

## CHAPITRE 7

# **Les pratiques de visionnement connecté des jeunes : méthodes traditionnelles, virtuelles et numériques**

*Christine Thoër, Florence Millerand, Nina Duque*

Le visionnement de contenus vidéo (émissions de télé-réalité, talk-shows, séries télévisuelles, webséries, capsules vidéo) se fait de plus en plus de manière connectée et cette tendance touche particulièrement les jeunes (CEFRIO, 2017a ; Kervella et Loicq, 2015). Plusieurs facteurs contribuent à cette tendance, entre autres, l'amélioration des connexions réseau, la progression en équipements mobiles (téléphone intelligent) et le développement de l'offre (pensons à Netflix). Nous avons mené une recherche auprès de jeunes âgés de 12 à 25 ans résidant au Québec, dans le but de cerner en quoi ce nouvel univers de consommation, marqué à la fois par l'usage de nouveaux dispositifs techniques et par une augmentation et une diversification de l'offre de contenus, transforme l'expérience de visionnement et l'attachement aux contenus<sup>1</sup>. Dans ce chapitre, nous abordons les aspects méthodologiques liés à l'étude de ces pratiques et nous discutons l'apport combiné de différents types de méthodes en soulignant les principaux défis et enjeux associés.

Cerner les pratiques des jeunes en matière de visionnement connecté implique de déployer des stratégies méthodologiques aptes à les saisir

---

1. La présentation détaillée du projet « Jeunes et visionnement connecté, quelles mutations des cultures médiatiques » est disponible en ligne : [blogsgrms.com/jeunes-visionnement-connecte/](https://blogsgrms.com/jeunes-visionnement-connecte/)

dans toute leur diversité et complexité. D'une part, ces pratiques apparaissent de plus en plus morcelées et révèlent une tendance à l'hyper-personnalisation (Kervella et Loicq, 2015; Thoër *et al.*, 2015). D'autre part, elles s'entremêlent à un ensemble d'autres activités, tant en ligne que hors-ligne, tout en prenant place dans une diversité d'espaces et de temporalités. En outre, elles évoluent rapidement, au fur et à mesure de l'autonomisation des jeunes et en parallèle de changements continus dans l'écosystème médiatique.

Un portrait du paysage méthodologique actuel comprend différentes orientations aptes à appréhender des phénomènes ou des pratiques sociales intervenant en ligne (voir Millerand, Myles et Proulx, le présent ouvrage, pour une critique du portrait brossé par Marres, 2012). Parmi ces orientations méthodologiques, les méthodes dites traditionnelles (ou *methods-as-usual*, selon l'expression de Marres (2012), regroupent les méthodes de recherche classiques des sciences sociales (habituellement distinguées en fonction de leur orientation qualitative, quantitative ou mixte), qu'il s'agit de transposer dans le contexte numérique. La recherche dont nous rendons compte dans ce chapitre relève de cette catégorie. Les méthodes dites virtuelles, popularisées par les travaux de Hine (2017) sur l'ethnographie virtuelle, mobilisent quant à elles une perspective ou des outils ethnographiques pour étudier des phénomènes socioculturels prenant place en ligne dans une tradition socio-anthropologique (voir Hine, le présent ouvrage). Enfin, les méthodes dites numériques (ou *digital methods*, selon l'expression de Rogers, 2013) sont utilisées elles aussi pour appréhender des phénomènes sociaux tels qu'ils se manifestent en ligne, mais en ayant recours à des méthodes et des outils natifs des plateformes du numérique (comme les données fournies par Google Analytics, par exemple)<sup>2</sup>.

Dans le cadre de ce chapitre, nous reprenons ces grandes catégories de méthodes pour apporter des éléments de réponse à la question suivante : jusqu'où peut-on aller dans la compréhension des pratiques de visionnement connecté chez les jeunes en employant des méthodes traditionnelles, et quelles autres méthodes peuvent être mobilisées pour pallier leurs limites éventuelles ? Nous commençons en présentant rapi-

---

2. Précisons que Marres (2012) ajoute à ces trois grandes orientations méthodologiques les méthodes dites computationnelles (ou *big methods*) associées à l'utilisation de techniques informatiques d'extraction, de gestion, d'analyse et de visualisation de vastes corpus de données (*big data*) issues notamment du Web et des médias sociaux.

dement les méthodologies employées dans les études de réception. Nous présentons ensuite la stratégie méthodologique de la recherche que nous avons menée sur les pratiques de visionnement connecté de jeunes adultes. Puis, nous discutons des forces et des limites des méthodes dites traditionnelles pour l'étude des pratiques de visionnement connecté chez les jeunes, pour aborder finalement l'apport combiné de méthodes virtuelles et numériques à l'analyse des pratiques de visionnement connecté.

