

Boîte à outils d'évaluation

Publié le 7 février 2023

Comprendre les médias

Version disponible en gallois



Bienvenue

Bienvenue dans la Boîte à outils d'évaluation de l'Ofcom, destiné à soutenir les organisations qui mettent en œuvre des initiatives d'éducation aux médias et à l'information. Ce guide s'adresse particulièrement aux personnes qui débutent en matière d'évaluation ; que vous soyez une petite organisation caritative porteuse d'un projet traitant des questions liées à la désinformation sur la santé, ou une bibliothèque qui organise des cours sur les compétences numériques de base pour les personnes âgées. Cependant, les outils que nous fournissons seront également utiles et bénéfiques aux personnes travaillant dans le secteur de l'éducation aux médias et à l'information.

Nous avons développé cette Boîte à outils dans le cadre de notre programme de travail [Making Sense of Media \(MSOM\) \(Comprendre les médias\)](#) pour aider à améliorer les compétences, les connaissances et la compréhension en ligne des adultes et des enfants britanniques. Nous croyons qu'une évaluation efficace est essentielle au succès des initiatives d'éducation aux médias et à l'information. Cette Boîte à outils est conçue comme un guide pratique, afin de simplifier au maximum l'évaluation de votre travail d'éducation aux médias et à l'information. Notre objectif est que l'évaluation fasse partie intégrante des initiatives d'éducation aux médias et à l'information, et que le partage des expériences et des leçons tirées soit accessible à tous.

Nous savons que l'évaluation semble complexe et coûteuse. Nous savons aussi que les personnes qui réalisent des initiatives d'éducation aux médias et à l'information ont des niveaux d'expérience et de connaissances variés en matière d'évaluation – des personnes débutantes limitées en termes de temps et de budget, aux organisations plus riches d'expérience et de ressources disponibles cherchant à approfondir leur approche en matière d'évaluation. Notre guide offre une approche pratique, fractionnée en plusieurs étapes simples, vous permettant de parcourir les points abordés comme bon vous semble en vous concentrant sur ceux qui vous conviennent le mieux.



Table des matières

Bienvenue	1
Présentation	3
Qu’entendons-nous par « évaluation » ?	3
Pourquoi est-il recommandé d’évaluer ?	4
Comment fonctionne ce guide	5
Préparation	6
Planifier le processus	6
Écrire votre théorie du changement	8
Créer votre cadre d’évaluation.....	12
Exemple de cadre d’évaluation	13
Action	14
Concevoir vos questions d’évaluation	14
Méthodes de recherche	16
Partage	20
La mise en place de votre rapport d’évaluation.....	20
Visualisation de vos données	22
Partage de votre rapport d’évaluation en interne et en externe.....	23
Annexe : Glossaire	24
Annexe : Ressources	28

Présentation

Temps de lecture : 6 minutes

Qu'entendons-nous par « évaluation » ?

Il existe de nombreuses façons de définir l'évaluation, allant du sens le plus général - voir, par exemple, la définition utilisée par Better Evaluation : « Tout processus systématique permettant de juger du mérite, de la valeur ou de l'importance en combinant l'expérience et les valeurs » - au plus spécifique, selon le Reading Outcomes Framework : « Comprendre, démontrer et améliorer l'impact de votre activité ».

Vous pourriez afin de :

- repérer les possibilités d'amélioration du processus d'exécution ;
- comprendre le rapport coût-efficacité de l'initiative aux fins prévues ; ou
- comprendre l'impact de l'initiative sur les participants.

Tous ces facteurs sont importants. Toutefois, ce guide met particulièrement l'accent sur l'impact.

Nous pensons qu'il est important, dans la mesure du possible, que l'évaluation soit intégrée dans le développement de tout projet dès le début, et qu'elle devienne partie intégrante de sa conception – et ce pour deux principales raisons :

- Bon nombre des techniques utilisées dans le cadre du processus de planification de l'évaluation - comme le fait de schématiser quelle sera, selon vous, l'impact global de votre initiative - vous aideront à mieux comprendre le fonctionnement du projet.
- En jetant les bases de l'évaluation dès le début, vous facilitez le processus. Planifier la collecte de données dans la conception de votre projet peut notamment être un bon moyen de vous assurer d'avoir le bon contenu à analyser plus tard dans le cadre de votre projet.

Définition : Impact

Le terme d'« impact » est couramment associé au compte-rendu des projets d'éducation aux médias et à l'information. Il est parfois utilisé pour désigner la portée (par exemple, le nombre de participants ayant utilisé les supports). Aux fins du présent guide, lorsque nous parlons d'impact, nous entendons un changement au niveau individuel ou sociétal pouvant être attribué à une intervention.



Pourquoi est-il recommandé d'évaluer ?

Il est important de comprendre ce qui donne des résultats en matière d'éducation aux médias et à l'information. L'évaluation joue sur ce point un rôle essentiel. Un rapport de l'Ofcom publié en 2021 a révélé que l'intégration de l'évaluation dans les programmes d'éducation aux médias et à l'information aiderait les personnes qui mettent en œuvre des initiatives visant à identifier clairement l'impact de ces initiatives sur les connaissances, les attitudes et la compréhension des publics¹.

Définition : Résultat

Un résultat est le fruit d'une intervention, et dans le meilleur des cas, un avantage découlant du public cible. Il est généralement fini et mesurable.

Il pourrait notamment s'agir, dans le cadre d'un projet d'éducation aux médias et à l'information :

- De l'amélioration des connaissances des participants,
- de l'acquisition d'une nouvelle compétence par les participants,
- d'un changement d'attitude parmi les participants

Dans sa stratégie d'éducation aux médias et à l'information en ligne (« Online Media Literacy Strategy») de 2021², le Ministère du numérique, de la culture, des médias et des sports a identifié le manque d'évaluation poussée dans le secteur comme étant l'un des six défis à relever afin d'améliorer les **résultats** en matière d'éducation aux médias et à l'information pour les utilisateurs. L'évaluation porte sur la mesure et la compréhension du changement. Elle présente de nombreux avantages et ne doit pas constituer un avis de réussite ou d'échec à l'issue du projet. Elle peut :

- vous aider à en apprendre davantage sur votre projet, à mettre en pratique cet apprentissage, à apporter des changements afin d'améliorer le projet et à progresser vers vos objectifs ;
- vous dire à quel point votre intervention a été efficace et vous donner confiance pour déployer plus largement votre approche à l'avenir ;
- vous aider à découvrir des résultats de votre projet que vous n'espérez pas voir.

En partageant les résultats de votre évaluation, vous pouvez aider d'autres personnes travaillant sur des projets similaires à renforcer leurs approches, en particulier si votre projet ouvre un nouveau terrain ou couvre des thèmes ou des sujets qui n'ont pas déjà été évalués. Le partage d'expériences en matière d'évaluation est essentiel pour aider le secteur de l'éducation aux médias et à l'information à devenir plus efficace, dans la mesure où :

- votre organisation comme les autres organisations ayant des objectifs similaires seront en mesure de défendre davantage la valeur de vos projets ;
- les personnes prévoyant de mettre en œuvre des initiatives sauront plus « ce qui fonctionne » ou « ne fonctionne pas », et pourront donc fournir de meilleures interventions ;
- les bailleurs de fonds auront plus confiance de verser des fonds aux organismes d'éducation aux médias et à l'information s'ils ont la preuve que les projets d'éducation aux médias et à l'information ont des effets concrets.

Nous savons que le partage peut être difficile (en particulier si quelque chose n'a pas fonctionné comme prévu), mais en mettant vos conclusions à la disposition d'autres personnes qui mènent des interventions similaires en matière d'éducation aux médias et à l'information, vous leur permettez d'appliquer ce que vous avez appris dans leur propre travail. En travaillant ensemble et en partageant les connaissances, vous aidez l'ensemble du secteur à évoluer dans la bonne direction.

¹ Edwards, L. Stoilova, M., Anstead, N., Fry, A., ElHalaby, G. and Smith M. (2021) [Rapid Evidence Assessment on Online Misinformation and Media Literacy: Final Report for Ofcom.](#)

² Department for Digital, Culture, Media and Sport. (2021). [Online Media Literacy Strategy](#)

Comment fonctionne ce guide

Les trois étapes sont décrites dans les chapitres suivants :

Première étape : Préparation

Planification de votre approche et création de votre cadre

Deuxième étape : Action

Collecte et analyse de vos données

Troisième étape : Partage

Compte-rendu et communication de vos conclusions



Préparation

Temps de lecture : 20 minutes

Cette section de divise en trois étapes :

- A. Planifier le processus
- B. Écrire votre théorie du changement
- C. Créer votre cadre d'évaluation



Planifier le processus

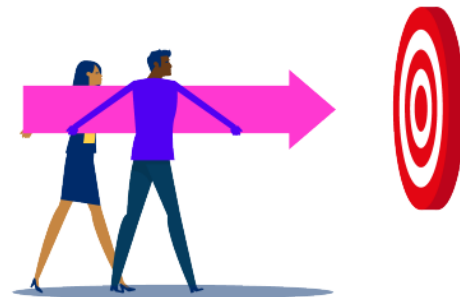
Nous vous recommandons de commencer à réfléchir à votre évaluation dès la phase de conception de votre intervention ou projet. À ce stade, vous pouvez prendre de nombreuses décisions, qui conditionneront le type d'évaluation que vous finirez par choisir. Cette réflexion devrait être faite en consultation avec le plus grand nombre possible de personnes impliquées dans le projet (parties prenantes).

