*, 16, 14-15. <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:92517>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Brin, C., Charlton, S. et Leclair, K. (2020). *Digital news report Canada : Synthèse des données 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford.
- Bronner, G. (2021). *Apocalypse cognitive*. Presses universitaires de France.
- Callon, M. (1981). Pour une sociologie des controverses technologiques. *Fundamenta scientiae*, 2(3/4), 381-399.
- Cavanagh, M., Cammarata, L., et Blain, S. (2016). Enseigner en milieu francophone minoritaire canadien: synthèse des connaissances sur les défis et leurs implications pour la formation des enseignants. *Canadian Journal of Education=Revue canadienne de l'éducation*, 39(4), 1-32. <https://journals.sfu.ca/cje/index.php/cje-rce/article/view/2268>
- Choi, M. (2016). A concept analysis of digital citizenship for democratic citizenship education in the internet age. *Theory & Research in Social Education*, 44(4), 565-607. <https://doi.org/10.1080/00933104.2016.1210549>
- Commission européenne (CE) (2016, 10 juin). *Communication de la commission au parlement européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions. Une nouvelle stratégie en matière de compétences pour l'Europe. Travailler ensemble pour renforcer le capital humain et améliorer l'employabilité et la compétitivité*. Brussel, 1-23.
- Collin, S. (2021). L'éducation à la citoyenneté numérique : pour quelle(s) finalité(s)? *Éducation et francophonie*, 49(2). <https://doi.org/10.7202/1085303ar>

- Collin, S. et Karsenti, T. (2012). Approches théoriques des usages des technologies en éducation : regard critique. *Formation et profession*, 20(3), 60-72. <http://dx.doi.org/10.18162/fp.2012.168>
- Cotnam-Kappel, M. et Woods, H. (2020). La participation en ligne en Ontario français : pistes de réflexion et d'action pour redéfinir la francophonie avec et pour les jeunes. *Éducation et francophonie*, 48(1), 144-163. <https://doi.org/10.7202/1070104ar>
- Danblon, E. (2013). *L'homme rhétorique : culture, raison, action*. Les Éditions du Cerf.
- de Leeuw, R. N. H., et Buijzen, M. (2016). Introducing positive media psychology to the field of children, adolescents, and media. *Journal of Children and Media*, 10(1), 39-46. <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1121892>
- Dubar, C., et Engrand, S. (1991). Formation continue et dynamique des identités professionnelles. *Formation emploi*, 34, 87-100. https://www.persee.fr/doc/forem_0759-6340_1991_num_34_1_1829
- Dubet, F. (2002). *Le déclin de l'éducation*. Seuil.
- Dubet, F. (1994). *Sociologie de l'expérience*. Seuil.
- Dubet, F. (1993). *La galère : jeunes en survie*. Fayard.
- Dufour, M., Gagnon, S. R., Nadeau, L., Légaré, A.-A. et Laverdière, É. (2019). Portrait clinique des adolescents en traitement pour une utilisation problématique d'Internet. *La Revue Canadienne de psychiatrie*, 64(2), 136-144. <https://doi.org/10.1177/0706743718800698>
- Duplâa, E. (2011). Lire et écrire Internet: définition, enjeux et évaluation des littératies numériques. Dans M. J. Berger et A. Desrochers (dir.), *L'Évaluation de la littératie* (p. 255-286). Les presses de l'Université d'Ottawa. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1ch780n>
- Fernández-de-Castro, P., Aranda, D., Moyano, S., et Sampedro, V. (2021). Digital youth work: A systematic review with a proposal. *Social Work Education*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/02615479.2021.1971187>
- Gouvernement du Manitoba (s.d.). *Littératie avec les TIC dans tous les programmes d'études. Un modèle pour l'apprentissage de la maternelle à la 12^e année*. <https://www.edu.gov.mb.ca/m12/tic/litteratie/index.html>
- Gouvernement du Québec (s.d.). Programme La culture à l'école. <http://www.education.gouv.qc.ca/enseignants/dossiers/culture-education/programme-la-culture-a-lecole/>

- Hagerman, M. S. (2017). Les bricoscientifiques: Exploring the intersections of disciplinary, digital, and maker literacies instruction in a Franco-Ontarian school. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 61(3), 319-325. <https://doi.org/10.1002/jaal.699>
- Hébert, V., Scott C., Mahéo V.-A., Jackson, P. et Brin, C. (2022). *Les jeunes adultes québécois face à la désinformation et la mésinformation - Évaluation d'ateliers éducatifs en mode mobile*. Centre d'études sur les médias. <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2022/11/cem-desinformation-atelier-2022.pdf>
- Heffer, T., Good, M., Daly, O., MacDonell, E. et Willoughby, T. (2019). The longitudinal association between social-media use and depressive symptoms among adolescents and young adults: An empirical reply to twenge et al. (2018). *Clinical Psychological Science*, 7(3), 462-470. <https://doi.org/10.1177/2167702618812727>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action. A white paper on the digital and media literacy recommendations of the Knight Commission on the information needs of communities in a democracy*. The Aspen Institute.
- Kligler-Vilenchik, N., et Literat, I. (2020). Youth digital participation: Now more than ever. *Media and Communication*, 8(2), 171-74. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3180>
- Knight Foundation (2012). *Digital citizenship: Exploring the field of tech for engagement*. <https://knightfoundation.org/wp-content/uploads/2019/06/Digital-Citizenship-tech4engage-summit-report.pdf>
- Landry, N. (2017). Articuler les dimensions constitutives de l'éducation aux médias. *Tic & société*, 17(1), 7-45. <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.2236>
- Lankshear, C. J. et Knobel, M. (2008). *Digital literacies: Concepts, policies and practices*. Peter Lang Publishing.
- Larivière, N. (2022). *Comment explique-t-on l'action publique du Canada pour répondre à la désinformation?* [mémoire de maîtrise, Université d'Ottawa]. Recherche uO. <https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/44039/1/LARIVI%c3%88RE%2c%20Nicolas%20-%20300147526.pdf>
- Leu, D., Kinzer, C., Coiro, J., Castek, J. et Henry, L. (2019). New literacies: A dual-level theory of the changing nature of literacy, instruction, and assessment. Dans D. Alvermann, N. Unrau, M. Sailors et R. Ruddel (dir.), *Theoretical models and processes of literacy* (7^e éd., p. 319-346). Routledge.
- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., Purcell, K. et Zickuhr, K. et Rainie L. (2011). *Teens, kindness and cruelty on social network sites: How American teens navigate the*

new world of « digital citizenship ». Pew Research Center's Internet & American Life Project. <https://www.pewresearch.org/internet/2011/11/09/teens-kindness-and-cruelty-on-social-network-sites/>

Luthar, S. S., Cicchetti, D., et Becker, B. (2000). The construct of resilience: A critical evaluation and guidelines for future work. *Child Development*, 71(3), 543-562. <https://doi.org/10.1111/1467-8624.00164>

Michelot, F. (2020). « Esprit (critique), es-tu là? » Enseigner aux compétences numériques et informationnelles, un enjeu sociétal. *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire*, 17(1), 97-104. <https://doi.org/10.18162/ritpu-2020-v17n1-05>

Ministère de l'éducation et du développement de la petite enfance (2009). *Informatique et société - 63311A*. Fredericton. <https://www2.gnb.ca/content/dam/gnb/Departments/ed/pdf/K12/servped/Technologie/InformatiqueEtSociete63311A-11eAnnee.pdf>

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) (2018a). *Le Futur de l'éducation et des compétences. Projet Éducation 2030 de l'OCDE*.

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) (2018b). *New technologies and 21st century children: Recent trends and outcomes*. <https://dx.doi.org/10.1787/e071a505-en>

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Pasquinelli, E. et Bronner, G. (2021). *Éduquer à l'esprit critique. Base théoriques et indications pratiques pour l'enseignement et la formation*. Ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports.

Pellerin, M., Jacquet, M. et Lefebvre, S. (2021). La complexité de l'éducation à la citoyenneté numérique : des enjeux sociétaux, éducatifs et politiques. *Éducation et francophonie*, 49(2). <https://www.erudit.org/fr/revues/ef/2021-v49-n2-ef06680/>

Proulx, S. (2020). *La participation numérique : une injonction paradoxale*. Presses des Mines.

Shalani, B., Azadfallah, P. et Farahani, H. (2021). Correlates of screen time in children and adolescents: A systematic review study. *Journal of Modern Rehabilitation*, 15(4), 187-208. <https://doi.org/10.18502/jmr.v15i4.7740>

Spires, H., Bartlett, M. E., Garry, A. et Quick, A. H. (2012). *Literacies and learning: Designing a path forward*. Friday Institute for Educational Innovation, North Carolina State University.

- Statistique Canada (2022). *Langue maternelle selon la première langue officielle parlée et la connaissance des langues officielles : Canada, provinces et territoires, divisions de recensement et subdivisions de recensement*. Tableau 98-10-0170-01. <https://doi.org/10.25318/9810017001-fra>
- Steeves, V. (2014). *Jeunes canadiens dans un monde branché. Phase III : experts ou amateurs? Jauger les compétences en littératie numériques des jeunes Canadiens*. HabiloMédias. <https://habilomedia.ca/jcmb>
- St-Onge, S. (2021). *L'influence des médias comme source de vitalité sur les vécus langagiers et le développement psycholangagier chez les élèves des écoles secondaires francophones du Nouveau-Brunswick* (publication n° 29036925) [thèse de doctorat, Université de Moncton, Moncton, Canada]. ProQuest Dissertations & Theses Global. Publishing. <https://go.openathens.net/redirector/umoncton.ca?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/l-influence-des-médias-comme-source-de-vitalité/docview/2637752710/se-2>
- Touraine, A. (1978). *La voix et le regard*. Seuil.
- Yagoubi, A. (2020). *Cultures et inégalités numériques; usages numériques des jeunes au Québec*. Printemps numériques : Jeunesse QC2030.
- Yates, J. (22 avril 2020). *Covid-19 : les théories du complot gagnent du terrain, selon un sondage*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1696346/covid-conspirations-sondage-jeunes-stress-quebec-canada-complot>

ANNEXE I

A1 Comparaison selon les régions

A1.1 Profil des répondantes et des répondants

Tableau 257. Langue(s) la(les) plus souvent utilisée(s) ou parlée(s) avec les autres élèves les étudiantes ou les étudiants selon la région de résidence

Langue parlée avec les autres élèves	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Français	59,5 %	35,5 %	17,6 %	12,7 %	32,2 %
Anglais	1,5 %	0,0 %	9,4 %	10,6 %	6,5 %
Français et anglais	39,0 %	64,5 %	73,1 %	76,8 %	61,3 %
Total général	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 258. Perception que la communauté anglophone est un reflet de qui je suis selon la région de résidence

Reflet communautaire	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	47,6 %	38,5 %	34,7 %	40,6 %
Correspond aucunement	25,7 %	16,4 %	13,4 %	18,9 %
Correspond peu	21,9 %	22,1 %	21,3 %	21,7 %
Correspond modérément	24,8 %	29,6 %	33,6 %	28,8 %
Correspond fortement ou entièrement	27,7 %	31,9 %	31,7 %	30,6 %
Correspond fortement	18,6 %	19,0 %	18,3 %	19,0 %
Correspond entièrement	9,0 %	12,8 %	13,4 %	11,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 259. Engagement à défendre les droits linguistiques de cette communauté selon la région de résidence

Engagement à défendre les droits linguistiques	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	46,3 %	35,8 %	36,3 %	40,4 %
Correspond aucunement	25,7 %	18,7 %	22,1 %	22,5 %
Correspond peu	20,6 %	17,2 %	14,2 %	17,8 %
Correspond modérément	26,4 %	33,2 %	25,7 %	28,1 %
Correspond fortement ou entièrement	27,3 %	31,0 %	38,1 %	31,6 %
Correspond fortement	12,5 %	11,6 %	18,1 %	14,1 %
Correspond entièrement	14,8 %	19,4 %	19,9 %	17,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 260. Indicateur d'isolement social selon la région de résidence

Reflète communautaire	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Faible	26,0 %	23,5 %	20,9 %	23,9 %
Modéré	57,6 %	52,9 %	62,8 %	57,9 %
Fort	16,4 %	23,5 %	16,3 %	18,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.2 Accès à Internet et son usage

Tableau 261. Accès à Internet selon la région de résidence

Accès Internet	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	100,0 %	100,0 %	99,6 %	98,9 %	99,5 %
Non	0,0 %	0,0 %	0,4 %	1,1 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 262. Accès à Internet haute vitesse selon la région de résidence

Accès Internet haute vitesse	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	78,6 %	80,0 %	70,0 %	73,3 %	74,6 %
Non	4,9 %	12,0 %	8,5 %	6,6 %	6,6 %
Pas certaine ou certain	16,6 %	8,0 %	21,5 %	20,2 %	18,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 263. Usage d'Internet lors d'une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail selon la région de résidence

Utilisation d'Internet	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Moins de 3 heures	9,8 %	4,0 %	11,2 %	9,6 %	9,9 %
3 à 4 heures	25,2 %	24,0 %	25,6 %	25,3 %	25,3 %
5 à 6 heures	30,1 %	28,0 %	25,1 %	28,0 %	28,0 %
7 à 8 heures	18,3 %	20,0 %	19,3 %	21,8 %	19,8 %
Plus de 8h	16,7 %	24,0 %	18,8 %	15,3 %	17,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 264. Accès à un appareil mobile personnel (téléphone) selon la région de résidence

Accessibilité – appareil mobile personnel	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	96,4 %	100,0 %	96,0 %	95,8 %	96,2 %
Non	3,6 %	0,0 %	4,0 %	4,2 %	3,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 265. Accès à un appareil mobile (téléphone) partagé (familial) selon la région de résidence

Accessibilité – appareil mobile partagé	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	7,9 %	0,0 %	4,5 %	5,4 %	5,9 %
Non	92,1 %	100,0 %	95,5 %	94,6 %	94,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 266. Accès à un ordinateur personnel (bureau ou portable) selon la région de résidence

Accessibilité – ordinateur personnel	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	86,5 %	89,7 %	80,0 %	85,3 %
Non	13,5 %	10,3 %	20,0 %	14,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 267. Accès à une console de jeu vidéo selon la région de résidence

Accessibilité – console de jeu vidéo	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	39,8 %	25,0 %	43,0 %	31,9 %	37,7 %
Non	60,2 %	75,0 %	57,0 %	68,1 %	62,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 268. Accès à une télévision intelligente selon la région de résidence

Accessibilité – télévision intelligente	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	54,9 %	66,7 %	61,0 %	51,5 %	55,9 %
Non	45,1 %	33,3 %	39,0 %	48,5 %	44,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 269. Accès à un autre appareil (p. ex. : tablette) selon la région de résidence

Accessibilité – autre appareil	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	35,5 %	37,5 %	30,0 %	33,8 %	33,5 %
Non	64,5 %	62,5 %	70,0 %	66,2 %	66,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 270. Accès à des données mobiles sur son appareil selon la région de résidence

Accessibilité données mobiles – son appareil	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	85,8 %	91,3 %	82,0 %	76,7 %	82,0 %
Non	14,2 %	8,7 %	18,0 %	23,3 %	18,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 271. Accès à des données mobiles sur l'appareil familial selon la région de résidence

Accessibilité données mobiles – appareil familial	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	5,0 %	0,0 %	2,3 %	3,5 %	3,6 %
Non	95,0 %	100,0 %	97,7 %	96,5 %	96,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 272. Utilisation du wifi dans un endroit public selon la région de résidence

Utilisation wifi – endroit public	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	80,1 %	82,6 %	83,8 %	81,0 %	81,5 %
Non	19,9 %	17,4 %	16,2 %	19,0 %	18,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 273. Utilisation d'un ordinateur partagé (p. ex. : école, bibliothèque, travail (bureau)) selon la région de résidence

Utilisation – ordinateur partagé	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	20,9 %	26,1 %	28,8 %	29,1 %	25,8 %
Non	79,1 %	73,9 %	71,2 %	70,9 %	74,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 274. Utilisation d'un autre appareil (p. ex. : chez un membre de ma famille, amie ou ami) selon la région de résidence

Utilisation autre appareil	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	15,9 %	8,7 %	15,3 %	10,1 %	13,7 %
Non	84,1 %	91,3 %	84,7 %	89,9 %	86,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.3 Fréquence d'utilisation des médias sociaux

Tableau 275. Fréquence d'utilisation d'Instagram selon la région de résidence

Utilisation Instagram	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	73,4 %	73,2 %	79,1 %	75,3 %
Plusieurs fois par jour	55,8 %	59,5 %	63,6 %	59,9 %
Une fois par jour	17,6 %	13,6 %	15,5 %	15,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	9,0 %	11,4 %	8,9 %	9,7 %
Quelques fois par semaine	5,6 %	7,7 %	7,4 %	6,9 %
Quelques fois par mois	3,3 %	3,6 %	1,6 %	2,9 %
Rarement ou jamais	17,6 %	15,5 %	12,0 %	15,0 %
Rarement	4,7 %	5,9 %	4,7 %	5,1 %
Jamais	13,0 %	9,5 %	7,4 %	9,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 276. Fréquence d'utilisation de Twitter selon la région de résidence

Utilisation Twitter	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	9,6 %	16,4 %	13,2 %	12,8 %
Plusieurs fois par jour	3,3 %	10,0 %	6,2 %	6,4 %
Une fois par jour	6,3 %	6,4 %	7,0 %	6,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	10,6 %	15,5 %	12,8 %	12,7 %
Quelques fois par semaine	5,0 %	10,0 %	5,8 %	6,6 %
Quelques fois par mois	5,6 %	5,5 %	7,0 %	6,1 %
Rarement ou jamais	79,7 %	68,2 %	74,0 %	74,4 %
Rarement	12,0 %	11,8 %	10,5 %	11,1 %
Jamais	67,8 %	56,4 %	63,6 %	63,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 277. Fréquence d'utilisation de LinkedIn selon la région de résidence

Utilisation LinkedIn	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	3,3 %	3,6 %	2,3 %	3,1 %
Plusieurs fois par jour	0,7 %	1,8 %	0,8 %	1,1 %
Une fois par jour	2,7 %	1,8 %	1,6 %	2,0 %
Quelques fois par semaine ou par mois	6,0 %	13,2 %	7,8 %	8,7 %
Quelques fois par semaine	3,7 %	4,5 %	3,1 %	3,7 %
Quelques fois par mois	2,3 %	8,6 %	4,7 %	5,0 %
Rarement ou jamais	90,7 %	83,2 %	89,9 %	88,2 %
Rarement	7,6 %	9,5 %	7,8 %	8,1 %
Jamais	83,1 %	73,6 %	82,2 %	80,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 278. Fréquence d'utilisation de TikTok selon la région de résidence

Utilisation TikTok	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	61,5 %	53,2 %	51,6 %	55,7 %
Plusieurs fois par jour	53,2 %	46,4 %	41,9 %	47,5 %
Une fois par jour	8,3 %	6,8 %	9,7 %	8,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	6,6 %	9,5 %	8,5 %	8,4 %
Quelques fois par semaine	4,3 %	4,5 %	6,2 %	5,1 %
Quelques fois par mois	2,3 %	5,0 %	2,3 %	3,2 %
Rarement ou jamais	31,9 %	37,3 %	39,9 %	35,9 %
Rarement	4,0 %	7,7 %	5,8 %	5,6 %
Jamais	27,9 %	29,5 %	34,1 %	30,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 279. Fréquence d'utilisation de WhatsApp selon la région de résidence

Utilisation WhatsApp	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	11,6 %	18,2 %	13,6 %	14,2 %
Plusieurs fois par jour	7,6 %	13,2 %	7,8 %	9,5 %
Une fois par jour	4,0 %	5,0 %	5,8 %	4,7 %
Quelques fois par semaine ou par mois	8,0 %	10,5 %	22,1 %	13,5 %
Quelques fois par semaine	5,6 %	5,9 %	15,5 %	9,0 %
Quelques fois par mois	2,3 %	4,5 %	6,6 %	4,5 %
Rarement ou jamais	80,4 %	71,4 %	64,3 %	72,3 %
Rarement	5,3 %	9,1 %	11,6 %	8,6 %
Jamais	75,1 %	62,3 %	52,7 %	63,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 280. Fréquence d'utilisation de Reddit selon la région de résidence

Utilisation Reddit	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	5,0 %	9,5 %	9,3 %	7,6 %
Plusieurs fois par jour	1,7 %	5,5 %	4,7 %	3,7 %
Une fois par jour	3,3 %	4,1 %	4,7 %	3,9 %
Quelques fois par semaine ou par mois	10,3 %	14,1 %	15,5 %	13,0 %
Quelques fois par semaine	5,6 %	6,4 %	8,1 %	6,6 %
Quelques fois par mois	4,7 %	7,7 %	7,4 %	6,4 %
Rarement ou jamais	84,7 %	76,4 %	75,2 %	79,4 %
Rarement	11,6 %	17,7 %	14,0 %	13,8 %
Jamais	73,1 %	58,6 %	61,2 %	65,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 281. Fréquence d'utilisation de Snapchat selon la région de résidence

Utilisation Snapchat	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	78,4 %	70,9 %	67,1 %	72,1 %
Plusieurs fois par jour	69,4 %	57,3 %	55,0 %	60,8 %
Une fois par jour	9,0 %	13,6 %	12,0 %	11,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	7,3 %	10,5 %	9,3 %	9,1 %
Quelques fois par semaine	6,0 %	6,8 %	3,9 %	5,6 %
Quelques fois par mois	1,3 %	3,6 %	5,4 %	3,5 %
Rarement ou jamais	14,3 %	18,6 %	23,6 %	18,8 %
Rarement	3,3 %	3,2 %	4,3 %	3,6 %
Jamais	11,0 %	15,5 %	19,4 %	15,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 282. Fréquence d'utilisation de Pinterest selon la région de résidence

Utilisation Pinterest	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	12,3 %	13,6 %	15,9 %	13,8 %
Plusieurs fois par jour	7,3 %	6,4 %	8,5 %	7,5 %
Une fois par jour	5,0 %	7,3 %	7,4 %	6,4 %
Quelques fois par semaine ou par mois	34,9 %	32,7 %	31,0 %	32,9 %
Quelques fois par semaine	15,3 %	15,5 %	17,4 %	15,8 %
Quelques fois par mois	19,6 %	17,3 %	13,6 %	17,1 %
Rarement ou jamais	52,8 %	53,6 %	53,1 %	53,2 %
Rarement	16,6 %	15,9 %	15,5 %	16,0 %
Jamais	36,2 %	37,7 %	37,6 %	37,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 283. Fréquence d'utilisation de Twitch selon la région de résidence

Utilisation Twitch	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	4,0 %	6,8 %	3,5 %	4,5 %
Plusieurs fois par jour	3,0 %	5,5 %	1,9 %	3,2 %
Une fois par jour	1,0 %	1,4 %	1,6 %	1,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	6,3 %	7,3 %	9,7 %	7,7 %
Quelques fois par semaine	2,7 %	3,2 %	5,0 %	3,5 %
Quelques fois par mois	3,7 %	4,1 %	4,7 %	4,2 %
Rarement ou jamais	89,7 %	85,9 %	86,8 %	87,8 %
Rarement	8,3 %	10,9 %	12,0 %	10,0 %
Jamais	81,4 %	75,0 %	74,8 %	77,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 284. Fréquence d'utilisation de Discord selon la région de résidence