### **Les méthodes utilisées dans les études empiriques de réception**

En s'attachant à ne pas documenter uniquement le travail d'interprétation des contenus (ou des « textes » dans le modèle récepteur/lecteur), les travaux sur la réception visent la compréhension de ce que « font » les individus lorsqu'ils regardent la télévision. Les travaux ont porté sur les contextes de réception, les cadres spatio-temporels de l'écoute et les rapports sociaux qui les traversent pour montrer leur rôle dans la construction de significations autour de la pratique télévisuelle (Corner, 1996; Silverstone *et al.*, 1991). Ils ont permis de documenter comment l'activité télévisuelle s'inscrit à la fois dans l'espace domestique, en structurant les rituels quotidiens et les identités familiales et de genre (voir Morley, 1986; Proulx et Laberge, 1995) et dans l'espace social, en permettant de se lier grâce au partage de répertoires d'actions et de références communes (voir Boullier, 2004). Ces travaux ont marqué le « tournant ethnographique » de la réception en s'appuyant sur une multitude de méthodes : immersion dans les foyers, observation en contexte, entrevues en profondeur, récits de pratiques, recours à des carnets de temps (ou journaux d'écoute), journaux personnels, listes d'équipements, dessins et photographies des installations.

Plus récemment, les recherches ont investi les espaces en ligne pour comprendre leur articulation avec les pratiques de réception. Certains travaux se sont intéressés à documenter le déploiement des discours et des conversations sur les réseaux socionumériques autour de la télévision (Spies, 2016) ou des films (Allard, 2000). Dans la lignée des études sur le courrier des lecteurs (Pasquier, 1999), des travaux ont été menés sur les communautés constituées autour de séries télévisées ou de films, mettant en évidence les activités créatrices, collaboratives et de sociabilité des « fans » (Bourdaa, 2015), pour certains dans une perspective autoethnographique (Jenkins,

1992). Plus récemment les formes de la critique amateur sur les plateformes en ligne ont fait l'objet d'études mobilisant des méthodologies diversifiées qui montrent comment ces contributions sont utilisées pour produire des classifications, des évaluations et des recommandations permettant de valoriser les contenus culturels (Béliard, 2016 ; Pasquier *et al.*, 2014). Parallèlement à ces études principalement qualitatives se sont développées des études par questionnaire, qui, outre la mesure des audiences télévisuelles par des panels d'audimètre, visent à repérer les déterminants des pratiques télévisuelles et plus généralement des pratiques culturelles (Gire et Granjon, 2012).

Aujourd'hui, le développement et la convergence des technologies incitent à réinterroger les pratiques de consommation de la télévision et plus largement des contenus culturels visionnés en ligne, ainsi que les rapports sociaux qui les entourent. Il semble en effet qu'un contenu n'est pas regardé tout à fait de la même façon et qu'il ne s'apprécie pas selon les mêmes termes lorsqu'il se donne à voir sur un écran d'ordinateur portable (ou de téléphone mobile), entre autres parce que les dispositifs connectés ouvrent à d'autres contextes de visionnement et affectent le processus d'interprétation et d'attachement aux contenus. Sur ce plan, la sociologie des usages a permis d'enrichir les cadres d'analyse en ajoutant la dimension du rapport tangible aux dispositifs techniques, afin de cerner en quoi ceux-ci sont porteurs « d'effets de sens » (Combes, 2013 ; Millerand *et al.*, 2016 ; Thoër *et al.*, 2015).