Dès la planification d'une évaluation, six points nous semblent importants à considérer :

1. **Quels sont les objectifs de mon projet ?** Ceux-ci varieront d'un projet à l'autre, chaque projet ayant des objectifs propres à chaque organisation. Il est utile de définir clairement, dès le départ, ce que vous voulez réaliser, car cette réflexion va s'inscrire dans vos plans d'évaluation.
2. **Quel type d'évaluation dois-je faire ?** De nombreuses évaluations se concentrent sur le degré de réussite de l'exécution du projet (par exemple, ce qui s'est bien passé, ou pas, et ce qu'en pensent les participants). On les appelle souvent **évaluations de processus**, car elles évaluent le processus qui se cache derrière les ateliers ou les supports eux-mêmes, et leur efficacité.

Définition : Partie prenante

Les parties prenantes du projet peuvent inclure toute personne impliquée dans le projet, y compris des bailleurs de fonds ou des mécènes, d'autres membres de l'équipe, ou pour des projets plus importants, d'autres équipes. Les parties prenantes peuvent également inclure toute personne susceptible d'être touchée par l'intervention, comme les publics cibles.



Définition : Évaluation des processus

Les évaluations des processus s'axeront sur la manière dont vous avez réalisé votre projet et dans quelle mesure elle a eu une incidence sur les résultats finaux.

Les **évaluations d'impact** s'axeront sur ce que le projet a entraîné en termes de changement pour le public cible et/ou la société dans son ensemble, et votre degré de succès dans la réalisation de vos objectifs. Elles sont souvent demandées par les bailleurs de fonds, en particulier les gouvernements, les trusts ou les fondations.

Les évaluations permettant de déterminer si un projet a été rentable sont appelées **évaluations économiques**. Les évaluations peuvent inclure l'ensemble des éléments ci-dessus et varieront pour chaque initiative, en fonction de votre théorie du changement et du cadre d'évaluation, comme expliqué dans la section suivante.

3. **Quelles sont les ressources disponibles pour effectuer une évaluation et qui en sera responsable ?**

Certaines évaluations nécessiteront moins de ressources que d'autres (allant de quelque chose que le chef de projet peut faire parallèlement à la réalisation du projet, à une équipe d'évaluation dédiée) et cela dépendra du type d'évaluation que vous souhaitez effectuer. Les compétences requises pour une évaluation vont de la conception de projet à la rédaction de comptes-rendus, en passant par la gestion des données, mais dans tous les cas, il est important d'en tenir compte avant de commencer. Faire l'évaluation vous-même ou avoir recours à un évaluateur externe présente des avantages et des inconvénients.

- **En interne.** La faire vous-même peut entraîner le développement de compétences et d'une expérience de l'évaluation au sein de votre organisation. Disposer de l'expertise en interne vous permettra également de garantir la bonne intégration de votre évaluation dès la conception de l'initiative, et de vous apprendre et vous adapter plus rapidement à toutes les conclusions. Cela est par ailleurs généralement plus avantageux que la mise en service d'une évaluation externe.
- **En externe.** La mise en service d'une évaluation externe est utile si vous ne disposez pas d'expertise en interne ou de personnel disponible pour la faire en interne. Vous pouvez faire appel à une entreprise de recherche sociale commerciale ou à un évaluateur indépendant. En employant quelqu'un qui n'a aucun lien avec le projet, vous garantissez son impartialité. Vous avez la possibilité de travailler avec des universitaires qui font des recherches et se spécialisent sur le sujet de votre initiative. Cela ne sera pas nécessairement coûteux, car les chercheurs ont parfois un financement déjà en place.

Définition : Évaluation d'impact

L'évaluation d'impact sera axée sur la question de savoir ce que le projet a réalisé en termes de changement pour le public cible et/ou la société dans son ensemble, et votre degré de succès dans la réalisation de vos objectifs.

Définition : Évaluation économique

Ces évaluations seront axées sur la question des coûts de votre projet par rapport aux avantages, en posant des questions telles que « le résultat valait-il le coût ? » Ou « quelque chose d'autre aurait-il pu obtenir les mêmes résultats pour moins ? »



4. **Quelles preuves existent sur la question que mon intervention tente d'aborder ?**

Les preuves de **référence** sont le point de départ pour mesurer le changement. Pour un projet d'éducation aux médias et à l'information, il pourrait s'agir du niveau de connaissances existant des participants sur un sujet ou de leur niveau de compétence actuel. Cela est généralement recueilli auprès des participants avant le début de l'intervention. Il existe également des sources externes de preuves, que vous pouvez utiliser. Comprendre cela dès le début, et avoir la preuve que vous pouvez évaluer, sera utile au fur et à mesure que vous progressez dans le cadre de l'évaluation.

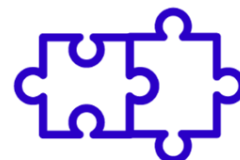
Définition : Référence

Une référence est le point de départ de mesure du changement. Pour un projet d'éducation aux médias et à l'information, il pourrait s'agir du niveau de connaissances des participants sur un sujet ou de leur niveau de compétence actuel. Celle-ci pourrait être établie à l'aide d'un questionnaire, d'une enquête, d'un entretien ou d'un groupe de discussion mené auprès du public cible avant que l'intervention n'ait lieu, et/ou pourrait être éclairée par des recherches antérieures sur des publics similaires.

Ces données peuvent également vous aider à réfléchir à l'endroit où vous pourriez cibler votre intervention, par exemple en mettant l'accent sur des publics particuliers nécessitant un soutien. Pour vous aider à rassembler ces données, vous pouvez consulter des documents mis à disposition par des organismes de recherche, tels que des comptes-rendus de l'Ofcom, de l'indice Lloyds Consumer Digital Index, de ParentZone et d'Internet Matters, ainsi que des résumés ou des répertoires de recherche, comme [CO:RE](#) et UKCIS (UK Council for Internet Safety / Conseil britannique pour la sécurité sur internet). Des liens vers ces rapports et d'autres rapports de recherche sont disponibles via une [recherche dans notre bibliothèque](#).

5. **Existe-t-il des évaluations d'interventions similaires dont je peux tirer parti ?**

Avant de commencer votre évaluation, il peut être utile d'en rechercher d'autres, qui vous fourniront des informations utiles pour améliorer votre intervention. En outre, prouver l'efficacité d'une intervention est toujours difficile, donc si une autre organisation a investi dans une évaluation qui montre que vos projets peuvent avoir un impact, ces informations vous seront bien utiles.



6. **Qui va lire mon rapport d'évaluation ?** Si le rapport est destiné à vos bailleurs de fonds, vérifiez auprès d'eux s'ils ont des exigences en matière de rapports et à quel type d'évaluation ils s'attendent. Pour un public plus large, réfléchissez aux types de conclusions que d'autres personnes du secteur trouveraient utiles à lire, par ex. si une certaine méthode de prestation fonctionnait pour un certain public cible. Si le rapport est destiné à un usage interne, vous y incluez peut-être des réflexions sur le processus d'évaluation lui-même.

Écrire votre théorie du changement

Une **théorie du changement** est une façon de définir la pensée (théorie) derrière le changement que votre initiative (ou organisation) veut réaliser. Celle-ci est populaire parmi les gouvernements, les organisations du secteur tertiaire et les organisations non gouvernementales (ONG). Avoir une théorie du changement aide énormément lors de l'élaboration d'un plan d'évaluation de votre projet. Ceci provient du fait que le processus d'établissement d'une théorie du changement vous oblige à décrire votre initiative d'une manière logique.

Une théorie du changement vous permettra de comprendre le chemin parcouru du début à la fin de l'initiative, et d'identifier les suppositions qui sous-tendent votre travail, que l'évaluation devra tester. Votre théorie du changement peut être intégrée dans un cadre d'évaluation - nous avons élaboré un modèle que vous pouvez utiliser ; l'explication est fournie dans la section suivante. L'élaboration d'une théorie du changement pour votre initiative peut aller d'une heure de réflexion avec vos collègues à un exercice d'une semaine – mais réfléchir à ces points est un élément important pour comprendre l'impact du projet.

L'expression « **théorie du changement** » est parfois désignée indifféremment par des termes tels que « **modèle logique** », « **cadre de résultats** », « chaîne d'événements » et « chaîne de résultats » pour décrire les représentations visuelles (souvent des tableaux ou des organigrammes) du processus d'évaluation d'un projet. Quelques différences subtiles existent entre les termes, mais aux fins de votre évaluation, vous pouvez supposer qu'ils atteignent des résultats similaires. Autrement dit, il n'y a pas une seule bonne façon de faire.

Par exemple, le cadre que nous suggérons va plus loin que certaines théories des modèles de changement et logiques que nous avons vus, car il comprend également de l'espace pour inclure vos méthodes de collecte de données. Comme pour le reste des conseils, nous vous suggérons de choisir parmi les éléments décrits ci-dessous ceux qui conviennent le mieux, à vous comme à votre projet d'évaluation.

Définition : Modèle logique

Un modèle logique explique la relation entre les intrants, les activités, les produits et les résultats de votre intervention.

Une grande partie de ces informations pourrait également être contenue dans un cadre d'évaluation.

Définition : Cadre de résultats

Un cadre de résultats implique de définir clairement les résultats que vous voulez atteindre et de les hiérarchiser. Vous pourriez notamment les séparer en avantages pour les individus par rapport à la communauté. Il aide à concentrer votre travail sur les résultats qui vous importent, à relier vos activités aux résultats que vous voulez obtenir et à les communiquer plus clairement.

Une grande partie de ces informations pourrait également être contenue dans un cadre d'évaluation.

Pour ceux qui ont moins de temps, nous vous recommandons d'écrire une théorie du changement narrative sous la forme de phrases liées, expliquées ci-dessous, chaque étape étant présentée avec un exemple de projet fictif.