Utilisation Discord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Une à plusieurs fois par jour	10,3 %	17,7 %	14,0 %	13,6 %
Plusieurs fois par jour	8,3 %	12,3 %	9,7 %	9,9 %
Une fois par jour	2,0 %	5,5 %	4,3 %	3,7 %
Quelques fois par semaine ou par mois	8,3 %	19,5 %	16,3 %	14,1 %
Quelques fois par semaine	4,7 %	8,6 %	8,9 %	7,1 %
Quelques fois par mois	3,7 %	10,9 %	7,4 %	7,0 %
Rarement ou jamais	81,4 %	62,7 %	69,8 %	72,3 %
Rarement	10,0 %	9,1 %	14,0 %	10,8 %
Jamais	71,4 %	53,6 %	55,8 %	61,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 285. Fréquence à laquelle une formation en ligne est suivie (p. ex. : cours en ligne) selon la région de résidence

Suivre une formation en ligne	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	37,0 %	43,4 %	53,4 %	44,3 %
Jamais	12,8 %	16,5 %	20,2 %	16,3 %
Rarement	24,2 %	26,9 %	33,2 %	28,0 %
Parfois	27,3 %	28,8 %	24,5 %	26,7 %
Souvent ou très souvent	35,6 %	27,8 %	22,1 %	29,0 %
Souvent	20,4 %	14,6 %	14,2 %	16,5 %
Très souvent	15,2 %	13,2 %	7,9 %	12,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 286. Langue(s) dans laquelle(lesquelles) les vidéos, films ou téléseries sont visionnés selon la région de résidence

Langue – visionnement de vidéos, films ou téléseries	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	13,2 %	5,9 %	2,4 %	7,2 %
Toujours en français	6,2 %	2,9 %	0,8 %	3,4 %
Plus souvent en français	7,0 %	2,9 %	1,6 %	3,9 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	22,3 %	16,6 %	19,0 %	19,6 %
Surtout en anglais	64,5 %	77,6 %	78,6 %	73,2 %
Plus souvent en anglais	42,9 %	46,8 %	58,5 %	50,0 %
Toujours en anglais	21,6 %	30,7 %	20,2 %	23,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 287. Fréquence à laquelle des livres sont lus selon la région de résidence

Lire des livres	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	39,8 %	33,2 %	37,1 %	36,8 %
Jamais	17,2 %	12,5 %	12,7 %	14,5 %
Rarement	22,6 %	20,7 %	24,3 %	22,3 %
Parfois	30,5 %	30,3 %	33,1 %	30,8 %
Souvent ou très souvent	29,7 %	36,5 %	29,9 %	32,4 %
Souvent	15,1 %	17,3 %	19,1 %	17,3 %
Très souvent	14,7 %	19,2 %	10,8 %	15,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 288. Langue(s) dans laquelle(lesquelles) les tâches pour le travail sont faites selon la région de résidence

Langue - tâches pour le travail	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Surtout en français	47,1 %	31,7 %	16,1 %	33,3 %
Toujours en français	25,0 %	15,1 %	9,4 %	17,7 %
Plus souvent en français	22,1 %	16,5 %	6,7 %	15,6 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	27,9 %	28,1 %	19,5 %	25,3 %
Surtout en anglais	25,0 %	40,3 %	64,4 %	41,5 %
Plus souvent en anglais	15,1 %	15,8 %	29,5 %	19,8 %
Toujours en anglais	9,9 %	24,5 %	34,9 %	21,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 289. Fréquence à laquelle les jeunes agissent pour améliorer la société (p.ex. : pétition en ligne, dons, participer à des événements) selon la région de résidence

Améliorer la société	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	68,8 %	64,4 %	66,1 %	66,4 %
Jamais	39,8 %	32,2 %	34,7 %	36,1 %
Rarement	29,0 %	32,2 %	31,5 %	30,3 %
Parfois	25,1 %	25,0 %	26,3 %	25,4 %
Souvent ou très souvent	6,1 %	10,6 %	7,6 %	8,2 %
Souvent	3,9 %	7,7 %	5,6 %	5,5 %
Très souvent	2,2 %	2,9 %	2,0 %	2,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.4 Cyberdépendance selon la région de résidence actuelle

Tableau 290. Mise en péril d'une relation, d'un emploi, d'une opportunité d'étude ou de carrière selon la région de résidence

Mise en péril	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	86,7 %	82,6 %	83,6 %	84,5 %
Correspond aucunement	68,8 %	63,6 %	64,3 %	66,0 %
Correspond peu	17,9 %	19,0 %	19,3 %	18,5 %
Correspond modérément	10,3 %	10,3 %	10,9 %	10,2 %
Correspond fortement ou entièrement	3,0 %	7,2 %	5,5 %	5,3 %
Correspond fortement	2,7 %	5,6 %	4,2 %	4,3 %
Correspond entièrement	0,4 %	1,5 %	1,3 %	1,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 291. Sentiment de passer trop de temps en ligne selon la région de résidence

Sentiment	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Correspond aucunement ou peu	22,0 %	31,7 %	20,5 %	24,1 %
Correspond aucunement	6,1 %	9,5 %	6,3 %	7,1 %
Correspond peu	15,9 %	22,1 %	14,2 %	17,0 %
Correspond modérément	38,3 %	31,2 %	31,4 %	33,7 %
Correspond fortement ou entièrement	39,8 %	37,2 %	48,1 %	42,2 %
Correspond fortement	26,9 %	24,6 %	32,2 %	28,6 %
Correspond entièrement	12,9 %	12,6 %	15,9 %	13,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 292. Effort pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet selon la région de résidence

Effort pour réduire	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	65,4 %	62,6 %	69,1 %	65,7 %
Non	34,6 %	37,4 %	30,9 %	34,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 293. Succès des efforts pour réduire l'utilisation d'Internet selon la région de résidence

Succès des efforts	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Oui	66,7 %	70,3 %	64,7 %	66,9 %
Non	33,3 %	29,7 %	35,3 %	33,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 294. Indicateur de cyberdépendance selon la région de résidence

Cyberdépendance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Faible	19,6 %	19,1 %	13,7 %	17,4 %
Modérée	75,5 %	68,8 %	71,4 %	72,2 %
Forte	4,9 %	12,1 %	14,9 %	10,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.5 Littérature numérique

Tableau 295. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par l'expérimentation (essai-erreur) selon la région de résidence.

Méthode par l'expérimentation (essai-erreur)	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	4,4 %	5,1 %	2,9 %	4,1 %
Jamais	1,5 %	0,0 %	2,1 %	1,3 %
Rarement	3,0 %	5,1 %	0,8 %	2,8 %
Parfois	18,1 %	16,2 %	19,6 %	18,1 %
Souvent ou très souvent	77,4 %	78,8 %	77,5 %	77,8 %
Souvent	31,5 %	27,3 %	29,6 %	29,7 %
Très souvent	45,9 %	51,5 %	47,9 %	48,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 296. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par soi-même en consultant des tutoriels selon la région de résidence

Méthode en consultant des tutoriels	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	15,6 %	16,8 %	17,4 %	16,5 %
Jamais	4,8 %	3,0 %	4,5 %	4,2 %
Rarement	10,8 %	13,7 %	12,8 %	12,3 %
Parfois	31,6 %	37,1 %	29,8 %	32,5 %
Souvent ou très souvent	52,8 %	46,2 %	52,9 %	51,0 %
Souvent	30,9 %	32,0 %	27,7 %	30,1 %
Très souvent	21,9 %	14,2 %	25,2 %	20,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 297. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant à un parent, une tutrice ou un tuteur, une sœur ou un frère selon la région de résidence

Méthode en demandant à la famille	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	46,8 %	47,7 %	46,9 %	47,1 %
Jamais	16,7 %	15,0 %	13,7 %	15,2 %
Rarement	30,1 %	32,6 %	33,2 %	31,9 %
Parfois	26,4 %	28,0 %	29,5 %	27,9 %
Souvent ou très souvent	26,8 %	24,4 %	23,7 %	25,0 %
Souvent	18,6 %	17,1 %	17,8 %	17,9 %
Très souvent	8,2 %	7,3 %	5,8 %	7,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 298. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en apprenant au travail selon la région de résidence

Méthode en apprenant au travail	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	46,2 %	46,8 %	48,8 %	47,2 %
Jamais	23,7 %	20,5 %	30,0 %	25,0 %
Rarement	22,5 %	26,3 %	18,8 %	22,3 %
Parfois	31,7 %	31,0 %	27,2 %	30,0 %
Souvent ou très souvent	22,1 %	22,2 %	23,9 %	22,7 %
Souvent	15,3 %	17,0 %	17,8 %	16,6 %
Très souvent	6,8 %	5,3 %	6,1 %	6,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 299. Degré de facilité à utiliser le logiciel Word selon la région de résidence

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	3,0 %	3,0 %	2,9 %	3,0 %
Très difficile	0,7 %	0,6 %	0,4 %	0,6 %
Difficile	2,2 %	2,4 %	2,5 %	2,4 %
Facile	97,0 %	97,0 %	97,1 %	97,0 %
Facile	30,7 %	38,1 %	36,1 %	34,5 %
Très facile	66,3 %	58,9 %	61,0 %	62,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 300. Degré de facilité à utiliser le logiciel PowerPoint selon la région de résidence

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	3,0 %	4,2 %	5,0 %	4,0 %
Très difficile	1,1 %	1,2 %	1,3 %	1,2 %
Difficile	1,9 %	3,0 %	3,8 %	2,8 %
Facile	97,0 %	95,8 %	95,0 %	96,0 %
Facile	23,7 %	39,4 %	37,0 %	32,3 %
Très facile	73,3 %	56,4 %	58,0 %	63,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 301. Degré de facilité à utiliser des logiciels d'édition et de partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube) selon la région de résidence

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	9,9 %	11,2 %	16,4 %	12,6 %
Très difficile	4,1 %	1,2 %	3,7 %	3,1 %
Difficile	5,9 %	10,1 %	12,6 %	9,4 %
Facile	90,1 %	88,8 %	83,6 %	87,4 %
Facile	45,0 %	39,1 %	34,6 %	39,7 %
Très facile	45,0 %	49,7 %	49,1 %	47,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

**Tableau 302. Degré de facilité à utiliser les outils de recherche
(p. ex. : Google) selon la région de résidence**

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	1,5 %	2,6 %	1,2 %	1,7 %
Très difficile	1,1 %	1,0 %	0,8 %	1,0 %
Difficile	0,4 %	1,5 %	0,4 %	0,7 %
Facile	98,5 %	97,4 %	98,8 %	98,3 %
Facile	18,9 %	12,2 %	14,8 %	15,7 %
Très facile	79,6 %	85,2 %	84,0 %	82,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

**Tableau 303. Degré de facilité à utiliser les réseaux sociaux
(p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram) selon la région de résidence**

Degré de facilité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Difficile	1,5 %	1,6 %	4,6 %	2,6 %
Très difficile	0,4 %	0,0 %	2,1 %	0,9 %
Difficile	1,1 %	1,6 %	2,5 %	1,7 %
Facile	98,5 %	98,4 %	95,4 %	97,4 %
Facile	22,9 %	30,2 %	25,9 %	25,9 %
Très facile	75,6 %	68,3 %	69,5 %	71,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.6 Littérature médiatique

Tableau 304. Degré d'accord avec l'idée que le bilinguisme est un critère d'accessibilité qui permet à une plus grande diversité de sources d'information selon la région de résidence

Degré d'accord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Désaccord	3,0 %	6,2 %	9,1 %	6,0 %
Fortement en désaccord	1,5 %	1,0 %	2,1 %	1,6 %
Plutôt en désaccord	1,5 %	5,2 %	7,0 %	4,4 %
Accord	93,7 %	88,6 %	89,7 %	90,9 %
Plutôt en accord	25,3 %	29,5 %	33,5 %	29,3 %
Fortement en accord	68,4 %	59,1 %	56,2 %	61,6 %
Ne sais pas	3,3 %	5,2 %	1,2 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 305. Degré d'accord avec l'idée que le bilinguisme est un critère permettant de mieux juger les informations de façon critique selon la région de résidence

Degré d'accord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Désaccord	7,4 %	8,8 %	12,4 %	9,5 %
Fortement en désaccord	2,2 %	2,1 %	1,2 %	1,8 %
Plutôt en désaccord	5,2 %	6,7 %	11,2 %	7,7 %
Accord	84,0 %	79,3 %	78,1 %	80,7 %
Plutôt en accord	34,2 %	38,3 %	44,6 %	38,9 %
Fortement en accord	49,8 %	40,9 %	33,5 %	41,8 %
Ne sais pas	8,6 %	11,9 %	9,5 %	9,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 306. Degré de préoccupation de la véracité d'une information trouvée en ligne selon la région de résidence

Niveau de préoccupation	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	16,7 %	13,0 %	13,6 %	14,7 %
Jamais	2,6 %	1,6 %	1,2 %	1,8 %
Rarement	14,1 %	11,5 %	12,4 %	12,8 %
Parfois	42,4 %	43,8 %	45,9 %	44,0 %
Souvent ou très souvent	40,9 %	43,2 %	40,5 %	41,4 %
Souvent	25,3 %	29,7 %	30,2 %	28,2 %
Très souvent	15,6 %	13,5 %	10,3 %	13,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.7 Confiance à l'égard des sources d'information

Tableau 307. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant du gouvernement fédéral selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	2,5 %	2,9 %	4,2 %	3,2 %
Un peu	16,9 %	24,1 %	22,8 %	20,9 %
Beaucoup	80,5 %	72,9 %	73,0 %	75,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 308. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant du gouvernement provincial selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	4,3 %	3,0 %	4,7 %	4,1 %
Un peu	18,5 %	25,1 %	26,2 %	23,0 %
Beaucoup	77,2 %	71,9 %	69,2 %	72,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 309. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant du gouvernement municipal selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	4,0 %	5,4 %	5,2 %	4,8 %
Un peu	29,2 %	37,4 %	37,0 %	34,2 %
Beaucoup	66,8 %	57,1 %	57,8 %	61,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 310. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des membres de la famille selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	5,8 %	6,0 %	2,6 %	4,7 %
Un peu	41,5 %	50,8 %	47,2 %	46,0 %
Beaucoup	52,7 %	43,2 %	50,2 %	49,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 311. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des collègues de travail selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	9,1 %	10,7 %	13,2 %	10,8 %
Un peu	64,3 %	67,3 %	64,7 %	65,3 %
Beaucoup	26,6 %	22,0 %	22,1 %	23,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 312. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant d'activistes ou de groupes d'activistes selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	21,4 %	18,1 %	15,2 %	18,3 %
Un peu	63,7 %	62,6 %	65,0 %	63,8 %
Beaucoup	14,9 %	19,4 %	19,8 %	17,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 313. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant d'autres élèves ou étudiantes et étudiants du même établissement d'enseignement selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas du tout	6,0 %	6,4 %	10,9 %	7,8 %
Un peu	72,0 %	73,8 %	71,0 %	72,2 %
Beaucoup	22,0 %	19,8 %	18,1 %	20,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.8 Comportements en ligne

Tableau 314. Appartenance à une ou des communautés en ligne ou virtuelles selon la région de résidence

Quantité	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Aucune	21,8 %	21,2 %	23,4 %	22,2 %
Quelques-unes	42,1 %	41,3 %	46,0 %	43,2 %
Certaines	21,4 %	20,1 %	21,8 %	21,2 %
Plusieurs	14,7 %	17,5 %	8,8 %	13,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 315. Fréquence du suivi des activités en ligne des amies et amis selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	24,4 %	21,8 %	19,7 %	22,1 %
Jamais	8,8 %	6,9 %	6,8 %	7,6 %
Rarement	15,6 %	14,9 %	12,8 %	14,5 %
Parfois	31,3 %	29,8 %	33,8 %	31,7 %
Souvent ou très souvent	44,3 %	48,4 %	46,6 %	46,2 %
Souvent	33,6 %	34,0 %	34,2 %	33,9 %
Très souvent	10,7 %	14,4 %	12,4 %	12,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 316. Fréquence du suivi des activités en ligne des collègues de classe ou de travail selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	50,8 %	50,0 %	50,4 %	50,4 %
Jamais	21,4 %	20,2 %	23,1 %	21,6 %
Rarement	29,4 %	29,8 %	27,4 %	28,8 %
Parfois	35,1 %	32,4 %	32,9 %	33,6 %
Souvent ou très souvent	14,1 %	17,6 %	16,7 %	15,9 %
Souvent	10,3 %	14,4 %	13,2 %	12,4 %
Très souvent	3,8 %	3,2 %	3,4 %	3,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 317. Fréquence de partager du contenu avec les amies et amis selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	16,0 %	16,0 %	12,8 %	14,9 %
Jamais	5,0 %	4,3 %	1,3 %	3,5 %
Rarement	11,1 %	11,7 %	11,5 %	11,4 %
Parfois	29,0 %	26,6 %	34,6 %	30,3 %
Souvent ou très souvent	55,0 %	57,4 %	52,6 %	54,8 %
Souvent	37,0 %	34,6 %	29,5 %	33,8 %
Très souvent	17,9 %	22,9 %	23,1 %	21,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 318. Fréquence de partager du contenu avec les membres de la famille selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	27,1 %	30,3 %	29,5 %	28,8 %
Jamais	9,2 %	8,5 %	6,0 %	7,9 %
Rarement	17,9 %	21,8 %	23,5 %	20,9 %
Parfois	35,5 %	41,5 %	40,6 %	38,9 %
Souvent ou très souvent	37,4 %	28,2 %	29,9 %	32,3 %
Souvent	27,5 %	21,3 %	20,9 %	23,5 %
Très souvent	9,9 %	6,9 %	9,0 %	8,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 319. Fréquence de partager du contenu publiquement (en dehors de la famille, des amies et amis) selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	56,5 %	61,2 %	59,8 %	58,9 %
Jamais	23,7 %	29,3 %	25,2 %	25,7 %
Rarement	32,8 %	31,9 %	34,6 %	33,2 %
Parfois	29,4 %	25,5 %	26,5 %	27,3 %
Souvent ou très souvent	14,1 %	13,3 %	13,7 %	13,7 %
Souvent	10,3 %	9,0 %	11,1 %	10,2 %
Très souvent	3,8 %	4,3 %	2,6 %	3,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 320. Fréquence de commenter les publications des amies et amis, des membres de leur famille, de leurs collègues de classe ou de travail selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	38,9 %	45,2 %	37,2 %	40,1 %
Jamais	12,6 %	12,8 %	12,0 %	12,4 %
Rarement	26,3 %	32,5 %	25,2 %	27,6 %
Parfois	42,0 %	31,9 %	42,3 %	39,3 %
Souvent ou très souvent	19,1 %	22,9 %	20,5 %	20,6 %
Souvent	13,7 %	17,0 %	17,1 %	15,8 %
Très souvent	5,3 %	5,9 %	3,4 %	4,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 321. Fréquence à laquelle les jeunes sont tombés dans un piège à clics selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	63,0 %	63,3 %	62,8 %	63,0 %
Jamais	30,9 %	28,7 %	25,2 %	28,4 %
Rarement	32,1 %	34,6 %	37,6 %	34,6 %
Parfois	25,2 %	26,6 %	25,6 %	25,7 %
Souvent ou très souvent	11,8 %	10,1 %	11,5 %	11,3 %
Souvent	9,5 %	6,4 %	6,8 %	7,7 %
Très souvent	2,3 %	3,7 %	4,7 %	3,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.9 Comportement à l'égard de la désinformation

Tableau 322. Fréquence de remettre en question la source des informations consultées sur les médias sociaux (p. ex. : Facebook, YouTube, TikTok, Instagram) selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	11,8 %	15,0 %	5,2 %	10,4 %
Jamais	2,3 %	1,6 %	0,9 %	1,6 %
Rarement	9,5 %	13,4 %	4,3 %	8,8 %
Parfois	34,0 %	29,9 %	37,1 %	33,9 %
Souvent ou très souvent	54,2 %	55,1 %	57,8 %	55,7 %
Souvent	34,7 %	38,5 %	40,1 %	37,6 %
Très souvent	19,5 %	16,6 %	17,7 %	18,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 323. Fréquence de vérifier plusieurs sources à propos d'une information selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	14,1 %	12,9 %	14,8 %	14,0 %
Jamais	3,1 %	3,2 %	1,7 %	2,7 %
Rarement	11,1 %	9,7 %	13,0 %	11,4 %
Parfois	37,8 %	34,4 %	38,3 %	37,0 %
Souvent ou très souvent	48,1 %	52,7 %	47,0 %	49,0 %
Souvent	34,7 %	39,8 %	36,1 %	36,6 %
Très souvent	13,4 %	12,9 %	10,9 %	12,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 324. Fréquence de chercher des points de vue contraires aux siens selon la région de résidence

Fréquence	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Jamais ou rarement	26,0 %	18,3 %	24,8 %	23,5 %
Jamais	5,3 %	2,2 %	3,0 %	3,7 %
Rarement	20,6 %	16,1 %	21,7 %	19,8 %
Parfois	42,4 %	45,2 %	45,7 %	44,2 %
Souvent ou très souvent	31,7 %	36,6 %	29,6 %	32,3 %
Souvent	23,3 %	28,5 %	23,0 %	24,6 %
Très souvent	8,4 %	8,1 %	6,5 %	7,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 325. Degré d'accord avec l'idée qu'il y a beaucoup de choses très importantes qui se produisent dans le monde dont le public n'est jamais informé, selon la région de résidence

Degré d'accord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Désaccord	12,1 %	8,1 %	10,6 %	10,5 %
Fortement en désaccord	1,6 %	0,5 %	2,6 %	1,6 %
Plutôt en désaccord	10,5 %	7,5 %	7,9 %	8,8 %
Accord	81,3 %	88,2 %	84,6 %	84,3 %
Plutôt en accord	34,4 %	32,3 %	33,9 %	33,6 %
Fortement en accord	46,9 %	55,9 %	50,7 %	50,7 %
Ne sais pas	6,6 %	3,8 %	4,8 %	5,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 326. Degré d'accord avec l'idée que les agences gouvernementales surveillent de près tous les citoyennes et tous les citoyens, selon la région de résidence

Degré d'accord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Désaccord	39,8 %	31,2 %	36,6 %	36,3 %
Fortement en désaccord	7,8 %	5,4 %	6,2 %	6,6 %
Plutôt en désaccord	32,0 %	25,8 %	30,4 %	29,7 %
Accord	48,4 %	55,9 %	51,1 %	51,4 %
Plutôt en accord	34,8 %	40,3 %	39,2 %	37,8 %
Fortement en accord	13,7 %	15,6 %	11,9 %	13,6 %
Ne sais pas	11,7 %	12,9 %	12,3 %	12,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 327. Degré d'accord avec l'idée que les politiciennes et les politiciens ne nous disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions, selon la région de résidence

Degré d'accord	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Désaccord	14,1 %	11,3 %	13,2 %	13,0 %
Fortement en désaccord	2,3 %	0,0 %	0,4 %	1,0 %
Plutôt en désaccord	11,7 %	11,3 %	12,8 %	12,0 %
Accord	71,5 %	74,2 %	76,7 %	74,0 %
Plutôt en accord	46,1 %	47,3 %	49,3 %	47,5 %
Fortement en accord	25,4 %	26,9 %	27,3 %	26,5 %
Ne sais pas	14,5 %	14,5 %	10,1 %	13,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A1.10 Confiance à l'égard des sources d'information

