

# Enfances Familles

# Génération

Revue interdisciplinaire sur la famille contemporaine

31 | 2018 :

Que font les familles à l'ère du numérique?

Articles thématiques

---

## Le « divertissement connecté » au sein du foyer : une enquête auprès des jeunes Québécois

*“Connected entertainment” in the home: a survey of young Quebecers’ practices*

FLORENCE MILLERAND, CHRISTINE THOËR, NINA DUQUE ET JOSEPH JOSY LÉVY

---

### Résumés

Français English

**Cadre de la recherche** : Internet constitue un mode d'accès aux contenus de divertissement audiovisuels (films, séries, vidéos YouTube, etc.) de plus en plus populaire, notamment chez les jeunes.

**Objectifs** : Cet article présente les résultats d'une recherche sur les pratiques de visionnement en ligne de contenus audiovisuels chez les jeunes Québécois de 12 à 25 ans, afin de comprendre comment ces pratiques s'articulent à la vie familiale.

**Méthodologie** : La stratégie méthodologique est de type mixte combinant des données qualitatives (14 groupes de discussion rassemblant 82 participants, 29 entrevues individuelles) et quantitatives (enquête par questionnaire auprès de 1504 jeunes Québécois âgés de 12 à 25 ans).

**Résultats** : Les résultats de la recherche révèlent une très forte individualisation dans les pratiques et une autonomie accrue des jeunes à l'égard des contenus regardés et des temps de visionnement. Les pratiques offrent des occasions de partage et d'expression des liens familiaux, allant jusqu'à participer à la formation de pratiques familiales spécifiques autour de rituels de visionnement.

**Conclusions** : Si la famille constitue le premier lieu de socialisation des jeunes à la télévision, elle joue également un rôle dans la formation des pratiques de visionnement des contenus audiovisuels

sur Internet. En retour, ces pratiques numériques semblent contribuer encore davantage à l'acquisition de l'autonomie chez les jeunes, y compris chez les plus jeunes.

**Contribution** : En apportant de nouvelles connaissances sur le divertissement connecté chez les jeunes et sa place dans la vie familiale, l'article rend visible la pertinence sociale et scientifique des recherches sur les usages sociaux des technologies chez les jeunes.

**Framework**: The Internet constitutes one of the most popular means through which youth watch audiovisual entertainment content (such as movies, series, YouTube videos).

**Objectives** : This article presents the results of a study on online audiovisual content viewing practices by young Quebecers aged 12 to 25 and examines how these practices relate to family life.

**Methodology** : The strategy used is based on a mixed method approach combining both qualitative data (14 focus groups of 82 participants and 29 individual interviews) and quantitative data (survey questionnaire composed of 1500 young Quebecers aged 12 to 25 years).

**Results** : The results reveal that youth viewing practices are strongly individualized. They also show an increase in youth autonomy with respect to the types of contents watched and the viewing times. These online practices offer opportunities for sharing and expressing family ties, going as far as contributing to the development of specific family viewing rituals and practices.

**Conclusions** : If the family is the first place in which young people are socialized to television, it also plays a role in the development of online audiovisual viewing practices. In return, these digital practices appear to contribute to autonomy acquisition among young people, including the younger ones.

**Contribution** : By bringing new knowledge about connected entertainment among young people and its place in family life, the article makes visible the social and scientific relevance of research on the social uses of technology among young people.

---

## ***Entrées d'index***

**Mots-clés** : adolescents, jeunesse, famille, domicile, réseaux, socialisation, numérique, Internet, visionnement en ligne, divertissement connecté, liens familiaux, pratiques familiales

**Keywords** : adolescents, youth, family, home, networks, socialization, Internet, digital practices, online viewing

---

## ***Texte intégral***

# **Introduction**

1 L'usage d'Internet fait aujourd'hui partie intégrante de la vie quotidienne des Québécois. Aujourd'hui, 9 foyers sur 10 sont connectés (CEFRIO, 2017) et les Québécois sont de plus en plus nombreux à disposer d'appareils mobiles et informatiques (près de 60 % ont un téléphone intelligent, CEFRIO, 2016). Internet contribue aussi de façon significative au divertissement, l'une des activités les plus répandues et ce, pour toutes les tranches d'âge (CEFRIO, 2016 ; Defy Media, 2016). Le visionnement de productions en ligne (films, séries, web-séries, émissions de télévision en ligne, vidéos sur YouTube, podcasts, etc.) constitue l'activité sur le Web la plus populaire chez les jeunes (Raco, 2014 ; Common Sense Media, 2017). Selon des études récentes, 60 % des adultes québécois visionnent des vidéos en ligne sur des plateformes comme YouTube, et les jeunes de 18 à 24 ans s'y adonnent le plus au quotidien (84 %) (CEFRIO, 2016).

2 Plusieurs facteurs contribuent à cette popularité dont, entre autres, l'amélioration des connexions réseaux, la progression des équipements mobiles et le développement de l'offre stimulée par les nouvelles plateformes de diffusion comme Netflix. La popularité des services payants de visionnement en ligne ne cesse de croître et 53 % des foyers québécois connectés à Internet sont abonnés à un service de type Netflix ou Club Illico

(CEFRIO, 2017). En outre, les contenus orientés vers les jeunes se sont multipliés ces dernières années, avec le phénomène des youtubeurs et la migration de contenus télévisuels jeunes sur le Web. Dans ce contexte, l'engouement des jeunes pour le divertissement en mode connecté n'a rien d'étonnant.

- 3 Si ce phénomène est largement commenté sur les tribunes médiatiques, c'est surtout l'attrait des vidéos sur YouTube chez les jeunes publics, et plus particulièrement celui des youtubeurs qui retiennent l'attention. Elles insistent sur leurs difficultés à apprécier la qualité des contenus en ligne, à repérer ceux qui peuvent s'avérer problématiques en raison de leur caractère violent, pornographique ou promotionnel (Vigneault, 2017), sur le temps excessif passé en visionnement et à la dépendance aux écrans (Montpetit, 2017). Hormis quelques études (par exemple, Glevarec, 2015 ; Kervella et Loicq, 2015 ; Kervella *et al.*, 2016 ; Fedele, 2014), les modalités et les significations des pratiques des jeunes en matière de visionnement connecté, particulièrement chez les moins de 18 ans, restent encore peu explorées, tout comme l'incidence de ces pratiques sur les dynamiques et les configurations familiales, alors que celles-ci ont lieu en grande partie au sein des foyers.
- 4 Les résultats de recherche présentés dans cet article reposent sur un projet réalisé auprès de jeunes Québécois âgés de 12 à 25 ans visant à comprendre comment le visionnement en ligne transforme le rapport des jeunes aux contenus audiovisuels de divertissement. Plus précisément, ce projet vise à cerner : 1) les usages que les jeunes font des contenus audiovisuels auxquels ils accèdent sur Internet et via les périphériques mobiles, 2) le sens qu'ils construisent autour de ces pratiques qui ne se limitent pas au visionnement, mais qui renvoient aussi au partage, à l'évaluation, à la transformation et à la création de contenus et 3) le rôle des réseaux de sociabilité, incluant les liens familiaux, dans les pratiques de visionnement connecté.
- 5 Dans le cadre de cet article, nous nous intéressons plus particulièrement à l'articulation entre les pratiques de divertissement connecté et la vie familiale. Les questions spécifiques auxquelles cet article entend apporter des éléments de réponse sont les suivantes : quels contenus audiovisuels de divertissement les jeunes regardent-ils, dans quels contextes et avec qui ? Comment ces pratiques de divertissement connecté s'inscrivent-elles dans leur quotidien au sein de la sphère familiale ? Comment sont-elles intégrées et négociées entre parents et enfants ? Comment ces pratiques peuvent-elles participer de la reconfiguration ou de l'évolution des liens familiaux contemporains ?
- 6 Nous présentons d'abord le contexte de l'étude en dégagant les conclusions principales d'une recension de la littérature sur le sujet, ainsi que les grandes orientations théoriques qui ont guidé notre démarche de recherche. Nous explicitons ensuite la méthodologie de la recherche mobilisée basée sur une stratégie mixte combinant des données qualitatives et quantitatives, et nous décrivons les profils des participants à l'étude ainsi que les outils de recueil et d'analyse de données. Nous exposons ensuite les résultats en dressant un portrait général des pratiques de divertissement connectées chez les jeunes, puis le lien entre ces pratiques et la vie familiale. Ces résultats sont discutés à la lumière des travaux récents et, en conclusion, les limites et les pistes de recherche futures sont esquissées.

## Contexte

### Transformation des pratiques médiatiques des jeunes en contexte de visionnement connecté

- 7 La plupart des travaux récents sur les pratiques médiatiques des jeunes ont traité de leurs pratiques numériques, plus particulièrement de leurs usages des réseaux socionumériques, de leur consommation de contenus vidéos sur la plateforme YouTube et de leurs pratiques de jeux en ligne. Les travaux portant spécifiquement sur les pratiques

de visionnement connecté de contenus de divertissement sont peu nombreux et se sont le plus souvent intéressés aux usages des contenus fictionnels, notamment aux séries et aux jeunes adultes (Glevarac, 2015 ; Combes, 2014 ; Fedele, 2014 ; Sonnac *et al.*, 2014) – la recherche de Kervella *et al.* (2015 ; 2016) intégrant aussi les publics adolescents. Ces travaux concluent à une mutation des pratiques de consommation des contenus télévisuels à l'heure du numérique et soulignent l'autonomie croissante des spectateurs à l'égard de la programmation télévisuelle et des temps de visionnement. Ils mettent en évidence une consommation de plus en plus individuelle des contenus télévisuels en contexte connecté, mais ils soulignent également l'importance du partage avec les amis et des échanges avec d'autres amateurs sur les réseaux sociaux numériques (Kervella et Loicq, 2015 ; 2016 ; Combes, 2014). Ils documentent la pratique du multiécran (Kervella et Loicq, 2015 ; Kervella *et al.*, 2016) et la popularité croissante du visionnement en rafale (*binge watching*), une stratégie visant un engagement accru dans les univers sériels ou un rattrapage télévisuel afin d'être en phase avec les visionnements des pairs (Matrix, 2014). La transmission de connaissances et de compétences concernant les fictions sérielles et leurs modalités de visionnement en contexte connecté est aussi soulignée (Combes, 2014).