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

Digital Sleuth Club est une petite organisation caritative dédiée à l'amélioration des compétences en matière d'éducation aux médias et à l'information chez les jeunes (de 10 à 18 ans) dans des régions où le niveau de désavantage financier est plus élevé à travers l'Angleterre, afin d'accroître la résistance des jeunes à la fausse information et à la désinformation, et leur confiance dans l'information de haute qualité. L'organisation caritative mène plusieurs activités dont elle espère qu'elles contribueront à son objectif. Il s'agit notamment d'organiser des ateliers en personne parmi des groupes de jeunes et au sein des collèges et des bibliothèques publiques ; de fournir des ressources téléchargeables sur son site internet aux groupes de jeunes afin qu'ils les utilisent eux-mêmes ; et de créer des campagnes sur les réseaux pour tenter d'atteindre des publics où qu'ils se trouvent, à l'aide de courtes vidéos. L'organisation caritative dispose d'un maigre personnel de neuf employés à temps plein, mais il peut faire appel à des pigistes lorsqu'il dispose d'un financement suffisant pour des projets spécifiques.

Les quatre éléments de votre récit de théorie du changement

1 Définir le PROBLÈME :

Commencez par un bref aperçu du défi que votre initiative tente de relever. Par exemple, il pourrait s'agir d'un enseignement ou de compétences, comme un faible niveau de compétences spécifiques en matière d'éducation aux nouveaux médias et à l'information numérique. Il existe de nombreuses façons de construire votre base de preuves, notamment en utilisant des rapports de recherche (voir notre [bibliothèque de recherche](#)) ou des leçons tirées d'une prestation antérieure de votre propre initiative.

À ce stade, vous pourriez impliquer les utilisateurs de votre service en leur demandant ce qu'ils veulent ou attendent de votre initiative, plutôt que de décider vous-même quel est le défi. Vous trouverez plus d'informations sur les avantages de cette approche dans le [rapport de l'Ofcom Making Sense of Media – Initiate \(Comprendre les médias – Initier\)](#)³.

2 Que FAITES-vous concernant le problème et avec qui ?

Résumez brièvement les activités du projet que vous livrez pour résoudre le ou les problème(s) que vous avez évoqué(s) et les personnes avec lesquelles vous travaillerez. Votre approche pourrait consister en des ateliers en personne à l'aide d'un programme d'études couvrant des sujets spécifiques pour un public spécifique, ou l'engagement avec des parties prenantes, telles que les entreprises de réseaux sociaux pour améliorer leurs méthodes de modération.

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

Le public cible est vulnérable à la fausse information et à la désinformation, qui, comme démontré, nuisent au bien-être et à la cohésion sociale. Il a des habitudes en ligne complexes et évolutives : il est souvent le premier à adopter de nouvelles plateformes, et a de bonnes compétences numériques, mais la recherche a montré qu'il manque souvent de compétences en termes de pensée critique dans sa manière d'utiliser les médias, et nombreux sont ceux qui évitent activement les nouveaux, avec un niveau de confiance beaucoup plus élevé envers leurs pairs. Ils ont tendance à croire que leurs compétences en matière d'éducation aux médias et à l'information sont plus élevées qu'elles ne le sont vraiment.

[\(Le Rapport 2022 de l'Ofcom sur l'utilisation et l'attitude des enfants à l'égard des médias\)](#) a montré que 74 % des 12 à 17 ans avaient confiance en leur capacité à repérer de fausses informations, mais moins d'un sur dix a démontré à la fois sa confiance et sa capacité dans ce type de compréhension critique).

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

Les participants à l'intervention : rencontreront des exemples de différents types d'information ; entendront parler des outils permettant de distinguer le contenu en ligne trompeur et le contenu payé, de l'information vérifiée ; apprendront comment fonctionne l'écosystème des médias numériques ; seront encouragés à réfléchir à leurs propres habitudes et attitudes.

³ Ofcom MSOM Research Report- What works in

[delivering community programmes](#)

3 Quelles DIFFÉRENCES votre intervention fera-t-elle ?

DANS L'IMMÉDIAT : Les participants ont eu leur première interaction avec votre projet, en participant notamment à un atelier, en recevant une formation ou en lisant des supports. Idéalement, cette interaction aura fait une différence pour les participants. Vous examinerez des apprentissages mesurables ou des niveaux de confiance précis que vos participants obtiennent, ou d'autres changements que vous pouvez mesurer.

À MOYEN TERME : C'est là que l'on tient compte de l'impact de l'intervention sur les participants une fois qu'ils ne participent plus à vos activités - quel changement de comportement votre intervention a-t-elle accomplie ? Cela pourrait comprendre un suivi auprès des participants après une certaine période pour déterminer si le changement de comportement a été maintenu.

4 Comment ces différences pourraient-elles CONTRIBUER à un changement sociétal plus large ?

Votre initiative, ainsi que beaucoup d'autres, joue un rôle dans l'amélioration des compétences, des comportements et des expériences de la population en matière d'éducation aux médias et à l'information. Être clair sur la façon dont votre travail s'inscrit dans le contexte sociétal plus large peut constituer le fondement d'une évaluation plus complète. Il convient de noter que votre intervention n'est qu'une chose qui se passe dans la vie de vos participants et qu'il peut y avoir d'autres choses qui ont influencé la manière dont les choses ont changé pour eux ou sont restées les mêmes.

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

Les participants seront plus en mesure d'identifier des contenus en ligne fiables et la publicité. Ils seront en mesure de mieux discerner quelles informations rencontrées en ligne sont fiables et lesquelles peuvent être trompeuses. Ils comprendront comment les différents acteurs de l'écosystème des médias en ligne fonctionnent et leurs motivations pour créer et diffuser des contenus faux et trompeurs.

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

Les participants changeront leurs habitudes en ligne et aborderont l'information, où qu'ils la trouvent sur internet, avec un œil plus critique. Ils seront plus susceptibles de consommer de l'information provenant de sources auxquelles ils ont confiance.

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

Les participants feront partie d'une génération qui est plus résistante aux dommages potentiels causés par la fausse information et la désinformation, et par le manque de confiance dans des sources d'information fiables. Cela aura des effets positifs à la fois sur leur bien-être et sur une cohésion sociale plus large.

Créer votre cadre d'évaluation

Votre théorie du changement peut servir de base au [modèle de cadre d'évaluation](#) que nous avons créé en tant qu'outil pour vous aider dans le processus d'évaluation.

Le modèle a des espaces à l'intérieur pour inclure les quatre étapes de la théorie du changement, qui fournira une structure globale. Ils façonneront l'approche d'évaluation en liant l'impact aux actions du projet. Le modèle offre un moyen de créer un aperçu logique et réaliste **des intrants, des produits**, des résultats et des impacts.

Le modèle de cadre d'évaluation a des espaces prévus pour que vous insériez les quatre étapes rencontrées dans le cadre de votre récit de théorie du changement. Ces phrases fournissent une structure globale à votre modèle et guideront votre pensée lorsque vous remplirez les autres cases.

Chaque partie du processus est illustrée par un exemple de notre initiative fictive, schématisée sur notre Cadre d'évaluation, que vous pouvez voir dans l'exemple du Cadre d'évaluation à la page suivante.

Définition : Intrant

Un intrant est nécessaire pour mener une activité : il peut s'agir de membres du personnel, d'information ou de données de recherche existantes, ou d'autres ressources. Par exemple, les intrants d'un projet d'éducation aux médias et à l'information pourraient être :

- Deux membres du personnel à temps plein.
- Des conclusions de la recherche sur les principaux défis du public en matière d'accès à l'information.

Définition : Produit

Un produit fait référence aux produits livrables d'une intervention ou d'une activité. Il peut s'agir de produits (ressources produites, par exemple) ou de services (ateliers ou séances de formation).

Un produit d'un projet d'éducation aux médias et à l'information pourrait être notamment :

- Dix ateliers, auxquels ont participé chacun des 14 participants.
- Dix plans de leçon publiés, téléchargés en moyenne 16 fois.

En savoir plus

Pour ceux qui veulent en savoir plus sur la façon de développer une théorie du changement ou un modèle logique, nous trouvons ces sites utiles :

[Identifiez la différence que vous voulez faire | NCVO \(Conseil National des Organisations Volontaires\)](#)

[Développer la théorie des programmes / théorie du changement | Better Evaluation](#)

[Boîte à outils d'évaluation de l'inclusion numérique - GOV.UK \(www.gov.uk\)](#)

[Ressources - Soutien à l'évaluation Écosse](#)

[À propos | Lecture Résultats Cadre Boîte à outils \(readingagency.org.uk\)](#)

[La théorie du changement en dix étapes - NPC \(thinknpc.org\)](#)

Exemple de cadre d'évaluation

Nom du projet : Digital Sleuth Club

Remplissez les phrases de votre théorie du changement sous les rubriques 1, 2, 3 et 4.

