

# SONDAGE « JEUNES ET CONFINEMENT – 1 AN APRÈS » : CHIFFRES-CLÉS ET RECOMMANDATIONS

---

Document reprenant les données les plus frappantes de notre sondage « Jeunes et confinement – 1 an après » (extraites du document « Jeunes et confinement 2021 – Etat des lieux ») et présentant, en seconde partie, nos recommandations . Août 2021.

## CHIFFRES-CLÉS DE NOTRE SONDAGE « JEUNES ET CONFINEMENT – 1 AN APRÈS »

### « Comment estimes-tu ton moral pour le moment ? »

- Niveau de santé moral plus impacté que le niveau de santé physique : ils-elles sont **24 %** (83 sur 344) à cocher des cases vraiment négatives.
- Faible proportion à opter pour des réponses réellement positives (tendance fort marquée chez les 18-21 ans avec seulement 9 % de réponses réellement positives).
- Recul par rapport à 2020 : ils-elles étaient **6 % à cocher la case « mauvais »** (donc « mon niveau de moral est mauvais »), ils-elles sont maintenant **9 %** à la cocher.
- Les 26-30 ans s'estiment en meilleur santé par rapport aux autres.
- Les 18-21 ans sont ceux-celles qui cochent le plus les cases négatives (0 à 2) : **64 %** en 2021 contre **56 %** en 2020.
- Chiffres inquiétants.

### « Quel est l'impact qu'aura cette crise sur ton parcours scolaire ou sur ton emploi ? »

- Inquiétude croissante des jeunes par rapport à l'impact négatif de la crise sur leur parcours scolaire/emploi : en 2020, **37 %** des répondant-e-s pensaient que la crise n'aurait pas d'impact sur leur parcours scolaire ou sur leur emploi ; **32,9 %** craignaient un impact négatif ou très négatif. En 2021, **30,2 %** pensent que la crise n'aura pas d'impact, **42,4 %** craignent un impact négatif ou très négatif.
- Tendance surtout marquée pour les 14-17 ans et 18-21 ans où les différences de pourcentages entre 2020 et 2021 sont plus marquées.
- La perception négative est la plus marquée chez les 18-21 ans (51%) : en 2020, les 18-21 ans étaient **38 %** à cocher les cases « impact très négatif » et « impact négatif » (cases 0 et 1) ; en 2021, ils-elles sont **51 %** à plébisciter ces 2 cases négatives.
- Pour les 22-25 ans et 26-30 ans : pas de différence significative entre 2020 et 2021.

### « Selon toi, l'image des jeunes véhiculée dans les médias en ce moment est-elle bonne ? »

- Globalement, perception d'une mauvaise image des jeunes véhiculée dans les médias : pour les 4 catégories, **+ de 80 % de réponses négatives.**
- Sentiment plus fort chez les plus jeunes et qui se nuance légèrement quand on monte dans les tranches d'âge : chez les 14-17 ans, les répondant·e·s ne sont que **6 %** à cocher « bonne » ou « très bonne » pour parler de l'image des jeunes véhiculée dans les médias.
- Même chez les 26-30 ans, la majorité des jeunes interrogé·e·s trouvent que leur image dans les médias est négative.

### « Selon toi, comment est-ce que les gens perçoivent les jeunes pour le moment ? »

- Sentiment fort négatif : ils se sentent majoritairement mal perçus.
- Autour de **80 %** de réponses négatives pour les 4 catégories d'âge.
- Pour les 26-30 ans, c'est un peu plus mitigé mais la tendance reste négative.

### « Que penses-tu des informations que nous recevons en ce moment ? »

- Augmentation du pourcentage de choix de l'item « Je ne regarde ou n'écoute plus les infos » : en 2020, il représentait **18 %** contre **25 %** en 2021.
- Le choix de l'item « Elles sont trop négatives » augmente légèrement : **35,7 %** des répondant·e·s en 2020 et **39,5 %** en 2021.
- L'item « Faire le tri entre fake news et vraies infos » est le plus plébiscité : coché par **55 %** de notre échantillon global.
- D'une tranche d'âge à l'autre, le pourcentage de choix des items est assez similaire.