Tableau 328. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une publication en français selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	51,0 %	48,1 %	49,8 %	49,8 %
Aucune confiance	1,2 %	1,1 %	1,8 %	1,4 %
Confiance limitée	49,8 %	47,0 %	48,0 %	48,4 %
Confiance	49,0 %	51,9 %	50,2 %	50,2 %
Grand confiance	45,8 %	50,8 %	48,0 %	48,0 %
Confiance absolue	3,2 %	1,1 %	2,2 %	2,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 329. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une publication en anglais selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	53,0 %	50,3 %	51,5 %	51,7 %
Aucune confiance	3,2 %	0,6 %	0,9 %	1,7 %
Confiance limitée	49,8 %	49,7 %	50,7 %	50,1 %
Confiance	47,0 %	49,7 %	48,5 %	48,3 %
Grand confiance	44,3 %	47,5 %	47,1 %	46,1 %
Confiance absolue	2,8 %	2,2 %	1,3 %	2,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 330. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une amie ou d'un ami selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	64,0 %	68,0 %	60,4 %	63,8 %
Aucune confiance	1,6 %	1,7 %	1,3 %	1,5 %
Confiance limitée	62,5 %	66,3 %	59,0 %	62,3 %
Confiance	36,0 %	32,0 %	39,6 %	36,2 %
Grand confiance	34,0 %	31,5 %	39,2 %	35,1 %
Confiance absolue	2,0 %	0,6 %	0,4 %	1,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 331. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une publication partagée par des collègues de classe ou des collègues de travail, selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	74,3 %	71,8 %	72,2 %	72,9 %
Aucune confiance	4,3 %	4,4 %	5,3 %	4,7 %
Confiance limitée	70,0 %	67,4 %	67,0 %	68,2 %
Confiance	25,7 %	28,2 %	27,8 %	27,1 %
Grand confiance	24,1 %	28,2 %	26,4 %	26,0 %
Confiance absolue	1,6 %	0,0 %	1,3 %	1,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 332. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des journaux selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	44,7 %	48,6 %	52,9 %	48,6 %
Aucune confiance	2,4 %	3,3 %	2,2 %	2,6 %
Confiance limitée	42,3 %	45,3 %	50,7 %	46,0 %
Confiance	55,3 %	51,4 %	47,1 %	51,4 %
Grand confiance	50,6 %	49,2 %	43,6 %	47,8 %
Confiance absolue	4,7 %	2,2 %	3,5 %	3,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 333. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des médias sociaux selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	87,4 %	89,0 %	87,7 %	87,9 %
Aucune confiance	14,2 %	13,8 %	14,5 %	14,2 %
Confiance limitée	73,1 %	75,1 %	73,1 %	73,7 %
Confiance	12,6 %	11,0 %	12,3 %	12,1 %
Grand confiance	12,6 %	9,9 %	11,9 %	11,6 %
Confiance absolue	0,0 %	1,1 %	0,4 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 334. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un site Web non familier selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	94,5 %	93,9 %	92,5 %	93,6 %
Aucune confiance	37,2 %	37,0 %	30,8 %	34,9 %
Confiance limitée	57,3 %	56,9 %	61,7 %	58,7 %
Confiance	5,5 %	6,1 %	7,5 %	6,4 %
Grand confiance	5,5 %	6,1 %	6,6 %	6,1 %
Confiance absolue	0,0 %	0,0 %	0,9 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 335. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des nouvelles télévisées selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoire	Total
Pas confiance	54,2 %	63,0 %	53,3 %	56,3 %
Aucune confiance	5,5 %	7,2 %	5,3 %	5,9 %
Confiance limitée	48,6 %	55,8 %	48,0 %	50,4 %
Confiance	45,8 %	37,0 %	46,7 %	43,7 %
Grand confiance	41,9 %	37,0 %	43,2 %	41,0 %
Confiance absolue	4,0 %	0,0 %	3,5 %	2,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 336. Degré de confiance des informations sur Internet provenant du gouvernement selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	32,4 %	34,8 %	37,4 %	34,8 %
Aucune confiance	2,4 %	4,4 %	2,6 %	3,0 %
Confiance limitée	30,0 %	30,4 %	34,8 %	31,8 %
Confiance	67,6 %	65,2 %	62,6 %	65,2 %
Grande confiance	54,2 %	58,0 %	53,7 %	55,1 %
Confiance absolue	13,4 %	7,2 %	8,8 %	10,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 337. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une entreprise selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	68,0 %	76,8 %	83,3 %	75,6 %
Aucune confiance	6,3 %	7,7 %	11,5 %	8,5 %
Confiance limitée	61,7 %	69,1 %	71,8 %	67,2 %
Confiance	32,0 %	23,2 %	16,7 %	24,4 %
Grand confiance	30,8 %	22,7 %	15,0 %	23,1 %
Confiance absolue	1,2 %	0,6 %	1,8 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 338. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des gens connus (p. ex. : célébrités, chanteuses et chanteurs, actrices et acteurs) selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	83,0 %	89,0 %	88,1 %	86,4 %
Aucune confiance	15,4 %	18,2 %	17,2 %	16,8 %
Confiance limitée	67,6 %	70,7 %	70,9 %	69,6 %
Confiance	17,0 %	11,0 %	11,9 %	13,6 %
Grande confiance	15,8 %	10,5 %	11,5 %	12,9 %
Confiance absolue	1,2 %	0,6 %	0,4 %	0,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 339. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un mouvement ou d'un parti politique selon la région de résidence

Degré de confiance	Atlantique	Ontario	Ouest et territoires	Total
Pas confiance	81,4 %	84,0 %	85,9 %	83,7 %
Aucune confiance	11,1 %	14,9 %	11,0 %	12,1 %
Confiance limitée	70,4 %	69,1 %	74,9 %	71,6 %
Confiance	18,6 %	16,0 %	14,1 %	16,3 %
Grand confiance	17,0 %	16,0 %	12,3 %	15,1 %
Confiance absolue	1,6 %	0,0 %	1,8 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A2 Comparaison selon le genre

A2.1 Littérature numérique

Tableau 340. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par l'expérimentation (essai-erreur) selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	2,3 %	6,4 %	3,8 %
Jamais	1,1 %	1,9 %	1,4 %
Rarement	1,1 %	4,5 %	2,4 %
Parfois	18,0 %	18,9 %	18,4 %
Souvent et Très souvent	79,7 %	74,6 %	77,8 %
Souvent	30,8 %	27,7 %	29,6 %
Très souvent	48,9 %	47,0 %	48,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 341. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en consultant des tutoriels selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	16,2 %	15,2 %	15,8 %
Jamais	4,3 %	4,2 %	4,3 %
Rarement	11,9 %	11,0 %	11,5 %
Parfois	32,6 %	30,7 %	31,9 %
Souvent et Très souvent	51,1 %	54,2 %	52,3 %
Souvent	30,6 %	31,4 %	30,9 %
Très souvent	20,5 %	22,7 %	21,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 342. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels à l'école, au collège ou à l'université selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	35,6 %	39,1 %	36,9 %
Jamais	9,7 %	11,6 %	10,4 %
Rarement	26,0 %	27,5 %	26,6 %
Parfois	32,2 %	32,2 %	32,2 %
Souvent et Très souvent	32,2 %	28,7 %	30,9 %
Souvent	21,8 %	20,5 %	21,4 %
Très souvent	10,3 %	8,1 %	9,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 343. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant à un parent, une tutrice ou un tuteur, une sœur ou un frère selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	43,4 %	51,5 %	46,5 %
Jamais	13,1 %	17,9 %	14,9 %
Rarement	30,3 %	33,6 %	31,6 %
Parfois	27,6 %	27,5 %	27,5 %
Souvent et Très souvent	29,0 %	21,0 %	26,0 %
Souvent	19,3 %	17,6 %	18,7 %
Très souvent	9,7 %	3,4 %	7,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 344. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant aux amies ou amis selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	28,7 %	31,0 %	29,6 %
Jamais	7,4 %	11,5 %	8,9 %
Rarement	21,4 %	19,5 %	20,7 %
Parfois	34,5 %	35,6 %	34,9 %
Souvent et Très souvent	36,8 %	33,3 %	35,5 %
Souvent	24,8 %	22,6 %	24,0 %
Très souvent	12,0 %	10,7 %	11,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 345. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels au travail selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	47,0 %	46,3 %	46,8 %
Jamais	23,4 %	27,1 %	24,7 %
Rarement	23,6 %	19,2 %	22,0 %
Parfois	31,6 %	28,8 %	30,6 %
Souvent et Très souvent	21,4 %	24,9 %	22,7 %
Souvent	15,9 %	17,9 %	16,6 %
Très souvent	5,5 %	7,0 %	6,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.2 Compétences médiatiques

Tableau 346. Degré de facilité à utiliser le logiciel Word selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	2,6 %	2,8 %	2,7 %
Très difficile	0,5 %	0,8 %	0,6 %
Difficile	2,1 %	2,0 %	2,1 %
Facile	97,4 %	97,2 %	97,3 %
Facile	32,9 %	39,5 %	35,3 %
Très facile	64,5 %	57,7 %	62,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 347. Degré de facilité à utiliser le logiciel Excel selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	42,0 %	33,6 %	38,8 %
Très difficile	6,0 %	3,5 %	5,0 %
Difficile	36,0 %	30,1 %	33,8 %
Facile	58,0 %	66,4 %	61,2 %
Facile	47,4 %	46,7 %	47,2 %
Très facile	10,6 %	19,7 %	14,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 348. Degré de facilité à utiliser le logiciel PowerPoint selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	2,6 %	7,9 %	4,5 %
Très difficile	0,5 %	2,5 %	1,2 %
Difficile	2,1 %	5,4 %	3,3 %
Facile	97,4 %	92,1 %	95,5 %
Facile	29,4 %	37,6 %	32,4 %
Très facile	68,0 %	54,5 %	63,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 349. Degré de facilité à utiliser un logiciel d'édition et de partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube) selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	12,0 %	12,4 %	12,2 %
Très difficile	3,5 %	2,7 %	3,2 %
Difficile	8,6 %	9,8 %	9,0 %
Facile	88,0 %	87,6 %	87,8 %
Facile	41,4 %	37,8 %	40,1 %
Très facile	46,5 %	49,8 %	47,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 350. Degré de facilité à utiliser un logiciel d'édition d'images (p. ex. : Photoshop, application d'édition d'images) selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	40,9 %	33,6 %	38,1 %
Très difficile	8,3 %	6,2 %	7,5 %
Difficile	32,6 %	27,5 %	30,7 %
Facile	59,1 %	66,4 %	61,9 %
Facile	46,6 %	44,5 %	45,8 %
Très facile	12,6 %	21,8 %	16,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 351. Degré de facilité à utiliser un logiciel de stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox) selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	18,3 %	16,1 %	17,5 %
Très difficile	1,4 %	3,3 %	2,1 %
Difficile	16,9 %	12,8 %	15,4 %
Facile	81,7 %	83,9 %	82,5 %
Facile	46,5 %	42,6 %	45,1 %
Très facile	35,2 %	41,3 %	37,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 352. Degré de facilité à utiliser les réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram) selon le genre

Degré de facilité	Féminin	Masculin	Total
Difficile	1,8 %	3,2 %	2,3 %
Très difficile	0,2 %	2,0 %	0,9 %
Difficile	1,6 %	1,2 %	1,5 %
Facile	98,2 %	96,8 %	97,7 %
Facile	21,8 %	30,8 %	25,1 %
Très facile	76,3 %	66,0 %	72,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.3 Bilinguisme

Tableau 353. Degré d'accord avec l'idée que le bilinguisme est un critère d'accessibilité qui permet à une plus grande diversité de sources d'information selon le genre

Degré d'accord	Féminin	Masculin	Total
Désaccord	4,8 %	8,1 %	6,0 %
Fortement en désaccord	0,7 %	3,1 %	1,6 %
Plutôt en désaccord	4,1 %	5,0 %	4,4 %
Accord	93,4 %	87,6 %	91,3 %
Plutôt en accord	27,7 %	30,5 %	28,8 %
Fortement en accord	65,7 %	57,1 %	62,5 %
Ne sais pas	1,8 %	4,2 %	2,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.4 Désinformation

Tableau 354. Degré de préoccupation de la véracité d'une information trouvée en ligne selon le genre

	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	14,5 %	14,7 %	14,6 %
Jamais	1,8 %	1,9 %	1,9 %
Rarement	12,7 %	12,8 %	12,8 %
Parfois	42,7 %	46,1 %	44,0 %
Souvent et Très souvent	42,7 %	39,1 %	41,4 %
Souvent	30,2 %	24,4 %	28,1 %
Très souvent	12,5 %	14,7 %	13,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.5 Confiance relative aux sources d'information

Tableau 355. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant du gouvernement fédéral selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	2,8 %	4,4 %	3,4 %
Un peu	19,7 %	22,0 %	20,6 %
Beaucoup	77,4 %	73,6 %	76,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 356. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant du gouvernement provincial selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	3,1 %	5,9 %	4,1 %
Un peu	22,5 %	25,0 %	23,4 %
Beaucoup	74,4 %	69,1 %	72,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 357. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant du gouvernement municipal selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	4,2 %	6,0 %	4,9 %
Un peu	36,1 %	31,7 %	34,5 %
Beaucoup	59,7 %	62,3 %	60,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 358. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des politiciennes et politiciens selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	18,0 %	13,5 %	16,2 %
Un peu	70,1 %	68,3 %	69,4 %
Beaucoup	12,0 %	18,3 %	14,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 359. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des partis politiques selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	19,9 %	18,8 %	19,5 %
Un peu	71,1 %	65,8 %	69,1 %
Beaucoup	9,0 %	15,3 %	11,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 360. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant de ta famille selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	6,1 %	2,4 %	4,8 %
Un peu	47,0 %	43,5 %	45,8 %
Beaucoup	46,8 %	54,0 %	49,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 361. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des amies et amis selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	5,2 %	2,5 %	4,2 %
Un peu	62,1 %	61,0 %	61,7 %
Beaucoup	32,7 %	36,5 %	34,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 362. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des collègues de travail selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	12,7 %	6,3 %	10,4 %
Un peu	64,4 %	67,6 %	65,5 %
Beaucoup	23,0 %	26,1 %	24,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 363. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant d'activistes ou de groupes d'activistes selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	17,9 %	18,9 %	18,3 %
Un peu	63,0 %	65,0 %	63,8 %
Beaucoup	19,0 %	16,0 %	17,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 364. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant des journalistes selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	11,5 %	9,2 %	10,6 %
Un peu	62,8 %	58,8 %	61,3 %
Beaucoup	25,8 %	32,0 %	28,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 365. Degré de confiance à l'égard des sources d'information provenant d'autres élèves ou étudiantes et étudiants du même établissement d'enseignement selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas du tout	8,4 %	6,8 %	7,8 %
Un peu	71,7 %	71,1 %	71,5 %
Beaucoup	20,0 %	22,1 %	20,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.6 Appartenance à un ou des groupes en ligne

Tableau 366. Appartenance à une ou des communautés en ligne ou virtuelles (p. ex. : groupe Facebook, groupe Discord, Reddit, TikTok) selon le genre

Quantité	Féminin	Masculin	Total
Aucune	23,1 %	21,5 %	22,5 %
Quelques-unes	43,5 %	42,6 %	43,2 %
Certaines	21,1 %	20,7 %	20,9 %
Plusieurs	12,3 %	15,2 %	13,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.7 Comportements en ligne

Tableau 367. Fréquence du suivi des activités en ligne des collègues de classe ou de travail selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	46,6 %	54,6 %	49,6 %
Jamais	18,7 %	23,9 %	20,6 %
Rarement	27,9 %	30,7 %	28,9 %
Parfois	36,1 %	30,3 %	33,9 %
Souvent et Très souvent	17,3 %	15,1 %	16,5 %
Souvent	14,1 %	12,0 %	13,3 %
Très souvent	3,3 %	3,2 %	3,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 368. Fréquence de partager du contenu avec les membres de la famille selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	24,1 %	34,3 %	27,9 %
Jamais	7,0 %	8,4 %	7,5 %
Rarement	17,1 %	25,9 %	20,4 %
Parfois	39,6 %	37,5 %	38,8 %
Souvent et Très souvent	36,3 %	28,3 %	33,3 %
Souvent	26,0 %	22,3 %	24,6 %
Très souvent	10,3 %	6,0 %	8,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 369. Fréquence de partager du contenu avec les collègues de classe ou de travail selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	55,7 %	53,4 %	54,9 %
Jamais	24,6 %	22,7 %	23,9 %
Rarement	31,1 %	30,7 %	31,0 %
Parfois	30,7 %	32,3 %	31,3 %
Souvent et Très souvent	13,6 %	14,3 %	13,9 %
Souvent	10,8 %	10,8 %	10,8 %
Très souvent	2,8 %	3,6 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 370. Fréquence de partager du contenu publiquement (en dehors de la famille, des amies et amis) selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	57,6 %	60,6 %	58,7 %
Jamais	25,5 %	25,9 %	25,7 %
Rarement	32,1 %	34,7 %	33,0 %
Parfois	28,8 %	25,1 %	27,4 %
Souvent et Très souvent	13,6 %	14,3 %	13,9 %
Souvent	11,0 %	10,0 %	10,6 %
Très souvent	2,6 %	4,4 %	3,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 371. Fréquence à laquelle les jeunes sont tombés dans un piège à clics selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	62,1 %	62,5 %	62,2 %
Jamais	30,7 %	24,3 %	28,3 %
Rarement	31,4 %	38,2 %	33,9 %
Parfois	27,9 %	23,9 %	26,4 %
Souvent et Très souvent	10,1 %	13,5 %	11,4 %
Souvent	7,3 %	8,8 %	7,8 %
Très souvent	2,8 %	4,8 %	3,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.8 Confiance à l'égard des sources d'information

Tableau 372. Fréquence de remettre en question la source des informations consultées sur les médias sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Instagram) selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	10,1 %	10,8 %	10,4 %
Jamais	1,4 %	1,6 %	1,5 %
Rarement	8,7 %	9,2 %	8,9 %
Parfois	33,5 %	33,9 %	33,6 %
Souvent et Très souvent	56,4 %	55,4 %	56,0 %
Souvent	36,6 %	40,6 %	38,1 %
Très souvent	19,8 %	14,7 %	17,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 373. Fréquence de vérifier plusieurs sources à propos d'une information selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	13,5 %	14,9 %	14,0 %
Jamais	2,6 %	3,2 %	2,8 %
Rarement	10,9 %	11,6 %	11,2 %
Parfois	36,2 %	39,4 %	37,4 %
Souvent et Très souvent	50,4 %	45,8 %	48,7 %
Souvent	37,8 %	34,5 %	36,6 %
Très souvent	12,5 %	11,2 %	12,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 374. Fréquence de chercher des points de vue contraires aux siens selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	24,1 %	24,1 %	24,1 %
Jamais	4,5 %	2,8 %	3,9 %
Rarement	19,6 %	21,3 %	20,2 %
Parfois	44,4 %	44,2 %	44,3 %
Souvent et Très souvent	31,4 %	31,7 %	31,5 %
Souvent	25,3 %	21,7 %	24,0 %
Très souvent	6,1 %	10,0 %	7,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 375. Fréquence de partager du contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement) selon le genre

Fréquence	Féminin	Masculin	Total
Jamais et Rarement	71,6 %	67,5 %	70,1 %
Jamais	38,8 %	34,5 %	37,2 %
Rarement	32,9 %	32,9 %	32,9 %
Parfois	20,3 %	26,5 %	22,6 %
Souvent et Très souvent	8,0 %	6,0 %	7,3 %
Souvent	7,1 %	4,8 %	6,3 %
Très souvent	0,9 %	1,2 %	1,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.9 Mentalité complotiste

Tableau 376. Degré d'accord avec l'idée qu'il y a beaucoup de choses très importantes qui se produisent dans le monde dont le public n'est jamais informé, selon le genre

Degré d'accord	Féminin	Masculin	Total
Désaccord	10,0 %	10,6 %	10,2 %
Fortement en désaccord	2,4 %	0,8 %	1,8 %
Plutôt en désaccord	7,7 %	9,8 %	8,4 %
Accord	85,9 %	82,9 %	84,8 %
Plutôt en accord	30,4 %	37,8 %	33,1 %
Fortement en accord	55,5 %	45,1 %	51,7 %
Ne sais pas	4,1 %	6,5 %	5,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 377. Degré d'accord avec l'idée que les agences gouvernementales surveillent de près tous les citoyennes et tous les citoyens selon le genre

Degré d'accord	Féminin	Masculin	Total
Désaccord	36,6 %	36,2 %	36,4 %
Fortement en désaccord	7,2 %	6,1 %	6,8 %
Plutôt en désaccord	29,4 %	30,1 %	29,7 %
Accord	50,2 %	52,8 %	51,2 %
Plutôt en accord	38,5 %	35,4 %	37,3 %
Fortement en accord	11,7 %	17,5 %	13,9 %
Ne sais pas	13,2 %	11,0 %	12,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 378. Degré d'accord avec l'idée qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques selon le genre

Degré d'accord	Féminin	Masculin	Total
Désaccord	33,5 %	35,0 %	34,0 %
Fortement en désaccord	7,9 %	11,4 %	9,2 %
Plutôt en désaccord	25,6 %	23,6 %	24,8 %
Accord	45,2 %	48,8 %	46,5 %
Plutôt en accord	31,3 %	34,6 %	32,5 %
Fortement en accord	13,9 %	14,2 %	14,0 %
Ne sais pas	21,3 %	16,3 %	19,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 379. Degré d'accord avec l'idée que les politiciennes et les politiciens ne nous disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions selon le genre

Degré d'accord	Féminin	Masculin	Total
Désaccord	12,0 %	16,3 %	13,6 %
Fortement en désaccord	1,4 %	1,2 %	1,4 %
Plutôt en désaccord	10,5 %	15,0 %	12,2 %
Accord	73,2 %	73,2 %	73,2 %
Plutôt en accord	46,7 %	47,2 %	46,8 %
Fortement en accord	26,6 %	26,0 %	26,4 %
Ne sais pas	14,8 %	10,6 %	13,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.10 Confiance relative aux informations en français

Tableau 380. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de publications en français selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	49,0 %	48,1 %	48,7 %
Aucune confiance	0,7 %	1,7 %	1,1 %
Confiance limitée	48,3 %	46,5 %	47,6 %
Confiance	51,0 %	51,9 %	51,3 %
Grand confiance	49,3 %	48,1 %	48,9 %
Confiance absolue	1,7 %	3,7 %	2,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

A2.11 Confiance relative aux informations en anglais

Tableau 381. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de publications en anglais selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	49,8%	52,3%	50,7%
Aucune confiance	1,0%	3,3%	1,8%
Confiance limitée	48,8%	49,0%	48,9%
Confiance	50,2%	47,7%	49,3%
Grand confiance	48,6%	45,6%	47,5%
Confiance absolue	1,7%	2,1%	1,8%
Total	100 %	100 %	100 %