À ce jour, les études sur les pratiques télévisuelles en contexte connecté s'appuient sur les méthodes privilégiées par les études de réception de la télévision mobilisant des démarches qualitatives ou mixtes (entrevue, observation participante, enquête, carnet de temps), qui font généralement l'objet d'une triangulation, pour obtenir une meilleure compréhension des pratiques des téléspectateurs (voir par exemple Kervalla et Loicq, 2015). Ces méthodologies, qui consistent à transposer les méthodes classiques correspondant aux méthodes dites traditionnelles, présentent des atouts, mais aussi certaines limites, entre autres parce que la multiplication des dispositifs entraîne un morcellement des pratiques qui s'avèrent dès lors plus difficiles à circonscrire (Livingstone et Local, 2017). L'objectif de ce chapitre est précisément de reconnaître les enjeux méthodologiques que posent ces nouveaux contextes de visionnement, qui restent encore peu examinés et discutés.

## **Une étude des pratiques de visionnement connecté chez les jeunes au Québec**

Si les travaux analysant l'évolution des pratiques télévisuelles dans l'écosystème médiatique actuel ont sans surprise porté surtout sur les contenus issus de la télévision, les pratiques des jeunes en ligne impliquent, outre les contenus télé, d'autres contenus produits par une diversité d'acteurs et circulant notamment sur YouTube et sur les réseaux sociaux numériques (Thoër *et al.*, 2015). Pour comprendre comment la coexistence de ces contenus transforme la façon dont les jeunes les découvrent, les regardent, s'y attachent et les partagent, nous avons cherché à documenter l'ensemble des pratiques de visionnement connecté des jeunes, dès lors qu'elles s'inscrivaient dans une perspective de divertissement. La recherche visait ainsi à repérer les contenus regardés, les catégorisations utilisées, les contextes de visionnement (dispositifs, lieux et installations, temps de visionnement, activités connexes), ainsi que les significations associées à ces pratiques et leur inscription dans les sociabilités juvéniles.

Pour ce faire, nous avons déployé une stratégie méthodologique s'appuyant sur une diversité de techniques de collecte qualitatives et quantitatives (groupes de discussion, entrevues, carnets de temps remplis en ligne, enquêtes par questionnaire), permettant une triangulation des résultats. La collecte s'est déroulée sur trois ans, de 2014 à 2017. Privilégiant une approche partenariale, nous avons tout d'abord conduit deux groupes de discussion rassemblant des représentants d'entreprises de production et d'associations médiatiques ainsi que des diffuseurs, experts et régulateurs, afin de cerner leurs préoccupations et de mieux anticiper les retombées du projet.

Par la suite, dix groupes de discussion d'une durée d'une heure trente à deux heures ont été réalisés en 2015 auprès de jeunes âgés de 12 à 25 ans résidant au Québec (répartis selon le genre et en quatre tranches d'âge: 12-13 ans, 14-16 ans, 17-19 et 20-25 ans). Nous avons rencontré un total de 61 jeunes (28 filles et 33 garçons) vivant à Montréal, d'origine culturelle variée, qui fréquentaient des établissements d'enseignement en français, certains et certaines, parmi les plus âgés, étant exclusivement sur le marché du travail. Le recrutement s'est fait de plusieurs façons: par réseaux de connaissances, dans une école secondaire publique et une maison de jeunes, par des annonces en ligne et par la méthode dite de la

« boule de neige »<sup>3</sup>. Le critère de recrutement que dépassaient très largement tous les jeunes était de regarder au moins deux contenus de divertissement en ligne par semaine.

Fin 2015 et début 2016, nous avons réalisé des entretiens avec 29 jeunes (17 filles et 12 garçons), recrutés pour la plupart parmi ceux et celles ayant participé aux groupes de discussion. Ces entrevues visaient à documenter les pratiques personnelles des jeunes en matière de visionnement connecté et à cerner leur évolution au cours de la dernière année. L'objectif était de saisir l'activité réflexive qu'exercent les jeunes sur leurs pratiques.

Dans le cadre des entrevues, nous avons envoyé aux volontaires un carnet de temps à remplir en ligne afin de prendre connaissance dans le détail de tous les contenus audiovisuels visionnés au quotidien. Ce carnet a été rempli par 12 des 29 jeunes (dont 10 filles). Tous ceux ayant participé aux groupes de discussion et aux entrevues ont rempli un questionnaire visant à recueillir des données de type sociodémographique ainsi que des informations sur les équipements utilisés et le temps consacré au visionnement connecté.

Enfin, en 2017, nous avons réalisé en partenariat avec trois diffuseurs télévisuels et le CEFRIO (2017b) une enquête en ligne auprès d'un échantillon (n=1504) tiré d'un panel d'internautes. Cette dernière phase de collecte visait à quantifier les tendances observées et à cerner les variations des pratiques de visionnement selon l'âge, le revenu, le contexte familial et l'équipement.