8 S'intéresser aux mutations de ces pratiques de visionnement, c'est aussi considérer, parmi les dispositifs techniques, les appareils qui sont utilisés pour visionner les contenus (voir, par exemple, Sonet, 2015 sur les cellulaires). La sociologie des usages, qui regroupe un ensemble de travaux cherchant à comprendre les « effets » sociaux des technologies à partir de l'étude de la façon dont elles sont utilisées et, plus précisément, des manières dont les usagers se les approprient et en négocient l'usage (de Certeau, 1990 ; Millerand, 1998 ; 1999 ; Jauréguiberry et Proulx, 2011), offre des perspectives intéressantes pour enrichir les cadres d'analyse. En ajoutant la dimension du rapport tangible aux dispositifs techniques et en soulignant les limites et les ouvertures qu'offrent les dispositifs techniques – une dimension peu étudiée dans les études de réception – elle permet de cerner en quoi ceux-ci sont porteurs « d'effets de sens » (Combes, 2013). Cerner les usages effectifs des jeunes permet d'accéder aux expériences individuelles et sociales, de les identifier et les décrire d'une part, et de les étudier dans leurs contextes d'autre part, afin de comprendre la place et le rôle joué par les technologies – et ainsi de saisir comment les usages et les contextes sont co-façonnés (Boullier, 2016 ; Beuscart *et al.*, 2016 ; Martin *et al.*, 2016). À ces perspectives s'ajoute celle des usages « sociaux » qui seraient distinctifs et éventuellement propres à un groupe social comme les jeunes. De ce point de vue, l'une des spécificités des pratiques de visionnement connecté chez les jeunes est que celles-ci comprennent d'autres contenus comme, par exemple, les productions des youtubeurs (Kervella *et al.*, 2016).

9 En somme, nous pouvons définir les pratiques de visionnement connecté des jeunes comme le visionnement de contenus vidéos, que ceux-ci soient issus de la télévision ou produits par d'autres sources, auxquels les jeunes accèdent de manière connectée. Nous n'avons par contre retenu que les pratiques s'inscrivant dans une perspective de divertissement, et avons donc exclu de l'analyse le visionnement effectué dans le cadre d'activités scolaires.

## **L'inscription des pratiques médiatiques des jeunes dans la vie familiale**

10 Les travaux sur les pratiques culturelles et médiatiques des jeunes mettent en évidence l'importance du contexte familial comme espace de transmission, soulignant toutefois une rupture à l'adolescence du fait de la concurrence exercée par les pairs (Octobre, 2009). Ceux qui portent surtout sur l'activité télévisuelle montrent que celle-ci est intimement intégrée aux pratiques quotidiennes et aux dynamiques familiales, et qu'elle participe de la construction des identités familiales et de genre (Morley, 1986 ; Lull, 1990 ; Proulx et Laberge, 1995). Les pratiques médiatiques permettent aussi d'entretenir le lien familial et

sont une source de création d'histoires familiales, de rituels de visionnement, par exemple autour d'émissions télévisées ou du film (Esquenazi 2010) autour desquels la famille se rassemble.

11 Les interactions autour de la télévision offrent l'occasion aux spectateurs, notamment les jeunes, d'appréhender les contenus télévisuels, la famille constituant à ce titre une des premières « communautés d'interprétation » à laquelle se référer ou s'opposer (Esquenazi, 2010). La télévision est au centre de négociations entre les membres de la famille (Morley, 1986), notamment entre parents et enfants à l'adolescence. Dans son analyse de la réception de l'émission *Hélène et les garçons*, Pasquier (1999) montre comment la série est source de débats entre mères et filles, notamment dans les familles des classes moyennes et supérieures. Ces mères considèrent en effet que la série constitue un produit de faible qualité éducative et la jugent « mal jouée, les rires enregistrés insupportables, la platitude des dialogues affligeantes » ; elles lui reprochent surtout de promouvoir des modèles féminins traditionnels et stéréotypés (Pasquier, 1999 : 161). Pour les adolescents et les jeunes adultes, les usages des séries participent de la construction identitaire, contribuant au décodage des rôles sexuels et sociaux, à l'acquisition d'une autonomie relationnelle, et à l'apprentissage (Glevarac, 2012 ; Pasquier, 1999). Les contenus télévisuels constituent aussi des thèmes de conversation qui participent à part entière à leur interprétation (Boullier, 2003), leur visionnement s'inscrivant ainsi dans le développement et le maintien de réseaux de sociabilité. Les discussions autour de la télévision offrent à ce titre des occasions d'échanges entre les parents et les enfants sur des sujets parfois sensibles.

12 Dès les années 1990, Silverstone, Hirsh et Morley (1992) invitaient à situer et interpréter les modalités d'appropriation des contenus télévisuels en lien avec la culture matérielle et symbolique des ménages, et notamment son historique de consommation de produits culturels et d'utilisation de l'équipement médiatique familial, susceptible d'engendrer le développement de certaines compétences. Les usages du numérique sont des espaces de négociation parents-enfants et des terrains d'affirmation de soi, de mise à distance de la famille et de distinction, à travers une pratique désormais de plus en plus individualisée du fait de la multiplication des équipements – l'acquisition d'un téléphone portable ou d'un ordinateur constituant déjà en soi un marqueur d'autonomisation du jeune (Pharabod, 2004).

13 Pour les parents, les usages numériques sont des espaces dans lesquels s'expriment et se façonnent des normes parentales. Les pratiques médiatiques des jeunes sont en effet souvent abordées, notamment dans le discours médiatique, du point de vue des risques. Cette perception révèle la persistance d'un sentiment de méfiance à l'égard d'Internet et des technologies dès lors que les jeunes, public jugé plus fragile, sont concernés (Pecolo, 2012 ; Peretti-Watel, 2010). Des jugements moraux sur les bonnes ou les mauvaises utilisations d'Internet chez les jeunes (Peretti-Watel, 2010) ainsi que sur les comportements parentaux adéquats à adopter dans ce domaine sont aussi relevés (Willett, 2015). À travers la gestion des pratiques de visionnement connecté des jeunes se joue ainsi ce qu'on considère être un « bon » parent. Ces visions témoignent d'une nostalgie des parents à l'égard de leur enfance et renvoient à une construction idéalisée d'une époque où les enfants jouaient davantage (Dias *et al.*, 2016). Les préoccupations des parents sont toutefois bien réelles (Coyne *et al.*, 2014) et plusieurs chercheurs proposent des outils d'accompagnement des jeunes dans leurs usages des technologies connectées (Cordier, 2016 ; Klein, 2016) ou insistent sur l'enjeu de l'éducation aux médias numériques (Klein, 2016 ; Landry et Letellier, 2016). Le développement et la convergence des technologies invitent ainsi à réinterroger les pratiques de consommation audiovisuelle et les rapports sociaux qui les entourent au sein du foyer familial (Blanc, 2015).

## Méthodologie

- 14 Dans le cadre de ce projet qui s'échelonnait sur 4 ans, nous avons employé une méthodologie mixte s'appuyant sur 4 méthodes de recueil de données (le groupe de discussion, l'entrevue individuelle, le journal de pratique et l'enquête par questionnaire). Nous avons réalisé en 2014, 4 groupes de discussion avec 21 jeunes Québécois âgés de 18 à 25 ans, centrés sur le visionnement de séries en ligne. En 2015, nous avons élargi la recherche à l'ensemble des pratiques de visionnement connecté des jeunes, dès lors qu'elles s'inscrivaient dans une perspective de divertissement. Nous avons organisé 10 nouveaux groupes de discussion avec de jeunes Québécois âgés de 12 à 25 ans que nous avons divisés en 4 tranches d'âges (12-13 ans, 14-16 ans, 17-19 et 20-25 ans), correspondant aux cycles scolaire et universitaire québécois, et par sexe pour renforcer l'homogénéité intragroupe et favoriser les échanges. Nous avons ainsi rencontré un total de 82 participants (38 filles et 44 garçons), vivants à Montréal et d'origine culturelle variée. Ces jeunes fréquentaient pour la plupart des établissements d'enseignement en français, certains, parmi les plus âgés (19-25 ans), étant déjà sur le marché du travail.
- 15 Le critère de recrutement principal des groupes de discussion se basait sur le visionnement d'au moins deux contenus de divertissement en ligne par semaine. Les jeunes âgés de 12 à 17 ans ont été recrutés de trois manières différentes : par réseaux de connaissances et via une école secondaire publique et une maison des jeunes localisées dans des quartiers de Montréal diversifiés sur le plan socioéconomique. Les plus âgés (20-25 ans) ont été recrutés via des annonces sur différents sites Web (craigslist, sites étudiants de deux universités montréalaises). Nous avons, lorsque cela était possible, constitué des groupes naturels (jeunes qui se connaissaient) afin « d'encourager la spontanéité du discours quotidien » (Kitzinger *et al.*, 2004 : 241). Par la suite, nous avons réalisé des entrevues dans chacune des tranches d'âge avec 29 jeunes (17 filles et 12 garçons) recrutés pour la plupart parmi les participants aux groupes de discussion et via la technique de la « boule de neige ». Ces entrevues visaient à documenter les pratiques personnelles des jeunes en matière de visionnement connecté, à cerner leur évolution au cours de la dernière année et à saisir l'activité réflexive qu'exercent les jeunes sur leurs pratiques et leur parcours de visionnement.
- 16 À la fin des groupes de discussion et des entrevues, nous invitons les participants à remplir un questionnaire visant à recueillir des informations sociodémographiques, à identifier les équipements dont ils disposaient pour visionner des contenus de manière connectée et à recueillir des estimations plus précises du temps qu'ils consacraient quotidiennement au visionnement connecté ainsi qu'à d'autres activités sur Internet. Dans le cadre des entrevues, nous demandions aux participants de remplir un carnet de temps, remis la semaine suivante, qui identifiait dans le détail tous les contenus audiovisuels visionnés de manière connectée lors d'une journée de semaine et d'une journée de week-end.
- 17 Enfin, en février 2017, nous avons réalisé en partenariat avec trois diffuseurs télévisuels et le CEFRIO (2017), une enquête Web auprès d'un échantillon (n =1504) tiré à partir d'un panel d'internautes. L'enquête visait à cerner les pratiques de visionnement (temps et moments de visionnement, équipements privilégiés, plateformes, contenus visionnés) des 12-25 ans et les variations selon l'âge (12-15 ans, 16-18 ans, 19-25 ans), le revenu, la structure familiale et l'équipement. Les résultats étaient pondérés (âge, sexe, région) sur la base des données populationnelles de l'Institut de la statistique du Québec.<sup>1</sup>
- 18 Sur le plan de l'éthique de la recherche, le projet a fait l'objet d'une évaluation positive du Comité d'éthique de la recherche de l'institution d'appartenance des chercheuses. Le consentement de tous les participants a été obtenu et une autorisation parentale a été demandée aux parents des jeunes de 12 à 15 ans. Dans un souci de garantir l'anonymat des participants, les noms figurant dans cet article sont des pseudonymes.