A2.12 Confiance relative aux informations publiées en ligne

Tableau 382. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'amie ou un ami selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	65,0%	60,6%	63,4%
Aucune confiance	1,4%	2,1%	1,7%
Confiance limitée	63,5%	58,5%	61,7%
Confiance	35,0%	39,4%	36,6%
Grand confiance	34,3%	38,2%	35,7%
Confiance absolue	0,7%	1,2%	0,9%
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 383. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un membre de la famille selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	57,0 %	49,8 %	54,4 %
Aucune confiance	3,1 %	1,7 %	2,6 %
Confiance limitée	53,9 %	48,1 %	51,8 %
Confiance	43,0 %	50,2 %	45,6 %
Grand confiance	41,1 %	43,2 %	41,8 %
Confiance absolue	1,9 %	7,1 %	3,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 384. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des collègues de classe ou de travail selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	73,9 %	71,0 %	72,8 %
Aucune confiance	4,1 %	5,0 %	4,4 %
Confiance limitée	69,8 %	66,0 %	68,4 %
Confiance	26,1 %	29,0 %	27,2 %
Grand confiance	25,8 %	27,0 %	26,3 %
Confiance absolue	0,2 %	2,1 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 385. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des journaux selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	44,7 %	51,5 %	47,2 %
Aucune confiance	2,7 %	2,9 %	2,7 %
Confiance limitée	42,0 %	48,5 %	44,4 %
Confiance	55,3 %	48,5 %	52,8 %
Grand confiance	51,7 %	44,4 %	49,0 %
Confiance absolue	3,6 %	4,1 %	3,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 386. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des médias sociaux selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	87,7 %	88,8 %	88,1 %
Aucune confiance	12,3 %	15,8 %	13,6 %
Confiance limitée	75,4 %	73,0 %	74,5 %
Confiance	12,3 %	11,2 %	11,9 %
Grand confiance	12,1 %	10,4 %	11,5 %
Confiance absolue	0,2 %	0,8 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 387. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un site inconnu selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	95,4 %	90,9 %	93,7 %
Aucune confiance	37,7 %	30,3 %	35,0 %
Confiance limitée	57,7 %	60,6 %	58,8 %
Confiance	4,6 %	9,1 %	6,3 %
Grand confiance	4,6 %	8,3 %	6,0 %
Confiance absolue	0,0 %	0,8 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 388. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des nouvelles télévisées selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	54,3 %	57,3 %	55,4 %
Aucune confiance	4,8 %	6,2 %	5,3 %
Confiance limitée	49,5 %	51,0 %	50,1 %
Confiance	45,7 %	42,7 %	44,6 %
Grand confiance	41,8 %	41,1 %	41,5 %
Confiance absolue	3,9 %	1,7 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 389. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant du gouvernement selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	31,9 %	38,2 %	34,2 %
Aucune confiance	3,1 %	3,3 %	3,2 %
Confiance limitée	28,7 %	34,9 %	31,0 %
Confiance	68,1 %	61,8 %	65,8 %
Grand confiance	57,7 %	51,5 %	55,4 %
Confiance absolue	10,4 %	10,4 %	10,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 390. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une entreprise selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	75,6 %	73,9 %	75,0 %
Aucune confiance	8,2 %	7,9 %	8,1 %
Confiance limitée	67,4 %	66,0 %	66,9 %
Confiance	24,4 %	26,1 %	25,0 %
Grand confiance	23,7 %	24,1 %	23,8 %
Confiance absolue	0,7 %	2,1 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 391. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de gens connus (p. ex. : célébrités, chanteuses et chanteurs, actrices et acteurs) selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	87,9 %	83,8 %	86,4 %
Aucune confiance	16,7 %	14,5 %	15,9 %
Confiance limitée	71,3 %	69,3 %	70,5 %
Confiance	12,1 %	16,2 %	13,6 %
Grande confiance	11,8 %	14,5 %	12,8 %
Confiance absolue	0,2 %	1,7 %	0,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 392. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un mouvement ou d'un parti politique selon le genre

Degré de confiance	Féminin	Masculin	Total
Pas confiance	83,1 %	82,6 %	82,9 %
Aucune confiance	12,3 %	10,4 %	11,6 %
Confiance limitée	70,8 %	72,2 %	71,3 %
Confiance	16,9 %	17,4 %	17,1 %
Grande confiance	16,2 %	15,4 %	15,9 %
Confiance absolue	0,7 %	2,1 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3 Comparaison selon le niveau de scolarité

A3.1 Emploi

Tableau 393. Répondantes et répondants ayant un emploi à temps plein selon le niveau de scolarité

Emploi à temps plein	Secondaire	Postsecondaire	Total
Ayant un emploi à temps plein	4,6 %	16	5,9 %
N'ayant pas un emploi à temps plein	95,4 %	201	94,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.2 Langue la plus souvent parlées dans diverses situations

Tableau 394. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les amies et amis

Langue le plus souvent parlée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Français	12,4 %	23,9 %	17,2 %
Français et anglais	70,3 %	63,8 %	67,6 %
Anglais	17,3 %	12,2 %	15,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 395. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les collègues selon le niveau de scolarité

Langue le plus souvent parlée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Français	22,4 %	30,1 %	26,0 %
Français et anglais	42,6 %	46,4 %	44,3 %
Anglais	34,9 %	23,5 %	29,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 396. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les autres élèves ou étudiantes ou étudiants selon le niveau de scolarité

Langue le plus souvent parlée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Français	26,2 %	37,6 %	31,0 %
Français et anglais	68,5 %	54,7 %	62,7 %
Anglais	5,4 %	7,6 %	6,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.3 Indicateurs d'identité

Tableau 397. Perception comme étant semblable aux membres de la communauté francophone, selon le niveau de scolarité

Perception	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	18,1 %	14,5 %	16,1 %
Correspond aucunement	6,1 %	4,1 %	5,1 %
Correspond peu	12,0 %	10,4 %	11,1 %
Correspond modérément	26,8 %	21,0 %	24,5 %
Correspond fortement ou entièrement	55,1 %	64,5 %	59,4 %
Correspond fortement	28,0 %	28,4 %	27,8 %
Correspond entièrement	27,1 %	36,1 %	31,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 398. Perception comme étant semblable aux membres de la communauté anglophone, selon le niveau de scolarité

Perception	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	24,7 %	35,5 %	30,1 %
Correspond aucunement	10,6 %	15,6 %	13,1 %
Correspond peu	14,1 %	19,9 %	17,0 %
Correspond modérément	31,5 %	28,4 %	30,2 %
Correspond fortement ou entièrement	43,8 %	36,1 %	39,6 %
Correspond fortement	25,2 %	21,0 %	22,9 %
Correspond entièrement	18,6 %	15,0 %	16,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 399. Perception que la communauté anglophone est le reflet de qui les jeunes sont, selon le niveau de scolarité

Perception	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	36,2 %	44,5 %	40,6 %
Correspond aucunement	15,3 %	21,3 %	18,7 %
Correspond peu	20,9 %	23,2 %	21,9 %
Correspond modérément	29,9 %	27,9 %	28,9 %
Correspond fortement ou entièrement	33,9 %	27,6 %	30,5 %
Correspond fortement	21,4 %	16,4 %	18,9 %
Correspond entièrement	12,5 %	11,2 %	11,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 400. Défense des droits linguistiques de la communauté anglophone selon le niveau de scolarité

Défendre les droits linguistiques	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	32,0 %	48,4 %	40,4 %
Correspond aucunement	16,9 %	27,3 %	22,7 %
Correspond peu	15,1 %	21,0 %	17,7 %
Correspond modérément	31,8 %	24,0 %	28,1 %
Correspond fortement ou entièrement	36,2 %	27,6 %	31,6 %
Correspond fortement	15,3 %	12,8 %	14,1 %
Correspond entièrement	20,9 %	14,8 %	17,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.4 Insécurité linguistique

Tableau 401. Insécurité linguistique à l'égard du français écrit en ligne selon le niveau de scolarité

Sentiment d'insécurité linguistique	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	77,9 %	75,9 %	77,0 %
Jamais	51,8 %	48,2 %	50,1 %
Rarement	26,1 %	27,7 %	26,8 %
Parfois	14,3 %	14,0 %	14,1 %
Souvent ou très souvent	7,8 %	10,1 %	8,9 %
Souvent	4,8 %	7,1 %	5,9 %
Très souvent	3,1 %	3,0 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 402. Évitement des situations qui demande aux participantes et participants de parler en français, selon le niveau de scolarité

Éviter des situations	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	79,1 %	82,5 %	80,7 %
Jamais	53,7 %	63,6 %	58,3 %
Rarement	25,4 %	18,9 %	22,4 %
Parfois	12,6 %	10,1 %	11,5 %
Souvent ou très souvent	12,6 %	10,1 %	11,5 %
Souvent	8,3 %	7,4 %	7,9 %
Très souvent	5,2 %	6,0 %	5,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 403. Indicateur d'insécurité linguistique selon le niveau de scolarité

Indicateur d'insécurité linguistique	Secondaire	Postsecondaire	Total
Faible	59,4 %	60,5 %	60,6 %
Modérée	31,8 %	31,0 %	30,7 %
Forte	8,8 %	8,5 %	8,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.5 Isolement social

Tableau 404. Indicateur d'isolement social selon le niveau de scolarité

Indicateur d'isolement social	Secondaire	Postsecondaire	Total
Faible	23,0 %	24,2 %	24,1 %
Modérée	56,9 %	59,3 %	57,8 %
Forte	20,1 %	16,4 %	18,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.6 Accès à Internet

Tableau 405. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants selon le niveau de scolarité

Accessibilité à Internet	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	99,5 %	99,4 %	99,5 %
Non	0,5 %	0,6 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 406. Contrôle parental d'Internet chez les répondantes et répondants selon le niveau de scolarité

Contrôle parental d'Internet	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	62,7 %	59,5 %	61,5 %
Non	37,3 %	40,5 %	38,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.7 Accès à la technologie

Tableau 407. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants à partir d'un appareil mobile (téléphone) qui leur appartient, selon le niveau de scolarité

Accès Internet – leur appareil mobile	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	95,7 %	97,2 %	96,4 %
Non	4,3 %	2,8 %	3,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 408. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants à partir d'un appareil mobile (téléphone) partagé (familial), selon le niveau de scolarité

Accès Internet - appareil mobile familial	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	7,9 %	3,4 %	5,8 %
Non	92,1 %	96,6 %	94,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 409. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants à partir d'une télévision intelligente selon le niveau de scolarité

Accès Internet - télévision intelligente	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	59,2 %	52,4 %	55,6 %
Non	40,8 %	47,6 %	44,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 410. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants à partir d'un autre appareil (p. ex. : tablette), selon le niveau de scolarité

Accès Internet - autre appareil	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	34,3 %	33,6 %	33,5 %
Non	65,7 %	66,4 %	66,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.8 Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence

Tableau 411. Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence des répondantes et répondants à partir des données mobiles sur l'appareil familial, selon le niveau de scolarité

Accès à Internet - données sur appareil familial	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	3,6 %	3,7 %	3,6 %
Non	96,4 %	96,3 %	96,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 412. Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence des répondantes et répondants à partir du Wifi dans un endroit public, selon le niveau de scolarité

Accès à Internet – Wifi dans un endroit public	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	80,5 %	83,3 %	81,4 %
Non	19,5 %	16,7 %	18,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 413. Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence des répondantes et répondants à partir d'un ordinateur partagé (p. ex. : école, bibliothèque, travail (bureau)) selon le niveau de scolarité

Accès à Internet – ordinateur partagé	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	27,7 %	23,2 %	25,7 %
Non	72,3 %	76,8 %	74,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 414. Accès à Internet à l'extérieur du lieu de résidence des répondantes et répondants à partir d'un autre appareil (p. ex. : chez un membre de la famille, amie ou ami) selon le niveau de scolarité

Accès à Internet – autre appareil	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	16,9 %	10,5 %	13,5 %
Non	83,1 %	89,5 %	86,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.9 Utilisation des médias sociaux

Tableau 415. Fréquence d'utilisation de Reddit selon le niveau de scolarité

Utilisation de Reddit	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	8,0 %	6,2 %	7,5 %
Plusieurs fois par jour	2,9 %	4,2 %	3,7 %
Une fois par jour	5,1 %	2,0 %	3,7 %
Quelques fois par semaine ou par mois	12,8 %	12,7 %	13,0 %
Quelques fois par semaine	6,8 %	6,2 %	6,6 %
Quelques fois par mois	6,1 %	6,5 %	6,4 %
Rarement ou jamais	79,2 %	81,0 %	79,6 %
Rarement	12,3 %	15,6 %	14,1 %
Jamais	66,8 %	65,4 %	65,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 416. Fréquence d'utilisation de Snapchat selon le niveau de scolarité

Utilisation de Snapchat	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	73,4 %	72,8 %	72,1 %
Plusieurs fois par jour	63,4 %	61,5 %	60,8 %
Une fois par jour	9,9 %	11,3 %	11,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	8,2 %	8,8 %	9,1 %
Quelques fois par semaine	4,8 %	5,9 %	5,6 %
Quelques fois par mois	3,4 %	2,8 %	3,5 %
Rarement ou jamais	18,4 %	18,4 %	18,8 %
Rarement	3,4 %	3,4 %	3,7 %
Jamais	15,0 %	15,0 %	15,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 417. Fréquence d'utilisation de Twitch selon le niveau de scolarité

Utilisation de Twitch	Secondaire	Postsecondaire	Total
Une à plusieurs fois par jour	6,3 %	2,5 %	4,5 %
Plusieurs fois par jour	4,6 %	1,7 %	3,2 %
Une fois par jour	1,7 %	0,8 %	1,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	9,9 %	5,1 %	7,6 %
Quelques fois par semaine	4,6 %	2,0 %	3,4 %
Quelques fois par mois	5,3 %	3,1 %	4,2 %
Rarement ou jamais	83,8 %	92,4 %	87,9 %
Rarement	11,4 %	8,2 %	10,1 %
Jamais	72,4 %	84,1 %	77,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.10 Comportements en ligne

Tableau 418. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour chercher de l'information en ligne pour les devoirs scolaires ou les travaux collégiaux ou universitaire selon le niveau de scolarité

Langue plus souvent utilisée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	31,7 %	36,5 %	34,1 %
Toujours en français	9,5 %	10,2 %	9,7 %
Plus souvent en français	22,2 %	26,3 %	24,4 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	50,0 %	38,9 %	44,7 %
Surtout en anglais	18,3 %	24,6 %	21,3 %
Plus souvent en anglais	16,2 %	19,8 %	17,9 %
Toujours en anglais	2,1 %	4,8 %	3,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 419. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour chercher de l'information en ligne sur un sujet d'intérêt personnel selon le niveau de scolarité

Langue plus souvent utilisée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	10,1 %	8,9 %	9,3 %
Jamais	2,2 %	1,2 %	1,7 %
Rarement	7,9 %	7,7 %	7,6 %
Parfois	29,7 %	23,7 %	27,0 %
Souvent ou très souvent	60,1 %	67,4 %	63,7 %
Souvent	36,1 %	39,5 %	38,1 %
Très souvent	24,0 %	27,9 %	25,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 420. Fréquence de consulter les réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram) selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	11,6 %	6,8 %	9,3 %
Jamais	4,7 %	3,3 %	3,9 %
Rarement	6,9 %	3,6 %	5,4 %
Parfois	14,9 %	13,1 %	13,8 %
Souvent ou très souvent	14,9 %	13,1 %	13,8 %
Souvent	73,5 %	80,1 %	76,9 %
Très souvent	32,2 %	30,9 %	32,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 421. Fréquence d'apprendre comment faire des choses (p. ex. : tutoriels, recettes) en ligne selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	23,5 %	16,0 %	20,0 %
Jamais	4,7 %	3,0 %	3,7 %
Rarement	18,8 %	13,1 %	16,3 %
Parfois	24,3 %	23,4 %	23,5 %
Souvent ou très souvent	24,3 %	23,4 %	23,5 %
Souvent	52,2 %	60,5 %	56,5 %
Très souvent	8,4 %	17,8 %	12,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 422. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour apprendre comment faire des choses (p. ex. : tutoriels, recettes) en ligne selon le niveau de scolarité

Langue plus souvent utilisée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	11,7 %	15,6 %	13,4 %
Toujours en français	6,5 %	5,8 %	5,9 %
Plus souvent en français	5,2 %	9,8 %	7,5 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	24,7 %	25,1 %	25,5 %
Surtout en anglais	63,6 %	59,3 %	61,1 %
Plus souvent en anglais	36,1 %	41,0 %	38,1 %
Toujours en anglais	27,5 %	18,3 %	23,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 423. Fréquence des interactions en ligne avec les proches et les amies ou amis selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	4,2 %	4,5 %	4,4 %
Jamais	1,5 %	1,2 %	1,3 %
Rarement	2,7 %	3,3 %	3,1 %
Parfois	11,9 %	13,6 %	12,9 %
Souvent ou très souvent	83,9 %	81,9 %	82,7 %
Souvent	29,2 %	32,6 %	31,0 %
Très souvent	54,7 %	49,3 %	51,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 424. Fréquence de regarder des vidéos, films et téléseries en ligne selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	6,3 %	8,5 %	7,0 %
Jamais	1,8 %	1,8 %	1,7 %
Rarement	4,6 %	6,7 %	5,3 %
Parfois	16,5 %	18,2 %	17,1 %
Souvent ou très souvent	77,2 %	73,3 %	75,9 %
Souvent	39,7 %	42,4 %	41,1 %
Très souvent	37,5 %	30,9 %	34,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 425. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour regarder des vidéos, films et téléseries en ligne selon le niveau de scolarité

Langue plus souvent utilisée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	6,7 %	9,3 %	7,5 %
Toujours en français	2,6 %	4,9 %	3,5 %
Plus souvent en français	4,1 %	4,3 %	4,0 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	18,6 %	19,4 %	19,6 %
Surtout en anglais	74,7 %	71,3 %	72,9 %
Plus souvent en anglais	43,0 %	58,3 %	49,9 %
Toujours en anglais	31,7 %	13,0 %	23,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 426. Fréquence de faire des tâches en ligne pour le travail (emploi) selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	44,6 %	30,0 %	36,1 %
Jamais	35,4 %	21,5 %	27,5 %
Rarement	9,2 %	8,5 %	8,6 %
Parfois	14,6 %	19,8 %	16,8 %
Souvent ou très souvent	40,8 %	50,2 %	47,1 %
Souvent	22,6 %	23,5 %	22,8 %
Très souvent	18,2 %	26,6 %	24,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 427. Fréquence d'agir en ligne pour améliorer la société (p.ex. : pétition en ligne, dons, participer à des événements) selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais ou rarement	70,1 %	63,3 %	66,3 %
Jamais	41,0 %	31,8 %	36,0 %
Rarement	29,1 %	31,5 %	30,3 %
Parfois	23,0 %	27,0 %	25,4 %
Souvent ou très souvent	6,8 %	9,7 %	8,3 %
Souvent	4,8 %	6,4 %	5,7 %
Très souvent	2,0 %	3,3 %	2,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 428. Langue(s) la(les) plus utilisée(s) pour agir en ligne pour améliorer la société (p.ex. : pétition en ligne, dons, participer à des événements) selon le niveau de scolarité

Langue plus souvent utilisée	Secondaire	Postsecondaire	Total
Surtout en français	17,2 %	21,3 %	19,8 %
Toujours en français	8,2 %	7,1 %	7,4 %
Plus souvent en français	9,0 %	14,2 %	12,3 %
Dans les deux langues (anglais et français) également	34,3 %	43,1 %	38,9 %
Surtout en anglais	48,5 %	35,6 %	41,4 %
Plus souvent en anglais	32,2 %	27,1 %	29,2 %
Toujours en anglais	16,3 %	8,4 %	12,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.11 Cyberdépendance

Tableau 429. Mettre en péril une relation, un emploi ou une opportunité d'étude ou de carrière en raison de l'utilisation excessive d'Internet, selon le niveau de scolarité

Mise en péril	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	80,5 %	89,5 %	84,5 %
Correspond aucunement	61,0 %	71,7 %	66,3 %
Correspond peu	19,5 %	17,8 %	18,2 %
Correspond modérément	14,2 %	5,1 %	10,2 %
Correspond fortement ou entièrement	5,3 %	5,4 %	5,3 %
Correspond fortement	4,3 %	4,5 %	4,3 %
Correspond entièrement	1,1 %	1,0 %	1,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 430. Perception de passer trop de temps en ligne selon le niveau de scolarité

Perception	Secondaire	Postsecondaire	Total
Correspond aucunement ou peu	30,8 %	16,9 %	24,2 %
Correspond aucunement	8,8 %	5,0 %	7,2 %
Correspond peu	22,0 %	11,9 %	17,0 %
Correspond modérément	31,4 %	36,3 %	33,7 %
Correspond fortement ou entièrement	37,8 %	46,9 %	42,1 %
Correspond fortement	26,8 %	29,7 %	28,6 %
Correspond entièrement	11,0 %	17,2 %	13,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 431. Effort pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet selon le niveau de scolarité

Efforts pour réduire	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	65,3 %	67,8 %	65,6 %
Non	34,7 %	32,2 %	34,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 432. Succès des efforts pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet selon le niveau de scolarité

Succès des efforts	Secondaire	Postsecondaire	Total
Oui	69,7 %	64,2 %	67,1 %
Non	30,3 %	35,8 %	32,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 433. Indicateur de cyberdépendance selon le niveau de scolarité

Cyberdépendance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Faible	17,0 %	17,5 %	17,5 %
Modérée	72,9 %	71,3 %	72,1 %
Forte	10,1 %	11,3 %	10,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.12 Apprentissage de nouveaux appareils et logiciels numériques

