



Note d'éducation permanente
de l'ASBL Fondation Travail-Université (FTU)
N° 2014 – 11, août 2014
www.ftu.be/ep

L'usage des médias en ligne pour renforcer l'engagement social des organisations de la société civile

Un bilan pour la Belgique

En 2012, la Fondation Travail-Université publiait une note d'éducation permanente sur le rôle des médias numériques – en particulier celui d'internet – dans la transformation actuelle des formes de participation démocratique et citoyenne (Note EP 2012-12). Celle-ci constituait une synthèse des résultats d'une étude réalisée à la demande de TechnofuturTIC pour la Région Wallonne en 2011¹. Tout récemment une étude réalisée par la VUB pour la Fondation Roi Baudouin (Carpentier, 2014) s'est interrogée sur la manière dont les médias en ligne sont utilisés par et dans la société civile pour renforcer l'engagement social des citoyens en Belgique.

Afin poursuivre et compléter la réflexion entamée dans les travaux antérieurs de la FTU, cette note s'attache dans un premier temps à exposer les principaux résultats de cette récente recherche. Elle établit ensuite un rapide parallèle avec les enseignements de l'étude menée en 2011. Celui-ci fait apparaître qu'en dépit de la diversification des pratiques en ligne à des fins de participation et d'engagement social depuis 2011, les formes les plus novatrices et participatives d'usages des médias en ligne restent encore sous-exploitées.

L'imaginaire collectif place beaucoup d'espoir dans le potentiel des médias en ligne et des outils numériques en général pour remodeler les formes de participation et d'engagement citoyens. De fait, ces technologies sont souvent vues comme une solution aux nombreux maux démocratiques dont souffrent nos

¹ Brotcorne P. (2012), *Les outils numériques au service d'une participation citoyenne et démocratique augmentée*, rapport réalisé pour TechnofuturTIC à la demande du Gouvernement wallon.

sociétés, ce qui reflète une certaine fascination pour ces outils et une croyance dans leur capacité à résoudre, à eux seuls, les problèmes sociétaux.

Loin d'être des remèdes miracles, ils recèlent toutefois des potentialités inédites pour renforcer voire renouveler certaines formes d'engagement social à condition qu'ils soient mobilisés à bon escient et que les conditions de réussite de telles initiatives soient réunies. Focus les pratiques en ligne existantes en Belgique pour renforcer l'engagement dans et par la société civile.

UN PRÉALABLE : CLARIFIER LES TERMES DU DÉBAT

Comme la plupart des leitmotivs en vogue, les termes de « participation citoyenne », « participation démocratique » et « engagement social » sont souvent utilisés dans le langage médiatique et politique sans que leur signification ne soit clairement définie et leurs enjeux unanimement partagés. Certes, il est vrai que la frontière entre ces notions est poreuse, mais il semble indispensable de clarifier le sens dans lequel chacun des termes est utilisé dans cette note afin d'éviter tout malentendu ou mécompréhension pour le lecteur.

Dans l'étude de 2011, il avait déjà paru utile de distinguer la notion de « participation citoyenne » de celle plus circonscrite de « participation démocratique ».

Pour rappel, la participation citoyenne était entendue comme l'implication des citoyens au sens large du terme dans une action collective d'intérêt général qui améliore le lien, la cohésion sociale, entre les citoyens eux-mêmes et/ou entre eux et les acteurs locaux (associations, collectifs) au sein d'un territoire donné.

La participation démocratique était entendue, quant à elle, comme la dimension strictement politique de la participation citoyenne. Elle concerne l'implication des citoyens dans les débats et les actions, qui sont traditionnellement du ressort des élus, et cela notamment à travers les mécanismes de la démocratie participative (panels citoyens, conseils de quartiers, budgets participatifs, etc.).

De son côté, l'auteur de la récente étude de la VUB (Carpentier, 2014) s'est adonné à ce même exercice de clarification indispensable. S'il reconnaît que les concepts « d'engagement social », « d'engagement politique » et « d'engagement citoyen » sont souvent utilisés de façon interchangeable, il choisit toutefois de privilégier le terme d'engagement social pour sa dimension plus générique.