## Résultats

# Les pratiques de divertissement connecté chez les jeunes Québécois : un portrait général

- 19 Dans quels contextes physiques les jeunes pratiquent-ils le divertissement connecté et avec quels dispositifs techniques ? Quelle place occupent ces pratiques dans les espaces et temporalités du quotidien ? Quels types de contenus en ligne regardent-ils et comment les visionnent-ils ? Autant de questions auxquelles cette section tentera de répondre.

## *La maison, le lieu principal du visionnement connecté*

- 20 C'est principalement à la maison que les jeunes s'installent pour visionner des films, émissions, séries et autres vidéos à des fins de divertissement, et cela, toutes catégories d'âge confondues. Plus ils vieillissent, plus ils sont nombreux à visionner aussi ces contenus à l'extérieur du domicile, notamment à l'école, sur le lieu de travail, dans les transports ou chez des amis. Au sein du foyer, la chambre constitue l'espace privilégié du visionnement connecté pour 73 % d'entre eux. Plus ils vieillissent, plus ils tendent à s'y confiner (83 % chez les 16-18 ans<sup>2</sup>).

## *Les dispositifs utilisés : tablettes, téléphones intelligents et ordinateurs portables*

- 21 Le visionnement de contenus de divertissement se fait principalement de manière connectée et via des périphériques mobiles (ordinateur, cellulaire, tablette). L'équipement utilisé varie selon que les jeunes habitent encore chez leurs parents ou non. La tablette est le moyen d'accès privilégié par les 12-15 ans, suivi par l'ordinateur (qui est le plus souvent l'ordinateur familial). Chez les plus âgés (16-25 ans), l'accès se fait principalement par l'ordinateur et le téléphone intelligent. Ces derniers sont d'ailleurs plus nombreux à disposer d'équipements qui leur sont propres.
- 22 Les jeunes utilisent principalement YouTube, Facebook, Netflix et les sites de télévision pour accéder aux contenus de divertissement qu'ils regardent en ligne. YouTube domine largement, en étant utilisé par 80 % des jeunes toutes tranches d'âge confondues (contre 52 % pour Facebook, 49 % pour Netflix et 33 % pour les sites).

## *Et la télévision ?*

- 23 La télévision est encore présente, mais elle tend à disparaître chez les plus vieux, dès lors qu'ils ont quitté le foyer familial. En outre, elle n'est plus utilisée seulement comme un téléviseur que l'on regarde de manière linéaire : on y connecte une console de jeu ou un ordinateur pour s'en servir comme d'un écran de visionnement<sup>3</sup>. Cela ne signifie pas pour autant que les jeunes ne regardent plus la télévision ni de contenus télévisuels. En effet, les plus jeunes en particulier, regardent encore la télévision avec leurs parents, et certains rituels télévisuels se maintiennent, y compris chez les plus vieux. Par ailleurs, la télévision reste une source importante d'accès aux contenus de divertissement chez les plus défavorisés.

## *Le temps consacré au divertissement connecté*

- 24 La pratique est quotidienne : 63 % des jeunes y consacrent une heure et plus par jour durant la semaine et 76 % en fin de semaine, toutes tranches d'âge confondues. Ce sont les plus jeunes (12-15 ans) qui ont tendance à y consacrer le plus de temps et de façon plus

fréquente. En semaine, le moment le plus propice au divertissement connecté reste la soirée (pour 86 % des jeunes), tandis que les moments de visionnement sont davantage distribués dans la journée durant la fin de semaine.

- 25 Plus généralement, notre enquête montre une forte intégration des pratiques de visionnement dans la vie quotidienne. Celles-ci s'inscrivent en effet dans une multiplicité d'espaces (le foyer, le bus, l'école) et de temps sociaux (le lever, les déplacements, les pauses durant la journée, les repas, la soirée...). À ce titre, il est souvent difficile pour les jeunes de quantifier les temps d'écoute, leurs pratiques s'insérant dans un vaste ensemble d'autres activités quotidiennes (manger, aller à l'école, prendre le bus, etc.), incluant les activités en ligne (chatter avec ses amis, faire des recherches sur le Web pour un devoir, etc.).

## *Les modes de visionnement*

- 26 Les jeunes apprécient tout particulièrement de pouvoir se détacher des temporalités de programmation des chaînes de télévision et de ne plus avoir à « supporter » les pauses publicitaires. L'observation des pratiques individuelles montre qu'ils se construisent des grilles de programmation personnalisées, à la fois en termes de contenu, de temps et de durée de visionnement, essentiellement en fonction de leurs goûts, de leurs horaires et de leur quotidien. Ils suivent néanmoins les calendriers de production des émissions de télévision et des séries, et plus encore des vidéos de youtubeurs (certaines peuvent d'ailleurs capter toute l'attention, par exemple lorsque la vidéo de leur youtubeur préféré est mise en ligne pendant un cours.).
- 27 Chez certains, des pratiques de visionnement distribuées qui mobilisent plusieurs écrans en même temps et qui concernent plusieurs contenus (par exemple, une vidéo sur YouTube regardée sur le téléphone pendant qu'une autre série est visionnée sur l'ordinateur). Par ailleurs, la totalité des jeunes rencontrés dans le cadre des groupes de discussion a mentionné avoir déjà fait des « marathons » de visionnement (*binge watching*), une pratique qui consiste à regarder des contenus en rafale et sur une longue durée, par exemple sur une journée entière ou même une fin de semaine complète<sup>4</sup>.

## *Les contenus visionnés*

- 28 Les contenus se répartissent en deux grandes catégories : les formats courts (vidéos ou mini séries) et les formats longs (films, séries ou émissions télé). Les plus jeunes (12-15 ans) ont tendance à préférer les formats courts et ils sont plus nombreux à visionner des vidéos drôles (71 %) et des vidéos de youtubeurs (68 %). Le format court des vidéos a pour avantage d'être plus facile à insérer entre deux activités, à la différence d'une série ou d'un film. Plus ils vieillissent, plus les jeunes tendent à écouter des contenus de plus longue durée. Les 16-18 ans regardent surtout des films (64 %), des vidéos drôles (63 %) et de youtubeurs (58 %) de même que des séries (59 %). Quant aux 19-25 ans, significativement plus nombreux que les 12-18 ans à regarder les formats longs, ce sont les films et les séries qu'ils visionnent le plus souvent (respectivement 72 % et 68 %).
- 29 Si certains contenus sont très populaires au sein des différents groupes d'âge, plusieurs, en particulier des séries, sont communs à tous les jeunes. Les séries américaines (visionnées en version originale ou sous-titrée) dominent largement le palmarès des séries les plus populaires. Ainsi, les trois séries les plus regardées au cours des deux derniers mois précédant l'enquête incluaient deux séries communes à toutes les tranches d'âge : *Games of Thrones* (la série la plus regardée par les 16-18 ans) et *The Walking Dead* (la plus regardée par les 19-25 ans)<sup>5</sup>. Du côté des youtubeurs, on retrouve le même phénomène, à savoir des contenus communs à tous les groupes d'âge. Au moment de l'enquête, le youtubeur français *Cyprien* arrivait en tête de liste chez l'ensemble des

jeunes. L'on trouvait également le youtubeur *Squeezie* (parmi les 12-15 ans et les 16-18 ans), *PewDiePie* (parmi les 19-25 ans), *Emma Verde* (parmi les 12-15 ans), *Norman fait des vidéos* (parmi les 12-15 ans et les 19-25 ans), et *PL Cloutier* (parmi les 16-18 ans).

30 À ces contenus communs s'ajoute une pléthore d'autres contenus spécifiques qui révèlent une très forte personnalisation des pratiques, y compris en ce qui concerne les séries et les youtubeurs. En d'autres mots, aux côtés de ceux que tout le monde regarde, chacun visionne toutes sortes d'autres contenus (films visionnés en *streaming*, vidéos YouTube variés (clips vidéo, vidéos humoristiques, critiques de jeux, etc.), émissions de cuisine ou *talkshow* en ligne, web-série, minisérie, etc). Les formats et les genres se mélangent et les jeunes ont souvent du mal à les identifier et à les regrouper dans de grandes catégories<sup>6</sup>. Certaines vidéos populaires sont connues au sein d'une même tranche d'âge ou d'un groupe d'amis, mais les pratiques révèlent une hyper personnalisation de la consommation.

31 Pour conclure sur ce portrait général<sup>7</sup> des pratiques de divertissement connecté chez les jeunes, soulignons que les pratiques évoluent rapidement. Nous avons pu ainsi constater des variations importantes en l'espace d'un an chez plusieurs participants à notre enquête. Cette évolution renvoie tantôt à la progression en âge, au parcours de visionnement, à l'évolution de l'offre ou encore à l'appropriation des dispositifs.

## **Le divertissement connecté et la vie familiale**

32 Comment les pratiques de divertissement connecté des jeunes sont-elles intégrées à la vie familiale ? Comment les jeunes sélectionnent-ils les contenus qu'ils regardent et quels rôles jouent les réseaux familiaux parmi leurs sources d'information ? Avec qui regardent-ils des contenus de divertissement de manière connectée au sein du foyer ? Comment parlent-ils de ce qu'ils regardent et avec qui ? Quels rôles jouent les parents dans l'encadrement des pratiques ?

### ***La place des réseaux familiaux dans le choix des contenus visionnés***

33 Les pairs constituent la première source d'information sur les contenus visionnés en ligne. Plus de la moitié des jeunes (57 %) trouve un contenu à visionner suite à des suggestions d'amis à l'occasion de conversations en personne, ou en ligne via les réseaux sociaux comme Facebook pour 41 % d'entre eux.