1 Définir le « problème »	2 Que FAITES-vous concernant le problème et avec qui ?	3 Quelles différences votre intervention fera-t-elle ?	4 Comment ces différences pourraient contribuer à un changement sociétal plus large ?
<p>Le public cible est vulnérable à la fausse information et à la désinformation, qui, comme démontré, nuisent au bien-être et à la cohésion sociale. Il a des habitudes en ligne complexes et évolutives : il est souvent le premier à adopter de nouvelles plateformes, et a de bonnes compétences numériques, mais la recherche a montré qu'il manque souvent de compétences en termes de pensée critique dans sa manière d'utiliser les médias, et nombreux sont ceux qui évitent activement les nouveaux, avec un niveau de confiance beaucoup plus élevé envers leurs pairs. Ils ont tendance à croire que leurs compétences en matière d'éducation aux médias et à l'information sont plus élevées qu'elles ne le sont vraiment.</p>	<p>Les participants à l'intervention rencontreront des exemples de différents types d'information ; entendront parler des outils permettant de distinguer le contenu en ligne trompeur et le contenu payé des informations vérifiées ; apprendront comment fonctionne l'écosystème des médias numériques ; et seront encouragés à réfléchir à leurs propres habitudes et attitudes.</p> <p>Activités : Que faites-vous de vos intrants pour produire des produits de projet ? Par exemple, planifiez un atelier.</p> <p>Produits : Les produits sont les éléments de votre projet qui peuvent être évalués pour voir le degré de succès du processus d'exécution. Les produits sont facilement mesurables car ils sont des résultats directs des intrants et des activités, comme les ateliers donnés.</p> <p>Intrants : Qu'avez-vous besoin de mettre (ou pouvez-vous mettre) dans le projet ? Cela peut comprendre le personnel du projet, le financement, les données et l'expertise</p>	<p>Les participants seront mieux en mesure d'identifier des contenus en ligne fiables et la publicité. Ils seront en mesure de mieux discerner les informations rencontrées en ligne qui sont fiables et celles qui peuvent être trompeuses. Ils comprendront comment les différents acteurs de l'écosystème des médias en ligne fonctionnent et les motivations pour créer et diffuser des contenus faux et trompeurs.</p> <p>Les participants changeront leurs habitudes en ligne et aborderont l'information, où qu'ils la trouvent sur internet, avec un œil plus critique. Ils seront plus susceptibles de consommer de l'information provenant de sources auxquelles ils ont confiance.</p> <p>Impact à court terme : Quels sont les résultats globaux prévus de votre projet pour les participants ; par exemple, les changements dans leur comportement, comme l'utilisation accrue de sources d'information fiables en raison de leur changement d'attitude, de confiance ou de compétences.</p>	<p>Les participants feront partie d'une génération qui est plus résistante aux dommages potentiels causés par la fausse information et la désinformation, et par le manque de confiance en des sources d'information fiables. L'intervention aura des effets positifs à la fois sur leur bien-être et sur une cohésion sociétale plus large.</p>
<p>Un détail des intrants, des activités, des produits, des résultats, etc.</p> <p>Personnel du projet. Recherche menée dans le cadre d'une subvention précédente sur les habitudes de consommation d'information de ce groupe cible et sur leur utilisation des réseaux sociaux. Partenariat avec l'association des clubs de jeunes. Financement de la Fondation ABC.</p> <p>Qui sont les groupes cibles pertinents ? Cela dépendra du format de votre projet et de la façon dont il sera livré. Ce sera généralement les personnes à qui vous livrez votre initiative. Mais, par exemple, lorsque vous envisagez d'écrire le contenu de votre atelier, le groupe cible serait différent (par exemple, les éducateurs). Saisir quels groupes cibles sont impliqués vous aide à savoir qui aborder afin d'évaluer quels facteurs ont influencé le succès de l'intervention.</p>	<p>Digital Sleuth Club offrira une série d'ateliers autonomes de deux heures dans les clubs/centres de jeunesse et les bibliothèques publiques, dans des domaines identifiés à l'aide d'indices de vulnérabilité. Le personnel du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offrira des ateliers aux jeunes. • Développera les ressources de l'atelier. • Embauchera et formera des spécialistes pour produire des supports d'aide de campagne pour les réseaux sociaux. • Assurera la durabilité des programmes en partageant des ressources ou en formant des animateurs. • Utilisera leur partenariat avec l'association du club de jeunesse pour sécuriser les lieux d'ateliers et trouver des participants 	<p>Le nombre d'ateliers donnés. Combien de personnes ont assisté à chaque atelier. Le nombre de téléchargements de chaque support. Le nombre de fois où la campagne sociale a été vue.</p> <p>Résultats : Quels changements immédiats se produisent pour les bénéficiaires à la suite des produits, c'est-à-dire les changements perçus dans les attitudes, ou la confiance et les compétences lors de l'évaluation du contenu pour juger si l'information est authentique ou non.</p>	<p>Amélioration de la capacité à détecter la fausse information et la désinformation (évaluée via un questionnaire en début et fin d'atelier). Meilleure compréhension du fonctionnement de l'écosystème des médias numériques. Meilleure compréhension de la manière dont le contenu en ligne vérifié est produit et de l'identifier, et de repérer le contenu publicitaire en ligne.</p> <p>Impact à court/moyen terme Amélioration des compétences de pensée critique qui permettent aux participants d'évaluer la fiabilité de l'information en ligne. Utilisation accrue de sources d'information fiables. Adopter une approche plus réfléchie pour partager des histoires et de l'information en ligne.</p> <p>Impact à long terme : Quels changements dans les habitudes sociétales globales pourraient être liés aux changements d'attitudes et de comportements de vos participants ? C'est-à-dire un public mieux informé plus résistant à la fausse information et à la désinformation. Pour les plus petits projets, la démonstration d'un impact à long terme ne sera pas souhaitable, compte tenu du nombre de participants concernés. Mais il est important de réfléchir à la façon dont les objectifs de votre projet pourraient contribuer, parallèlement à des projets d'autres organisations, à une question sociétale plus large.</p>
<p>B Qui sont les groupes cibles pertinents ?</p> <p>Ligne C : De quelles données pertinentes avez-vous besoin ? Les évaluations ne sont que le reflet de la qualité des informations qui les éclairent, de sorte que la collecte de données tout au long du projet est vitale. Le type de données peut varier selon le processus ; nous avons fait quelques suggestions ci-dessous.</p>	<p>Personnel du projet Facilitateurs d'ateliers</p>	<p>Participants aux groupes de jeunes. Étudiants participant à des ateliers dans les collèges. Les jeunes visitant des bibliothèques où des ateliers sont organisés. Les jeunes interagissant avec le contenu de la campagne sur les réseaux sociaux. Jeunes travailleurs/bibliothécaires formés.</p>	<p>Ligne D : Quelles méthodes utiliserez-vous pour collecter les données ? Ici, remplissez les méthodes de données que vous envisagez d'utiliser pour chaque étape. Pour plus d'informations et des conseils sur la gamme de méthodes à laquelle vous pourriez penser, veuillez consulter notre section Action.</p> <p>Ligne E : Quels facteurs hors de votre contrôle pourraient influencer cette étape ? Il est de bonne pratique ici de noter des facteurs externes qui pourraient perturber votre planification et votre processus d'évaluation, mais qui étaient indépendants de votre volonté. Cela aidera les versions futures de votre initiative.</p>
<p>C De quelles données pertinentes avez-vous besoin ?</p> <p>Comprendre les enjeux auxquels sont confrontés les jeunes. Liste des collèges, bibliothèques et groupes de jeunes où des interventions pourraient être organisées.</p>		<p>Chiffres de suivi des projets</p>	<p>Les données de l'enquête « avant et après » provenant d'ateliers. Données provenant d'études de cas. Les commentaires des enseignants et des facilitateurs.</p> <p>Enquêtes de suivi auprès des participants. Preuves provenant d'autres évaluations.</p>
<p>D Quelles méthodes utiliserez-vous pour collecter les données ?</p> <p>Recherche de bureau. Suivi de la gestion de projet.</p>	<p>Suivi de la gestion de projet.</p>	<p>Suivi de la gestion de projet.</p>	<p>Enquêtes. Études de cas. Entretiens.</p> <p>Enquêtes. Recherche de bureau.</p>
<p>E Quels facteurs hors de votre contrôle pourraient influencer cette étape ?</p> <p>Les méfaits émergents qui doivent être abordés.</p>	<p>Manque de prise en charge.</p>	<p>Manque de prise en charge.</p>	<p>Enquêtes incomplètes. Les méfaits émergents qui doivent être abordés.</p> <p>Manque de prise en charge.</p>

Action

Temps de lecture : 14 minutes

La présente section porte sur la façon d'identifier les données nécessaires à l'évaluation. Elle fournit également un aperçu des principales méthodes souvent utilisées et quelques-unes des considérations globales à garder à l'esprit lorsque vous planifiez vos activités de collecte de données.

Elle est divisée en deux étapes :

- A. Concevoir vos questions d'évaluation
- B. Informations utiles sur les méthodes de recherche



Concevoir vos questions d'évaluation

Une question d'évaluation devrait :

- mettre à l'essai un résultat ou un impact directement attribuable au projet ;
- être encadrée, si possible, pour établir une différence de résultats entre ceux qui ont participé au projet, et ceux qui n'y ont pas participé.

En fait, vous transformez vos hypothèses telles qu'elles sont énoncées dans votre cadre d'évaluation (par exemple, ce que vous croyez que votre initiative peut faire), en question(s) pour axer l'évaluation sur les questions les plus pertinentes. Vous le faites en examinant les activités et les résultats de votre cadre d'évaluation, ainsi que les suppositions qui doivent être vraies pour atteindre votre impact déclaré et recadrer cette information en tant que questions. (la liste des questions est probablement longue, et il n'est souvent pas pratique de répondre à toutes).

Exemple fictif - Digital Sleuth Club

ACTIVITÉS

Digital Sleuth Club proposera une série d'ateliers autonomes de 2 heures dans des clubs/centres de jeunesse et des bibliothèques publiques, dans des domaines identifiés à l'aide d'indices de vulnérabilité. Le personnel du projet :

- offrira des ateliers aux jeunes.
- développera les ressources de l'atelier.
- embauchera et formera des spécialistes pour produire des supports d'aide de campagne pour les réseaux sociaux.
- assurera la durabilité des programmes en partageant des ressources ou formant des animateurs.
- utilisera leur partenariat avec l'association du club de jeunesse pour sécuriser les lieux d'ateliers et trouver des participants.

RÉSULTATS

- amélioration de la capacité à détecter la désinformation (évaluée via un questionnaire en début et fin d'atelier).
- compréhension accrue du fonctionnement de l'écosystème des médias numériques.
- compréhension de la manière dont le contenu en ligne vérifié est produit, et de l'identifier, et de repérer le contenu publicitaire en ligne.