Aussi définit-il l'engagement social « *comme une attitude et/ou une pratique qui permet de créer de la confiance, de la cohésion, du lien social entre des individus ou des groupes et une communauté plus large, avec l'objectif d'améliorer cette communauté (...)* Elle fait référence à la participation des citoyens à la vie sociale, mais le rôle du politique n'en reste pas moins important, notamment dans la référence à l'amélioration et au changement social » (Carpentier, 2014, p.32). De la participation citoyenne à l'engagement social, il n'y a qu'un pas puisque l'un et l'autre ont trait à l'idée d'un investissement citoyen en vue d'améliorer le « vivre ensemble » en société. D'ailleurs pour l'auteur, la participation constitue le niveau le plus avancé de l'engagement social.

Par ailleurs, Carpentier (2014) s'est aussi attaché à définir le terme d'organisation de la société civile. Selon l'auteur, celui-ci renvoie au concept anglo-saxon « civil society organisation » (CSO) (Thompson, 1995). Sa définition a été élaborée sur base d'une distinction entre, d'une part, les organisations liées à l'État qui font partie du domaine public, et d'autre part, les organisations marchandes axées sur la production de profit, ainsi que les relations personnelles et familiales reprises sous le domaine privé. À partir de là, on peut définir une troisième catégorie : la société civile, c'est-à-dire le groupe d'organisations intermédiaires qui diffèrent des organisations économiques (en propriété privée) opérant dans l'économie de marché, des relations personnelles et familiales ainsi que des organisations étatiques et quasi-étatiques. En Belgique, la société civile

organisée désigne ainsi le monde associatif et plus largement les organisations privées du secteur non marchand.

UNE TYPOLOGIE POUR DÉCRIRE LA VARIÉTÉ DES PRATIQUES D'ENGAGEMENT SOCIAL EN LIGNE

L'aspect novateur de cette récente étude est de proposer une typologie pour décrire et analyser les pratiques en ligne qui renforcent l'engagement social des citoyens. Toutefois, l'analyse est circonscrite aux pratiques développées par et dans la société civile. Par conséquent, elle porte sur la manière dont les organisations de la société civile et leurs membres peuvent être renforcés socialement par les médias en ligne, et parallèlement, sur la façon dont ces organisations peuvent utiliser les médias en ligne pour renforcer l'engagement social des citoyens. Cela comprend par exemple l'usage de la capacité de production des médias en ligne par les organisations de la société civile pour créer du contenu, ainsi que leurs usages pour stimuler le débat public, l'interaction sociale et la participation.

L'élaboration d'une typologie offre un avantage incontestable : celui de pouvoir offrir une vue d'ensemble sur une grande diversité de pratiques. La typologie présentée ici est d'autant plus pertinente qu'elle constitue une grille inédite pour répertorier ces pratiques de terrain encore mal connues et identifiées.

Cette typologie repose sur deux axes fondamentaux. D'une part, elle s'appuie sur une distinction entre usage des médias en ligne à des fins (1) internes, (2) internes-externes et (3) externes. D'autre part, elle repose sur la distinction entre trois niveaux d'engagement social : (1) l'accès, (2) l'interaction et (3) la participation.

En ce qui concerne le premier axe de la typologie – les finalités de l'usage – l'usage interne des médias en ligne renvoie à une série de pratiques en ligne permettant aux organisations de soutenir leur propre fonctionnement (i.e. administration, achats, archives, communication interne, fonctionnement démocratique interne). Même si, en soutenant l'organisation interne de l'association, ces pratiques contribuent à stimuler l'engagement social, nous nous n'y attarderons pas dans le cadre de cette note d'éducation permanente.

Par ailleurs, les organisations de la société civile font également usage des médias en ligne en vue de s'engager dans des champs sociétaux particuliers en fonction de leurs objectifs spécifiques. Ces relations avec le monde extérieur sont toutefois variées et multiples ; c'est pourquoi la typologie différencie les usages « internes-externes » des médias en ligne de leurs usages strictement « externes ».

De fait, dans certains cas, l'usage des médias en ligne a pour objectif de faciliter l'engagement des citoyens extérieurs dans l'organisation ou de créer un lien entre l'organisation et ces citoyens. Ces pratiques, reprises sous le terme de « internes-externes », peuvent prendre des formes différentes comme nous le verrons dans la section suivante.

Dans d'autre cas, l'usage des médias en ligne vise à faciliter l'engagement des citoyens dans d'autres champs sociétaux sans directement les impliquer pour autant dans l'organisation. Ces pratiques en ligne, regroupées sous le terme de « externes », stimulent l'interaction entre différents individus, groupes ou organisations, ou facilitent la participation de ces citoyens dans d'autres champs sociétaux que l'association elle-même. C'est ce que l'auteur de l'étude appelle aussi la participation *via* l'organisation. Dans ce cas-ci, l'organisation joue en quelque sorte le rôle de guide vers du contenu spécifique ou d'entremetteur pour stimuler des interactions entre des organisations tiers et des citoyens ou entre les citoyens eux-mêmes.