34 Les réseaux familiaux restent importants, même si les avis des membres de la famille sont moins significatifs que ceux des amis : 21 % découvrent des contenus suite à des suggestions des parents et 22 % à celles des frères et des sœurs. Si l'influence des parents diminue avec l'âge, ceux-ci restent une source de découverte de contenus souvent plus anciens auxquels les jeunes n'auraient pas accédé autrement, ce qu'évoque Mélanie (14 ans) : « moi pi mon père, on a un projet, on découvre... Comme, on a écouté des films de James Dean. [...] Venant de moi, je ne vais pas écouter des affaires comme ça ».

35 Les frères et sœurs jouent également un rôle dans le partage et la découverte de nouveaux contenus, surtout chez les plus jeunes, même si ces derniers suggèrent également des contenus à leurs aînés (« Ouais, mon petit frère je l'écoute quand il me dit « Regarde cette vidéo-là, regarde cette chaîne-là », je les regarde. Moi je lui fais regarder beaucoup de vidéos, surtout les animés. » [François, 18 ans]).

36 Chez les plus vieux, les recommandations des petits frères permettent parfois un retour vers d'anciennes pratiques. L'échange des suggestions de contenus avec la famille offre des occasions de discussions que les jeunes apprécient et ils peuvent partager leurs impressions sur ces contenus communs, y compris chez les plus vieux qui ont quitté le

foyer familial : « *Ma sœur m'envoie des trucs que j'ai pas vus et on peut en parler après* » (groupe de discussion, filles, 18-25 ans).

- 37 Néanmoins, les jeunes choisissent les contenus qu'ils regardent surtout via les systèmes de recommandation des plateformes (YouTube et Netflix notamment) qui constituent la deuxième source d'information la plus importante après les amis (42 % trouvent du contenu directement sur ce type de plateforme et 29 % par des recherches sur le Web, avec Google par exemple). Leur évaluation des recommandations est plutôt positive : 88 % des jeunes sondés dans notre enquête s'en disent satisfaits (toutes tranches d'âge confondues) et la plupart d'entre eux sont prêts à prendre le temps nécessaire pour évaluer les contenus proposés par les algorithmes. En outre, plusieurs expliquent qu'ils n'aiment pas partager leur compte (notamment avec leur frère ou sœur) pour ne pas « fausser » les systèmes de recommandation. Enfin, les youtubeurs constituent une autre source importante de suggestions de contenus, supérieure à celle des réseaux familiaux (24 % des jeunes trouvent des contenus grâce à eux). L'importance de la place des youtubeurs, qui passent après les amis et les systèmes de recommandation, mais avant les réseaux familiaux, incite à élargir les contours de l'influence des réseaux de pairs dans les pratiques des jeunes.

### *Une écoute individuelle, mais avec certains rituels familiaux*

- 38 Le visionnement de contenus de divertissement en ligne se fait surtout en solitaire (près de 8 jeunes sur 10 les regardent seuls la plupart du temps). C'est particulièrement vrai chez les jeunes de 12 à 18 ans (82 % des 12-15 et 88 % des 16-18, contre 68 % des 19-25 ans). Parfois, l'acquisition d'un dispositif personnel vient individualiser une pratique effectuée auparavant avec d'autres membres de la famille, comme l'évoque cet adolescent : « *Avant je regardais 100 % avec mon frère, mais maintenant que je me suis procuré un cellulaire. Séparation fraternelle* » (groupe de discussion, garçons, 15-16 ans). Certains parmi ceux qui ont quitté le foyer familial ont débuté une pratique plus individuelle en raison de leur nouvelle situation de vie :

Avant je faisais ça avec mes parents, avec ma copine... il y avait plus d'interactions régulières comme je vivais avec quelqu'un. Là, comme je suis seul dans mon appartement, je me permets un peu plus, ouais, de vivre seul à seul avec mon ordinateur. (Logan, 21 ans)

- 39 Le visionnement en solitaire répond d'abord à un besoin d'autonomie chez les jeunes qui expliquent que cette stratégie leur permet d'avoir un plus grand contrôle sur le choix des contenus. Parfois, c'est aussi parce que ce mode de visionnement est une façon de se retrouver avec soi-même, en toute intimité, ou encore parce qu'il permet d'être totalement absorbé dans cette activité : « *Moi, c'est une religion. Je veux être toute seule dans ma bulle, avec mes écouteurs, avec mon bag de chips. Il faut qu'il y ait personne dans la maison* » (groupe de discussion, filles, 18-25 ans). Chez les plus âgés qui ont quitté le foyer familial, le visionnement individuel est aussi associé aux temps morts et aux moments de repas et il vise parfois tout simplement à assurer une présence.

- 40 Lorsqu'il est collectif, le visionnement varie selon les tranches d'âge. Chez les plus jeunes, il implique plus souvent des membres de la famille (parents ou frères et sœurs) que chez les plus âgés qui vont avoir tendance à regarder plus souvent entre amis, y compris au sein du foyer familial.

En mangeant la collation des fois on fait ça [regarder des vidéos], mais c'est parce que, on va pas manger la collation en faisant nos devoirs donc on prend une petite pause d'école. [Ma sœur] elle aime bien [...] on s'installe soit par terre sur la bouche de chauffage ou ben à la cuisine. [...] On n'a pas d'ordi chez moi donc on regarde sur mon iPod. (Lily, 12 ans)

- 41 Les pratiques de divertissement connecté donnent lieu à des rituels, dans la tradition des rendez-vous familiaux devant la télévision, mais avec quelques différences. Ce

visionnement collectif s'instaure comme un rendez-vous familial, une forme de rite, souvent autour de contenus spécifiques partagés avec leurs parents, frères et sœurs ou petit-ami (pour les plus âgés) : « *Avec ma mère, on écoute les mêmes séries... On commence les séries ensemble, on se fait une sorte de rituel* » (groupe de discussion, filles, 12-14 ans).

42 Ces rendez-vous se font surtout autour du visionnement d'émissions télé (regardées en *streaming*), de séries et de films. Ils donnent lieu à des pratiques régulières qui contribuent à structurer la vie familiale. Dans la tradition du film regardé à la télévision, les jeunes évoquent le « film Netflix » visionné en famille : « *Je regarde beaucoup de films avec mes parents sur Netflix [...] c'est sûr que mes parents, si nous on veut voir un film qui est un dessin animé, eux ils n'aiment pas trop ça, donc on essaie de voir avec tout le monde qui aime quoi* » (Lily, 12 ans). Comme l'évoque l'extrait précédent, le choix du contenu visionné peut faire l'objet de négociations entre les membres de la famille dans lesquelles s'expriment et se réactualisent des dynamiques familiales et des rapports d'autorité.

43 Les moments où l'on regarde ensemble des contenus en ligne sont des occasions de se retrouver, soit au sein d'un couple (« Regarder des vidéos c'est pas juste passer du temps, il y a un contact physique, on peut se toucher. C'est un moment qu'on passe ensemble » (groupe de discussion, filles, 18-25 ans)), soit entre amis, autour d'un contenu que tout le monde suit (« Le dimanche, on a comme une nouvelle tradition, on se réunit 10 ou 12 amis, qui viennent pour écouter « Tout le monde en parle » [Émission de télé] et puis après ça « Walking Dead ». Et quand Walking Dead arrive, tu sais, hou, ça parle plus » (groupe de discussion, garçons, 20-25 ans).

44 Ces rituels s'inscrivent dans de nouvelles pratiques de covisionnement qui reconfigurent l'expérience de visionnement dans l'espace et dans le temps, y compris au sein du foyer. Ils prennent parfois la forme d'une coprésence où chacun visionne des contenus différents, mais en même temps et dans la même pièce (voire sur le même canapé). On observe aussi des pratiques où un même contenu est visionné dans des espaces et des temporalités différentes, comme l'explique Janie (19 ans), qui suit la série *Downton Abbey* avec sa mère, mais en décalé, chacune la regardant sur son dispositif et dans son espace propre :

Ma mère écoute généralement les mêmes séries [que moi], elle a fini *Downton Abbey* [...] Parfois je sors de ma chambre, je suis en pleurs, elle fait « Ah, tu as regardé, hein ? » - « Oui », elle sait où je suis rendue et elle sait ce qu'il va arriver et là elle dit « Je te dis rien, je te dis rien ». [On ne regarde pas ensemble] parce qu'on n'a pas les mêmes horaires. On les commence ensemble, on se dit « Tiens, on va écouter ça ensemble », on se fait une sorte de rituel. Après, le lundi elle travaille pas donc elle me fait « Tu sais quoi, je pense que je vais écouter aujourd'hui » - Je fais « Non t'as pas le droit » - Et là... elle prend une saison d'avance sur moi. (Janie, 19 ans)

45 Ces rituels autour du visionnement connecté n'éliminent pas les pratiques télévisuelles familiales qui continuent de s'inscrire dans des routines familiales, autour de moments clefs comme le souper ou la soirée, ou de contenus particuliers. À la différence du divertissement connecté, l'écoute de la télévision est presque toujours associée à une participation collective, le plus souvent avec un parent, les jeunes la regardant rarement seuls. De manière générale, les jeunes disent regarder la télévision moins souvent depuis qu'ils favorisent les contenus de divertissement en ligne, mais certaines habitudes demeurent (par exemple, une série visionnée en compagnie de la mère ou des émissions d'informations en famille).

### ***Les conversations autour du divertissement connecté***

46 Les jeunes ont l'habitude de partager leurs contenus préférés avec d'autres, et plus ils vieillissent, plus cette tendance se précise. Les jeunes discutent le plus souvent de leurs visionnements avec leurs amis proches (pour 8 jeunes sur 10, toutes tranches d'âge

confondues), surtout en face à face (71 %), et dans une moindre mesure par messagerie (*chat*, *texto*) (51 %) ou via les réseaux sociaux (33 %).

