

**Ce plan de recherche a été élaboré par le Centre de recherche sur l'Église et la foi de l'AEC pour la réunion de partenariat sur l'étude #étude\_influence-foi (EIF) : Comment l'engagement dans les médias sociaux affecte la foi des jeunes qui participent aux ministères évangéliques de la jeunesse.**

**Pour plus d'informations, veuillez consulter le site [www.theEFC.ca/IFS](http://www.theEFC.ca/IFS)**

**Questions de recherche proposées:** (1) Comment l'engagement dans les médias sociaux affecte-t-il la foi des jeunes qui participent aux ministères évangéliques canadiens de la jeunesse ? (2) Comment les intervenants des ministères évangéliques canadiens de la jeunesse qui travaillent avec les jeunes Canadiens utilisent-ils les médias sociaux dans leurs ministères qui, selon eux, aident à la formation de la foi des jeunes et comment les jeunes réagissent-ils à cette utilisation ?

Nous entreprenons de répondre à ces questions en demandant aux répondants de démontrer leur utilisation des médias sociaux et de réfléchir aux effets de leur engagement sur la foi. Cette étude cherche à :

1. Comprendre comment l'engagement dans les médias sociaux affecte la foi des jeunes Canadiens. Pour ce faire, nous demanderons aux jeunes répondants :
  - comment les jeunes comprennent les médias sociaux et comment ils les utilisent (c.-à-d. qui ils suivent, avec quel contenu ils interagissent, quel contenu ils publient, etc.),
  - comment les jeunes comprennent le contenu religieux et comment ils s'y engagent et interagissent avec lui (c.-à-d. les applications qu'ils utilisent, les comptes qu'ils suivent, les commentaires, les contenus religieux qu'ils publient/partagent),
  - comment les jeunes comprennent leur engagement sur les médias sociaux en tant que chrétiens et comment leur présentation de soi (anonymat, anthropologie) affecte leur engagement.
  - comment les jeunes interagissent avec leur groupe de jeunes ou leur ministère de la jeunesse sur les médias sociaux (c.-à-d. les applications utilisées par leur groupe de jeunes ou leur ministère de la jeunesse, le type de contenu avec lequel ils s'engagent, les sujets de leurs conversations, etc.),
  - et comment les jeunes utilisent le contenu religieux dans leurs interactions avec leurs amis en dehors de leur participation aux ministères de la jeunesse.
2. Comprendre comment les animateurs évangéliques canadiens en ministère auprès des jeunes Canadiens utilisent les médias sociaux dans leur travail. Nous voulons surtout savoir comment les travailleurs en ministère des jeunes (TMJ) croient que ces médias les aident à former la foi des jeunes dont ils s'occupent. Nous demanderons aux TMJ :
  - comment ils voient les jeunes s'engager sur les médias sociaux en tant que chrétiens,
  - comment ils voient les jeunes interagir avec le contenu religieux sur les plateformes de médias sociaux (c.-à-d. les comptes que leurs jeunes suivent, ce que leurs jeunes publient, commentent et partagent),
  - comment leur ministère de la jeunesse utilise les médias sociaux pendant et en dehors des groupes de jeunes,

- la manière dont ils pensent contribuer à la formation de la foi des jeunes par le biais des plateformes de médias sociaux (c.-à-d. le type de contenu qu'ils publient/partagent, les sujets de conversation) et la manière dont les jeunes y réagissent, et
- quelles sont les politiques de la pastorale des jeunes avec laquelle ils travaillent en ce qui concerne leur engagement avec les jeunes sur les médias sociaux.

En posant ces questions (1) et (2), nous espérons en apprendre davantage :

- afin de tirer des implications en matière de formation à la foi en fonction de la manière dont les jeunes parlent de leur engagement vis-à-vis des contenus religieux sur les médias sociaux et de l'utilisation des médias sociaux en général,
- sur comment les jeunes et les travailleurs en ministère auprès des jeunes comprennent l'impact des médias sociaux sur la formation de la foi des jeunes,
- et sur la causalité dans l'optique de nos répondants.

### Populations interrogées :

Nous échantillonnerons les populations suivantes conformément à la proposition de recherche.

1. **Jeunes (40 interviews, enquête nationale) :** Après avoir obtenu le consentement des parents, nous interrogerons des Canadiens âgés de 12 à 18 ans et scolarisés de la 7<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année, qui participent à un ministère axé sur la jeunesse et affilié à l'une des confessions religieuses, congrégations ou organisations ministérielles affiliées à l'AEC.
2. **Travailleurs du ministère de la jeunesse (20 interviews, enquête nationale) :** Les animateurs du ministère de la jeunesse sont ceux qui, au moment de la collecte des données, ont des responsabilités ministérielles régulières dans les confessions religieuses, congrégations ou organisations ministérielles affiliées à l'AEC.
3. **Population d'experts du ministère (12 interviews) :** Les experts du ministère comprennent : les responsables d'église, les responsables confessionnels, les responsables d'organisations de ministère de la jeunesse, les experts en la matière et les influenceurs, les conférenciers et les universitaires nommés par les partenaires de recherche et recrutés par l'intermédiaire des confessions religieuses, congrégations ou organisations de ministère affiliées à l'AEC, et des réseaux des partenaires de recherche.

**Importance :** Une recherche bien étayée sur ce sujet nous aidera à :

- apprendre comment les médias sociaux affectent la formation de la foi des jeunes et leurs relations avec les ministères de la jeunesse auxquels ils participent,
- mieux comprendre l'efficacité de l'engagement actuel des TMJ dans les médias sociaux pour la formation de la foi, et de comparer nos résultats avec la littérature de plus en plus abondante sur les effets négatifs des médias sociaux sur la santé et le bien-être des adolescents,
- identifier les obstacles et les opportunités que les médias sociaux apportent aux jeunes et aux ministères de la jeunesse,
- et identifier les façons dont les médias sociaux peuvent être utilisés positivement dans le ministère de la jeunesse.