Le deuxième axe de la typologie renvoie aux différents degrés possibles d'engagement social. L'accès fait référence à l'offre et à la diffusion de contenu (informations, coordonnées de personnes, etc.).

L'interaction renvoie à ce qu'on appelle les relations socio-communicatives lors desquelles les personnes communiquent ou agissent les unes avec les autres (mise en réseau, mobilisation pour une cause particulière, etc.). Quant à la participation, elle fait référence aux pratiques de codécision tant formelles qu'informelles mises en place par l'association en interne ou avec le monde extérieur et/ou de coproduction de contenu. Notons toutefois d'emblée que, dans les faits, la grande majorité d'initiatives classée dans cette catégorie par l'étude relève davantage de pratiques de « consultation citoyenne » que de réelle « codécision citoyenne ».

	Soutien au fonctionnement de l'organisation	Facilite l'engagement des citoyens extérieurs dans l'organisation	Facilite l'engagement des citoyens dans d'autres champs sociétaux sans les impliquer dans l'organisation
Accès (à de l'information à des personnes)	Échange d'information en interne.	Diffuser de l'information sur l'organisation ou produites par elles, ses collaborateurs et membres.	Diffuser des informations sur d'autres organisations et/ou combats sociétaux.
Interaction	Communication, collaboration interne.	Recruter des volontaires ; Recevoir des dons pour l'organisation ; Créer une communauté autour de l'organisation.	Faciliter les dons en ligne ; Cofinancement et achats groupés Stimuler le volontariat ; l'engagement dans des champs sociétaux spécifiques.
Participation (codécision)	Soutenir des processus décisionnels démocratiques au niveau interne.	Lancer un dialogue à l'extérieur sur l'organisation (récole d'avis).	Permettre à des citoyens de s'exprimer, de donner leur avis dans le domaine de la culture, social, politique.

Adaptation de la typologie élaborée par Carpentier (2014)

QUELQUES ILLUSTRATIONS DE PRATIQUES EN LIGNE INNOVANTES

Avant d'illustrer cette typologie par quelques initiatives concrètes mises en place par des organisations issues de la société civile, il est nécessaire de souligner que ces pratiques n'ont réellement de sens que dans le contexte d'organisations visant des objectifs spécifiques. Elles font toujours partie d'un vaste éventail de pratiques – tant en ligne que hors ligne – et ne sont donc qu'un moyen parmi d'autres pour renforcer l'engagement social des citoyens.

Par ailleurs, notons que la dimension de soutien au fonctionnement interne de l'organisation – 1^{ère} colonne de la typologie – n'est pas illustrée dans le cadre de cette note car celle-ci ne touche qu'indirectement l'engagement social des citoyens. De plus, nous nous attarderons en particulier sur des cas illustrant les dimensions d'interaction et de participation, lesquelles constituent les degrés les plus aboutis de l'engagement citoyen – lignes 2 et 3 de la typologie.

LES PRATIQUES EN LIGNE RENFORÇANT L'ENGAGEMENT DES CITOYENS À L'ASSOCIATION

En ce qui concerne d'abord les pratiques facilitant l'engagement des citoyens dans les associations ou dans les campagnes qu'elles défendent – usage interne-externe, colonne 2 de la typologie – au niveau le plus bas de l'engagement, à savoir : l'accès à du contenu, des personnes, on constate que les exemples sont nombreux. De fait, beaucoup d'organisations produisent et publient du contenu en ligne sur des thématiques qu'elles soutiennent. Les minisites thématiques d'Infor Jeunes Brabant

Wallon, comme celui sur le racket, sont un exemple parmi d'autres². Ces minisites sont combinés à un portail, une page Facebook un canal YouTube, un magazine (Journal de Classe) proposé via la plateforme de publication en ligne Scoop.it, des posters en ligne ainsi qu'à du théâtre d'action.

Au niveau de la dimension interactive de l'engagement social, une forme d'interaction innovante concerne le recrutement de collaborateurs par le biais de l'outsourcing ou l'externalisation d'activités spécifiques. Le « crowdsourcing » repose sur l'identification par un donneur d'ordre d'une tâche spécifique, qui est proposée, contre une rémunération bien précise, à un grand groupe de personnes (crowd). Le Natuurkalender de Natuurpunt³, où les visiteurs du site sont invités à effectuer des observations de la nature et de la météo constitue un exemple de ces pratiques d'engagement.