47 L'importance du partage avec les pairs ressort très clairement. Comme l'explique Floriane (23 ans), parler de la série visionnée en ligne est un sujet de conversation avec ses amis qui contribue à se relier et à raffermir les relations in-groupe : « *C'est un sujet de conversation les séries. Maintenant, tout le monde écoute des séries, il y en a de plus en plus. C'est comme une manière de connecter avec les gens.* » Ne pas connaître la série que tout le monde connaît, c'est être hors-jeu : « *Gossip Girl, il n'y a pas une seule fille qui ne l'a pas regardé* » (groupe de discussion, filles, 12-13 ans). En outre, en parler avec d'autres permet parfois de mieux comprendre le récit, éventuellement d'en débattre ou tout simplement de partager le plaisir ressenti : « *Dès que je rencontre quelqu'un qui connaît la série, on en parle pendant des heures ensemble* » (Clémence, 22 ans).

48 Les discussions avec les membres de la famille sont moins fréquentes qu'avec les amis, tout en restant significatives (4 jeunes sur 10 discutent des contenus avec leurs parents ou frères et sœurs), mais plus les répondants vieillissent, moins les conversations avec les parents sont fréquentes. Les conversations prennent souvent place devant l'écran, la mobilité des dispositifs permettant d'en montrer des extraits tout en les commentant, incluant les échanges hors du foyer familial. C'est le cas de Lily (12 ans) qui explique qu'elle montre les vidéos de bricolage à sa grand-mère : « *Je lui montre des choses, car elle aime beaucoup bricoler [...] quand je trouve quelque chose, je lui montre [...] pi elle dit : « oui ça serait le fun, on le fera un jour et tout ».*

49 Les vidéos visionnées sur YouTube sont particulièrement propices aux échanges, suscitant des occasions de rire ensemble ou d'évoquer une passion commune. De manière générale, les sujets de conversation tournent autour d'intérêts communs, par exemple autour de personnages. C'est le cas de Mégane (13 ans), qui discute régulièrement de ses séries préférées avec son frère et sa cousine : « *Je m'attache à tous les personnages parce que les deux séries [Friends et How I Met Your Mother] ont comme 9 ou 10 saisons, ça fait que j'ai le temps de m'habituer à eux [...] pi j'en discutais souvent avec mon frère ou ma cousine.* ». Marion (16 ans), une fan de la mode, qui regarde une série avec sa mère, couturière, rapporte que la conversation tourne souvent autour des vêtements portés par les personnages : « *Ma mère, elle est couturière [...] pi elle dit : « oh, j'aime pas comment ils l'ont habillé, pourquoi ils l'ont habillé comme ça ? ». Pi, des fois, on en parle parce qu'on a trouvé que le personnage a fait une action vraiment bizarroïde ou immorale et on discute* ». Ainsi, parler de la série, c'est aussi une manière d'entretenir un lien, notamment chez les jeunes qui ne vivent pas ou plus dans le même foyer.

50 Les conversations autour du visionnement connecté avec les membres de la famille, et notamment avec les parents, restent néanmoins peu nombreuses comparativement à celles qui ont lieu avec les amis. Les jeunes évoquent plusieurs limites, dont l'absence d'intérêts partagés : « *Comme, genre, mon père, si je montre une vidéo que je trouve vraiment drôle, il va faire « non, ce n'est pas drôle ». Il va casser mon fun* » (groupe de discussion, filles, 12-13 ans), et le décalage culturel entre eux et leurs parents, dû à leur méconnaissance des formats propres au Web : « *Comme par exemple, j'écoute un Vine [...] et mes parents arrivent et ils me demandent c'est quoi et je leur dis... un Vine et là ils me disent « c'est quoi un Vine ». Et, ça me prend comme deux heures à leur expliquer* » (groupe de discussion, filles, 12-13 ans).

51 De manière générale, les participants observent un apparent désintéressement des parents pour les contenus qu'ils visionnent et notamment les vidéos sur YouTube, comme le rapporte Arthur (16 ans) :

[Est-ce que tu leur montres ce que tu regardes ?]

Je ne leur montre pas vraiment, mais comme par exemple, quand je suis dans la cuisine, ils marchent et ils regardent deux secondes et ils continuent à vivre leur vie.

[Est-ce qu'ils t'en parlent de ce que tu regardes ?]

## *Le rôle des parents dans l'encadrement des pratiques*

52 L'importance des pratiques de divertissement connecté chez les jeunes, tant du point de vue du temps qu'ils y passent que du rôle qu'elles jouent dans leurs réseaux de sociabilité, incite à s'interroger sur le regard et l'attitude des parents à leur égard. Selon les participants, les parents tentent effectivement d'encadrer les pratiques, surtout chez les plus jeunes, mais ces tentatives sont, pour la plupart, facilement contournées (« *Ils essaient, mais ils ne peuvent pas !* » [groupe de discussion, filles, 15-17 ans]).

53 Les formes de contrôle ou de restriction imposées par les parents prennent différentes formes, allant du microcontrôle à une consigne plus lâche. Certains se font imposer un horaire pour tenter de limiter la pratique dans le temps, comme Lily (12 ans) le rapporte : « *Ma mère me donne un horaire et je dois le respecter... ils me laissent en regarder, mais ouais, faut pas trop que j'en regarde sinon, ils vont être fâchés* ». Dans certains cas, le contrôle parental vise à éviter de dépasser les quotas liés aux abonnements du foyer familial : « *Chez nous, c'est parce que c'est pas illimité. Pi là, si moi je regarde du Netflix pi mon frère il fait du YouTube aussi, ben là, à moment donné, on finit le compte et on peut plus aller sur Internet* » (Roxane, 13 ans). On observe chez d'autres des tentatives d'encadrer les modalités de visionnement, comme le note Roxane (13 ans) dont les parents cherchent à limiter le multiécran en lui interdisant d'utiliser la tablette ou le cellulaire devant la télévision. Les postures problématiques devant l'écran et l'impact sur la vision d'une longue exposition aux écrans et l'occupation des espaces (rester dans la chambre) font également l'objet de préoccupations qui s'expriment par des remontrances ou des mises en garde.

54 Chez l'ensemble des jeunes concernés, les limites imposées par les parents portent surtout sur les durées et moments de visionnement, mais plus rarement sur la nature des contenus visionnés, un aspect qui semble constituer un angle mort de l'encadrement parental. Cependant, même les restrictions parentales en termes d'horaires sont, dans la grande majorité des cas, facilement contournées :

[Est-ce que vos parents vous limitent sur le temps que vous pouvez regarder ?]

Fille 1 : Ma mère m'a déjà menacé de me faire un horaire, elle est comme « tu passes trop de temps sur Internet, je ne sais pas avec qui tu *chattes*, tu Skype, tu parles, tu *whatever*, on va essayer de limiter ton temps... Va jouer dehors, fais quelque chose de ta vie ». Et, après elle est « il y a trop de documentation que je ne veux pas que tu regardes sur Internet qui n'est pas bon pour ton âge. »

Fille 2 : Moi, ma mère, elle me dit juste d'aller lire un livre.

Fille 3 : Moi, elle ne me donne pas d'heure, comme, je peux commencer à aller sur Internet à huit heures et comme quand elle va s'endormir, il ne faut pas faire de bruit. Mais, quand elle se lève « oh ! vite camouflage ». (Groupe de discussion, filles, 13-16 ans)

55 Nombreuses sont les stratégies que favorise la petite taille des dispositifs qui, couplés au réseau wifi, permettent à beaucoup de jeunes de s'affranchir du contrôle parental, plusieurs d'entre eux disposant de tablettes qu'ils utilisent aussi dans le contexte scolaire, certaines étant d'ailleurs fournies par leur établissement. Sur ce plan, l'autonomie permise par les dispositifs connectés tranche avec la télévision, qui reste contrôlée par les parents : « *J'ai perdu l'attrance de la télé, parce que c'est comme ma mère qui a le droit de veto sur la télé à partir de huit heures* » (groupe de discussion, garçons, 18-19 ans).

56 Les négociations entre parents et enfants autour des pratiques de divertissement connecté mettent en relief les tentatives de contrôle parental (pouvant aller jusqu'à confisquer temporairement la tablette ou le téléphone) qui se heurtent à la volonté

d'affranchissement et de recherche d'autonomie chez les jeunes, garçons et filles, mais qui semblent plus affirmées chez les filles, même plus vieilles. Les participants, notamment les filles, se disent conscients qu'une pratique trop intensive les expose à certains risques (ne pas faire assez de sport, délaisser ses amis, se fatiguer les yeux, etc.), mais plusieurs revendiquent aussi une pratique qui reste peu dommageable en comparaison aux sorties et à la consommation d'alcool, par exemple :

[Et, comment ils font pour vous limiter ?]

Fille 1 : Ils t'enlèvent ton iPod. Tu as juste envie de leur casser la gueule. Et, ils sont comme « ok, ok ».

Fille 2 : Tu es genre vraiment bête avec eux.

Fille 3 : Moi, c'est comme, ma mère elle va me dire « fais tes devoirs » et je ne les fais pas et elle va répéter et répéter. Et là, elle prend mon iPod et me dit « fait tes devoirs et après tu vas l'avoir ». Ça, c'est pas cool. Mais, elle ne m'a jamais confisqué mon iPod.

Fille 4 : Ses parents sont vraiment trop gentils, c'est bizarre.

[Donc, vous faites ce que vous voulez ?]

Fille 2 : Non. Pour vrai, même s'ils essayaient de m'enlever, je trouverais une façon de le faire.

Fille 1 : Moi aussi.

Fille 2 : Ce n'est pas, mettons, je sors et je m'en vais me saouler ! C'est genre j'écoute une vidéo sur YouTube, ce n'est pas grave ! (Groupe de discussion, filles, 12-14 ans)

57 On observe aussi des formes d'autorégulation de la pratique de visionnement, quelquefois sous l'impulsion des parents, certains jeunes tentant de limiter le visionnement en ligne à la fin de semaine, d'instaurer des stratégies de récompense (un devoir terminé, une vidéo YouTube !), de réduire le nombre d'abonnements à des chaînes YouTube pour limiter les notifications ou encore de trouver des stratégies pour gérer les « *cliffhangers* » dans les séries en regardant les premières minutes de l'épisode suivant. Léa (15 ans) explique qu'elle essaie de limiter le temps qu'elle consacre au divertissement connecté, une tentative à laquelle toute sa famille contribue :

J'ai déjà mis l'affaire pour bloquer et tout, pi ça n'a pas trop marché donc là, à chaque fois je regarde mon historique pour voir « ah t'as trop fait » [...] Et des fois je dis à ma mère juste de regarder mon ordi pour être sûre que je fais rien [...] Ouais [ma famille], ils me disent d'arrêter et on y travaille, tout le monde, ensemble. Ma sœur elle commence à regarder de plus en plus et je lui dis « il faut arrêter maintenant » et elle me dit « Ah ouais, d'accord ».