QUESTIONS À SE POSER DANS LE CADRE DE L'ÉVALUATION

1. Le personnel du projet a-t-il réussi à créer des ressources d'atelier efficaces ?
2. Les facilitateurs spécialisés ont-ils fourni les ateliers avec succès ?
3. A-t-on recruté un nombre suffisant de participants du groupe cible pour les ateliers ?
4. Les participants parviennent-ils plus facilement à détecter la désinformation à la fin de l'atelier ?
5. Les participants ont-ils une meilleure compréhension du fonctionnement de l'écosystème des médias numériques à la fin de l'atelier ?
6. Les participants ont-ils compris comment sont produits les contenus en ligne vérifiés, et ont-ils su l'identifier en ligne parallèlement au contenu publicitaire à la fin de l'atelier ?
7. Les prochaines étapes de l'élaboration et de la réalisation de ce projet. Le projet est-il durable ?

Une fois que vous avez votre liste de questions d'évaluation, vous devriez prioriser, en collaboration avec vos parties prenantes, les questions d'évaluation les plus importantes sur lesquelles vous concentrer.

L'**effet de causalité** d'un projet est l'effet que les produits de l'initiative ont eu sur ses résultats. Dans la pratique, ce sont les changements dans les participants au projet qui peuvent être attribués aux produits du projet.

Indicateurs

Les **indicateurs** de résultat et d'impact sont les éléments de preuve mesurables qui vous permettent de suivre le changement qui a eu lieu à la suite de votre intervention - les moyens de savoir si un changement se produit.

Par exemple, dans le cas d'un projet d'éducation aux médias et à l'information, un indicateur de résultat pourrait être le changement de score entre un questionnaire des connaissances avant et après l'intervention effectuée par les participants. Une amélioration constante et significative des scores, surtout s'ils sont maintenus au fil du temps, indiquerait un résultat positif pour l'intervention.

Effet de causalité

L'effet de causalité d'une intervention est l'effet (changement) qu'elle a sur ses participants. Il peut être décrit comme la différence entre les résultats des participants ayant participé à une intervention, et les résultats de ceux qui n'y ont pas participé, ou entre les résultats des participants après et avant une intervention.

Définition : Indicateurs

Les indicateurs d'impact et les indicateurs de résultats sont les éléments de preuve mesurables qui vous permettent de suivre les changements ayant eu lieu à la suite de votre intervention.

Par exemple, dans le cas d'un projet d'éducation aux médias et à l'information, un indicateur de résultat pourrait être le changement de score entre un questionnaire des connaissances avant et après l'intervention effectuée par les participants. Des améliorations constantes et significatives des scores indiqueraient un résultat positif pour l'intervention.

Méthodes de recherche

Collecte des données

La réalisation d'une évaluation comprendra la collecte et l'analyse des données sur l'**effet** de l'intervention sur votre groupe cible et/ou leur expérience. Diverses méthodes peuvent être utilisées, et il faut être au fait de quelques concepts et pratiques communs, que nous décrivons ci-dessous. Les deux principales méthodes de collecte de données sont les suivantes :

Enquêtes et questionnaires : ceux-ci peuvent être utiles pour capturer des faits et des chiffres (**données quantitatives**) pouvant éclairer votre évaluation. Les questions sont posées de manière systématique afin que la comparaison entre les répondants soit possible. Ces questions peuvent comporter des questions fermées (c'est-à-dire celles comportant des codes de réponse prédéfinis). Il en résulte des données quantitatives qui permettent d'effectuer des comparaisons et des tendances au fil du temps.

Définition : Enquêtes

Les enquêtes (formulaire ou listes de questions) peuvent générer des données quantitatives ou qualitatives, selon le type de questions posées. Dans le cas d'une intervention en éducation aux médias et à l'information, vous allez peut-être enquêter sur vos participants avant et après l'intervention, ou tout de suite après, puis plusieurs mois après. Le type d'enquête que vous créez dépend à la fois de votre cible et de ce que vous voulez savoir.

Définition : Données quantitatives

Les données quantitatives sont des informations quantifiables. Dans le cas d'une intervention en éducation aux médias et à l'information, cela inclut la compilation des réponses aux questions ou aux déclarations comportant peu de réponses. Elles sont généralement recueillies au moyen d'enquêtes ou de questionnaires, ou même de quizz. Elles peuvent être utilisées pour comprendre ce que les gens pensent de quelque chose (à partir d'un nombre limité d'options), et si quelque chose a changé dans leurs attitudes. Des données quantitatives peuvent être recueillies au fil du temps pour produire des données longitudinales, qui peuvent apporter une preuve supplémentaire de l'efficacité de votre intervention. On peut les combiner avec des données qualitatives pour une compréhension plus approfondie.

Entretiens et groupes de discussion : ceux-ci peuvent être utiles pour capturer le « pourquoi » et le « et alors » (données qualitatives). L'approche est adaptée pour saisir des histoires individuelles qui peuvent donner vie à votre évaluation. Ils ont tendance à impliquer des questions ouvertes (c'est-à-dire celles où le participant peut répondre en utilisant ses propres mots). Il en résulte des données qualitatives, y compris des citations qui peuvent être utilisées pour illustrer l'impact de l'intervention. Pour des informations et des ressources plus détaillées, les [Documents des meilleures astuces de notre site internet](#) donnent un aperçu des méthodes, des questions clés et un exemple annoté.

Définition : Entretiens

Les entretiens sont une méthode de recherche qui implique des conversations entre un chercheur et un participant, souvent avec des questions ou un guide de discussion qui est défini à l'avance. Ils vous permettent de poser des questions détaillées et d'acquérir une compréhension plus approfondie de la façon dont une intervention a pu changer l'attitude et le comportement d'un participant.

Définition : Groupes de discussion

Un groupe de discussion est une méthode de recherche qui consiste à réunir un groupe de personnes ayant des caractéristiques ou des expériences particulières pour discuter d'un sujet. En tant que méthode de recherche qualitative, cela peut être utilisé pour comprendre comment et pourquoi les gens pensent ou se comportent d'une certaine manière.

En ce qui concerne les initiatives d'éducation aux médias et à l'information, des groupes de discussion au sein de votre public cible pourraient être utilisés pour aider à développer des aspects de l'intervention, ou des groupes de discussion de participants pourraient être utilisés pour déterminer ce qu'ils ont appris et comment cela a changé leur comportement, ou ce qu'ils pensent pourrait être amélioré au sujet des activités du projet.

Considérations juridiques, éthiques et de protection

Avant de commencer toute recherche, il est important de réfléchir attentivement aux considérations juridiques, éthiques et de protection. Un bon endroit pour commencer est le [Code de conduite de la Market Research Society](#) qui énonce comment un chercheur professionnel devrait se comporter.

Pour plus d'informations sur la manière dont la protection des données peut être pertinente pour votre recherche, vous pourriez aller consulter les Informations

Bureau du Commissariat sur le [Règlement général sur la protection des données du Royaume-Uni](#).

Vous pouvez également demander des conseils juridiques ou des conseils d'experts indépendants sur des questions telles que la façon de protéger les enfants ou les adultes vulnérables (s'il y a lieu pour votre projet).

N'oubliez pas le bien-être de votre propre équipe lors de l'élaboration des plans et veillez à ce que des mesures de protection appropriées et des procédures d'escalade soient en place, surtout si votre intervention se concentre sur des sujets sensibles.

Minimiser les biais

L'un des défis auxquels sont confrontés tous les évaluateurs est la façon de comprendre les préjugés potentiels et de les minimiser ou de les atténuer. Nous voulons tous que nos projets fonctionnent bien, mais si la saisie et l'analyse des données sont biaisées, la crédibilité de l'évaluation sera compromise et les possibilités d'apprentissage seront perdues.

Qui inclure dans votre évaluation (échantillonnage)

Selon le nombre de personnes qui participent à votre projet dans l'ensemble, vous n'aurez peut-être pas besoin de faire des recherches avec toutes les personnes pour obtenir l'information dont vous allez avoir besoin. Choisir un **échantillon** peut réduire le fardeau de votre équipe (en termes de collecte et d'analyse de données) et de vos participants. Mais en général, une plus grande taille d'échantillon est préférable et signifie que vous pouvez être assurés que les moindres changements observés sont significatifs. Cependant, ce n'est pas toujours le cas, donc nous vous recommandons d'en lire plus sur l'échantillonnage dans la [Boîte à outils d'évaluation de l'inclusion numérique sur GOV.UK](#) (pages 16-18).

Définition : Échantillon

Lors d'une évaluation, vous pourriez être en mesure de recueillir certaines données uniquement auprès d'une sélection de participants : ce serait votre échantillon. La taille de l'échantillon par rapport au groupe global est importante, car la signification statistique de vos conclusions (ce qui vous permet de conclure si quelque chose a effectivement fait une différence) dépend partiellement de la taille de l'échantillon.

L'une des options à envisager consiste à utiliser les outils d'évaluation dans le cadre de l'exécution du projet. Par exemple, les gens aiment voir qu'ils ont fait des progrès, donc si une comparaison des scores avant et après un questionnaire ou une enquête sont intégrés dans l'exécution du programme, cela sera à la fois utile pour l'évaluation et intéressant pour les participants.

Si vous ne pouvez pas demander à tous ceux qui participent à votre initiative, vous devriez essayer de parler à un échantillon représentatif qui reflète l'éventail des caractéristiques du groupe global ; par exemple, en [générant un échantillon aléatoire](#), ou en choisissant délibérément des personnes les mieux placées pour répondre à vos questions d'évaluation spécifiques. Par exemple, si votre **hypothèse** est que les personnes âgées sont particulièrement susceptibles de préférer une intervention, vous devez vous assurer que vous avez des personnes âgées et plus jeunes dans votre échantillon, afin que vous puissiez les comparer.