Une autre forme d'interaction interne-externe assez novatrice est de nature plus mobilisatrice. Elle vise à soutenir l'objet social de l'organisation en appelant au soutien du monde extérieur. C'est le cas notamment d'Amnesty International qui, par le biais de ses actions épistolaires en ligne⁴, appelle chaque citoyen à protester par e-mail ou par la voie d'autres médias lorsqu'il est témoin de faits de violations des droits de l'homme.

Enfin, la dimension participative de l'engagement social a trait, pour rappel, à l'implication de personnes extérieures à l'organisation à ses processus décisionnels formels ou informels au sens large du terme. Les consultations et les enquêtes lancées par les associations afin d'avoir un retour critique sur leurs finalités et/ou programmes constituent des formes de participation de ce type. Un exemple de l'usage de cette forme de consultation en ligne est la pratique des « supporter surveys » mis en place par Greenpeace ; le principe est que les membres ont davantage de possibilités d'exprimer leur avis sur la politique de Greenpeace que les autres citoyens⁵. Sur son site internet, l'association affirme tenir compte des commentaires de ses membres, mais aucun processus formel n'existe pour assurer la réelle prise en compte de ces « feedbacks » dans l'orientation future de son programme et de ses actions.

Aux côtés des logiques participatives en rapport avec le processus décisionnel interne, il existe aussi des formes de participation reposant sur la coproduction et la cocréation de contenu. Les associations produisent, en collaboration avec des personnes extérieures, différentes formes de produits médiatiques. C'est le cas par exemple de l'association bruxelloise Maks qui vise « l'empowerment numérique » en partant de la réalité de son public-cible. Afin d'initier son public à l'usage des médias en ligne, cette association réalise, en collaboration avec les participants, des projets de petits films, jeux et/ou récits numériques. Ces productions ont toujours un lien avec un problème sociétal, comme le film traitant de la violence conjugale par exemple⁶.

De nombreuses initiatives recensées dans l'étude réalisée par la FTU en 2011 appartiennent à cette catégorie. On pense notamment à Corsaires Tv, la WebTV participative de quartier créée par l'ASBL les Corsaires à Bruxelles ou le magazine culturel en ligne « Kulturopoing » d'Action Ciné Médias Jeunes mis en place par et pour les jeunes en Wallonie⁷.

² Voir le site : <http://ijbw.be/le-racket-a-lecole>.

³ Voir le site : www.natuur-kalender.be.

⁴ Voir le site : <http://www.amnesty.be>

⁵ Voir le site : <http://www.greenpeace.org/belgium/>

⁶ Voir le site : <http://www.maksvzw.org/maks/index.php/fr/>

⁷ Voir le site : <https://www.youtube.com/user/corsairesTV> ; <http://www.acmj.be/blog/category/kulturopoing/>

LES PRATIQUES EN LIGNE RENFORÇANT L'ENGAGEMENT DES CITOYENS VIA L'ASSOCIATION

En ce qui concerne les pratiques facilitant l'engagement des citoyens dans d'autres champs sociétaux sans les impliquer directement dans l'organisation – usage externe, colonne 3 de la typologie –, les médias en ligne jouent un rôle de facilitateur pour les interactions entre les citoyens et/ou entre les citoyens et d'autres organisations. Ces pratiques sont importantes car elles renforcent directement la cohésion sociale au sein de la société. De plus, la dimension participative, qui constitue le niveau le plus abouti de l'engagement social, permet d'approfondir le caractère démocratique d'une société, en laissant des citoyens codécider (via les organisations concernées) au sein d'une variété de domaines sociétaux.

En ce qui concerne la dimension interactive de l'engagement social, il existe plusieurs formes d'interactions externes, mais retenons ici les initiatives encourageant les formes alternatives de consommation pour leur caractère durable et relativement innovant. C'est le cas notamment du Wikipower belge ; celui-ci organise des achats groupés d'énergie (électricité, gaz, mazout) en partenariat avec des communes et des associations⁸. En collaboration avec La Ligue des familles, Wikipower a aussi initié un Wikiparent dont l'objectif est identique tout en portant sur différents produits et services⁹. Les deux associations organisations font un usage important des plateformes en ligne pour proposer ces services.