## Discussion

### L'individualisation des pratiques audiovisuelles des jeunes

58 Nos résultats confirment une accentuation de l'individualisation des pratiques audiovisuelles des jeunes en contexte connecté, déjà mise en évidence dans plusieurs recherches sur les adolescents et les jeunes adultes (Kervella *et al.*, 2016 ; Kervella et Loicq, 2015 ; Combes, 2014). Plusieurs facteurs y participent. Tout d'abord, la progression de l'équipement et notamment des appareils mobiles permet la multiplication des lieux d'écoute, au sein du foyer comme à l'extérieur, et favorise l'insertion du visionnement dans différents espaces et temps sociaux.

- 59 Au sein du cadre domestique, la chambre est un espace privilégié par tous en offrant une intimité et un confort apprécié, ce qui constitue un contexte propice à l'écoute concentrée des contenus préférés. Les adolescents (16-18 ans) sont les plus nombreux à se réfugier dans leur chambre pour échapper à leurs parents et s'isoler ainsi de l'agitation familiale. L'investissement dans cet espace témoigne d'un désir d'autonomie, d'un détachement progressif vis-à-vis de la famille, et notamment des parents qui ne comprennent pas toujours leurs goûts ou critiquent le temps passé devant les écrans. Cet espace, comme le montrent les travaux sur la culture de la chambre, constitue une zone névralgique et centrale à partir de laquelle les jeunes entrent en relation non seulement avec leurs amis, mais aussi avec les biens culturels et le « monde » (Lincoln, 2012 ; Livingstone, 2010 ; Boyd, 2014 ; Kearney, 2007 ; Glevarec, 2015).
- 60 Les technologies et leurs usages contribuent au réaménagement de la sphère personnelle et à la façon dont les jeunes s'approprient l'espace domestique en général (Livingstone, 2002). Grâce à la mobilité de certains dispositifs connectés, d'autres pièces comme la salle de bains ou le sous-sol peuvent devenir des lieux d'écoute individuelle. Même le salon et la cuisine où les plus jeunes sont nombreux à visionner des contenus en présence d'autres membres de la famille permettent une certaine autonomie du visionnement. S'ils sont dans la même pièce que leurs parents, ils ne partagent pas pour autant le même écran et ne visionnent pas les mêmes contenus, le recours aux écouteurs favorisant une certaine intimité (Blanc, 2015). Ces pratiques de co-visionnement permettent aux jeunes de choisir ce qu'ils regardent (« the 'small screens' are used to avoid watching TV content one is not interested in », D'heer et Courtois, 2016 : 9), mais témoignent aussi d'une volonté de partager un même espace familial (Blanc, 2015).
- 61 Pour les plus vieux qui n'habitent plus chez leurs parents, les contextes de visionnement varient selon qu'ils vivent seuls ou avec d'autres, l'usage de l'ordinateur portable étant toutefois privilégié, souvent à cause de l'absence d'un poste de télévision. Les situations de colocation favorisent, comme le foyer parental, un investissement important de la chambre pour une écoute en mode intime. Chez ceux qui vivent seuls, toutes les pièces de l'appartement permettent la mise en place de situations de visionnement connecté, l'ordinateur suivant les jeunes dans leurs activités au sein de l'espace domestique.
- 62 La diversification de l'offre de contenus et la personnalisation d'une partie de la consommation audiovisuelle, notamment de vidéos sur YouTube, contribuent également à l'individualisation des pratiques audiovisuelles des jeunes puisque chacun suit des contenus en fonction de ses intérêts personnels. Par ailleurs, les temporalités longues des séries et la diversification des modes d'écoute (popularité de la pratique du visionnement en rafale - *binge watching*) ont pour conséquence que le suivi des séries à plusieurs devient difficile. La complexité narrative des récits sériels (Mittell, 2015) a aussi pour conséquence une incitation à une écoute très impliquée qui s'adapte assez mal au visionnement collectif (Combes, 2013).

## **Une autonomie accrue à l'égard des contenus regardés et du temps de visionnement**

- 63 Les pratiques de visionnement connecté contribuent à reconfigurer les liens familiaux et notamment les négociations parents-enfants autour du visionnement, témoignant de nouvelles formes d'acquisition de l'autonomie des jeunes. Celle-ci porte essentiellement sur la nature des contenus regardés et, dans une moindre mesure, sur les temps de visionnement qui s'allongent en soirée. Plusieurs jeunes jugent ainsi les consignes de leurs parents tout à fait inefficaces. En contexte connecté, les parents semblent avoir moins de contrôle sur les pratiques de visionnement des jeunes et ils ont notamment perdu la capacité « d'éteindre la télé ». Comme l'ont souligné Livingstone et Haddon (2009), il y aurait d'ailleurs un écart important entre les usages effectifs des jeunes des technologies connectées et les croyances des parents quant à leur usage par leurs enfants.

64 Cette autonomie accrue renvoie aussi à la nature des contenus visionnés. L'écoute de vidéos courtes qui occupe une place importante dans le temps de visionnement des plus jeunes échappe assez largement au contrôle parental. Ces vidéos sont en effet souvent visionnées sur le petit écran du téléphone portable, dans des espaces multiples et souvent intimes, ce qui contribue à rendre la pratique beaucoup moins visible. De plus, ces contenus ne semblent pas retenir l'attention parentale et les plus jeunes rapportent que les parents manifestent un faible intérêt lorsqu'ils leur montrent ou leur parlent des vidéos de leurs youtubeurs préférés. Très différentes des contenus télévisuels, de par leur format court, les thématiques abordées (des jeunes qui parlent aux jeunes de leur quotidien, Balleys, 2017) ou leur ton humoristique, ces vidéos ne font l'objet de discussion entre parents et enfants qu'uniquement en lien avec l'enjeu du temps passé devant l'écran.

## **Des pratiques audiovisuelles qui restent des moments de partage et d'expression des liens familiaux**

65 Si l'écoute individuelle progresse, le visionnement connecté offre aussi de nouvelles occasions de partage en famille. En ligne (sur l'ordinateur, mais plus généralement sur un poste de télévision connecté), les jeunes regardent encore de nombreux contenus avec leurs parents, que ce soit le film familial visionné le week-end ou l'émission télévisée suivie par plusieurs membres de la famille. Lors de ces rituels familiaux, le cadre de réception (Esquenazi, 2002, cité dans Blanc, 2015) n'est guère différent de celui de l'écoute d'un film ou d'une émission à la télévision, si ce n'est l'occasion d'une plus grande autonomie en termes de choix de contenus. Comme le souligne Blanc (2015), lors de ces moments de visionnement familial, les configurations domestiques des pratiques de visionnement (l'installation dans le salon notamment), leur inscription dans la vie familiale, les discussions et les affects qui les entourent, sont relativement stables et participent au même titre que l'écoute de la télévision à la construction de l'identité familiale (Lull, 1990 ; Morley, 1986). L'écoute commune peut aussi se vivre dans des temporalités et des espaces différents. Au travers de ces nouvelles formes de co-visionnement où l'on regarde séparément, mais où l'on échange sur cette expérience, l'être ensemble autour de la télévision se redéfinit (Tse, 2014). Somme toute, qu'elle soit connectée ou non, l'écoute de films et de contenus télévisuels contribue à structurer le quotidien familial et reste une occasion de se retrouver en famille, de partager, de socialiser, de se parler (Esquenazi, 2010) et, dans le cas de visionnement plus intime avec l'un ou l'autre des parents, ces échanges autour du contenu semblent aussi l'occasion de discuter d'enjeux plus sensibles (Coyne *et al.*, 2014).

66 Le contexte connecté favorise la redécouverte de contenus anciens, de même que des contenus issus des télévisions locales et internationales qui sont suggérés dans des conversations entre parents et enfants ainsi qu'entre les membres de la fratrie. Ces moments sont l'occasion pour les parents et les frères et sœurs plus âgés de revisiter leurs expériences antérieures de visionnement et d'évoquer les contextes dans lesquels elles se situaient. Certaines séries comme *Friends* ou *Gilmore girls* qui traversent le temps, contribuent aussi à faire émerger des expériences spectatorielles communes, favorisant ainsi les liens entre les générations (Weispfenning, 2003). Ce phénomène n'est pas nouveau et il accompagne depuis longtemps les rediffusions télévisuelles, mais il semble amplifié par l'archivage et l'accessibilité des contenus télévisuels en contexte connecté. Les conversations, notamment autour de séries anciennes, contribuent à revaloriser le savoir historique et l'expérience télévisuelle des parents. Les partages initiés par les frères et sœurs plus âgés semblent aussi particulièrement appréciés et les jeunes sont ravis de découvrir des contenus originaux qu'ils pourront partager avec leurs pairs.

S'il est important – pour être dans la conversation – d'avoir vu ce que tout le monde regarde, ils cherchent aussi à se distinguer.

67 Les expériences de visionnement en contexte connecté permettent également aux enfants de faire découvrir des contenus à leurs parents. Dans ce cas, c'est leur expérience de visionnement connecté qui est valorisée et notamment, leur connaissance de l'actualité des séries et des vidéos dont ils suivent les sorties sur les plateformes en ligne. Les vidéos YouTube sont particulièrement faciles à montrer sur le téléphone portable qui peut être utilisé en tout temps. Les enfants regrettent toutefois que les parents ne fassent preuve que d'une attention oblique à l'égard de ce type de contenus. En contexte connecté, c'est aussi leur maîtrise des dispositifs techniques et leur connaissance de l'univers numérique qui peuvent être valorisées, par exemple lorsqu'ils expliquent à leurs parents ce que sont des « *fails* » ou des « *vines* » sur YouTube, contribuant ainsi à la diversification des lexiques rattachés à l'usage des Tics.