### « Pour toi, se faire vacciner contre le Covid c'est... »

- Les items les plus plébiscités dans toutes les catégories : « Important pour la collectivité (...) » (coché 172 fois sur 344 répondant·e·s) et « Nécessaire pour sortir de cette période » (coché 200 fois).
- On remarque un léger frein avec 109 personnes qui répondent « Une étape obligatoire mais qui ne m'emballe pas trop » mais dans l'ensemble, les réponses sont en faveur de la vaccination.
- Tendances assez semblables d'une tranche d'âge à l'autre.
- Approche plus rationnelle de la question plus l'âge avance (par exemple, l'item « Inutiles pour les jeunes » est davantage coché par les plus jeunes).

### « Ton avis par rapport au vaccin contre le Covid »

- Dans l'ensemble : certaine méfiance mais pas de rejet massif du vaccin.
- **Chez les 14-17 ans**, 2 éléments sont interpellant : l'item « Surtout pas de cette crasse » remporte **11 %** des choix (contre 3 % pour la catégorie 2, 4 % pour la catégorie 3 et 2 % pour la catégorie 4) et l'item « Il a été développé trop vite, méfiance » est le plus choisi par cette catégorie (avec **23%** des réponses choisies).
- Chez les 18-21 ans, **47 %** des réponses choisies **sont en faveur de la vaccination** mais **39 %** des réponses données traduisent une méfiance.
- C'est chez les 22-25 ans que l'item « Il a été développé trop vite, méfiance » a le pourcentage le plus bas (14 % des choix).
- Léger pic de méfiance chez les 26-30 ans aussi (22 % de réponses pour l'item « Il a été développé trop vite, méfiance », pourcentage proche de celui des 14-17 ans).

### « À propos de la vaccination » (les informations autour de la vaccination)

- Dans toutes les tranches d'âge : l'item « Les infos sont peu claires » est le plus plébiscité.
- Le choix de l'item « J'ai la flemme de me renseigner » diminue avec l'âge (**15 %** des choix pour les 14-17 ans, **11 %** pour les 18-21 ans, **7%** pour les 22-25 ans et **3,7 %** pour les 26-30 ans).
- Au niveau des 22-25 ans, l'item « Ce n'est pas une source d'inquiétude » est nettement plus coché que dans les autres groupes (17 % des répondant-e-s contre 6 % pour les 3 autres tranches).
- Les 26-30 ans sont la catégorie qui plébiscite le plus les items « On reçoit trop d'info » et « Toutes nos discussions tournent autour de ça ».

## CONSTAT GÉNÉRAL SUR LA SITUATION ACTUELLE DES JEUNES ET PISTES DE SOLUTION

Après avoir analysé ces données chiffrées, nous aimerions faire le point sur les informations qui nous paraissent être les plus importantes dans ce document.

- Par rapport au **moral des jeunes**, il nous paraît évident que l'impact psychologique sur la jeunesse va être très conséquent. Il se fait déjà sentir avec l'actuelle explosion des demandes de consultations.
- Au niveau de **l'impact sur leur futur** : nous l'avons vu plus haut, entre 2020 et 2021, le pourcentage de jeunes, considérant que la crise sanitaire aura un impact négatif sur leur scolarité ou leur emploi a augmenté.

Latitude Jeunes appelle à prêter une attention large aux jeunes. Si aujourd'hui, nous nous inquiétons - légitimement - de l'impact psychologique des mesures sanitaires sur la jeunesse, demain d'autres urgences pourraient apparaître (notamment, sociales).

Nous demandons donc plus de soutien aux organisations proches des jeunes qui, durant la crise, n'ont pas ménagé leurs efforts pour les soutenir et devront nécessairement recréer du lien avec un public encore en souffrance. Il est indispensable que les initiatives de soutien aux organisations qui travaillent avec et pour les jeunes soient réalistes et utiles aux jeunes.

- La **représentation des jeunes dans les médias et leur perception par la population** sont deux questions intimement liées, de nombreux médias participant à la construction d'une image négative des jeunes.