Tableau 434. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par l'expérimentation (essai-erreur) selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	5,3 %	2,5 %	4,0 %
Jamais	1,6 %	0,9 %	1,3 %
Rarement	3,7 %	1,6 %	2,7 %
Parfois	20,4 %	13,8 %	17,4 %
Souvent et Très souvent	74,3 %	83,8 %	78,6 %
Souvent	30,0 %	28,8 %	29,4 %
Très souvent	44,3 %	55,0 %	49,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 435. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par soi-même en consultant des tutoriels, selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	20,1 %	12,2 %	16,5 %
Jamais	5,3 %	3,4 %	4,4 %
Rarement	14,8 %	8,8 %	12,1 %
Parfois	31,7 %	32,3 %	32,0 %
Souvent et Très souvent	48,1 %	55,5 %	51,5 %
Souvent	29,4 %	32,3 %	30,7 %
Très souvent	18,8 %	23,2 %	20,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 436. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels à l'école, au collège ou à l'université, selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	38,9 %	36,4 %	37,8 %
Jamais	12,0 %	8,8 %	10,5 %
Rarement	26,9 %	27,6 %	27,2 %
Parfois	34,7 %	28,8 %	32,0 %
Souvent et Très souvent	26,4 %	34,8 %	30,3 %
Souvent	18,9 %	23,5 %	21,0 %
Très souvent	7,5 %	11,3 %	9,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 437. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant à un parent, une tutrice ou un tuteur, une sœur ou un frère, selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	43,9 %	50,2 %	46,8 %
Jamais	11,7 %	18,6 %	14,9 %
Rarement	32,2 %	31,5 %	31,9 %
Parfois	29,3 %	25,9 %	27,7 %
Souvent et Très souvent	26,9 %	24,0 %	25,5 %
Souvent	18,4 %	18,0 %	18,2 %
Très souvent	8,5 %	6,0 %	7,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 438. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant à des amies et amis, selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	29,7 %	31,7 %	30,6 %
Jamais	8,8 %	9,4 %	9,1 %
Rarement	20,9 %	22,3 %	21,5 %
Parfois	32,6 %	35,7 %	34,1 %
Souvent et Très souvent	37,7 %	32,6 %	35,4 %
Souvent	25,1 %	22,6 %	24,0 %
Très souvent	12,6 %	10,0 %	11,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 439. Degré de facilité à utiliser le logiciel Word selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	4,1 %	1,6 %	2,9 %
Très difficile	0,9 %	0,3 %	0,6 %
Difficile	3,2 %	1,2 %	2,3 %
Facile	95,9 %	98,4 %	97,1 %
Facile	43,6 %	26,5 %	35,3 %
Très facile	52,3 %	72,0 %	61,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 440. Degré de facilité à utiliser le logiciel PowerPoint selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	5,3 %	3,5 %	4,4 %
Très difficile	2,3 %	0,0 %	1,2 %
Difficile	2,9 %	3,5 %	3,2 %
Facile	94,7 %	96,5 %	95,6 %
Facile	37,0 %	26,8 %	32,1 %
Très facile	57,8 %	69,7 %	63,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 441. Degré de facilité à utiliser un logiciel d'édition et de partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube) selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	11,2 %	14,5 %	12,6 %
Très difficile	2,9 %	3,1 %	3,0 %
Difficile	8,3 %	11,4 %	9,6 %
Facile	88,8 %	85,5 %	87,4 %
Facile	33,6 %	45,1 %	38,6 %
Très facile	55,2 %	40,4 %	48,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 442. Degré de facilité à utiliser les outils de recherche (p. ex. : Google) selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	2,7 %	0,6 %	1,7 %
Très difficile	1,6 %	0,3 %	1,0 %
Difficile	1,1 %	0,3 %	0,7 %
Facile	97,3 %	99,4 %	98,3 %
Facile	14,9 %	17,4 %	16,0 %
Très facile	82,5 %	81,9 %	82,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 443. Degré de facilité à utiliser le logiciel d'édition d'images (p. ex. : Photoshop, application d'édition d'images) selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	36,6 %	40,3 %	38,3 %
Très difficile	7,5 %	6,7 %	7,2 %
Difficile	29,1 %	33,6 %	31,1 %
Facile	63,4 %	59,7 %	61,7 %
Facile	45,1 %	47,8 %	46,3 %
Très facile	18,3 %	11,9 %	15,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 444. Degré de facilité à utiliser le stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox) selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	18,6 %	18,4 %	18,5 %
Très difficile	2,9 %	2,3 %	2,6 %
Difficile	15,8 %	16,1 %	15,9 %
Facile	81,4 %	81,6 %	81,5 %
Facile	46,7 %	42,6 %	44,8 %
Très facile	34,7 %	39,0 %	36,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 445. Degré de facilité à utiliser les réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram) selon le niveau de scolarité

Degré de facilité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Difficile	4,1 %	0,9 %	2,7 %
Très difficile	1,7 %	0,0 %	0,9 %
Difficile	2,5 %	0,9 %	1,8 %
Facile	95,9 %	99,1 %	97,3 %
Facile	27,0 %	23,4 %	25,3 %
Très facile	68,9 %	75,6 %	72,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.13 Bilinguisme

Tableau 446. Degré d'accord à l'idée que le bilinguisme est un critère d'accessibilité qui permet de consulter une plus grande diversité de sources d'information, selon le niveau de scolarité

Degré d'accord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Désaccord	7,8 %	4,1 %	6,1 %
Fortement en désaccord	1,9 %	1,3 %	1,6 %
Plutôt en désaccord	5,9 %	2,8 %	4,5 %
Accord	87,7 %	94,4 %	90,8 %
Plutôt en accord	33,2 %	22,8 %	28,4 %
Fortement en accord	54,4 %	71,6 %	62,3 %
Ne sais pas	4,6 %	1,6 %	3,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 447. Degré d'accord à l'idée que le bilinguisme est un critère permettant de mieux juger des informations de façon critique, selon le niveau de scolarité

Degré d'accord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Désaccord	11,8 %	7,2 %	9,7 %
Fortement en désaccord	1,3 %	2,5 %	1,9 %
Plutôt en désaccord	10,5 %	4,7 %	7,8 %
Accord	76,9 %	84,7 %	80,5 %
Plutôt en accord	40,2 %	37,2 %	38,8 %
Fortement en accord	36,7 %	47,5 %	41,7 %
Ne sais pas	11,3 %	8,1 %	9,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.14 Confiance relative aux sources d'information

Tableau 448. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des politiciennes et politiciens, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	17,3 %	15,5 %	16,4 %
Un peu	66,2 %	73,9 %	70,0 %
Beaucoup	16,5 %	10,6 %	13,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 449. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des partis politiques selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	19,5 %	19,6 %	19,6 %
Un peu	67,7 %	71,3 %	69,5 %
Beaucoup	12,8 %	9,1 %	10,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 450. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant de la famille selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	4,0 %	5,5 %	4,7 %
Un peu	58,0 %	65,5 %	61,5 %
Beaucoup	38,0 %	29,0 %	33,8 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 451. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des collègues de travail selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	12,3 %	10,2 %	11,2 %
Un peu	64,6 %	66,2 %	65,4 %
Beaucoup	23,2 %	23,5 %	23,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 452. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant d'activistes ou de groupes d'activistes selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	18,3 %	18,9 %	18,6 %
Un peu	62,4 %	65,0 %	63,7 %
Beaucoup	19,4 %	16,1 %	17,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 453. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant de journalistes selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas du tout	11,5 %	10,0 %	10,8 %
Un peu	58,8 %	65,2 %	61,9 %
Beaucoup	29,7 %	24,7 %	27,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 454. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant d'autres élèves ou étudiantes et étudiants du même établissement d'enseignement, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
--------------------	------------	----------------	-------

Pas du tout	10,9 %	5,0 %	8,1 %
Un peu	72,2 %	70,3 %	71,3 %
Beaucoup	16,9 %	24,8 %	20,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.15 Appartenance à un ou des groupes en ligne

Tableau 455. Appartenance à une ou des communautés en ligne ou virtuelles (p. ex. : groupe Facebook, groupe Discord, Reddit, TikTok), selon le niveau de scolarité

Quantité	Secondaire	Postsecondaire	Total
Aucune	26,7 %	18,4 %	22,8 %
Quelques-unes	40,9 %	45,9 %	43,2 %
Certaines	20,2 %	20,6 %	20,4 %
Plusieurs	12,3 %	15,2 %	13,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.16 Comportements en ligne

Tableau 456. Fréquence du suivi des activités en ligne des amies et amis selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	24,3 %	20,3 %	22,4 %
Jamais	7,7 %	8,0 %	7,9 %
Rarement	16,6 %	12,2 %	14,6 %
Parfois	31,2 %	30,5 %	30,9 %
Souvent et Très souvent	44,5 %	49,2 %	46,7 %
Souvent	32,0 %	35,7 %	33,7 %
Très souvent	12,4 %	13,5 %	12,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 457. Fréquence du suivi des activités en ligne des collègues de classe ou de travail selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	53,9 %	46,3 %	50,4 %
Jamais	26,8 %	17,0 %	22,3 %
Rarement	27,1 %	29,3 %	28,1 %

Parfois	31,2 %	34,7 %	32,8 %
Souvent et Très souvent	14,9 %	19,0 %	16,8 %
Souvent	11,6 %	15,1 %	13,2 %
Très souvent	3,3 %	3,9 %	3,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 458. Fréquence de partager du contenu avec les amies et amis selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	14,1 %	14,1 %	14,1 %
Jamais	3,6 %	3,5 %	3,6 %
Rarement	10,5 %	10,6 %	10,5 %
Parfois	30,4 %	28,6 %	29,6 %
Souvent et Très souvent	55,5 %	57,2 %	56,3 %
Souvent	32,6 %	37,6 %	34,9 %
Très souvent	22,9 %	19,6 %	21,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 459. Fréquence de partager du contenu avec les membres de la famille selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	30,7 %	25,7 %	28,4 %
Jamais	8,8 %	7,1 %	8,0 %
Rarement	21,8 %	18,6 %	20,4 %
Parfois	38,7 %	39,9 %	39,2 %
Souvent et Très souvent	30,7 %	34,4 %	32,4 %
Souvent	23,5 %	24,8 %	24,1 %
Très souvent	7,2 %	9,6 %	8,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 460. Fréquence de partager du contenu avec les collègues de classe ou de travail selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	58,3 %	51,1 %	55,0 %
Jamais	27,3 %	20,6 %	24,2 %
Rarement	30,9 %	30,5 %	30,8 %

Parfois	30,4 %	32,5 %	31,4 %
Souvent et Très souvent	11,3 %	16,4 %	13,7 %
Souvent	9,1 %	12,5 %	10,7 %
Très souvent	2,2 %	3,9 %	3,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 461. Fréquence de partager du contenu publiquement (en dehors de la famille et des amies et amis) selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	60,2 %	56,6 %	58,5 %
Jamais	29,3 %	21,5 %	25,7 %
Rarement	30,9 %	35,0 %	32,8 %
Parfois	26,2 %	28,0 %	27,0 %
Souvent et Très souvent	13,5 %	15,4 %	14,4 %
Souvent	10,2 %	11,6 %	10,8 %
Très souvent	3,3 %	3,9 %	3,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 462. Fréquence de commenter les publications des amies et amis, membres de ta famille, des collègues de classe ou de travail selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	40,3 %	38,3 %	39,4 %
Jamais	15,5 %	8,4 %	12,2 %
Rarement	24,9 %	29,9 %	27,2 %
Parfois	40,3 %	39,2 %	39,8 %
Souvent et Très souvent	19,3 %	22,5 %	20,8 %
Souvent	16,3 %	16,1 %	16,2 %
Très souvent	3,0 %	6,4 %	4,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 463. Fréquence à laquelle les jeunes sont tombés dans un piège à clics selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	66,6 %	58,8 %	63,0 %
Jamais	31,2 %	25,1 %	28,4 %
Rarement	35,4 %	33,8 %	34,6 %

Parfois	22,4 %	29,6 %	25,7 %
Souvent et Très souvent	11,0 %	11,6 %	11,3 %
Souvent	7,5 %	8,0 %	7,7 %
Très souvent	3,6 %	3,5 %	3,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.17 Désinformation en ligne

Tableau 464. Fréquence de chercher des points de vue contraires aux siens selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	25,3 %	20,9 %	23,2 %
Jamais	3,4 %	4,8 %	4,0 %
Rarement	21,9 %	16,1 %	19,2 %
Parfois	45,2 %	42,8 %	44,1 %
Souvent et Très souvent	29,5 %	36,3 %	32,7 %
Souvent	23,3 %	27,0 %	25,0 %
Très souvent	6,2 %	9,3 %	7,6 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 465. Fréquence de partager un contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement) selon le niveau de scolarité

Fréquence	Secondaire	Postsecondaire	Total
Jamais et Rarement	62,9 %	76,5 %	69,3 %
Jamais	30,6 %	43,1 %	36,4 %
Rarement	32,3 %	33,4 %	32,8 %
Parfois	28,1 %	18,0 %	23,4 %
Souvent et Très souvent	9,0 %	5,5 %	7,3 %
Souvent	7,3 %	5,5 %	6,4 %
Très souvent	1,7 %	0,0 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.18 Mentalité complotiste

Tableau 466. Degré d'accord avec l'idée qu'il y a beaucoup de choses très importantes qui se produisent dans le monde dont le public n'est jamais informé, selon le niveau de scolarité

Degré d'accord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Désaccord	9,9 %	11,4 %	10,6 %
Fortement en désaccord	1,1 %	2,3 %	1,7 %
Plutôt en désaccord	8,8 %	9,1 %	9,0 %
Accord	83,2 %	84,7 %	83,9 %
Plutôt en accord	35,2 %	30,9 %	33,2 %
Fortement en accord	48,0 %	53,7 %	50,7 %
Ne sais pas	6,8 %	3,9 %	5,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 467. Degré d'accord avec l'idée que les agences gouvernementales surveillent de près tous les citoyennes et tous les citoyens, selon le niveau de scolarité

Degré d'accord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Désaccord	31,8 %	40,7 %	36,0 %
Fortement en désaccord	5,1 %	9,4 %	7,1 %
Plutôt en désaccord	26,7 %	31,3 %	28,8 %
Accord	53,7 %	49,2 %	51,6 %
Plutôt en accord	40,9 %	34,5 %	37,9 %
Fortement en accord	12,8 %	14,7 %	13,7 %
Ne sais pas	14,5 %	10,1 %	12,4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 468. Degré d'accord avec l'idée que les politiciennes et les politiciens ne nous disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions, selon le niveau de scolarité

Degré d'accord	Secondaire	Postsecondaire	Total
Désaccord	10,2 %	15,6 %	12,7 %
Fortement en désaccord	0,3 %	2,3 %	1,2 %
Plutôt en désaccord	9,9 %	13,4 %	11,5 %
Accord	77,0 %	71,7 %	74,5 %
Plutôt en accord	48,6 %	46,3 %	47,5 %
Fortement en accord	28,4 %	25,4 %	27,0 %
Ne sais pas	12,8 %	12,7 %	12,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.19 Confiance relative aux informations en français

Tableau 469. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une publication en français, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	52,6 %	48,2 %	50,5 %
Aucune confiance	2,0 %	1,0 %	1,5 %
Confiance limitée	50,6 %	47,2 %	49,0 %
Confiance	47,4 %	51,8 %	49,5 %
Grand confiance	45,4 %	49,2 %	47,2 %
Confiance absolue	2,0 %	2,6 %	2,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.20 Confiance relative aux informations en anglais

Tableau 470. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une publication en anglais, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	53,4 %	49,8 %	51,8 %
Aucune confiance	1,7 %	1,7 %	1,7 %
Confiance limitée	51,7 %	48,2 %	50,1 %
Confiance	46,6 %	50,2 %	48,2 %
Grand confiance	44,0 %	48,5 %	46,1 %
Confiance absolue	2,6 %	1,7 %	2,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

A3.21 Confiance à l'égard des informations partagées en ligne

Tableau 471. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des collègues de classe ou de travail, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	73,9 %	73,3 %	73,6 %
Aucune confiance	6,9 %	3,0 %	5,1 %
Confiance limitée	67,0 %	70,3 %	68,5 %
Confiance	26,1 %	26,7 %	26,4 %
Grand confiance	24,4 %	26,4 %	25,3 %
Confiance absolue	1,7 %	0,3 %	1,1 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 472. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de médias sociaux, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	85,1 %	91,4 %	88,0 %
Aucune confiance	13,5 %	14,2 %	13,8 %
Confiance limitée	71,6 %	77,2 %	74,2 %
Confiance	14,9 %	8,6 %	12,0 %
Grand confiance	14,4 %	8,3 %	11,5 %
Confiance absolue	0,6 %	0,3 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 473. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un site inconnu, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	91,7 %	96,0 %	93,7 %
Aucune confiance	33,9 %	33,3 %	33,6 %
Confiance limitée	57,8 %	62,7 %	60,1 %
Confiance	8,3 %	4,0 %	6,3 %
Grande confiance	7,8 %	4,0 %	6,0 %
Confiance absolue	0,6 %	0,0 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 474. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des nouvelles télévisées, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	56,0 %	55,1 %	55,6 %
Aucune confiance	6,9 %	4,3 %	5,7 %
Confiance limitée	49,1 %	50,8 %	49,9 %
Confiance	44,0 %	44,9 %	44,4 %
Grand confiance	42,0 %	40,9 %	41,5 %
Confiance absolue	2,0 %	4,0 %	2,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 475. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une entreprise, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	76,4 %	74,9 %	75,7 %
Aucune confiance	9,5 %	7,6 %	8,6 %
Confiance limitée	67,0 %	67,3 %	67,1 %
Confiance	23,6 %	25,1 %	24,3 %
Grande confiance	22,1 %	24,1 %	23,0 %
Confiance absolue	1,4 %	1,0 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 476. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de gens connus (p. ex.: célébrités, chanteuses et chanteurs, actrices et acteurs), selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	81,6 %	91,4 %	86,2 %
Aucune confiance	12,9 %	20,8 %	16,6 %
Confiance limitée	68,7 %	70,6 %	69,6 %
Confiance	18,4 %	8,6 %	13,8 %
Grande confiance	17,2 %	7,9 %	12,9 %
Confiance absolue	1,1 %	0,7 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 477. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un mouvement ou d'un parti politique, selon le niveau de scolarité

Degré de confiance	Secondaire	Postsecondaire	Total
Pas confiance	82,8 %	83,2 %	83,0 %
Aucune confiance	12,1 %	10,9 %	11,5 %
Confiance limitée	70,7 %	72,3 %	71,4 %
Confiance	17,2 %	16,8 %	17,0 %
Grande confiance	15,2 %	16,5 %	15,8 %
Confiance absolue	2,0 %	0,3 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %

A4 Comparaison selon la langue maternelle

A4.1 Pronom utilisé

Tableau 478. Pronom selon la langue maternelle

Pronom	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Elle	58,9 %	73,0 %	61,6 %	61,9 %
Il	39,6 %	27,0 %	35,8 %	36,2 %
Iel	1,2 %	0,0 %	1,8 %	1,3 %
Ille	0,3 %	0,0 %	0,9 %	0,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.2 Emploi

Tableau 479. Statut d'emploi des répondantes et répondants selon la langue maternelle

Ayant un emploi	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	56,9 %	67,4 %	57,6 %	58,4 %
Non	43,1 %	32,6 %	42,4 %	41,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.3 Langue maternelle

Tableau 480. Emploi à temps plein selon la langue maternelle

Emploi à temps plein	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Ayant un emploi à temps plein	17,5 %	8,1 %	8,1 %	11,9 %
N'ayant pas un emploi à temps plein	82,5 %	91,9 %	91,9 %	88,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.4 Langue la plus souvent parlée

Tableau 481. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les amies et amis, selon la langue maternelle

Langue plus souvent parlée	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Français	37,2 %	1,1 %	9,1 %	18,3 %
Français seulement	33,6 %	1,1 %	8,6 %	16,7 %
Français et autre langue	3,6 %	0,0 %	0,4 %	1,6 %
Français et anglais	58,9 %	63,0 %	72,6 %	66,9 %
Français et anglais	52,7 %	55,4 %	68,3 %	60,7 %
Anglais, français et autre langue	6,3 %	7,6 %	4,3 %	6,2 %
Anglais	3,9 %	35,9 %	18,3 %	14,8 %
Anglais seulement	3,3 %	33,7 %	17,7 %	13,7 %
Anglais et autre langue	0,6 %	2,2 %	0,6 %	1,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 482. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les collègues, selon la langue maternelle

Langue plus souvent parlée	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Français	48,0 %	10,3 %	17,8 %	28,1 %
Français et anglais	37,6 %	34,6 %	49,8 %	44,0 %
Anglais	14,4 %	55,1 %	32,5 %	28,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 483. Langue(s) la(les) plus souvent parlée(s) avec les autres élèves ou étudiantes ou étudiants, selon la langue maternelle

Langue plus souvent parlée	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Français	53,4 %	7,9 %	22,7 %	32,4 %
Français seulement	52,8 %	7,9 %	22,2 %	31,7 %
Français et autre langue	0,6 %	0,0 %	0,4 %	0,7 %
Français et anglais	42,6 %	79,8 %	70,5 %	61,1 %
Français et anglais	39,9 %	77,5 %	68,7 %	58,5 %
Anglais, français et autre langue	2,8 %	2,2 %	1,8 %	2,7 %
Anglais	4,0 %	12,4 %	6,8 %	6,5 %
Anglais seulement	4,0 %	9,0 %	6,6 %	6,0 %
Anglais et autre langue	0,0 %	3,4 %	0,2 %	0,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.5 Indicateur d'identité

Tableau 484. Sentiment d'appartenance à la communauté francophone comme source de fierté, selon la langue maternelle

Sentiment d'appartenance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	5,2 %	17,1 %	6,9 %	7,5 %
Correspond aucunement	2,9 %	11,0 %	3,1 %	3,8 %
Correspond peu	2,3 %	6,1 %	3,8 %	3,7 %
Correspond modérément	11,0 %	15,9 %	17,8 %	15,1 %
Correspond fortement ou entièrement	83,9 %	67,1 %	75,3 %	77,4 %
Correspond fortement	21,3 %	39,0 %	32,1 %	28,8 %
Correspond entièrement	62,6 %	28,0 %	43,2 %	48,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 485. Perception que la communauté anglophone est le reflet de qui les jeunes sont, selon la langue maternelle

Perception	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	58,4 %	20,7 %	30,9 %	40,6 %
Correspond aucunement	31,9 %	9,8 %	10,9 %	18,8 %
Correspond peu	26,5 %	11,0 %	20,0 %	21,9 %
Correspond modérément	22,9 %	30,5 %	32,8 %	28,8 %
Correspond fortement ou entièrement	18,7 %	48,8 %	36,3 %	30,6 %
Correspond fortement	12,6 %	26,8 %	21,9 %	18,9 %
Correspond entièrement	6,1 %	22,0 %	14,5 %	11,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 486. Défense des droits linguistiques de la communauté anglophone, selon la langue maternelle

Défendre les droits linguistiques	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	55,2 %	25,6 %	33,5 %	40,4 %
Correspond aucunement	36,1 %	12,2 %	15,7 %	22,7 %
Correspond peu	19,0 %	13,4 %	17,8 %	17,7 %
Correspond modérément	22,3 %	29,3 %	30,2 %	28,1 %
Correspond fortement ou entièrement	22,6 %	45,1 %	36,3 %	31,5 %
Correspond fortement	9,4 %	18,3 %	17,1 %	14,1 %
Correspond entièrement	13,2 %	26,8 %	19,2 %	17,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.6 Accès à Internet

Tableau 487. Accès à Internet au lieu de résidence des répondantes et répondants, selon la langue maternelle

Accessibilité à Internet	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	99,7 %	98,8 %	99,5 %	99,5 %
Non	0,3 %	1,2 %	0,5 %	0,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 488. Accès à Internet haute vitesse au lieu de résidence des répondantes et des répondants, selon la langue maternelle

Accessibilité Internet à haute vitesse	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	79,7 %	72,8 %	70,8 %	74,7 %
Non	3,3 %	3,7 %	10,0 %	6,7 %
Pas certaine ou certain	17,0 %	23,5 %	19,2 %	18,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 489. Contrôle parental d'Internet chez les répondantes et répondants, selon la langue maternelle

Contrôle parental d'Internet	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	61,3 %	57,3 %	62,3 %	61,7 %
Non	38,7 %	42,7 %	37,7 %	38,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.7 Utilisation d'Internet

Tableau 490. Nombre d'heures d'usage d'Internet lors d'une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail, selon la langue maternelle

Nombre d'heures	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Moins de 3 heures	11,1 %	7,3 %	9,0 %	9,9 %
3 à 4 heures	27,5 %	18,3 %	25,5 %	25,4 %
5 à 6 heures	24,9 %	35,4 %	29,2 %	28,0 %
7 à 8 heures	17,4 %	22,0 %	21,2 %	19,7 %
Plus de 8h	19,0 %	17,1 %	15,1 %	17,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.8 Accès à la technologie

Tableau 491. Accès à un appareil mobile personnel (téléphone) selon la langue maternelle

Accessibilité appareil mobile personnel	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	95,7 %	92,7 %	96,8 %	96,1 %
Non	4,3 %	7,3 %	3,2 %	3,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 492. Accès à un appareil mobile (téléphone) partagé (familial) selon la langue maternelle