Définition : Hypothèse

Une hypothèse est un énoncé provisoire ou une explication proposée d'un phénomène ou d'un événement, basé sur des preuves disponibles. Elle prédit souvent qu'il y aura ou non une corrélation entre deux variables, dont l'une pourrait être une intervention d'éducation aux médias et à l'information. Une hypothèse testable est une hypothèse qui peut être prouvée ou réfutée par l'expérimentation. Une évaluation devrait vérifier si une hypothèse semble être vraie : par exemple, votre hypothèse pourrait être que votre intervention améliorera les connaissances ou les compétences des participants dans un domaine particulier, et votre évaluation déterminera si c'est réellement le cas.

Examiner la façon de prouver le scénario contrefactuel

Lors de l'évaluation de l'impact d'une intervention spécifique, il est important de pouvoir comparer tout changement détecté avec ce qui aurait probablement eu lieu sans l'intervention : c'est ce qu'on appelle le **scénario contrefactuel**. Le scénario contrefactuel vous aide à attribuer tout impact détecté à votre intervention, plutôt que quelque chose qui aurait pu se produire de toute façon (par exemple, quelqu'un s'améliore à un test au fil du temps, même sans intervention, s'il peut voir ses résultats immédiatement). Il n'y a aucun moyen d'observer directement ce qui serait arrivé si vous n'aviez pas effectué votre intervention, donc les chercheurs utilisent diverses approches pour estimer le scénario contrefactuel, y compris :

- l'utilisation d'un groupe témoin (un public ayant des caractéristiques similaires à la cible, sans accès à l'intervention) ; et/ou
- l'utilisation d'une référence pour la comparaison (c'est-à-dire la comparaison des niveaux de compétence ou de connaissances du public cible avant et après l'intervention).

Si vous pouvez détecter un changement dans le groupe d'intervention qui n'a pas eu lieu dans le groupe témoin, il est probable que c'est le résultat de votre intervention.

Définition : Scénario contrefactuel

Lors de l'évaluation de l'impact d'une intervention spécifique, il est important de pouvoir comparer tout changement détecté avec ce qui aurait probablement eu lieu sans l'intervention : c'est le scénario contrefactuel. Cela peut être fait en utilisant un groupe témoin (un public ayant des caractéristiques similaires à votre cible, sans accès à l'intervention) ou en utilisant une référence, c'est-à-dire en comparant les niveaux de compétence ou de connaissances de votre public cible avant et après l'intervention.

Un **essai de contrôle randomisé (ECR)** est considéré comme l'un des moyens les plus efficaces de concevoir un groupe témoin. Un ECR implique que des personnes ayant des caractéristiques similaires (p. ex. les candidats à un cours) soient affectées au hasard à l'un des deux groupes : un qui reçoit l'intervention (groupe de traitement), un qui ne l'est pas (groupe témoin). Les deux groupes se posent les mêmes questions d'évaluation pour déterminer si l'intervention a eu un impact.

Lorsqu'il n'est pas possible d'exécuter un ECR complet, les évaluateurs peuvent utiliser des méthodes quasi expérimentales pour identifier un groupe témoin. Vous pouvez trouver plus d'informations dans cette [ressource gouvernementale du Royaume-Uni](#), ou de la part [d'UNICEF : conception quasi-expérimentale et méthodes](#).

Il peut être difficile et exigeant en matière de ressources de mettre en place un ECR ou de trouver un scénario contrefactuel fiable. Ainsi, les évaluations s'appuieront souvent sur la comparaison des résultats des participants avec les données de référence. Cela peut être complété par l'utilisation de questions ouvertes pour demander aux participants de réfléchir sur les raisons pour lesquelles leurs scores se sont améliorés. Une autre option consiste à inclure des questions qui ne se rapportent pas directement aux compétences que l'intervention vise à cibler, c'est-à-dire à vérifier si celles-ci restent stables tandis que les compétences ciblées s'améliorent.

Analyse des données

La façon dont vous analysez vos données dépendra de ce que vous avez collecté. Cependant, il y a quelques règles de base que vous devriez toujours suivre :

Revenez à votre théorie du changement. Les données que vous avez recueillies devraient vous aider à prouver chacune des étapes.

Pour les données quantitatives (par exemple, les données recueillies au moyen d'enquêtes ou de questionnaires), vous pouvez utiliser des statistiques, telles que le nombre ou le pourcentage de personnes qui ont fait mieux dans un questionnaire après l'intervention, ou des méthodes telles que les impacts par rapport au groupe de comparaison (voir ci-dessus sur les scénarios contrefactuels et les ECR).

Pour les données qualitatives (par exemple les données d'entretien ou de groupe de discussion), il peut être plus difficile de décider de ce qu'il faut inclure, et vous risquez de « cueillir » les meilleures citations pour démontrer le succès. Il peut être utile de mettre toutes les données qualitatives dans une grande grille avec les questions d'analyse afin que vous puissiez identifier les thèmes communs.

En savoir plus

Pour ceux qui veulent en savoir plus sur les questions relatives à la collecte et à l'analyse de données, nous trouvons ces sites utiles :

[Code de conduite | Market Research Society \(mrs.org.uk\)](#)

[Guide du Règlement général sur la protection des données au Royaume-Uni \(RGPD\) | ICO](#)

[Boîte à outils d'évaluation de l'inclusion numérique \(publishing.service.gov.uk\)](#)

[Échantillonnage aléatoire simple - Recherche-Méthodologie](#)

[Recueillir et/ou récupérer des données - Rainbow Framework \(betterevaluation.org\)](#)

[Choisir vos méthodes de collecte | NCVO](#)

Partage

Temps de lecture : 8 minutes

L'élaboration d'un rapport d'évaluation clair et convaincant pour vos parties prenantes est la dernière étape du processus.

Un rapport d'évaluation ne doit pas être considéré comme un moyen de démontrer la valeur d'une initiative. Le but du rapport est de vous aider à partager les conclusions et à en tirer des enseignements. En partageant votre rapport plus largement - par exemple avec Ofcom - vous pouvez également aider les autres à tirer des leçons de votre travail.

Vous n'avez pas besoin de mettre toutes les données que vous avez recueillies dans le rapport, mais vous devez communiquer l'histoire avec précision. Nous voulons dire par là que vous ne devriez pas donner l'impression que votre intervention a été plus réussie qu'elle ne l'était en étant sélectif sur les données utilisées, car cela compromet non seulement votre crédibilité, mais cela signifie aussi que d'autres personnes peuvent faire les mêmes erreurs, et donc l'apprentissage est vain.



La mise en place de votre rapport d'évaluation

Le rapport d'évaluation est l'endroit où vous rassemblez toutes les preuves que vous avez recueillies pour raconter votre histoire. Identifiez les messages clés que vous souhaitez transmettre au lecteur, et comment faire ces points de la manière la plus percutante en utilisant les preuves pour les sauvegarder. Il y a des choses standard qu'il est toujours utile d'inclure dans un rapport d'évaluation. Cependant, il est important de savoir qui est votre public et ce qui l'intéressera. Dans la plupart des cas, produire un résumé d'une à deux pages des conclusions qui inciteront les gens à lire des informations supplémentaires est une bonne idée.

Les chapitres suivants sont généralement utiles à inclure :

- **Résumé** (une à deux pages qui précisent ce qu'était l'intervention et ce que vous avez appris dans l'évaluation).
- **Contexte du projet** (introduction générale de l'organisation et des services en cours d'évaluation). Assurez-vous d'inclure une discussion sur les intrants et les activités dans cette section).
 - Cela peut inclure la **théorie du changement** du programme qui donnera au lecteur une bonne vue d'ensemble de ce que vous avez prévu.
- **Objectifs et portée de l'évaluation** (y compris toutes les questions d'évaluation spécifiques et un aperçu de haut niveau de la méthodologie de recherche).
- **Description des conclusions** (ce que les données montrent, si votre intervention a fonctionné et pourquoi).
 - Il existe différentes façons de structurer les conclusions en fonction de votre public. Voici les options suivantes :
 - Établir les preuves des produits, des résultats à court terme, des résultats intermédiaires et de l'impact.
 - Structurer le rapport de manière thématique autour des différents objectifs du programme. Par exemple, parlez d'abord de l'impact que vous avez eu sur la capacité des participants à examiner le contenu, puis de leur capacité à juger des sources crédibles, etc. et de la façon dont les produits et les résultats ont contribué à ces résultats.
 - Réserver un chapitre pour chaque activité et les preuves de l'impact qu'elle a atteint.
- **Apprentissage et étapes suivantes** (ce qui s'est bien passé et ce qui peut être amélioré la prochaine fois / dans les projets futurs).
- **Annexe** (les éléments clés de ces sections devraient être inclus dans le rapport principal, mais il peut être utile d'utiliser une annexe pour fournir plus de détails).
 - **Les détails de la réalisation de votre projet** (plus vous trouverez de détails sur l'intervention, ici ou en annexe, plus il sera facile pour les autres praticiens de tirer des leçons de ce que vous avez fait).
 - **Les détails de votre processus de collecte de données** (quand et comment la recherche a été menée, avec qui, toute considération éthique, etc.).



Visualisation de vos données

Il existe de nombreux outils pour rendre les données que vous souhaitez présenter plus compréhensibles. En décomposant le texte, et les chiffres, avec des images, des graphiques, des infographies ou des citations d'études de cas, vous pouvez rendre votre rapport plus accessible. C'est aussi un moyen efficace de combiner vos résultats quantitatifs (nombres) avec vos données qualitatives (entretiens et études de cas) pour raconter une histoire plus large. La méthode de visualisation que vous avez choisie dépendra des messages que vous souhaitez faire passer.

Graphique linéaire : utile pour visualiser les données comparatives au fil du temps.