Pour illustrer une autre forme d'interaction externe, signalons les initiatives dans lesquelles les médias en ligne sont utilisés pour informer et recruter des candidats volontaires. C'est ce que fait par exemple la Plateforme francophone du volontariat par le biais de son site portail Yaka.be¹⁰. Cette plateforme permet en effet l'interaction entre des associations d'une part et d'éventuels bénévoles d'autre part, en donnant la possibilité aux deux groupes de s'inscrire, soit pour rechercher des services, soit pour en offrir.

En ce qui concerne la dimension participative de l'engagement social, si cette forme aboutie d'engagement social permet théoriquement aux citoyens de codécider dans divers domaines sociétaux, dans les faits, les rares initiatives de ce type existantes visent à impliquer les citoyens dans le processus politique/ institutionnel.

Dans d'autres pays en Europe, quelques projets en ligne permettent ainsi aux citoyens de rentrer en contact avec leurs représentants politiques. En Belgique, une des rares projets participatifs de ce type est l'initiative bruxelloise néerlandophone « Yota » de JES Stadslabo¹¹. Ce projet, lancé par la société civile, vise la participation des enfants et des jeunes dans le domaine de la planification urbaine. L'objectif est de favoriser un dialogue formel et permanent entre les enfants et les jeunes bruxellois, d'une part, et les responsables politiques ainsi que tous ceux qui décident des interventions dans l'espace public (concepteurs, urbanistes, etc.), d'autre part.

Par ailleurs, il existe une version bruxelloise d'une initiative internationale de MySociety ; celle-ci permet aux citoyens de rentrer en contact, non pas ici avec des responsables politiques, mais avec l'administration communale. Sous le nom de Fix My Street¹², ce projet offre la possibilité à toute personne qui le désire de signaler en ligne des problèmes ou incidents locaux liés à une commune spécifique (graffitis, bâtiments vandalisés, éclairages publics détériorés, etc.). Le site fait usage du « géotagging », qui permet de communiquer l'emplacement exact du problème mentionné.

⁸ Voir le site : <http://www.wikipower.be>

⁹ Voir le site : <http://www.wikiparent.be/>

¹⁰ Voir le site : <http://www.levolontariat.be/>

¹¹ Voir le site : <http://www.jes.be/brussel/?project=Yota>

¹² Voir le site : <http://fixmystreet.irisnet.be/fr/>

À ce niveau le plus abouti de l'engagement citoyen, il existe aussi des projets en ligne plus activistes comme ceux qui proposent aux citoyens et/ou aux organisations un soutien au lancement de pétitions¹³, mais tous d'origine anglo-saxonne.

UN BILAN EN DEMI-TEINTE

Outre l'élaboration d'une typologie visant à décrire la diversité des pratiques en ligne à des fins d'engagement social, cette étude a aussi réalisé une enquête auprès de 902 organisations de la société civile belge afin de déterminer la fréquence de ces pratiques.

De manière intéressante, les constats en matière d'usage des médias en ligne dans ce domaine rejoignent dans l'ensemble ceux dressés dans l'étude menée par la FTU en 2011.

De fait, l'enquête fait d'abord apparaître que les médias en ligne classiques sont largement répandus au sein de la société civile : environ 9 associations sur 10 ont leur site internet ; les sites de réseaux sociaux (59.2%), les sms (53.1%) et l'intranet (41.6%) sont souvent mentionnés aussi. D'autres technologies plus interactives ou collaboratives sont par contre moins utilisées : les collaborations en ligne et partage de vidéos ne concernent environ que 30 % des organisations ; le blogging et micro-blogging seulement 10 à 15% d'entre elles.

En ce qui concerne plus spécifiquement les usages des médias en ligne pour supporter les pratiques d'engagement social, au niveau interne-externe, il ressort de l'enquête que ces technologies sont fréquemment utilisées en vue de communiquer, échanger des informations développer des réseaux autour de l'association ; leur usage à des fins de persuasion est également élevé (environ 8 associations sur 10). Par contre, l'usage interactif pour le recrutement et le financement est plus faible : les pourcentages varient entre à 20% et 30%. Finalement, les formes plus participatives d'usage en ligne au niveau interne-externe sont peu fréquentes (environ 15%), à l'exception d'une d'entre elles qui est mentionnée par un peu plus de la moitié des organisations : l'utilisation des médias en ligne pour obtenir des avis extérieurs à l'organisation.

Au niveau des usages externes, il apparaît sans surprise que l'usage interactif des médias en ligne pour le financement d'organisations tierces et le développement de réseaux autour d'une cause sociétale particulière restent des pratiques très peu fréquentes dans les organisations de la société civile belge. Enfin, concernant le degré le plus abouti de l'engagement citoyen – la participation/codécision –, les pourcentages d'usages des médias en ligne sont inférieurs à 10 %.