Accessibilité appareil mobile partagé	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	7,2 %	3,7 %	5,6 %	6,0 %
Non	92,8 %	96,3 %	94,4 %	94,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 493. Accès à un ordinateur personnel (bureau ou portable) selon la langue maternelle

Accessibilité ordinateur personnel	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	85,9 %	86,6 %	84,1 %	85,3 %
Non	14,1 %	13,4 %	15,9 %	14,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 494. Accès à un ordinateur (bureau ou portable) ailleurs dans la maison (familial) selon la langue maternelle

Accessibilité ordinateur partagé	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	17,4 %	18,3 %	22,5 %	19,9 %
Non	82,6 %	81,7 %	77,5 %	80,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 495. Accès à une console de jeu vidéo selon la langue maternelle

Accessibilité console de jeu vidéo	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	37,2 %	30,5 %	40,0 %	37,5 %
Non	62,8 %	69,5 %	60,0 %	62,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 496. Accès à une télévision intelligente selon la langue maternelle

Accessibilité télévision intelligente	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	53,9 %	52,4 %	57,6 %	55,6 %
Non	46,1 %	47,6 %	42,4 %	44,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 497. Accès à un autre appareil (p. ex. : tablette) selon la langue maternelle

Accessibilité autre appareil	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	33,6 %	32,9 %	34,3 %	33,5 %
Non	66,4 %	67,1 %	65,7 %	66,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 498. Accès à des données mobiles sur son appareil selon la langue maternelle

Accessibilité données mobiles - son appareil	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	81,8 %	82,9 %	82,2 %	82,0 %
Non	18,2 %	17,1 %	17,8 %	18,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 499. Accès à des données mobiles sur l'appareil familial selon la langue maternelle

Accessibilité données mobiles - appareil familial	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	3,6 %	0,0 %	4,2 %	3,6 %
Non	96,4 %	100,0 %	95,8 %	96,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 500. Utilisation du wifi dans un endroit public selon la langue maternelle

Utilisation wifi endroit public	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	79,5 %	74,4 %	83,2 %	81,2 %
Non	20,5 %	25,6 %	16,8 %	18,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 501. Utilisation d'un ordinateur partagé (p. ex. : école, bibliothèque, travail (bureau)) selon la langue maternelle

Utilisation ordinateur partagé	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	23,5 %	26,8 %	26,7 %	25,7 %
Non	76,5 %	73,2 %	73,3 %	74,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 502. Utilisation d'un autre appareil (p. ex. : chez un membre de la famille, amie ou ami) selon la langue maternelle

Utilisation autre appareil	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	13,9 %	7,3 %	14,6 %	13,5 %
Non	86,1 %	92,7 %	85,4 %	86,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.9 Utilisation des médias sociaux selon la langue maternelle

Tableau 503. Fréquence d'utilisation d'Instagram selon la langue maternelle

Utilisation Instagram	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	75,3 %	76,8 %	74,8 %	75,3 %
Plusieurs fois par jour	58,7 %	65,9 %	58,4 %	59,8 %
Une fois par jour	16,7 %	11,0 %	16,3 %	15,5 %
Quelques fois par semaine ou par mois	8,3 %	11,0 %	10,4 %	9,8 %
Quelques fois par semaine	5,7 %	7,3 %	7,9 %	6,9 %
Quelques fois par mois	2,7 %	3,7 %	2,5 %	2,8 %
Rarement ou jamais	16,3 %	12,2 %	14,9 %	15,0 %
Rarement	5,3 %	1,2 %	5,7 %	5,1 %
Jamais	11,0 %	11,0 %	9,2 %	9,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 504. Fréquence d'utilisation de Twitter selon la langue maternelle

Utilisation Twitter	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	14,0 %	12,2 %	11,4 %	12,7 %
Plusieurs fois par jour	5,7 %	8,5 %	5,9 %	6,3 %
Une fois par jour	8,3 %	3,7 %	5,4 %	6,4 %
Quelques fois par semaine ou par mois	9,7 %	19,5 %	13,9 %	12,7 %
Quelques fois par semaine	5,7 %	12,2 %	5,9 %	6,6 %
Quelques fois par mois	4,0 %	7,3 %	7,9 %	6,2 %
Rarement ou jamais	76,3 %	68,3 %	74,8 %	74,5 %
Rarement	11,3 %	12,2 %	10,9 %	11,5 %
Jamais	65,0 %	56,1 %	63,9 %	63,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 505. Fréquence d'utilisation de LinkedIn selon la langue maternelle

Utilisation de LinkedIn	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	4,0 %	4,9 %	2,2 %	3,3 %
Plusieurs fois par jour	2,0 %	2,4 %	0,5 %	1,2 %
Une fois par jour	2,0 %	2,4 %	1,7 %	2,1 %
Quelques fois par semaine ou par mois	9,0 %	14,6 %	6,4 %	8,8 %
Quelques fois par semaine	4,7 %	6,1 %	2,2 %	3,8 %
Quelques fois par mois	4,3 %	8,5 %	4,2 %	4,9 %
Rarement ou jamais	87,0 %	80,5 %	91,3 %	87,9 %
Rarement	7,7 %	14,6 %	6,9 %	8,2 %
Jamais	79,3 %	65,9 %	84,4 %	79,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 506. Fréquence d'utilisation de TikTok selon la langue maternelle

Utilisation de TikTok	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	51,7 %	48,8 %	59,9 %	55,6 %
Plusieurs fois par jour	44,3 %	40,2 %	51,2 %	47,5 %
Une fois par jour	7,3 %	8,5 %	8,7 %	8,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	6,3 %	6,1 %	9,9 %	8,3 %
Quelques fois par semaine	4,3 %	2,4 %	5,9 %	5,1 %
Quelques fois par mois	2,0 %	3,7 %	4,0 %	3,2 %
Rarement ou jamais	42,0 %	45,1 %	30,2 %	36,1 %
Rarement	6,0 %	8,5 %	4,7 %	5,7 %
Jamais	36,0 %	36,6 %	25,5 %	30,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 507. Fréquence d'utilisation de YouTube selon la langue maternelle

Utilisation de YouTube	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	61,3 %	65,9 %	60,6 %	61,6 %
Plusieurs fois par jour	41,0 %	43,9 %	42,3 %	41,9 %
Une fois par jour	20,3 %	22,0 %	18,3 %	19,7 %
Quelques fois par semaine ou par mois	28,0 %	26,8 %	26,7 %	27,2 %
Quelques fois par semaine	19,7 %	18,3 %	16,8 %	18,0 %
Quelques fois par mois	8,3 %	8,5 %	9,9 %	9,1 %
Rarement ou jamais	10,7 %	7,3 %	12,6 %	11,2 %
Rarement	10,0 %	3,7 %	9,2 %	8,9 %
Jamais	0,7 %	3,7 %	3,5 %	2,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 508. Fréquence d'utilisation de WhatsApp selon la langue maternelle

Utilisation de WhatsApp	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	20,0 %	12,2 %	9,7 %	14,7 %
Plusieurs fois par jour	14,7 %	6,1 %	5,9 %	10,0 %
Une fois par jour	5,3 %	6,1 %	3,7 %	4,7 %
Quelques fois par semaine ou par mois	10,3 %	28,0 %	12,6 %	13,5 %
Quelques fois par semaine	6,0 %	19,5 %	8,9 %	9,0 %
Quelques fois par mois	4,3 %	8,5 %	3,7 %	4,4 %
Rarement ou jamais	69,7 %	59,8 %	77,7 %	71,8 %
Rarement	8,3 %	12,2 %	8,2 %	8,5 %
Jamais	61,3 %	47,6 %	69,6 %	63,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 509. Fréquence d'utilisation de Pinterest selon la langue maternelle

Utilisation de Pinterest	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	10,0 %	11,0 %	17,1 %	13,8 %
Plusieurs fois par jour	5,0 %	4,9 %	9,7 %	7,4 %
Une fois par jour	5,0 %	6,1 %	7,4 %	6,4 %
Quelques fois par semaine ou par mois	30,3 %	29,3 %	35,6 %	32,8 %
Quelques fois par semaine	13,3 %	18,3 %	17,3 %	15,8 %
Quelques fois par mois	17,0 %	11,0 %	18,3 %	16,9 %
Rarement ou jamais	59,7 %	59,8 %	47,3 %	53,4 %
Rarement	15,3 %	18,3 %	15,6 %	15,8 %
Jamais	44,3 %	41,5 %	31,7 %	37,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 510. Fréquence d'utilisation de Twitch selon la langue maternelle

Utilisation de Twitch	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	4,3 %	3,7 %	5,0 %	4,4 %
Plusieurs fois par jour	3,3 %	1,2 %	3,7 %	3,2 %
Une fois par jour	1,0 %	2,4 %	1,2 %	1,2 %
Quelques fois par semaine ou par mois	7,0 %	6,1 %	8,4 %	7,7 %
Quelques fois par semaine	4,0 %	3,7 %	3,2 %	3,5 %
Quelques fois par mois	3,0 %	2,4 %	5,2 %	4,2 %
Rarement ou jamais	88,7 %	90,2 %	86,6 %	87,9 %
Rarement	7,0 %	7,3 %	12,9 %	10,0 %
Jamais	81,7 %	82,9 %	73,8 %	77,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 511. Fréquence d'utilisation de Discord selon la langue maternelle

Utilisation de Discord	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Une à plusieurs fois par jour	12,3 %	11,0 %	15,1 %	13,6 %
Plusieurs fois par jour	8,3 %	8,5 %	11,4 %	9,8 %
Une fois par jour	4,0 %	2,4 %	3,7 %	3,8 %
Quelques fois par semaine ou par mois	9,7 %	19,5 %	15,8 %	14,0 %
Quelques fois par semaine	4,3 %	9,8 %	8,2 %	7,0 %
Quelques fois par mois	5,3 %	9,8 %	7,7 %	6,9 %
Rarement ou jamais	78,0 %	69,5 %	69,1 %	72,4 %
Rarement	9,7 %	19,5 %	10,1 %	10,8 %
Jamais	68,3 %	50,0 %	58,9 %	61,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.10 Fréquence des activités pratiquées en ligne

Tableau 512. Fréquence à laquelle une formation en ligne est suivie (p. ex. : cours en ligne) selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais ou rarement	43,8 %	44,4 %	43,8 %	44,0 %
Jamais	16,6 %	17,3 %	15,4 %	16,2 %
Rarement	27,2 %	27,2 %	28,5 %	27,7 %
Parfois	27,6 %	17,3 %	28,7 %	27,0 %
Souvent ou très souvent	28,6 %	38,3 %	27,4 %	29,0 %
Souvent	16,6 %	19,8 %	15,9 %	16,4 %
Très souvent	12,1 %	18,5 %	11,5 %	12,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.11 Cyberdépendance

Tableau 513. Mise en péril d'une relation, d'un emploi, d'une opportunité d'étude ou de carrière selon la langue maternelle

Mise en péril	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	86,5 %	84,2 %	82,6 %	84,4 %
Correspond aucunement	70,3 %	57,9 %	64,1 %	66,0 %
Correspond peu	16,2 %	26,3 %	18,5 %	18,4 %
Correspond modérément	8,6 %	9,2 %	11,9 %	10,4 %
Correspond fortement ou entièrement	4,9 %	6,6 %	5,5 %	5,2 %
Correspond fortement	3,8 %	3,9 %	5,0 %	4,3 %
Correspond entièrement	1,1 %	2,6 %	0,6 %	1,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 514. Sentiment de passer trop de temps en ligne selon la langue maternelle

Sentiment - trop de temps	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Correspond aucunement ou peu	23,0 %	18,4 %	26,4 %	24,1 %
Correspond aucunement	8,9 %	1,3 %	7,2 %	7,1 %
Correspond peu	14,1 %	17,1 %	19,3 %	17,0 %
Correspond modérément	39,6 %	30,3 %	31,7 %	34,0 %
Correspond fortement ou entièrement	37,4 %	51,3 %	41,9 %	41,9 %
Correspond fortement	25,6 %	28,9 %	29,5 %	28,5 %
Correspond entièrement	11,9 %	22,4 %	12,4 %	13,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 515. Effort pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet selon la langue maternelle

Effort pour réduire	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	65,7 %	61,3 %	65,9 %	65,4 %
Non	34,3 %	38,7 %	34,1 %	34,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 516. 5.2 Succès des efforts pour réduire l'utilisation d'Internet selon la langue maternelle

Succès des efforts	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Oui	69,2 %	60,9 %	67,0 %	67,0 %
Non	30,8 %	39,1 %	33,0 %	33,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.12 Apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels

Tableau 517. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par l'expérimentation (essai-erreur) selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	4,4 %	0,0 %	4,7 %	4,1 %
Jamais	1,5 %	0,0 %	1,4 %	1,3 %
Rarement	2,9 %	0,0 %	3,3 %	2,8 %
Parfois	16,4 %	29,5 %	17,9 %	18,6 %
Souvent et Très souvent	79,2 %	70,5 %	77,4 %	77,3 %
Souvent	33,9 %	19,2 %	28,7 %	29,7 %
Très souvent	45,3 %	51,3 %	48,8 %	47,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 518. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels par soi-même en consultant des tutoriels, selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	16,7 %	11,7 %	16,8 %	16,2 %
Jamais	4,0 %	2,6 %	4,7 %	4,2 %
Rarement	12,7 %	9,1 %	12,1 %	12,0 %
Parfois	28,7 %	33,8 %	34,7 %	32,3 %
Souvent et Très souvent	54,5 %	54,5 %	48,5 %	51,5 %
Souvent	30,5 %	39,0 %	29,2 %	30,8 %
Très souvent	24,0 %	15,6 %	19,3 %	20,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 519. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels à l'école, au collège ou à l'université selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	38,7 %	42,1 %	35,5 %	37,4 %
Jamais	10,4 %	9,2 %	10,5 %	10,3 %
Rarement	28,3 %	32,9 %	24,9 %	27,1 %
Parfois	30,1 %	30,3 %	34,3 %	32,3 %
Souvent et Très souvent	31,2 %	27,6 %	30,2 %	30,3 %
Souvent	21,9 %	23,7 %	19,9 %	21,1 %
Très souvent	9,3 %	3,9 %	10,2 %	9,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 520. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant à un parent, une tutrice ou un tuteur, une sœur ou un frère, selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	47,3 %	51,3 %	47,1 %	47,6 %
Jamais	16,8 %	18,4 %	14,4 %	15,8 %
Rarement	30,4 %	32,9 %	32,7 %	31,8 %
Parfois	28,2 %	28,9 %	26,9 %	27,6 %
Souvent et Très souvent	24,5 %	19,7 %	26,0 %	24,8 %
Souvent	19,0 %	13,2 %	18,3 %	18,0 %
Très souvent	5,5 %	6,6 %	7,8 %	6,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 521. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels en demandant à des amies et amis selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	30,4 %	26,0 %	31,8 %	30,6 %
Jamais	10,3 %	6,5 %	9,5 %	9,4 %
Rarement	20,1 %	19,5 %	22,3 %	21,2 %
Parfois	38,8 %	42,9 %	30,1 %	34,8 %
Souvent et Très souvent	30,8 %	31,2 %	38,2 %	34,6 %
Souvent	20,1 %	26,0 %	25,1 %	23,3 %
Très souvent	10,6 %	5,2 %	13,1 %	11,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 522. Fréquence d'apprentissage de nouveaux appareils ou logiciels au travail selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	43,9 %	48,5 %	50,0 %	47,4 %
Jamais	22,5 %	29,4 %	25,6 %	24,8 %
Rarement	21,3 %	19,1 %	24,4 %	22,6 %
Parfois	33,6 %	35,3 %	27,2 %	30,6 %
Souvent et Très souvent	22,5 %	16,2 %	22,8 %	22,0 %
Souvent	15,8 %	11,8 %	17,5 %	16,2 %
Très souvent	6,7 %	4,4 %	5,3 %	5,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 523. Degré de facilité à utiliser le logiciel Word selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	1,5 %	1,4 %	4,4 %	2,9 %
Très difficile	0,0 %	0,0 %	1,2 %	0,6 %
Difficile	1,5 %	1,4 %	3,2 %	2,3 %
Facile	98,5 %	98,6 %	95,6 %	97,1 %
Facile	30,9 %	33,8 %	37,9 %	34,7 %
Très facile	67,7 %	64,8 %	57,7 %	62,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 524. Degré de facilité à utiliser le logiciel Excel selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	39,9 %	37,9 %	36,5 %	38,3 %
Très difficile	7,2 %	1,5 %	5,2 %	5,8 %
Difficile	32,8 %	36,4 %	31,3 %	32,6 %
Facile	60,1 %	62,1 %	63,5 %	61,7 %
Facile	45,1 %	57,6 %	47,8 %	47,5 %
Très facile	15,0 %	4,5 %	15,7 %	14,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 525. Degré de facilité à utiliser le logiciel PowerPoint selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	3,7 %	1,4 %	5,6 %	4,4 %
Très difficile	0,4 %	0,0 %	2,1 %	1,2 %
Difficile	3,4 %	1,4 %	3,6 %	3,3 %
Facile	96,3 %	98,6 %	94,4 %	95,6 %
Facile	30,3 %	36,6 %	33,4 %	32,5 %
Très facile	65,9 %	62,0 %	60,9 %	63,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 526. Degré de facilité à utiliser un logiciel d'édition et partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube) selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	15,8 %	11,8 %	10,3 %	12,4 %
Très difficile	3,6 %	1,5 %	3,1 %	3,1 %
Difficile	12,2 %	10,3 %	7,2 %	9,3 %
Facile	84,2 %	88,2 %	89,7 %	87,6 %
Facile	45,5 %	33,8 %	37,7 %	40,1 %
Très facile	38,7 %	54,4 %	52,0 %	47,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 527. Degré de facilité à utiliser les outils de recherche (p. ex. : Google) selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	1,8 %	1,3 %	1,6 %	1,7 %
Très difficile	1,1 %	0,0 %	1,1 %	1,0 %
Difficile	0,7 %	1,3 %	0,5 %	0,7 %
Facile	98,2 %	98,7 %	98,4 %	98,3 %
Facile	16,8 %	14,1 %	15,9 %	16,0 %
Très facile	81,4 %	84,6 %	82,5 %	82,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 528. Degré de facilité à utiliser le stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox) selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	19,1 %	13,3 %	19,6 %	18,7 %
Très difficile	2,8 %	0,0 %	2,9 %	2,5 %
Difficile	16,3 %	13,3 %	16,7 %	16,2 %
Facile	80,9 %	86,7 %	80,4 %	81,3 %
Facile	48,2 %	42,7 %	40,6 %	43,7 %
Très facile	32,7 %	44,0 %	39,8 %	37,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 529. Degré de facilité à utiliser les réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram) selon la langue maternelle

Degré de facilité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Difficile	1,9 %	2,7 %	2,8 %	2,4 %
Très difficile	0,0 %	0,0 %	1,4 %	0,7 %
Difficile	1,9 %	2,7 %	1,4 %	1,7 %
Facile	98,1 %	97,3 %	97,2 %	97,6 %
Facile	28,7 %	21,3 %	24,7 %	25,9 %
Très facile	69,4 %	76,0 %	72,5 %	71,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.13 Bilinguisme

Tableau 530. Degré d'accord avec l'idée que le bilinguisme est un critère d'accessibilité qui permet à une plus grande diversité de sources d'information selon la langue maternelle

Degré d'accord	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Désaccord	4,8 %	10,3 %	6,1 %	6,0 %
Fortement en désaccord	2,2 %	3,8 %	0,6 %	1,5 %
Plutôt en désaccord	2,6 %	6,4 %	5,5 %	4,5 %
Accord	93,3 %	88,5 %	89,5 %	90,9 %
Plutôt en accord	24,8 %	39,7 %	28,7 %	28,4 %
Fortement en accord	68,5 %	48,7 %	60,9 %	62,4 %
Ne sais pas	1,9 %	1,3 %	4,4 %	3,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 531. Degré d'accord avec l'idée que le bilinguisme est un critère permettant de mieux juger des informations de façon critique selon la langue maternelle

Degré d'accord	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Désaccord	9,3 %	15,4 %	9,1 %	9,8 %
Fortement en désaccord	3,0 %	1,3 %	1,1 %	1,8 %
Plutôt en désaccord	6,3 %	14,1 %	8,0 %	8,0 %
Accord	80,7 %	73,1 %	82,4 %	80,7 %
Plutôt en accord	32,2 %	53,8 %	40,8 %	39,0 %
Fortement en accord	48,5 %	19,2 %	41,6 %	41,8 %
Ne sais pas	10,0 %	11,5 %	8,5 %	9,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.14 Confiance relative aux sources d'information

Tableau 532. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant du gouvernement fédéral selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	2,6 %	1,4 %	3,7 %	3,0 %
Un peu	18,3 %	19,7 %	23,3 %	21,0 %
Beaucoup	79,1 %	78,9 %	73,0 %	76,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 533. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant du gouvernement provincial selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	4,3 %	1,4 %	4,1 %	3,9 %
Un peu	23,0 %	25,4 %	23,3 %	23,5 %
Beaucoup	72,6 %	73,2 %	72,6 %	72,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 534. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant du gouvernement municipal selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	4,5 %	4,6 %	5,0 %	4,8 %
Un peu	33,8 %	26,2 %	36,0 %	34,0 %
Beaucoup	61,7 %	69,2 %	59,0 %	61,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 535. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des politiciennes et politiciens selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	15,4 %	16,4 %	16,0 %	16,1 %
Un peu	75,4 %	69,4 %	68,9 %	69,9 %
Beaucoup	9,2 %	14,2 %	15,0 %	13,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 536. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des partis politiques selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	20,2 %	21,9 %	18,8 %	19,7 %
Un peu	67,0 %	68,8 %	70,8 %	69,1 %
Beaucoup	12,8 %	9,4 %	10,5 %	11,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 537. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des amies et amis selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	3,9 %	1,3 %	5,8 %	4,6 %
Un peu	60,2 %	70,7 %	60,5 %	61,5 %
Beaucoup	35,9 %	28,0 %	33,7 %	33,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 538. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant des collègues de travail selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	8,6 %	11,5 %	12,4 %	10,9 %
Un peu	67,1 %	65,6 %	64,4 %	65,6 %
Beaucoup	24,3 %	23,0 %	23,2 %	23,6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 539. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant d'activistes ou de groupes d'activistes selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	22,1 %	6,1 %	19,1 %	18,7 %
Un peu	63,0 %	68,2 %	62,9 %	63,5 %
Beaucoup	14,9 %	25,8 %	18,1 %	17,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 540. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant de journalistes selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	11,9 %	8,5 %	9,9 %	10,5 %
Un peu	57,6 %	67,6 %	62,2 %	61,1 %
Beaucoup	30,5 %	23,9 %	27,9 %	28,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 541. Degré de confiance à l'égard de sources d'information provenant d'autres élèves ou étudiantes et étudiants du même établissement d'enseignement selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas du tout	9,0 %	4,1 %	8,1 %	8,0 %
Un peu	69,7 %	74,0 %	71,9 %	71,3 %
Beaucoup	21,3 %	21,9 %	20,1 %	20,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.15 Appartenance à un ou des groupes en ligne

Tableau 542. Appartenance à une ou des communautés en ligne ou virtuelles (p. ex. : groupe Facebook, groupe Discord, Reddit, TikTok) selon la langue maternelle

Quantité	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Aucune	20,8 %	20,5 %	23,2 %	22,0 %
Quelques-unes	43,8 %	38,5 %	43,6 %	43,1 %
Certaines	24,5 %	20,5 %	18,7 %	21,1 %
Plusieurs	10,9 %	20,5 %	14,5 %	13,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.16 Comportements en ligne