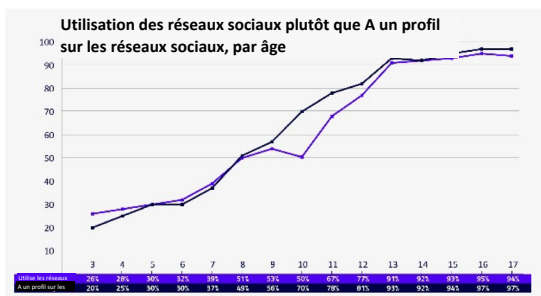


Diagramme circulaire : utile pour montrer les réponses des cohortes (c'est-à-dire un tiers des répondants ont fait preuve de compréhension dans un certain domaine) pendant une seule période de temps.

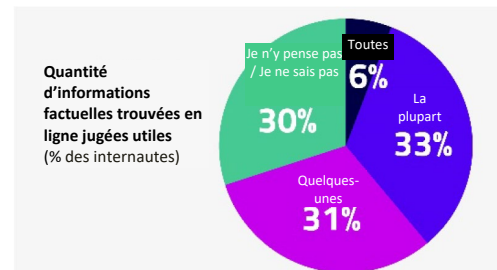
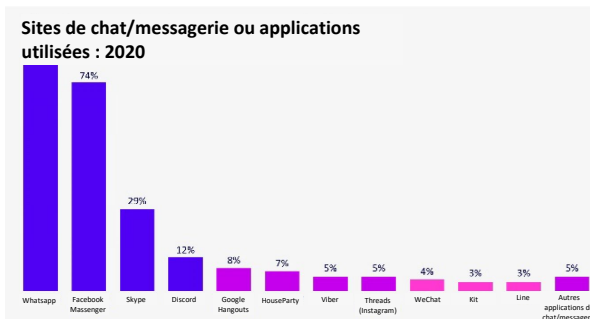
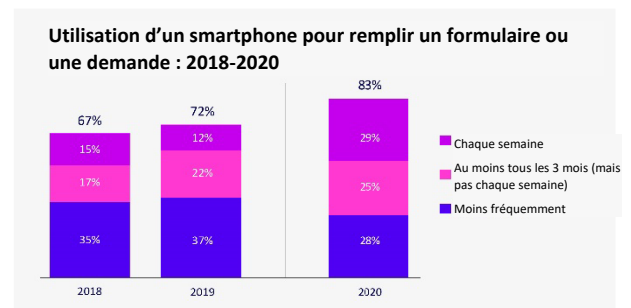


Diagramme à barres ou colonnes : utile pour les données comparatives entre les éléments.



Graphique empilé : utile pour montrer les réponses des cohortes au fil du temps.



Citations tirées : Utilisez des citations tirées de vos données qualitatives pour mettre en évidence les messages que vous souhaitez faire passer.

Proin quis gravida ante. Nulla faucibus viverra sollicitudin. Cras est lorem, maximus id auctor ut, eleifend vitae lorem. Curabitur eu libero ultricies sapien auctor tincidunt. Aenean lacinia augue lacus, ac porttitor nunc volutpat sed.

« Parfois, je regarde TikTok et je perds la notion de temps et rate l'opportunité d'aller jouer avec mes amis », Jerome, 14 ans

Curabitur eleifend odio nulla, id lobortis tortor rutrum dignissim. Mauris tempor nunc risus, vel vestibulum ligula pharetra vel. Vivamus porta lectus id nisl commodo, non bibendum nunc imperdiet. Morbi lobortis elit lorem, eget lacinia tellus tristique eu. Fusce eget nisl ante. Nulla fringilla tortor nec massa mattis, non tempor lectus imperdiet.

Vous pouvez réaliser vos graphiques dans Excel ou PowerPoint en utilisant les modèles intégrés ou bien utiliser Google Charts. Pour plus de ressources, nous vous proposons des sites comme [Datawrapper](#) ou [Tableau Public](#).

Tout au long de votre rapport, assurez-vous de dire d'où proviennent vos preuves. Pour les données d'enquête ou de questionnaire, n'oubliez pas d'inclure des informations sur la **taille de base** et la question répondue dans chaque graphique.

Taille de base

La taille de base est le nombre de personnes à qui on a posé une question spécifique.

Pour les citations tirées de groupes ou d'entrevues, inclure la source de la citation. Cela ne signifie pas que vous devez nommer des personnes (elles pourraient préférer rester anonymes) mais vous pouvez dire si elles étaient participantes, impliquées dans la livraison, un bailleur de fonds ou quelqu'un d'autre, afin que le lecteur connaisse leur perspective.

Partage de votre rapport d'évaluation en interne et en externe

Maintenant que vous avez votre rapport d'évaluation, partagez-le ! L'évaluation consiste à aller de l'avant et à tirer des leçons. En réfléchissant à votre rapport d'évaluation interne, votre organisation peut utiliser ses conclusions pour améliorer le travail en cours et réfléchir à la façon dont les choses pourraient se produire différemment lors de la prochaine intervention. Vous pouvez revenir à votre cadre d'évaluation à ce stade et adapter vos activités de projet en fonction de ces apprentissages.



Tout au long de ce guide, nous avons essayé d'expliquer pourquoi la production d'évaluations est utile, non seulement pour l'équipe qui dispense une intervention, mais aussi pour le secteur de l'éducation aux médias et à l'information au sens large. Vous pouvez choisir de développer différentes versions du rapport pour différents publics - par exemple, un bailleur de fonds pourrait être principalement intéressé par les activités et les indicateurs d'impact tandis que d'autres praticiens pourraient être plus intéressés par ce que vous avez fait et comment.

En plus de partager le rapport avec vos parties prenantes, nous vous encourageons à le partager avec nous.

En savoir plus

Pour ceux qui veulent en savoir plus sur les questions liées à la rédaction de votre rapport d'évaluation, nous vous recommandons ces sites utiles :

[Le modèle de rapport de Boîte à outils d'évaluation de l'inclusion numérique \(publishing.service.gov.uk\)](https://publishing.service.gov.uk)

[Comment rédiger un rapport d'évaluation | NCVO](#)

[STRATÉGIES PÉDAGOGIQUES \(altteaching.org\)](https://altteaching.org)

[Datawrapper : Créer des graphiques, des cartes et des tableaux](#)

[Tableau Public](#)

Annexe : Glossaire

Il existe de nombreux termes différents pour parler de l'évaluation de l'éducation aux médias et à l'information. Nous vous avons listés ici les plus importants. Veuillez noter que parfois, certains termes se recourent.

Cadre d'évaluation

Un cadre d'évaluation explique la manière dont l'intervention atteindra ses objectifs : du début de l'initiative, en commençant par les ressources disponibles, jusqu'à la fin de l'initiative, en énonçant les impacts finaux et à long terme que le projet devrait atteindre.

Il présente un aperçu logique et réaliste de la façon dont les intrants sont utilisés pour élaborer les produits des projets et comment ces produits interagissent avec le comportement des participants pour atteindre des résultats qui ont un impact durable.

Cadre de résultats

Un cadre de résultats implique de définir clairement les résultats que vous voulez atteindre et de les hiérarchiser. Vous pourriez notamment les séparer en avantages pour les individus par rapport à la communauté. Il aide à concentrer votre travail sur les résultats qui vous importent, à relier vos activités aux résultats que vous voulez obtenir et à les communiquer plus clairement.

Une grande partie de ces informations pourrait également être contenue dans un cadre d'évaluation.

Données

Les données font référence aux informations sur vos participants et leur expérience de votre intervention que vous recueillez au cours de la phase de recherche de votre évaluation. Il pourrait s'agir de mesures, d'observations ou de commentaires des participants. Elles peuvent être qualitatives (récit) ou quantitatives (numériques). Ces données peuvent être analysées et utilisées pour mieux comprendre l'intervention, son résultat et son impact.

Données longitudinales

Dans le contexte de l'éducation aux médias et à l'information, les données longitudinales sont des preuves recueillies auprès des mêmes participants sur une période donnée ; par exemple, en posant les mêmes questions. Elles

vous permettent de suivre le changement au fil du temps.

Données qualitatives

Les données qualitatives sont des informations qui ne peuvent pas être comptées : elles sont descriptives, et souvent pour une initiative d'éducation aux médias et à l'information, il s'agira de récits ou de citations des participants. Elles sont habituellement recueillies au moyen d'entretiens, de groupes de discussion, d'observations, d'études de cas ou de questions d'enquête ouvertes.

Elles donnent la voix à l'expérience, et peuvent être utilisées pour comprendre ce que les personnes pensent de quelque chose ou comment elles ressentent quelque chose, et pourquoi elles pensent ou ressentent cela. Il est utile de fournir aux bailleurs de fonds des données qualitatives qui expliquent comment un participant croit que votre intervention a changé sa vie.

Elles peuvent être combinées avec des données quantitatives pour une compréhension plus approfondie.

Données quantitatives

Les données quantitatives sont des informations quantifiables. Dans le cas d'une intervention en éducation aux médias et à l'information, cela inclut la compilation des réponses aux questions ou aux déclarations comportant peu de réponses. Elles sont généralement recueillies au moyen d'enquêtes ou de questionnaires, ou même de quizz. Elles peuvent être utilisées pour comprendre ce que les gens pensent de quelque chose (à partir d'un nombre limité d'options), et si quelque chose a changé dans leurs attitudes. Des données quantitatives peuvent être recueillies au fil du temps pour produire des données longitudinales, qui peuvent apporter une preuve supplémentaire de l'efficacité de votre intervention. On peut les combiner avec des données qualitatives pour une compréhension plus approfondie.

Échelle de Likert

Une échelle de Likert est un système de notation

généralement utilisé dans les questionnaires ou changement/un cadre d'évaluation sont les choses dont vous pouvez raisonnablement vous attendre à être vraies, sur la base des preuves disponibles.

Échantillon

Lors d'une évaluation, vous pourriez être en mesure de recueillir certaines données auprès d'une sélection de participants : c'est votre échantillon. La taille de l'échantillon par rapport au groupe global est importante, car la signification statistique de vos conclusions (ce qui vous permet de conclure si quelque chose a effectivement fait une différence) dépend partiellement de la taille de l'échantillon.