68 Les occasions d'échange au sein de la famille autour des contenus visionnés de manière connectée restent donc variées, même si le partage avec les pairs prend de plus en plus d'importance à partir de l'adolescence. L'ampleur et la nature des interactions entre parents et enfants autour du visionnement connecté varient toutefois selon les familles (comme l'a déjà montré Pasquier [1999] à propos de la télévision) et seraient à mettre en lien avec les profils socioculturels. Il semble en effet que c'est dans les familles les plus scolarisées, qui ont le plus largement adopté le visionnement connecté, notamment pour l'écoute des séries, que le partage est plus important, mais cette hypothèse demanderait à être validée par d'autres études empiriques. Sur ce plan, il faut souligner un possible biais de recrutement en faveur des classes plus favorisées dans le cas de la présente étude (les groupes de discussion ayant été réalisés en milieu urbain uniquement).

69 La télévision est cependant loin d'être devenue obsolète. Les jeunes continuent de la regarder avec leurs parents, non tant pour les contenus, que pour la convivialité qu'elle crée (Blanc, 2015). Et même si elle n'est pas regardée par les jeunes, ceux-ci lui préférant souvent leurs écrans personnels, elle est toujours présente et structure l'espace familial de visionnement. C'est en effet dans le salon où se trouve la télévision que se réunit la famille, et ces pratiques de co-visionnement permettent des discussions et des relations de proximité (Lull, 1990). En résumé, si le visionnement connecté reconfigure en partie les pratiques médiatiques familiales, celles-ci continuent d'offrir des moments d'échange et d'activités partagés qui structurent le quotidien, contribuent aux liens de sociabilité familiale et participent à la construction d'une identité familiale (Coyne *et al.*, 2014).

## Conclusion

70 À l'instar d'autres enquêtes récentes, notre recherche auprès de jeunes Québécois montre que les pratiques de divertissement connecté s'inscrivent entre « mutations et permanences » (Kervella et Loicq, 2015). Elles occupent un temps significatif du quotidien et contribuent à structurer la vie des jeunes. Elles se déploient selon différentes temporalités et dans des espaces sociaux variés, remplissant notamment les interstices de la journée. La multiplicité des contenus visionnés révèle une hyperpersonnalisation des pratiques, même s'il existe des contenus communs, notamment en ce qui concerne les séries et chaînes de youtubeurs. Un format ressort parmi les autres, plus particulièrement chez les plus jeunes, celui des vidéos. Extrêmement disparates, tant dans leur genre que dans leur nature, les vidéos hébergées sur YouTube sont les plus regardées. Les films et séries sont également très appréciés, surtout chez les plus âgés. Quant aux contenus télévisuels, ils restent présents, mais leurs modalités d'écoute (visionnement en *streaming* sur la télévision connectée ou sur d'autres écrans, pratiques multitâches et multiécrans), leurs fonctions (rattrapage télévisuel ou découverte de contenus plus anciens), de même que les contenus eux-mêmes (issus des télévisions nationales et internationales) évoluent. Les contextes d'écoute du divertissement connecté se caractérisent par une pratique

surtout individuelle, même si les rituels de visionnement entre pairs ou en famille demeurent présents.

71 Si la famille constitue le premier lieu de socialisation des jeunes à la télévision, elle joue également un rôle important dans la formation des pratiques de visionnement de contenus audiovisuels de divertissement sur Internet. Les réseaux familiaux constituent des sources de découverte de contenus, certes après les amis et les systèmes de recommandation des plateformes comme YouTube et Netflix, et ils nourrissent des conversations autour des visionnements. Le divertissement connecté offre de nouvelles occasions de partage en famille, notamment chez les plus jeunes, chez qui on observe la formation de nouveaux rituels familiaux, par exemple autour d'émissions de télévision (visionnées en ligne), de séries ou « du film Netflix », et cela, même si les pairs restent les premières sources d'informations sur les contenus. Ce faisant, ce mode de divertissement semble contribuer encore davantage à l'acquisition de l'autonomie, y compris chez les plus jeunes. L'encadrement parental des pratiques semble avoir du mal à s'actualiser, mais surtout, les parents semblent s'intéresser assez peu aux contenus que les jeunes regardent et se préoccupent surtout du contrôle des durées de visionnement plus que sur la nature des contenus visionnés.

72 Notre enquête a permis d'observer les pratiques de divertissement connecté du point de vue des jeunes uniquement, mais cette stratégie ne permet pas de cerner la manière dont les pratiques sont discutées, contrôlées ou négociées au sein des dynamiques familiales. Pour les comprendre, il serait nécessaire de donner la parole aux parents et aux frères et sœurs, afin d'obtenir un portrait plus fidèle du divertissement connecté au sein des foyers. En outre, ces pratiques restent extrêmement changeantes. Loin de constituer un ensemble de pratiques stabilisées, elles restent difficiles à cerner, d'abord parce que les jeunes vieillissent et que leurs goûts changent rapidement, mais aussi parce que l'écosystème médiatique et l'offre en termes de contenus audiovisuels de divertissement sont en évolution constante.

73 Dans ce nouveau contexte, plusieurs pistes de recherche peuvent être dégagées. Il serait ainsi important de mieux comprendre le divertissement connecté dans le contexte actuel de la famille contemporaine, notamment marqué par la transformation des normes de parentalité où dominent des injonctions contradictoires. D'une part, les parents sont enjoins à favoriser chez leurs enfants l'acquisition de compétences numériques, d'autre part, ils sont incités à contrôler les pratiques afin de limiter les risques liés à la surexposition aux écrans. Par ailleurs, le divertissement connecté semble s'inscrire dans une tendance sociale de fond qui se traduit par une plus grande présence des enfants au sein du foyer familial, lesquels seraient moins enclins alors à investir des espaces extérieurs, mais resteraient confinés dans leur chambre (Livingston, 2002). Enfin, la mobilité des dispositifs incite à étudier plus précisément la manière dont ces pratiques structurent les espaces et les temporalités familiales, et mieux cerner le rôle central de la chambre en tant que lieu de prédilection du divertissement connecté, ce qui amène à réinterroger les travaux sur la culture de la chambre pour appréhender la contribution de la chambre « connectée » (Lincoln et Robards, 2014) comme lieu de socialisation et de recherche d'autonomie chez les jeunes.

---

## ***Bibliographie***

Balleys, C. 2017. *Socialisation adolescente et usages du numérique*, Revue de littérature, Rapport d'étude de l'INJEP.

Beuscart, J-S., E. Dagiral et S. Parasie. 2016. *Sociologie d'Internet*, Paris, Armand Colin.

Blanc, G. 2015. «

boyd, d. 2014. *C'est compliqué : les vies numériques des adolescents*, C&F éditions, « Les enfants du numérique ».

- Boullier, D. 2003. *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*, Paris, L'Harmattan, « Champs visuels ».
- Boullier, D. 2016. *Sociologie du numérique*, Paris, Armand Colin.  
DOI : 10.3917/arco.boull.2016.01
- CEFRIO. 2016. *NETendances - Le divertissement en ligne au Québec, en ligne, enquête menée auprès de 1 000 adultes québécois*. <https://cefrio.qc.ca/netendances/le-divertissement-en-ligne-des-utilisateurs-de-plus-en-plus-nombreux/>
- CEFRIO. 2016. *Le divertissement en ligne au Québec*. <https://cefrio.qc.ca/netendances/le-divertissement-en-ligne-au-quebec/>
- CEFRIO. 2017. *NETendances. Le portrait numérique des foyers québécois en 2017*, <https://www.cefrio.qc.ca/netendances/le-portrait-numerique-des-foyers-quebecois-en-2017/>
- CEFRIO. 2017. *Visionnement connecté par les jeunes au Québec, rapport de recherche*, Enquête réalisée avec C. Thoër, F. Millerand et A. Coutant et 3 partenaires : Télé Québec, Radio Canada et Vidéotron. <https://cefrio.qc.ca/media/1347/visionnement-connecte-jeunes-au-quebec.pdf>
- Combes, C. 2013. *La pratique des séries télévisées : une sociologie de l'activité spectatorielle*, thèse de doctorat en Socio-économie de l'innovation, Paris, ENMP.
- Combes, C. 2014. « Les jeunes amateurs à l'assaut des séries : découvertes et information à l'heure d'Internet », dans *Séries cultes et cultes de la série chez les jeunes*, sous la dir. de M. Julier-Costes et J. Lachance, Presses de l'Université Laval, p. 177-192.
- Common Sense Media. 2017. *The Common Sense Census : Media Use by Tweens and Teens*. [https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census\\_researchreport.pdf](https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf)
- Cordier, A. 2016. *Grandir connectés : les adolescents et la recherche d'information*, Caen, C&F éditions.
- Coyne, S. M., L. M. Padilla-Walker, A. M. Fraser, K. Fellows et R. D. Day. 2014. « "Media-time = Family time" : Positive Media Use in Families with Adolescents. », *Journal of Adolescent Research*, vol. 29, no 5, p. 663-688.
- de Certeau, M. 1990 (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard, « Folio essais ».
- Defy Media. 2016. Youth Video Diet, Acumen Report. <https://defymedia.com/acumen/acumen-report-youth-video-diet>
- D'heer, E. et C. Courtois. 2016. « The Changing Dynamics of Television Consumption in the Multimedia Living Room. », *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 22, no 1, p. 3-17.  
DOI : 10.1177/1354856514543451
- Dias, P., R. Brito, W. Ribbens, L. Daniela, Z. Rubene, M. Dreier, M. Gemo, R. Di Gioia et S. Chaudron. 2016. « The Role of Parents in The Engagement of Young Children with Digital Technologies : Exploring Tensions Between Rights of Access and Protection, from "Gatekeepers" to "Scaffolders." », *Global Studies of Childhood*, vol. 6, no 4, p. 414-427.  
DOI : 10.1177/2043610616676024
- Esquenazi, J-P. 2010. *Les séries télévisées. L'avenir du cinéma ?*, Paris, Armand Colin, « Cinéma/Arts visuels ».
- Fedele, M. 2014. « Young New Zealanders' Consumption of Television Fiction Programs : An Exploratory Study of Young People's Reception Habits », *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*, no 152, p. 16-26.  
DOI : 10.1177/1329878X1415200104
- Glevarec, H. 2012. *La sériophilie : sociologie d'un attachement culturel et place de la fiction dans la vie des jeunes adultes*, Paris, Ellipses.
- Glevarec, H. 2015. « La diversification numérique. Contenus, modes et supports des pratiques médiatiques des 11-24 ans », *L'Observatoire : Les inédits en ligne*.
- Jauréguiberry, F. et S. Proulx. 2011. *Usages et enjeux des technologies de communication*, Toulouse, Éditions érès.  
DOI : 10.3917/eres.jaure.2011.01
- Kearney, M. C. 2007. « Productive Spaces : Girls' Bedrooms as Sites of Cultural Production », *Journal of Children and Media*, vol. 1 no. 2, p. 126-41.
- Kervella, A., M. Loicq. 2015. « Les pratiques télévisuelles des jeunes à l'ère du numérique : entre mutations et permanences », *Études de communication*, no 44, p. 79- 96.  
DOI : 10.4000/edc.6193
- Kervella, A., E. Kredens, M. Loicq et F. Rio. 2016. « Les pratiques télévisuelles du jeune public à l'heure du multi-écrans. Vers une reconfiguration de la posture spectatorielle ? », dans *D'un écran à*