Tableau 543. Fréquence du suivi des activités en ligne des amies et amis selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	24,0 %	16,0 %	22,4 %	22,3 %
Jamais	7,2 %	6,7 %	7,6 %	7,4 %
Rarement	16,7 %	9,3 %	14,7 %	14,9 %
Parfois	30,0 %	32,0 %	32,9 %	31,7 %
Souvent et Très souvent	46,0 %	52,0 %	44,8 %	46,0 %
Souvent	32,3 %	38,7 %	34,0 %	33,9 %
Très souvent	13,7 %	13,3 %	10,8 %	12,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 544. Fréquence du suivi des activités en ligne des membres de la famille selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	39,9 %	33,3 %	41,1 %	39,8 %
Jamais	14,1 %	8,0 %	16,4 %	14,6 %
Rarement	25,9 %	25,3 %	24,6 %	25,2 %
Parfois	28,9 %	45,3 %	35,4 %	34,0 %
Souvent et Très souvent	31,2 %	21,3 %	23,5 %	26,2 %
Souvent	23,2 %	18,7 %	18,7 %	20,4 %
Très souvent	8,0 %	2,7 %	4,8 %	5,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 545. Fréquence du suivi des activités en ligne des collègues de classe ou de travail selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	53,2 %	49,3 %	48,7 %	50,5 %
Jamais	23,6 %	20,0 %	21,5 %	22,1 %
Rarement	29,7 %	29,3 %	27,2 %	28,4 %
Parfois	29,7 %	36,0 %	35,7 %	33,4 %
Souvent et Très souvent	17,1 %	14,7 %	15,6 %	16,1 %
Souvent	14,1 %	9,3 %	12,5 %	12,7 %
Très souvent	3,0 %	5,3 %	3,1 %	3,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 546. Fréquence du partage de contenu en ligne avec les amies et amis selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	17,5 %	14,7 %	12,5 %	14,6 %
Jamais	3,8 %	0,0 %	4,2 %	3,6 %
Rarement	13,7 %	14,7 %	8,2 %	11,0 %
Parfois	31,2 %	33,3 %	30,0 %	30,8 %
Souvent et Très souvent	51,3 %	52,0 %	57,5 %	54,6 %
Souvent	30,4 %	28,0 %	36,8 %	33,4 %
Très souvent	20,9 %	24,0 %	20,7 %	21,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 547. Fréquence de partager du contenu en ligne avec les membres de la famille selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	29,7 %	28,0 %	28,3 %	28,8 %
Jamais	9,1 %	6,7 %	7,6 %	8,1 %
Rarement	20,5 %	21,3 %	20,7 %	20,7 %
Parfois	35,7 %	38,7 %	42,5 %	39,5 %
Souvent et Très souvent	34,6 %	33,3 %	29,2 %	31,7 %
Souvent	25,9 %	24,0 %	21,5 %	23,4 %
Très souvent	8,7 %	9,3 %	7,6 %	8,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 548. Fréquence de partager du contenu en ligne avec les collègues de classe ou de travail selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	55,9 %	52,0 %	55,8 %	55,4 %
Jamais	28,5 %	25,3 %	21,8 %	24,7 %
Rarement	27,4 %	26,7 %	34,0 %	30,7 %
Parfois	29,3 %	36,0 %	32,3 %	31,5 %
Souvent et Très souvent	14,8 %	12,0 %	11,9 %	13,0 %
Souvent	12,2 %	9,3 %	9,1 %	10,3 %
Très souvent	2,7 %	2,7 %	2,8 %	2,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 549. Fréquence de partager du contenu en ligne publiquement (en dehors de la famille et des amies et amis) selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	60,1 %	53,3 %	58,9 %	58,8 %
Jamais	25,9 %	32,0 %	24,4 %	25,8 %
Rarement	34,2 %	21,3 %	34,6 %	33,0 %
Parfois	26,2 %	30,7 %	27,2 %	27,2 %
Souvent et Très souvent	13,7 %	16,0 %	13,9 %	14,0 %
Souvent	9,9 %	10,7 %	11,3 %	10,7 %
Très souvent	3,8 %	5,3 %	2,5 %	3,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 550. Fréquence de commenter les publications en ligne des amies et amis, membres de la famille, collègues de classe ou de travail, selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	39,2 %	41,3 %	40,2 %	39,9 %
Jamais	11,8 %	13,3 %	12,7 %	12,4 %
Rarement	27,4 %	28,0 %	27,5 %	27,5 %
Parfois	41,8 %	42,7 %	38,8 %	40,4 %
Souvent et Très souvent	19,0 %	16,0 %	21,0 %	19,7 %
Souvent	11,8 %	13,3 %	17,6 %	14,9 %
Très souvent	7,2 %	2,7 %	3,4 %	4,8 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 551. Fréquence à laquelle les jeunes sont tombés dans un piège à clics selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	60,8 %	58,7 %	65,7 %	63,1 %
Jamais	31,2 %	18,7 %	28,9 %	28,7 %
Rarement	29,7 %	40,0 %	36,8 %	34,4 %
Parfois	27,4 %	32,0 %	23,8 %	26,0 %
Souvent et Très souvent	11,8 %	9,3 %	10,5 %	10,9 %
Souvent	8,0 %	9,3 %	6,8 %	7,5 %
Très souvent	3,8 %	0,0 %	3,7 %	3,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.17 Confiance à l'égard des sources d'information

Tableau 552. Fréquence de remettre en question la source des informations consultées sur les médias sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Instagram) selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	9,1 %	2,7 %	13,1 %	10,5 %
Jamais	1,9 %	0,0 %	2,0 %	1,7 %
Rarement	7,2 %	2,7 %	11,1 %	8,7 %
Parfois	30,8 %	37,3 %	33,4 %	32,8 %
Souvent et Très souvent	60,1 %	60,0 %	53,4 %	56,7 %
Souvent	39,2 %	36,0 %	38,0 %	38,2 %
Très souvent	20,9 %	24,0 %	15,4 %	18,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 553. Fréquence de vérifier plusieurs sources à propos d'une information selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	10,3 %	17,3 %	15,5 %	13,7 %
Jamais	1,9 %	1,3 %	3,7 %	2,8 %
Rarement	8,4 %	16,0 %	11,8 %	10,9 %
Parfois	37,0 %	36,0 %	37,4 %	37,1 %
Souvent et Très souvent	52,7 %	46,7 %	47,1 %	49,2 %
Souvent	38,5 %	37,3 %	35,3 %	36,8 %
Très souvent	14,1 %	9,3 %	11,8 %	12,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 554. Fréquence de chercher des points de vue contraires aux siens selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	26,3 %	25,3 %	21,3 %	23,6 %
Jamais	3,1 %	2,7 %	4,9 %	3,9 %
Rarement	23,3 %	22,7 %	16,4 %	19,7 %
Parfois	41,6 %	41,3 %	47,1 %	44,4 %
Souvent et Très souvent	32,1 %	33,3 %	31,6 %	32,0 %
Souvent	24,8 %	25,3 %	23,6 %	24,2 %
Très souvent	7,3 %	8,0 %	8,0 %	7,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 555. Fréquence de partager un contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement) selon la langue maternelle

Fréquence	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Jamais et Rarement	76,0 %	62,7 %	67,2 %	70,1 %
Jamais	48,5 %	28,0 %	31,3 %	37,5 %
Rarement	27,5 %	34,7 %	35,9 %	32,6 %
Parfois	19,5 %	26,7 %	24,7 %	22,9 %
Souvent et Très souvent	4,6 %	10,7 %	8,0 %	7,0 %
Souvent	4,2 %	10,7 %	6,6 %	6,1 %
Très souvent	0,4 %	0,0 %	1,4 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.18 Mentalité complotiste

Tableau 556. Degré d'accord avec l'idée que les agences gouvernementales surveillent de près tous les citoyennes et tous les citoyens selon la langue maternelle

Degré d'accord	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Désaccord	41,8 %	40,5 %	32,7 %	37,0 %
Fortement en désaccord	8,6 %	8,1 %	4,9 %	6,7 %
Plutôt en désaccord	33,2 %	32,4 %	27,7 %	30,3 %
Accord	46,5 %	50,0 %	52,9 %	50,1 %
Plutôt en accord	33,6 %	33,8 %	39,0 %	36,4 %
Fortement en accord	12,9 %	16,2 %	13,9 %	13,8 %
Ne sais pas	11,7 %	9,5 %	14,5 %	12,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 557. Degré d'accord avec l'idée qu'il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques selon la langue maternelle

Degré d'accord	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Désaccord	39,8 %	39,2 %	30,3 %	34,9 %
Fortement en désaccord	11,7 %	8,1 %	7,2 %	9,0 %
Plutôt en désaccord	28,1 %	31,1 %	23,1 %	25,9 %
Accord	39,1 %	45,9 %	49,1 %	45,0 %
Plutôt en accord	24,6 %	31,1 %	37,3 %	31,8 %
Fortement en accord	14,5 %	14,9 %	11,8 %	13,2 %
Ne sais pas	21,1 %	14,9 %	20,5 %	20,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 558. Degré d'accord avec l'idée que les politiciennes et les politiciens ne nous disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions selon la langue maternelle

Degré d'accord	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Désaccord	12,9 %	16,2 %	13,3 %	13,5 %
Fortement en désaccord	1,6 %	1,4 %	1,2 %	1,3 %
Plutôt en désaccord	11,3 %	14,9 %	12,1 %	12,1 %
Accord	71,5 %	73,0 %	74,3 %	73,1 %
Plutôt en accord	44,5 %	52,7 %	48,3 %	47,3 %
Fortement en accord	27,0 %	20,3 %	26,0 %	25,7 %
Ne sais pas	15,6 %	10,8 %	12,4 %	13,5 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

A4.19 Confiance relative aux informations publiées en ligne

Tableau 559. Degré de confiance des informations sur Internet provenant d'une publication en français selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	51,4 %	44,6 %	49,1 %	49,5 %
Aucune confiance	1,6 %	1,4 %	1,2 %	1,3 %
Confiance limitée	49,8 %	43,2 %	48,0 %	48,1 %
Confiance	48,6 %	55,4 %	50,9 %	50,5 %
Grande confiance	45,4 %	52,7 %	49,1 %	48,1 %
Confiance absolue	3,2 %	2,7 %	1,8 %	2,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 560. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une publication en anglais selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	54,6 %	47,3 %	50,0 %	51,4 %
Aucune confiance	3,2 %	2,7 %	0,6 %	1,8 %
Confiance limitée	51,4 %	44,6 %	49,4 %	49,6 %
Confiance	45,4 %	52,7 %	50,0 %	48,6 %
Grande confiance	44,6 %	48,6 %	47,4 %	46,5 %
Confiance absolue	0,8 %	4,1 %	2,6 %	2,1 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 561. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de publications partagées par une amie ou un ami selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	68,9 %	59,5 %	62,3 %	64,5 %
Aucune confiance	2,8 %	0,0 %	1,5 %	1,8 %
Confiance limitée	66,1 %	59,5 %	60,8 %	62,7 %
Confiance	31,1 %	40,5 %	37,7 %	35,5 %
Grande confiance	30,3 %	39,2 %	36,5 %	34,5 %
Confiance absolue	0,8 %	1,4 %	1,2 %	1,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 562. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de publications partagées par des collègues de classe ou de travail selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	74,5 %	66,2 %	73,7 %	73,2 %
Aucune confiance	5,2 %	5,4 %	4,7 %	4,9 %
Confiance limitée	69,3 %	60,8 %	69,0 %	68,2 %
Confiance	25,5 %	33,8 %	26,3 %	26,8 %
Grande confiance	25,5 %	33,8 %	24,6 %	25,9 %
Confiance absolue	0,0 %	0,0 %	1,8 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 563. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des journaux selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	45,0 %	40,5 %	50,3 %	47,2 %
Aucune confiance	3,6 %	0,0 %	2,9 %	2,8 %
Confiance limitée	41,4 %	40,5 %	47,4 %	44,4 %
Confiance	55,0 %	59,5 %	49,7 %	52,8 %
Grande confiance	50,6 %	52,7 %	47,1 %	49,0 %
Confiance absolue	4,4 %	6,8 %	2,6 %	3,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 564. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant des médias sociaux selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	90,4 %	89,2 %	86,5 %	88,3 %
Aucune confiance	14,7 %	16,2 %	13,7 %	14,4 %
Confiance limitée	75,7 %	73,0 %	72,8 %	73,9 %
Confiance	9,6 %	10,8 %	13,5 %	11,7 %
Grande confiance	8,8 %	10,8 %	13,2 %	11,2 %
Confiance absolue	0,8 %	0,0 %	0,3 %	0,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 565. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un site inconnu selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	94,8 %	93,2 %	93,3 %	93,9 %
Aucune confiance	33,5 %	25,7 %	38,0 %	34,9 %
Confiance limitée	61,4 %	67,6 %	55,3 %	58,9 %
Confiance	5,2 %	6,8 %	6,7 %	6,1 %
Grande confiance	5,2 %	6,8 %	6,1 %	5,8 %
Confiance absolue	0,0 %	0,0 %	0,6 %	0,3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 566. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de nouvelles télévisées selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	54,2 %	54,1 %	58,2 %	56,2 %
Aucune confiance	6,4 %	1,4 %	6,7 %	6,0 %
Confiance limitée	47,8 %	52,7 %	51,5 %	50,2 %
Confiance	45,8 %	45,9 %	41,8 %	43,8 %
Grande confiance	43,4 %	39,2 %	39,2 %	40,8 %
Confiance absolue	2,4 %	6,8 %	2,6 %	3,0 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 567. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant du gouvernement selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	30,3 %	29,7 %	38,3 %	34,3 %
Aucune confiance	3,2 %	1,4 %	3,8 %	3,3 %
Confiance limitée	27,1 %	28,4 %	34,5 %	31,0 %
Confiance	69,7 %	70,3 %	61,7 %	65,7 %
Grande confiance	59,0 %	56,8 %	52,6 %	55,5 %
Confiance absolue	10,8 %	13,5 %	9,1 %	10,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 568. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'une entreprise selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	72,9 %	77,0 %	77,8 %	75,9 %
Aucune confiance	8,8 %	8,1 %	8,8 %	8,7 %
Confiance limitée	64,1 %	68,9 %	69,0 %	67,2 %
Confiance	27,1 %	23,0 %	22,2 %	24,1 %
Grande confiance	26,3 %	23,0 %	20,5 %	22,9 %
Confiance absolue	0,8 %	0,0 %	1,8 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 569. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant de gens connus (p. ex.: célébrités, chanteurs et chanteuses, acteurs et actrices) selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	89,2 %	89,2 %	83,6 %	86,4 %
Aucune confiance	20,3 %	18,9 %	14,0 %	16,9 %
Confiance limitée	68,9 %	70,3 %	69,6 %	69,4 %
Confiance	10,8 %	10,8 %	16,4 %	13,6 %
Grande confiance	10,0 %	10,8 %	15,2 %	12,7 %
Confiance absolue	0,8 %	0,0 %	1,2 %	0,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 570. Degré de confiance à l'égard des informations sur Internet provenant d'un mouvement ou d'un parti politique selon la langue maternelle

Degré de confiance	Français	Anglais	Anglais et français	Total
Pas confiance	86,5 %	77,0 %	81,6 %	82,9 %
Aucune confiance	11,6 %	8,1 %	12,9 %	11,8 %
Confiance limitée	74,9 %	68,9 %	68,7 %	71,1 %
Confiance	13,5 %	23,0 %	18,4 %	17,1 %
Grande confiance	13,1 %	23,0 %	16,4 %	15,9 %
Confiance absolue	0,4 %	0,0 %	2,0 %	1,2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

ANNEXE II

Schémas d'entretien : Personnel enseignant ou professeure et professeur d'un établissement postsecondaire

Caractéristiques générales

Dans quelle province ou territoire enseignez-vous?

À quel niveau d'études enseignez-vous?

Quelle discipline enseignez-vous?

Depuis quand enseignez-vous?

Qu'est-ce qui a le plus changé dans votre carrière en enseignement par rapport à l'utilisation des TIC en salle de classe (excluant le contexte pandémie)?

Connaissance du phénomène de désinformation en ligne

Que connaissez-vous du phénomène de désinformation en ligne?

La pandémie a-t-elle changé votre perception de ce phénomène?

Êtes-vous préoccupé(e) par le facteur de vérité ou de fausseté d'une information trouvée en ligne? Selon vous, qu'est-ce qu'une information fiable, authentique et de qualité?

Quel rôle pensez-vous jouer, ou pouvoir jouer, dans la lutte contre la désinformation en ligne auprès de vos élèves, étudiantes ou étudiants?

Avez-vous déjà reçu de la formation concernant la désinformation en ligne?

Expériences et défis en classe

Quels sont les défis rencontrés lorsque vous planifiez une tâche pour laquelle vos élèves, étudiantes ou étudiants doivent chercher de l'information en ligne?

Sous-questions :

Est-ce que vos élèves, étudiantes ou étudiants rencontrent des difficultés pour trouver des informations en ligne? Quels genres de difficultés sont rencontrées?

Est-ce que des solutions sont mises de l'avant par les élèves?

Quelles sont vos attentes ou vos perceptions concernant les habiletés des élèves à déceler de la désinformation en ligne?

Quelles sont vos recommandations afin que vos élèves, vos étudiantes ou étudiants puissent trouver des informations fiables, authentique et de qualité en ligne?

Avez-vous adopté certaines méthodes et pratiques pour ce type d'accompagnement auprès des jeunes?

Recourez-vous à des guides spécifiques?

Sous-question :

Pourriez-vous décrire des expériences ou présenter des exercices dans lesquels les élèves doivent chercher de l'information en ligne, et ce, avec votre aide? (sources, types d'exercices, évaluations)

Savez-vous dans quelle(s) langue(s) vos élèves ou vos étudiant(e)s effectuent leurs recherches en ligne?

Sous-questions :

Avez-vous observé des habitudes ou des préférences langagières chez vos élèves, étudiantes ou étudiants quand ils cherchent, consultent et partagent de l'information en ligne?

Trouvent-ils facilement des sources en français?

Éprouvent-ils de la difficulté à s'informer en anglais?

Croyez-vous que la qualité des informations trouvées varie selon la langue dans laquelle l'info est publiée?

Quel type d'outil serait en mesure de vous aider dans l'assistance ou l'accompagnement de vos élèves, étudiantes ou étudiants quand ils recherchent des informations en ligne?

Avez-vous autre chose à ajouter à cette discussion?

Merci d'avoir participé à cette étude!

Schéma d'entretien : les familles (parents, tuteurs, tutrices)

Caractéristiques générales

Dans quelle région (et province/territoire) habitez-vous?

De combien de membres se composent votre famille? (Pendant la discussion, inviter les participants à préciser s'il y a des différences selon l'âge des enfants (pour plus d'un enfant).

Quel âge a votre enfant? Quel âge ont vos enfants?

Quelle(s) langue(s) parlez-vous le plus souvent à la maison?

Selon vous, quelle(s) langue(s) vos enfants parlent-ils le plus souvent avec leurs ami(e)s?

Quel type d'école fréquentent vos jeunes? (francophone, immersion, anglophone)

Connaissance du phénomène de désinformation en ligne

Qu'est-ce qui vous a incité à participer au groupe de discussion sur la désinformation?

Que savez-vous de la désinformation en ligne?

La pandémie a-t-elle changé quelque chose pour vous à propos de ce phénomène?

Sous-questions :

Êtes-vous préoccupé(e) par le facteur de vérité ou de fausseté d'une information trouvée en ligne?

Selon vous, qu'est-ce qu'une information fiable, authentique et de qualité?

Avez-vous déjà discuté de la désinformation en ligne avec vos jeunes, le personnel enseignant ou d'autres parents?

Avez-vous des remarques à ce sujet (par ex. des inquiétudes, des expériences positives)?

Quel rôle pensez-vous jouer, ou pouvoir jouer, dans la lutte contre la désinformation en ligne auprès de votre (vos) jeune(s)?

Internet, médias sociaux et emploi du temps des jeunes

Quelle est la qualité ou la fiabilité de votre connexion?

Quels appareils vos jeunes préfèrent-ils utiliser? (ordinateur, téléphone intelligent, tablette)

Pourriez-vous détailler l'emploi du temps d'une journée ou une semaine typique de l'année scolaire de votre (vos) jeune(s) (préciser si l'emploi du temps diffère d'un enfant à l'autre)?

Sous-questions :

Quelles sont ses (leurs) habitudes?

Selon vous, combien de temps passe(nt)-t-il(s) à utiliser Internet pour ses (leurs) études (par ex. un travail scolaire, un exposé, un examen) ou à des loisirs (par ex. parler à leurs ami(e)s, jouer à des jeux vidéo)?

Est-ce que ses (leurs) habitudes liées changent pendant les périodes de congé?
Pourriez-vous apporter des précisions à ce sujet?

Selon vous, de quelle(s) langue(s) se sert(vent) votre (vos) jeunes pour communiquer sur les médias sociaux, consulter des informations et les partager?

Est-ce que votre (vos) jeune(s) vous demande(nt) de l'aide pour chercher des informations en ligne?

Sous-questions :

Si oui, pourriez-vous dire dans quel contexte?

Est-ce qu'ils rencontrent des difficultés? (à distinguer une source fiable d'information, à y accéder en français?)

Que leur recommandez-vous pour leur permettre de trouver des informations en ligne fiables, authentiques et de qualité?

- Est-ce que vous adoptez certaines méthodes et certaines pratiques?

Qu'est-ce qui pourrait vous aider dans l'assistance ou l'accompagnement de votre (vos) jeune(s) quand il(s) font de la recherche en ligne?

Quelles sont vos attentes envers le personnel enseignant, ainsi que toute autre personne, qui souhaite vous aider dans la lutte contre la désinformation en ligne auprès de votre (vos) jeune(s)?

Avez-vous autre chose à ajouter à cette discussion?

Schéma d'entretien : les jeunes

Caractéristiques générales :

Dans quelle région (et province) habitez-vous?

De combien de membres se composent votre famille (adultes et enfants)?

Quel âge avez-vous?

À quel niveau scolaire ou postsecondaire êtes-vous inscrit(e)?

- Si vous fréquentez un établissement postsecondaire, quelles études poursuivez-vous?
- Si vous êtes au secondaire, quelles sont vos matières préférées et quelles études aimeriez-vous poursuivre si vous continuez au postsecondaire?

Quelle (s) langue(s) parlez-vous le plus souvent à la maison?

Quelle (s) langue(s) parlez-vous le plus souvent entre ami(e)s?

Connaissance du phénomène de désinformation en ligne

Que savez-vous de la désinformation en ligne?

La pandémie a-t-elle changé quelque chose pour vous sur ce phénomène?

Sous-questions :

Êtes-vous préoccupé(e) par le fait qu'une information trouvée en ligne puisse être fausse?

Selon vous, qu'est-ce qu'une information fiable, authentique et de qualité?

Avez-vous déjà discuté de la désinformation en ligne avec vos pairs (en classe ou avec vos ami(e)s), avec le personnel enseignant, vos parents ou d'autres personnes?

Avez-vous des commentaires à ce sujet (par ex. des inquiétudes, des expériences positives)?

Quel rôle pensez-vous jouer, ou pouvoir jouer, dans la lutte contre la désinformation en ligne?