Par conséquent, s'il est vrai que les médias en ligne offrent des possibilités inédites pour renforcer différentes formes d'engagement « citoyen », force est de constater que, malgré la multitude d'initiatives recensées sur le terrain en Belgique, peu d'entre elles exploitent pleinement les formes les plus novatrices et participatives d'usages des médias en ligne. Les opportunités qu'offrent ces outils en termes d'échange, d'interactivité et de coproduction de savoirs et de services restent à ce jour encore relativement sous-exploitées. Ce constat d'ordre général constitue l'un des principaux enseignements de cette étude récente. Il rejoint les conclusions de l'étude menée par la Fondation Travail-Université pour la Région wallonne en 2011.

Celle-ci pointait notamment le faible degré de réelle participation citoyenne dans les initiatives recensées, surtout dans celles portées par les pouvoirs publics régionaux ou locaux. Elle soulignait toutefois la posture innovante et le dynamisme de quelques associations issues de la société civile, comme le confirme d'ailleurs l'étude de Carpentier au vu de la diversité des initiatives répertoriées et ce, malgré les lacunes déjà pointées.

¹³ Voir le site : <http://pétitions.moveon.org/> et <http://www.thepetitionsite.com/>

QUELQUES ENSEIGNEMENTS

Une leçon importante qui peut être tirée au terme de ces deux études est que les caractéristiques potentiellement vertueuses des médias en ligne ne constituent pas, à elles seules, des conditions suffisantes pour transformer automatiquement ces technologies en outils mobilisateurs par et pour tous les citoyens. Il s'agit de ne pas confondre la fin et les moyens ; ces pratiques en ligne ne prennent réellement sens que dans le contexte d'organisations visant des objectifs sociétaux spécifiques, lesquels doivent dépasser la simple volonté d'exploiter le caractère novateur de ces médias en ligne. Pour qu'elles aient tout leur sens et qu'elles atteignent les résultats escomptés, ces initiatives doivent toujours s'inscrire dans un vaste éventail de pratiques – tant en ligne que hors ligne – qui ne sont que des moyens utilisés au service d'un objectif social spécifique, défini en amont par l'organisation.

Autrement dit, il convient de ne pas surestimer le rôle des médias en ligne pour renforcer voire renouveler les formes d'engagement social et de bien tenir compte du fait que leurs usages doivent être intégrés dans le fonctionnement et les objectifs des organisations. Ils ne peuvent apporter, à eux seuls, des solutions intégrales. Ceci dit, ces outils offrent de nombreuses possibilités d'usages interactifs et participatifs qui restent encore sous-exploités par et dans les associations en Belgique. Il est clair que des opportunités d'amélioration existent si l'on parvient à lever les nombreux freins technologiques et culturels qui persistent, notamment le manque d'expertise technologique des acteurs de la société civile et des citoyens ainsi que la difficulté de faire adopter une nouvelle posture davantage basée sur la coopération et la coproduction de contenus et services.

Périne BROTCORNE

D'après une intervention réalisée à la semaine du volontariat organisée par la Plateforme francophone du volontariat à Namur en juin 2014.

RÉFÉRENCES

- Carpentier N. (2013), *Engagement social, société civile et médias en ligne*, Étude réalisée pour la Fondation Roi Baudouin.
- Brotcorne P. (2012), *Les outils numériques au service d'une participation citoyenne et démocratique augmentée*, rapport réalisé pour TechnofuturTIC à la demande du Gouvernement wallon.
- Thompson John B. (1995), *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge: Polity Press.

Protection de la propriété intellectuelle : la FTU utilise le système de licences et de partage des connaissances Creative Commons
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/be/deed.fr>



Les notes d'éducation permanente sont mises à disposition selon les termes de la [licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage à l'Identique 3.0 non transposé](#).

Les autorisations au-delà du champ de cette licence peuvent être obtenues à gvalenduc@ftu-namur.org.

FTU – Association pour une Fondation Travail-Université

Rue de l'Arsenal, 5 – 5000 Namur
 +32-81-725122
 Chaussée de Haecht, 579 – 1030 Bruxelles
 +32-2-2463851

Site éducation permanente : www.ftu.be/ep
 Site recherche : www.ftu-namur.org

Éditeur responsable : Pierre Georis



Avec le soutien de la Communauté française / Fédération Wallonie Bruxelles