- l'autre, les mutations du spectateur*, sous la dir. de J. Châteauevert et G. Delavaud, Paris, L'Harmattan, p. 573-586.
- Kitzinger, J., I. Markova et N. Kalampaliki. 2004. « Qu'est-ce que les de discussion groups ? », *Bulletin de psychologie*, Tome 57, vol. 3, no 471, p. 237-243.
- Klein, A. 2016. *Nos jeunes à l'ère numérique*, Louvain-La-Neuve, Academia L'Harmattan.
- Landry, N. et A-S. Letellier (dir.). 2016. *L'éducation aux médias à l'ère numérique : entre fondations et renouvellement*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, « Paramètres ».
- Lincoln, S. 2012. *Youth Culture and Private Space*, Londres, Royaume-Uni, Palgrave MacMillan.  
DOI : 10.1057/9781137031082
- Lincoln, S. et B. Robards. 2014. « Being Strategic and Taking Control : Bedrooms, Social Network Sites and the Narratives of Growing Up », *New Media & Society*. vol. 18, no 6, p. 927-943.  
DOI : 10.1177/1461444814554065
- Livingstone, S. 2002. *Young people and new media : childhood and the changing media environment*, Londres, Royaume-Uni, Sage.
- Livingstone, S. 2010. « Digital Learning and Participation Among Youth : Critical Reflections on Future Research Priorities », *International Journal of Learning and Media*, vol. 2, no 2-3, p. 1-13.  
DOI : 10.1162/ijlm\_a\_00046
- Livingstone, S, et L. Haddon. 2009. *EU Kids Online : Final Report*, Londres, Royaume-Uni, London School of Economics and Political Science
- Lull, J. 1990. *Inside Family Viewing : Ethnographic Research on Television's Audiences*, Londres, Royaume-Uni, Routledge.
- Martin, O. et E. Dagiral (dir.). 2016. *L'ordinaire d'Internet. Le Web dans nos pratiques et relations sociales*, Paris, Armand Colin.
- Matrix, S. 2014. « The Netflix Effect : Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends », *Jeunesse : Young People, Texts, Cultures*, vol. 6, no 1, p. 119-138.
- Millerand, F. 1998. « Usages des NTIC, les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1re partie) », *COMMposite*, vol. 98, no 1.
- Millerand, F. 1999. « Usages des NTIC, les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (2e partie) », *COMMposite*, vol. 99, no 1.
- Mittell, J. 2015. *Complex TV : The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York et Londres, NYU Press.
- Montpetit, J. (animatrice). 2017, 16 septembre. La dépendance aux écrans décortiquée [entrevue], *Les malins*, Montréal, Québec, Ici Radio Canada.
- Morley, D. 1986. *Family Television : Cultural Power and Domestic Leisure*, Londres, Royaume-Uni, New York, Routledge
- Octobre, S. 2009. « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures : Cultural Practices Among the Young and Transmitting Institutions : A Clash of Cultures ? », *Culture prospective*, vol. 1, no 1, p. 1-8.
- Pasquier, D. 1999. *De la culture des sentiments*, Paris, Maison des sciences de l'Homme.  
DOI : 10.4000/books.editionsmssh.2496
- Pecolo, A. 2012. « Génération médias », *Cahiers de l'action*, vol. 35, no 1, p. 11-17.  
DOI : 10.3917/cact.035.0011
- Peretti-Watel, P. 2010. « Morale, stigmatisation et prévention. La prévention des conduites à risque juvéniles », *Agora débats/jeunesses*, vol. 56, no 3, p. 73-85.
- Pharabod, A.-S. 2004. « Territoires et seuils de l'intimité familiale. Un regard ethnographique sur les objets multimédias et leurs usages dans quelques foyers franciliens », *Réseaux*, vol. 1, no 123, p. 85-117.
- Proulx, S. et M. Laberge. 1995. « Vie quotidienne, culture télé et construction de l'identité familiale », *Réseaux*, vol. 13, no 70, p. 121-140.  
DOI : 10.3406/reso.1995.2669
- Raco, E. 2014. *Aussie Teens Online, ACMA Research Snapshots*.  
<https://www.acma.gov.au/theACMA/engage-blogs/engage-blogs/Research-snapshots/Aussie-teens-online>
- Silverstone, R., E. Hirsh et D. Morley. 1992. « Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household », dans *Consuming Technologies : Media and Information in Domestic Spaces*, sous la dir. de R. Silverstone et E. Hirsh, Londres, Royaume-Uni, Routledge, p. 15-31.

Sonnac, N., V. Romanet et G. Sire. 2014. *Le péril jeune : Étude des pratiques de consommation des films et des séries chez les 20-30 ans*, IFP - Université Panthéon-Assas.

Sonet, V. 2015. « L'écran du smartphone dans tous ses états », *Écrans & Médias MEI*, vol. 34, p. 189–199.

Thoër, C. et F. Millerand. 2016. « Faut-il s'inquiéter de la progression de l'écoute de vidéos sur Internet ? Des jeunes racontent... », dans *Sommes-nous trop branchés ? La cyberdépendance*, sous la dir. de J. A. Suissa, Presses de l'Université du Québec, p. 83- 111.

Thoër, C., F. Millerand, C. Vrignaud, N. Duque et J. Guadet. 2015. « Sur le Web, je regarde des vidéos, des séries et des émissionboyds : Catégorisation et sélection des contenus de divertissement visionnés en ligne par les jeunes de 12 à 25 ans », *Communication Sociali : Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies*, vol. 2, p. 191-207.

Tse, Y-K. 2014. « Television's Changing Role in Social Togetherness in the Personalized Online Consumption of Foreign TV », *New Media & Society*, vol. 18, no 8, p. 1547-1562.

DOI : 10.1177/1461444814564818

Vigneault, A. 2017. « YouTube a-t-il avalé vos enfants ? », 16 octobre., *La Presse*. Montréal, Québec.

Weispfenning, J. 2003. « Cultural Functions of Reruns : Time, Memory, and Television. », *Journal of Communication*, vol. 53, no 1, p. 165-176.

DOI : 10.1111/j.1460-2466.2003.tb03012.x

Willett, R. 2015. « The Discursive Construction of "Good Parenting" and Digital Media - the case of Children's Virtual world Games », *Media, Culture & Society*, vol. 37, no 7, p 1060–1075.

DOI : 10.1177/0163443715591666

---

## Notes

1 À la différence des groupes de discussion réalisés en milieu urbain uniquement (ville de Montréal), l'enquête a été menée sur la population de la province du Québec. Répartition des enquêtés (totaux non pondérés) : âge : 12 à 15 ans (500 répondants), 16 à 18 ans (502), 19 à 25 ans (502) ; région : 686 répondants de la région métropolitaine de Montréal (MTL RMR) et 818 répondants des autres régions du Québec ; genre : 703 garçons et 801 filles.

2 Les chiffres mentionnés pour les tranches d'âge des répondants correspondent à des distributions de fréquence statistiquement significatives.

3 Un tiers des foyers québécois connectés à Internet regardent désormais la télévision en direct sur le web (CEFRIO, 2017).

4 Sur ce sujet, voir le texte « Faut-il s'inquiéter de la progression de l'écoute de vidéos sur Internet ? Des jeunes racontent... » (Thoër *et al.*, 2016).

5 En plus de ces deux séries connues de tous, la série *Pretty Little Liars* figurait parmi les trois séries les plus populaires chez les 12-15 ans, tandis que la série *Orange is the New Black* et la série québécoise *Unité 9* étaient les plus regardées par les 16-18 ans et les 19-25 ans respectivement.

6 Sur ce sujet, voir l'article « Sur le Web, je regarde des vidéos, des séries et des émissions : Catégorisation et sélection des contenus de divertissement visionnés en ligne par les jeunes de 12 à 25 ans » (Thoër *et al.*, 2015).

7 Pour un portrait plus détaillé des pratiques de visionnement connecté chez les jeunes à partir de l'enquête par questionnaire, consulter le rapport du CEFRIO « *Visionnement connecté par les jeunes au Québec*, rapport de recherche » (CEFRIO, 2017).

---

## Pour citer cet article

### Référence électronique

Florence Millerand, Christine Thoër, Nina Duque et Joseph Josy Lévy, « Le « divertissement connecté » au sein du foyer : une enquête auprès des jeunes Québécois », *Enfances Familles Générations* [En ligne], 31 | 2018, mis en ligne le 22 décembre 2018, consulté le 25 janvier 2021.  
URL : <http://journals.openedition.org/efg/4845>

---

## Auteurs

Florence Millerand

Professeure titulaire, Département de communication sociale et publique, Université du Québec à Montréal, millerand.florence@uqam.ca

**Christine Thoër**

Professeure titulaire, Département de communication sociale et publique, Université du Québec à Montréal, thoer.christine@uqam.ca

**Nina Duque**

Doctorante, Département de communication sociale et publique  
Université du Québec à Montréal, duque.nina@uqam.ca

**Joseph Josy Lévy**

Professeur titulaire, Département de sexologie, Université du Québec à Montréal,  
levy.joseph\_josy@uqam.ca

*Articles du même auteur*

**La maladie grave et le deuil vécus en contexte familial : la contribution des modèles théoriques et des démarches intégratives à l'avancement des recherches** [Texte intégral]

Paru dans *Enfances Familles Générations*, 24 | 2016

**Severe illness and death in the family context: the contributions of theoretical models and integrative approaches to the advancement of research.** [Texte intégral]

Paru dans *Enfances Familles Générations*, 24 | 2016

---

## ***Droits d'auteur***



*Enfances Familles Générations* est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.