Éducation aux médias et à l'information

L'Ofcom définit l'éducation aux médias et à l'information comme « la capacité d'utiliser, de comprendre et de créer des médias et des communications dans divers contextes ».

Effet de causalité

L'effet de causalité d'une intervention est l'effet (changement) qu'elle a sur ses participants. Il peut être décrit comme la différence entre les résultats des participants ayant participé à une intervention, et les résultats de ceux qui n'y ont pas participé, ou entre les résultats des participants après et avant une intervention.

Enquêtes

Les enquêtes (formulaire ou listes de questions) peuvent générer des données quantitatives ou qualitatives, selon le type de questions posées. Dans le cas d'une intervention en éducation aux médias et à l'information, vous allez peut-être enquêter sur vos participants avant et après l'intervention, ou tout de suite après, puis plusieurs mois après.

Le type d'enquête que vous créez dépend à la fois de votre cible et de ce que vous voulez savoir.

Essai de contrôle randomisé (ECR)

Un essai de contrôle randomisé implique un groupe de personnes ayant des caractéristiques similaires assignées de manière aléatoire à l'un des deux groupes : l'un reçoit l'intervention, l'autre pas. Réaliser les mêmes méthodes d'évaluation sur les deux groupes - enquêtes, questionnaires, groupes de discussion ou entretiens - vous aide à évaluer si votre intervention a fait ou non la différence. Attribuer aléatoirement des participants admissibles aux

deux groupes réduit le risque que la différence de résultats s'explique par d'autres facteurs.

Évaluation des processus

Les évaluations des processus s'axeront sur la manière dont vous avez réalisé votre projet et dans quelle mesure elle a eu une incidence sur les résultats finaux.

Groupes de discussion

Un groupe de discussion est une méthode de recherche qui consiste à réunir un groupe de personnes ayant des caractéristiques ou des expériences particulières pour discuter d'un sujet. En tant que méthode de recherche qualitative, cela peut être utilisé pour comprendre comment et pourquoi les gens pensent ou se comportent d'une certaine manière.

En ce qui concerne les initiatives d'éducation aux médias et à l'information, des groupes de discussion au sein de votre public cible pourraient être utilisés pour aider à développer des aspects de l'intervention, tandis que des groupes de discussion de participants pourraient être utilisés pour déterminer ce qu'ils ont appris et comment cela a changé leur comportement, ou ce qu'ils pensent pourrait être amélioré au sujet des activités du projet.

Hypothèse

Une hypothèse est un énoncé provisoire ou une explication proposée d'un phénomène ou d'un événement, basé sur des preuves disponibles. Elle prédit souvent qu'il y aura ou non une corrélation entre deux variables, dont l'une pourrait être une intervention d'éducation aux médias et à l'information. Une hypothèse testable est une hypothèse qui peut être prouvée ou réfutée par l'expérimentation. Une évaluation devrait vérifier si une hypothèse semble être vraie : par exemple, votre hypothèse pourrait être que votre intervention améliorera les connaissances ou les compétences des participants dans un domaine particulier, et votre évaluation déterminera si c'est réellement le cas.

Impact

L'impact fait référence à un changement à plus long terme à un niveau individuel ou sociétal qui peut être attribué aux résultats d'une intervention. L'impact est probablement plus difficile à mesurer que les résultats. Par exemple, l'impact d'un projet d'alphabétisation médiatique

pourrait être :

- une résistance accrue à la désinformation
- un changement dans la façon dont les participants consomment des nouvelles
- une augmentation de la créativité du public en matière de médias en ligne

Indicateurs

Les indicateurs d'impact et les indicateurs de résultats sont les éléments de preuve mesurables qui vous permettent de suivre les changements ayant eu lieu à la suite de votre intervention.

Par exemple, dans le cas d'un projet d'éducation aux médias et à l'information, un indicateur de résultat pourrait être le changement de score entre un questionnaire des connaissances avant et après l'intervention effectuée par les participants. Des améliorations constantes et significatives des scores indiqueraient un résultat positif pour l'intervention.

Intrant

Un intrant est nécessaire pour mener une activité : il peut s'agir de membres du personnel, d'information ou de données de recherche existantes, ou d'autres ressources. Par exemple, les intrants d'un projet d'éducation aux médias et à l'information pourraient être :

- Deux membres du personnel à temps plein.
- Des conclusions de la recherche sur les principaux défis du public en matière d'accès à l'information.

Modèle logique

Un modèle logique explique la relation entre les intrants, les activités, les produits et les résultats de votre intervention.

Une grande partie de ces informations pourrait également être contenue dans un cadre d'évaluation.

Nettoyage des données

Le nettoyage des données fait référence au processus de suppression ou de correction des saisies de données incomplètes, incorrectes ou incohérentes. Il est important de supprimer de telles erreurs dans les données afin d'éviter de tirer des conclusions inexactes.

Partie prenante

Les parties prenantes du projet peuvent inclure toute personne impliquée dans le projet, y

compris des bailleurs de fonds ou des mécènes, d'autres membres de l'équipe, ou pour des projets plus importants, d'autres équipes. Les parties prenantes peuvent également inclure toute personne susceptible d'être touchée par l'intervention, comme les publics cibles.

Produit

Un produit fait référence aux produits livrables d'une intervention ou d'une activité. Il peut s'agir de produits (ressources produites, par exemple) ou de services (ateliers ou séances de formation).

Un produit d'un projet d'éducation aux médias et à l'information pourrait être notamment :

- Dix ateliers, auxquels ont participé chacun des 14 participants.
- Dix plans de leçon publiés, téléchargés en moyenne 16 fois.

Référence

Une référence est le point de départ de mesure du changement. Pour un projet d'éducation aux médias et à l'information, il pourrait s'agir du niveau de connaissances des participants sur un sujet ou de leur niveau de compétence actuel. Celle-ci pourrait être établie à l'aide d'un questionnaire, d'une enquête, d'un entretien ou d'un groupe de discussion mené auprès du public cible avant que l'intervention n'ait lieu, et/ou pourrait être éclairée par des recherches antérieures sur des publics similaires.

Résultat

Un résultat est le résultat d'une intervention, idéalement un avantage reçu par le public cible. Il est généralement fini et mesurable.

Par exemple, pour un projet d'éducation aux médias et à l'information, les résultats pourraient être les suivants :

- une augmentation des connaissances des participants,
- une nouvelle compétence acquise par les participants ; et
- un changement d'attitude parmi les participants.

Scénario contrefactuel

Lors de l'évaluation de l'impact d'une intervention spécifique, il est important de pouvoir comparer tout changement détecté avec ce qui aurait probablement eu lieu sans l'intervention : c'est le scénario contrefactuel. Cela peut être fait en utilisant un groupe témoin

(un public ayant des caractéristiques similaires à votre cible, sans accès à l'intervention) ou en utilisant une référence, c'est-à-dire en comparant les niveaux de compétence ou de connaissances de votre public cible avant et après l'intervention.

Signification statistique

On entend par signification statistique la probabilité que le changement observé soit le résultat d'une intervention et non du hasard. Elle est calculée en fonction de la taille de l'échantillon par rapport à la population totale, et de la variation au sein de la population.

Si vos résultats sont statistiquement significatifs, cela signifie qu'ils sont très susceptibles d'être le résultat de votre intervention, plutôt qu'aléatoire.

La signification statistique est généralement décrite à l'aide d'une valeur de probabilité, ou valeur *p*, qui est toujours comprise entre 0 et 1. Une valeur *p* plus petite indique qu'il est plus probable que vos résultats ne soient pas dus au hasard. Pour calculer une valeur *p*, vous pouvez utiliser une calculatrice en ligne.

Suppositions

Les hypothèses dans une théorie du changement/un cadre d'évaluation sont les faits dont vous pouvez raisonnablement vous attendre à ce qu'ils soient être vrais, sur la base des preuves disponibles.

Théorie du changement

Un modèle qui explique le problème que vous essayez de résoudre, comment vous prévoyez de le faire, et quel effet vous attendez qu'il ait. Il explique pourquoi vous pensez que le changement résultera de votre intervention et reconnaît les éléments que vous ne pouvez pas contrôler.

Une théorie du changement fournit un récit de haut niveau de l'intervention et de la théorie qui la sous-tend ; elle doit être regroupée au début

du projet. Une grande partie de ces informations pourrait également être contenue dans un cadre d'évaluation.

Taille de base

La taille de base est le nombre de personnes à qui on a posé une question spécifique.

Taille de l'effet

La taille de l'effet mesure la force de la relation entre deux variables. Bien que la vérification de la signification statistique puisse vous indiquer si votre intervention fonctionne ou non, la mesure de la taille de l'effet peut vous donner une idée de l'ampleur de l'effet (ou de l'impact) de votre intervention. Une plus grande taille de l'effet indique une relation plus forte.

Le calcul de la taille de l'effet de votre intervention nécessite de comparer les résultats numériques de vos groupes de traitement et témoin (ou du même groupe avant et après l'intervention).

Il existe différentes méthodes que vous pouvez utiliser pour calculer la taille de l'effet. Par exemple, la méthode *Cohen* consiste à comparer les résultats moyens des deux groupes.

Annexe : Ressources

Un certain nombre de ressources mentionnées dans le présent guide sont là pour vous aider. Pour accéder à une ressource particulière il suffit de cliquer sur les liens ci-dessous :

- [Modèle de cadre d'évaluation](#) (ODT)
- [Conseils principaux : Entretiens et groupes de discussion](#) (PDF)
- [Conseils principaux : Enquêtes et questionnaires](#) (PDF)
- [Bibliothèque de recherche sur l'éducation aux médias et à l'information de l'OFCOM](#) (site internet)
- [Bibliothèque des initiatives en matière d'éducation aux médias et à l'information de l'Ofcom](#) (site internet)