Ce constat, dressé par Latitude Jeunes depuis plusieurs années, semble progressivement s'amplifier, notamment avec la crise sanitaire. Latitude Jeunes propose donc quelques pistes pour aider les médias à représenter les jeunes le plus pertinemment possible :

- ne pas parler à la place des jeunes ;
- les inviter dans les débats, sur les plateaux, à l'antenne et écouter leurs avis ;
- ne pas généraliser (dire « les jeunes sont... » est une formule stéréotypée, « les jeunes » ne forment pas un groupe homogène), montrer davantage les initiatives positives portées par des jeunes ;
- essayer de comprendre le « pourquoi » des comportements socialement jugés négatifs ;
- leur faire confiance ;
- partir du vécu des jeunes pour les comprendre et les laisser s'exprimer avec leurs mots ;
- prendre l'habitude d'élargir le panel de personnes qui donnent leur avis (écouter les jeunes et pas uniquement des intellectuel-le-s ou des scientifiques).

Nous sommes également conscient-e-s qu'un travail avec les jeunes reste nécessaire afin qu'ils-elles puissent se familiariser avec les pratiques et usages des médias.

- Concernant la **manière de s’informer des jeunes et leur perception de l’information**, nous avons vu qu’ils-elles sont nombreux-ses à les trouver peu claires et à ne plus s’informer.

Dès lors, il nous paraît pertinent de se demander si les messages autour du Covid sont, pour le moment, adaptés à un public jeune. Sont-ils suffisamment audibles ? Les messages actuels utilisent-ils la bonne forme pour atteindre le public jeune ?

Parallèlement, la jeunesse ne doit-elle pas bénéficier d’informations et de formations supplémentaires autour de la façon d’appréhender les médias (comment faire le tri parmi toutes les informations ? Comment trouver facilement une information fiable ? ...).

Au vu de la question « à propos de la vaccination », il nous paraît essentiel de privilégier la qualité des informations plutôt que leur quantité, certain-e-s jeunes semblant complètement noyé-e-s et pris-e-s parfois d’une « flemme » d’effectuer des recherches.

Nous appelons donc les médias et les politiques à construire des messages et des informations ciblées à destination des jeunes (dans le contenu et dans la forme), notamment autour de la question de la vaccination, en les associant à leur production. Nous prôtons donc des outils « par les jeunes, pour les jeunes ».

- **À propos de la vaccination**, nous nous questionnons sur une manière de sensibiliser les jeunes. En tant qu’OJ, Latitude Jeunes ne cherche pas à les convaincre à tout prix mais bien à les faire réfléchir en les aidant à développer des aptitudes critiques indispensables pour appréhender au mieux cette question. Nous voulons aussi rappeler le sens collectif et solidaire (intergénérationnel mais aussi envers les jeunes qui seraient en moins bonne santé) de la vaccination.

Nous aimerions conseiller aux acteurs-trices du secteur de communiquer avec les jeunes dans un langage qui leur parle afin de faire évoluer leur réflexion en amenant des éléments dont ils-elles n’ont peut-être pas assez conscience et en sortant des discours inintelligibles ou trop moralisateurs.

## APPEL AU MONDE POLITIQUE

Outre les appels listés précédemment, nous aimerions ici rappeler quelques messages essentiels. Les jeunes ont besoin d'être écoutés et entendus. Il est temps de sortir des idées politiques « toutes faites » du type « on va soutenir les jeunes » : partons de leurs besoins réels, posons-leur directement les bonnes questions et agissons en conséquence.

En tant que groupe parmi les plus vulnérables face aux impacts de la crise, la jeunesse doit être une priorité en matière de gestion de l'après-crise.

En cette fin de vacances estivales, il ne faut pas sous-estimer l'effet de la rentrée scolaire et surtout le rôle central que l'école va jouer dans la prise en charge de l'impact de la crise pour les jeunes. Il serait intéressant, par exemple de multiplier les groupes de parole dans lesquels les jeunes pourraient partager leur vécu émotionnel ou de porter une attention forte à la formation des encadrant·e·s pour les aider à faire face à l'après-covid avec les élèves.

Au niveau du secteur jeunesse, nous aimerions rappeler que nous avons besoin de clarté entre les protocoles : jeunesse, enseignement, ONE... Les professionnel·le·s reçoivent les instructions trop tardivement, ce qui crée un climat peu rassurant pour les jeunes et les freine à s'investir dans des projets/ à se mettre en projet.

Enfin, plus globalement, nous aimerions inviter toutes les personnes concernées à repenser le monde post-covid avec les jeunes.