Internet, médias sociaux et emploi du temps des jeunes

À quel(s) appareil(s) avez-vous accès à la maison pour vous connecter à Internet?

Quel est la qualité ou la fiabilité de la connexion?

Quels appareils préférez-vous utiliser? (ordinateur, téléphone intelligent, tablette)

Pourriez-vous détailler votre emploi du temps d'une journée ou d'une semaine typique pendant l'année scolaire?

Sous-questions :

Quelles sont vos habitudes informatiques?

Combien de temps, passez-vous approximativement devant l'écran d'ordinateur?

Est-ce que ce temps est lié à vos études (par ex. un travail scolaire, un exposé, un examen) ou à des loisirs (par ex. parler à ses ami(e)s jouer à des jeux vidéo)?

Est-ce que vos habitudes changent pendant les périodes de congé? Pouvez-vous nous en parler davantage?

Dans quelle(s) langue(s) communiquez-vous sur les médias sociaux, consultez-vous des informations et dans quelle(s) langue(s) les partagez-vous?

Est-ce qu'il vous arrive de demander de l'aide quand vous cherchez de l'information en ligne?

Sous-question :

Si oui, pouvez-vous nous décrire dans quel contexte?

Vous sentez-vous en mesure de distinguer une source fiable d'information?

Avez-vous de la difficulté à accéder à de l'information en français?

Est-ce que vous recevez des conseils pour trouver de l'information en ligne qui est fiable, authentique et de qualité?

Mettez-vous en pratique ces conseils lorsque vous décidez de partager ou de faire circuler les informations que vous avez trouvées?

Qui vous donne ces conseils?

Est-ce que vous appliquez des méthodes ou adoptez certaines pratiques quand vous cherchez de l'information en ligne?

Consultez-vous des guides destinés à la recherche en ligne?

Qu'est-ce qui pourrait vous aider quand vous faites une recherche en ligne?

Qu'attendez-vous du personnel enseignant, ainsi que de toute autre personne, qui souhaite vous donner un coup de main pour lutter contre la désinformation en ligne?

Avez-vous autre chose à ajouter à cette discussion?

ANNEXE III

Sondage

Littératie et citoyenneté numériques chez les jeunes d'expression française en milieu minoritaire au Canada : comment lutter contre la désinformation et la propagande en ligne.

À ce jour, il n'existe pas d'études qui puissent tenir compte des meilleures pratiques existantes contre la désinformation en ligne et qui nous renseignent très spécifiquement sur les usages actuels que les jeunes issus des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) font de l'Internet et des médias sociaux, ni de leurs compétences à cet égard. Or, il est très important de mettre en relation l'usage de l'Internet et de ces médias (le type de médias, la langue utilisée, la fréquence et divers autres facteurs sociologiques) avec une action concertée sur la désinformation en ligne pour des jeunes qui ont moins de ressources en français à l'extérieur du Québec et qui pourraient être désavantagés dans le développement de leur citoyenneté numérique. Ce projet souhaite combler cette lacune en termes de recherche en proposant une étude sur la littératie et la citoyenneté numériques chez les jeunes des CFSM âgés de 16 à 25 ans qui fréquentent une école secondaire ou une institution postsecondaire (université, collège) de la francophonie canadienne.

Le questionnaire prendra environ de 15 à 20 minutes à compléter. Il a été réalisé par notre équipe de recherche à l'[Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques](#) (ICRML) en collaboration avec le Groupe de travail Jeunes et recherche. Les réponses obtenues resteront confidentielles et respecteront ton anonymat. Aucune information permettant de t'identifier ne sera partagée lors de la diffusion des résultats. Les données recueillies seront utilisées dans le cadre de cette étude et pourront l'être à des fins de comparaison dans le cadre d'une autre phase de la recherche. Elles seront conservées de manière sécuritaire dans les bureaux de l'ICRML pour une période de dix ans et seront complètement détruites par la suite. L'ICRML effectue cette étude qui est financée par le Programme de contributions en matière de citoyenneté numérique de Patrimoine canadien.

Le but de cette étude est d'évaluer les recherches et les programmes canadiens ou internationaux liés à la désinformation en ligne et favorisant la littératie numérique chez les jeunes d'expression française issus des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM). L'ICRML te remercie donc de prendre le temps de répondre aux questions suivantes.

Pour toute question, tu peux rejoindre l'équipe de recherche à l'ICRML au 1.506.858.4669 ou le chercheur principal par courriel à sylvain.st-onge@umoncton.ca.

Toute personne participante ayant des préoccupations de nature éthique concernant ce projet ou souhaitant formuler une plainte peut contacter la Faculté des études supérieures et de la recherche de l'Université de Moncton (Université de Moncton, pavillon Léopold-Taillon, Moncton, NB, Canada, E1A 3E9; téléphone : 1.506.858.4310; courrier électronique : fesr@umoncton.ca) ou le Bureau d'éthique et d'intégrité de la recherche de l'Université d'Ottawa (Pavillon Tabaret, 550, rue Cumberland, Pièce 154, Ottawa, On, Canada, K1N 6N5; tél. : (613) 562-5387; courriel : ethique@uottawa.ca

En acceptant de répondre à ce sondage, tu indiques que tu comprends l'information qui t'a été fournie au sujet de ta participation à cette étude et en es satisfait; tu acceptes d'y participer en tant que sujet de recherche; tu peux poser des questions dans l'avenir sur la présente étude; tu comprends que tu peux demander à te retirer de l'étude sans avoir à te justifier de quelque manière que ce soit (tes résultats seront retirés de la base de données); et que tu consens librement à participer à cette étude selon les conditions qui viennent d'être spécifiées ci-dessus.

Ton accord n'implique pas que tu renonces à tes droits légaux et ne dégage ni les chercheuses et les chercheurs, ni l'initiateur, ni le financeur de l'étude, ni les institutions qui y sont impliquées de leurs responsabilités légales et professionnelles.

N'oublie pas de partager ton adresse courriel à la fin du sondage pour avoir la chance de gagner une paire d'écouteurs Beats Studio3 d'une valeur de 350\$

Une ou un gagnant sera choisi au hasard le 7 janvier 2022 parmi celles et ceux qui ont fourni leur adresse courriel en fin de sondage. La ou le gagnant recevra une confirmation par courriel. Si nous ne parvenons pas à rejoindre cette personne dans les 14 jours suivant le tirage, un second tirage sera effectué. La probabilité de remporter le prix dépend du nombre de personnes qui auront participé au sondage. Ce prix n'est pas monnayable et doit être accepté tel quel. Toutes les adresses courriel seront maintenues confidentielles et détruites une fois que le prix aura été attribué. Ce tirage est effectué dans le respect des lois applicables du Canada. Pour remporter le prix, la participante ou le participant devra répondre à une question qui testera ses habilités et connaissances.

Si tu es d'accord pour participer au sondage, appuie sur le bouton rouge « Commencer » ci-dessous.

Questions

Partie 1: Caractéristiques générales

Où as-tu vu ou entendu parler de notre sondage?

- Courriel
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Autre

Peux-tu préciser?

1. Quel est ton pronom?

- Il
- Elle
- Iel
- Ille

Autre

Je préfère ne pas répondre

Peux-tu préciser?

2. Quel âge as-tu?

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

2.1 As-tu un emploi?

Oui

Non

3. Tu es actuellement inscrite ou inscrit en :

11^e année

12^e année

Programme collégial

1^{re} année universitaire

2^e année universitaire

3^e année universitaire

4^e année universitaire

5^e année universitaire

Autre

Je suis sur le marché du travail

Peux-tu préciser?

4. Quel est le nom de ton école, collège ou université?

5. Dans quelle ville ou quel village habitais-tu pendant ton primaire?

5.1 Dans quelle ville ou quel village habitais-tu pendant ton secondaire?

5.2 Quel est ton lieu de résidence actuel?

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Île-du-Prince-Édouard
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Québec
- Saskatchewan
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoires du Nord-Ouest
- Yukon
- Extérieur du Canada

6. Quelle est ta langue maternelle ou quelles sont tes langues maternelles? (Il s'agit de la ou des langues apprises à la maison dans l'enfance et encore comprises.)

- Français seulement
- Anglais seulement
- Français et anglais
- Français et autre langue
- Anglais et autre langue
- Anglais, français et autre langue
- Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)

6.1 Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes?

À la maison (en famille).

- Français seulement
- Anglais seulement
- Français et anglais
- Français et une autre langue
- Anglais et une autre langue
- Anglais, français et une autre langue
- Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)
- Ne s'applique pas

Avec les amies ou amis.

- Français seulement
- Anglais seulement
- Français et anglais
- Français et une autre langue
- Anglais et une autre langue
- Anglais, français et une autre langue
- Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)
- Ne s'applique pas

En ligne

- Français seulement
- Anglais seulement
- Français et anglais
- Français et une autre langue
- Anglais et une autre langue
- Anglais, français et une autre langue
- Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)
- Ne s'applique pas

6.1 (Partie 2) Quelle(s) langue(s) parles-tu ou utilises-tu le plus souvent dans les situations ou avec les personnes suivantes?

Avec des collègues de travail

- Français seulement
- Anglais seulement
- Français et anglais
- Français et une autre langue
- Anglais et une autre langue
- Anglais, français et une autre langue
- Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)
- Ne s'applique pas

Avec les autres élèves ou étudiantes ou étudiants.

- Français seulement
- Anglais seulement
- Français et anglais
- Français et une autre langue
- Anglais et une autre langue
- Anglais, français et une autre langue
- Autre langue seulement (autre que le français et l'anglais)
- Ne s'applique pas

7. Quelle est la langue maternelle de ton premier parent ou tuteur/tutrice? (tu peux cocher plus d'une réponse)

- Français
- Anglais
- Autre
- Ne s'applique pas

7.1 Quelle est la langue maternelle de ton deuxième parent ou 2e tuteur/tutrice? (tu peux cocher plus d'une réponse)

- Français
- Anglais
- Autre
- Ne s'applique pas

8. Quel est le plus haut niveau de scolarité terminé par ton premier parent ou tuteur/tutrice?

- École secondaire non terminée
- École secondaire terminée
- Études collégiales (p. ex. collège communautaire, professionnel), cours spécialisés non universitaires, études universitaires partielles
- Études universitaires de premier cycle terminées (baccalauréat terminé)
- Études de cycles supérieurs (maîtrise terminée)
- Études de cycles supérieurs (doctorat terminé)
- Ne s'applique pas

8.1 Quel est le plus haut niveau de scolarité terminé par ton deuxième parent ou 2e tuteur/tutrice?

- École secondaire non terminée
- École secondaire terminée
- Études collégiales (p. ex. collège communautaire, professionnel), cours spécialisés non universitaires, études universitaires partielles
- Études universitaires de premier cycle terminées (baccalauréat terminé)
- Études de cycles supérieurs (maîtrise terminée)
- Études de cycles supérieurs (doctorat terminé)
- Ne s'applique pas

9. Comment qualifies-tu tes compétences en français :

	Excellentes	Bonnes	Mauvaises	Très mauvaises
en expression écrite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en expression orale?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en compréhension écrite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en compréhension orale?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.1 Comment qualifies-tu tes compétences en anglais :

	Excellentes	Bonnes	Mauvaises	Très mauvaises
en expression écrite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en expression orale?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en compréhension écrite?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en compréhension orale?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Indique dans quelle mesure chacun des énoncés correspond à la façon dont tu te vois ou tu te sens. Réponds pour les deux communautés, soit celle francophone et celle anglophone.

Correspond Aucunement	Correspond peu	Correspond modérément	Correspond fortement	Correspond entièrement
1	2	3	4	5

	Communauté francophone					Communauté anglophone				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Mon appartenance à cette communauté est une source de fierté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me perçois comme étant semblable aux membres de cette communauté	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que cette communauté est un reflet de qui je suis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis une personne qui veut défendre les droits linguistiques de cette communauté.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Indique à quelle fréquence tu vis les situations suivantes?

	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent
Je crains qu'on se moque de moi à cause de mon français quand j'écris en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'essaie d'éviter les situations où je dois parler en français	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Lors du dernier mois, indique à quelle fréquence tu t'es senti(e) comme suit:

(Question optionnelle)

	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent
Je me sens exclue ou exclu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai l'impression que les gens me connaissent à peine.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me sens isolée ou isolé des autres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je sens que les gens sont autour de moi, mais pas avec moi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Partie 2. Type et fréquences d'usage des technologie et d'Internet

1. As-tu accès à Internet à la maison ou à l'endroit où tu habites actuellement?

1.2 Peux-tu estimer le nombre d'heures que tu passes sur Internet (incluant la consultation de sites de réseaux sociaux, réseaux professionnels et messageries instantanées) pendant :

Une journée typique d'école, collégiale, universitaire ou de travail :

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22

23

24

Une journée typique où il n'y a pas d'école, de collège, d'université ou de travail (jour de congé, fin de semaine):

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

Oui

Non

1.1 S'agit-il d'Internet haute vitesse?

Oui

Non

Pas certaine ou certain

1.3 Actuellement ou pendant ton enfance à la maison, est-ce que le temps d'écran est ou était contrôlé par tes parents ou tutrice(s) ou tuteur(s)?

Oui

Non

2. Comment accèdes-tu à Internet chez toi? (tu peux cocher plus d'une réponse)

- Appareil mobile (téléphone) qui t'appartient
- Appareil mobile (téléphone) partagé (familial)
- Un ordinateur (bureau ou portable) qui t'appartient
- Un ordinateur (bureau ou portable) ailleurs dans la maison (familial)
- Console de jeu vidéo
- Télévision intelligente
- Un autre appareil (p. ex. : tablette)
- Je n'ai pas accès à Internet chez moi

2.1 Comment accèdes-tu à Internet ailleurs que chez toi? (tu peux cocher plus d'une réponse)

- Données mobiles sur mon appareil
- Données mobiles sur l'appareil familial
- Wifi dans un endroit public
- Ordinateur partagé (p. ex.: école, bibliothèque, travail (bureau))
- Un autre appareil (p. ex.: chez un membre de ma famille, amie ou ami).
- Je n'ai pas accès à Internet hors de chez moi

3. Indique la fréquence à laquelle tu consultes les médias sociaux suivants?

- Facebook
- Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
- Instagram
- Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
- Twitter
- Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
- LinkedIn
- Plusieurs fois par jour

- TikTok
- Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
 - Plusieurs fois par jour
- YouTube
- Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
 - Plusieurs fois par jour
- WhatsApp
- Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Plusieurs fois par jour

- Reddit
- Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
 - Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
- Snapchat
- Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais
- Pinterest
- Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement

- Twitch
- Jamais
 - Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais

- Discord
- Plusieurs fois par jour
 - Une fois par jour
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Rarement
 - Jamais

Autres (peux-tu préciser) :

4. À quelle fréquence et dans quelle langue fais-tu ces actions sur Internet?

a. Chercher de l'information pour mes devoirs scolaires ou mes travaux collégiaux ou universitaires.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent
- Ne s'applique pas

b. Chercher de l'information sur un sujet qui m'intéresse.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

c. Consulter les réseaux sociaux (p. ex. Facebook, Twitter, Instagram).

- Jamais
- Rarement
- Parfois

- Souvent
- Très souvent

d. Apprendre comment faire des choses (p. ex. : tutoriels, recettes).

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

e. Suivre une formation en ligne (p. ex. : cours en ligne).

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

f. Faire mes propres créations (p. ex. texte, image, vidéo, musique).

- Jamais
- Rarement
- Parfois

- Souvent
- Très souvent

g. Interagir avec mes proches et mes amies ou amis.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

h. Jouer à des jeux en ligne.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

4. (Partie 2) À quelle fréquence et dans quelle langue fais-tu ces actions sur Internet?

i. Consulter ma messagerie (mes courriels).

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

j. Regarder des vidéos, films, téléserie.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

k. Écouter de la musique.

- Jamais
- Rarement
- Parfois

- Souvent
- Très souvent

I. Lire des livres.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

m. Lire des nouvelles de l'actualité (presse quotidienne ou hebdomadaire).

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

n. Faire des tâches pour le travail (emploi).

- Jamais
- Rarement
- Parfois

- Souvent
- Très souvent
- Ne s'applique pas

o. Agir pour améliorer la société (p. ex. : pétition en ligne, dons, participer à des événements).

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

p. Faire des achats en ligne.

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

5. Indique à quel degré les énoncés suivants correspondent à ton expérience quand tu vas sur Internet.

(Question optionnelle)

	Correspond aucunement	Correspond peu	Correspond modérément	Correspond fortement	Correspond entièrement
Te sens-tu préoccupé(e) par Internet (repenses-tu à l'activité en ligne précédente ou à la prochaine session en ligne)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As-tu mis en péril ou risqué la perte d'une relation, d'un emploi, d'une opportunité d'études ou de carrière importants à cause de ton utilisation d'Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ressens-tu que tu passes trop de temps en ligne?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.1 As-tu fait des efforts pour réduire ou arrêter l'utilisation d'Internet?

Oui

Non

5.2 Est-ce que tes efforts ont été un succès?

Oui

Non

Partie 3. Compétences linguistiques et numériques.

1. Comment apprends-tu à te servir de nouveaux appareils ou logiciel

	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent	Ne s'applique pas
Par moi-même par l'expérimentation (essai-erreur)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Par moi-même en consultant des tutoriels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
À l'école, au collège ou à l'université	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avec la famille (parents, tutrice(s) ou tuteur(s), frère(s), sœur(s))	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avec mes amies et amis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Au travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Selon toi, quelle est ta facilité à utiliser les logiciels suivants :

Word

- Très difficile
- Difficile
- Facile
- Très facile
- Jamais utilisé

Excel

- Très difficile
- Difficile
- Facile
- Très facile
- Jamais utilisé

PowerPoint

- Très difficile
- Difficile
- Facile
- Très facile
- Jamais utilisé

Édition et partage de vidéos (p. ex. : TikTok, YouTube)

- Très difficile

- Difficile
- Facile
- Très facile
- Jamais utilisé

Outils de recherche (p. ex. : Google)

- Très difficile
- Difficile
- Facile
- Très facile
- Jamais utilisé

Édition d'images (p. ex. : Photoshop, application d'édition d'images)

- Très difficile
- Difficile
- Facile
- Très facile
- Jamais utilisé

Stockage en nuage (p. ex. : Google Drive, OneDrive, Dropbox)

- Très difficile
- Difficile
- Facile
- Très facile

Jamais utilisé

Réseaux sociaux (p. ex. : Facebook, Twitter, Instagram)

Très difficile

Difficile

Facile

Très facile

Jamais utilisé

3. Selon toi, les informations que tu consultes sont-elles plus facilement accessibles en français ou en anglais?

- En français
- Dans les deux langues également
- En anglais

4. À quel point es-tu d'accord avec l'idée que le fait d'être bilingue te permet d'accéder à une plus grande diversité de sources d'information.

- Fortement en désaccord
- Plutôt en désaccord
- Plutôt en accord
- Fortement en accord
- Ne sais pas

4.1 À quel point es-tu d'accord avec l'idée que le fait d'être bilingue te permet de mieux juger les informations de façon critique.

- Fortement en désaccord
- Plutôt en désaccord
- Plutôt en accord
- Fortement en accord
- Ne sais pas

5. Es-tu préoccupé(e) à l'idée qu'une information trouvée en ligne soit vraie ou fausse?

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

6. À quel degré fais-tu confiance aux sources d'information suivantes?

	Pas du tout	Un peu	Beaucoup	Je ne consulte pas ces sources d'information
Celles du gouvernement fédéral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles du gouvernement provincial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles du gouvernement municipal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles des politiciennes et politiciens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles des partis politiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles de ta famille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles de tes amies et amis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles de tes collègues de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Celles d'activistes ou de groupes d'activistes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles de journalistes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celles d'autres élèves ou étudiantes et étudiants de ton établissement d'enseignement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. J'appartiens à une ou des communautés en ligne/virtuelles (p. ex. : groupe Facebook, groupe Discord, Reddit, TikTok)

- Aucune
- Quelques-unes
- Certaines
- Plusieurs

Partie 4. Comportements en ligne et désinformation

1. Indique à quelle fréquence tu fais les actions suivantes en ligne?

	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent
Est-ce que tu suis les activités en ligne de tes amies et amis?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est-ce que tu suis les activités en ligne des membres de ta famille?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est-ce que tu suis les activités en ligne de tes collègues de classe ou tes collègues de travail?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partages-tu du contenu avec tes amies et amis?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partages-tu du contenu avec les membres de ta famille?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partages-tu du contenu avec tes collègues de classe ou tes collègues de travail?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partages-tu du contenu publiquement (en dehors de ta famille et tes amies et amis)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Commentes-tu les publications de tes amies et amis, membres de ta famille, tes collègues de classe ou tes collègues de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es-tu déjà tombé dans un piège à clics (c'est-à-dire un « Hyperlien au titre provocant ou intrigant affiché sur une page Web, qui pique la curiosité des internautes et les incite à cliquer pour en connaître davantage, mais qui ne mène qu'à un contenu peu informatif ou décevant. » Source : Office québécois de la langue française.)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Remets-tu en question la source des informations consultées sur les médias sociaux (p. ex.: Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Instagram)?

- Jamais
- Rarement
- Parfois
- Souvent
- Très souvent

2.1 T'arrive-t-il de faire les actions suivantes :

	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Très souvent
Vérifier plusieurs sources à propos d'une information?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chercher des points de vue contraires aux tiens?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partager un contenu sans l'avoir lu ou écouté (complètement)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Pour chaque énoncé, indique ton degré d'accord :

	Fortement en désaccord	Plutôt en désaccord	Plutôt en accord	Fortement en accord	Ne sais pas
Beaucoup de choses très importantes se produisent dans le monde, dont le public n'est jamais informé.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les agences gouvernementales surveillent de près toutes les citoyennes et tous les citoyens.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il existe des organisations secrètes qui influencent grandement les décisions politiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les politiciennes et les politiciens ne nous disent généralement pas les véritables motifs de leurs décisions.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. À quel point fais-tu généralement confiance à des informations sur Internet si elles proviennent de :

	Aucune confiance	Confiance limitée	Grande confiance	Confiance absolue
Publications en français	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publications en anglais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publications partagées par une amie ou un ami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publications partagées par un membre de ta famille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publications partagées par des collègues de classe ou des collègues de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De journaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De médias sociaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D'un site que tu ne connais pas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des nouvelles télévisée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Du gouvernement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D'une entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De gens connus (p. ex. : célébrités, chanteurs, acteurs, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D'un mouvement ou d'un parti politique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Définis dans tes propres mots ce qu'est la désinformation?

Veux-tu participer au tirage pour ta participation au sondage?

Oui

Non

Si oui, tu peux indiquer ton courriel? (Même si tu donnes ton courriel, tes réponses vont rester confidentielles.)

**ICRML**

Institut canadien
de recherche
sur les minorités
linguistiques

CIRLM

Canadian Institute
for Research
on Linguistic
Minorities

L'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques est un organisme de recherche indépendant et sans but lucratif, créé grâce à un financement de Patrimoine canadien. Il exerce un rôle de leader, de rassembleur et de partenaire auprès des chercheurs, des organismes communautaires et des instances gouvernementales, afin de promouvoir une plus grande connaissance de la situation des minorités de langue officielle du Canada et une meilleure compréhension des enjeux prioritaires qui les concernent.

L'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques reconnaît l'appui du gouvernement du Canada.

Canada

Nous joindre

18, avenue Antonine-Maillet
Maison Massey
Université de Moncton
Moncton NB E1A 3E9
www.icrml.ca