### **Les apports et les limites des méthodes traditionnelles**

Les méthodes traditionnelles se sont révélées particulièrement utiles pour dresser le portrait des contenus visionnés par les jeunes. En revanche, elles ont montré certaines limites dans leur capacité à saisir la pluralité des contextes de visionnement.

---

3. Dans le cadre de cette méthode, on demande aux participants de désigner des personnes de leur réseau qui correspondent aux critères de recrutement et qui sont invitées à participer à la recherche.

### **Cerner la diversité des contenus et les catégories les désignant**

Les groupes de discussion ont permis de désigner les types de contenus visionnés par les jeunes et de cerner leur manière d'en parler. Ces jeunes rapportaient spontanément les titres et les noms des acteurs et actrices, animateurs et animatrices d'émissions ou de YouTubeurs qu'ils suivaient. En stimulant par entraînement la mémorisation et l'évocation des contenus, la technique du groupe de discussion s'est révélée être un mode de collecte particulièrement approprié. La dynamique de groupe permettait aussi d'accéder aux contenus qui semblaient faire consensus (par exemple, la série *How I Met Your Mother*, citée dans tous les groupes). De plus, le moindre contrôle exercé par l'animatrice et l'effet d'entraînement sur les jeunes ont permis, par exemple aux garçons âgés de 17 à 25 ans, de dépasser les tabous concernant les contenus pornographiques (très peu mentionnés en entrevue individuelle). À l'inverse, certains contenus considérés comme moins légitimes peuvent ne pas avoir été mentionnés, les entrevues restant le moyen privilégié pour cerner les pratiques individuelles.

Si les groupes de discussion ont permis de discerner les types de contenus visionnés, les jeunes restaient perplexes lorsque nous leur demandions de les catégoriser. Ils ne jugeaient pas nécessaire de nommer ces contenus pour les trouver et les regarder, distinguant surtout entre formats longs (séries et films) et courts (vidéos) (Thoër *et al.*, 2015). Aussi, l'exercice était-il un peu forcé même si certaines catégories ont émergé et semblaient s'imposer, du moins au sein de certains groupes, pour les vidéos courtes (*tuto*, *vlog*, *fail*, par exemple) et les centres d'intérêt auxquels elles sont associées (par exemple, *make-up*, *gaming*).

### **Rendre compte de la pluralité des contextes du visionnement connecté**

La rapidité avec laquelle l'écosystème médiatique contemporain évolue complique l'étude des pratiques de visionnement connecté, ces mutations étant elles-mêmes difficiles à saisir au fil du temps. Parallèlement à une collecte de données qui s'est déroulée sur trois ans, nous avons documenté l'évolution de l'écosystème médiatique grâce à une veille de l'actualité technique, économique, juridique et politique en lien avec le secteur du divertissement connecté. Celle-ci nous a permis de prendre connaissance, entre autres, des formules de vidéo à la demande disponibles au Québec.

En un an, nous avons pu observer la baisse de l'utilisation des plateformes de *streaming* (en continu) illégal au profit du service Netflix, apprécié par les jeunes pour sa convivialité, comme cela s'est produit avec les plateformes d'écoute de musique en continu comme Deezer ou Spotify. Toutefois, il n'est pas toujours facile de départager ce qui relève de l'évolution de l'offre, de l'expérience ou de l'âge des jeunes dans la transformation des pratiques.

En contexte connecté, les contenus de divertissement sont accessibles grâce à une multitude d'écrans, et leur visionnement s'insère dans différentes activités et pratiques de communication. Les jeunes peinaient à décrire les plateformes utilisées pour accéder aux contenus, de même que les stratégies et dispositifs sur lesquels ils s'appuyaient pour en découvrir de nouveaux. Ils développent en effet des routines de visionnement qui ne sont pas toujours réfléchies et sont souvent fondées sur la sérendipité et les propositions algorithmiques. De plus, les jeunes ne cherchent pas à mémoriser les noms ou les adresses URL des plateformes, à l'exception de certaines d'entre elles comme Netflix, parce qu'ils procèdent par la mise en favori et surtout parce qu'ils accèdent aux contenus en effectuant une recherche dans les moteurs de recherche. Les entrevues individuelles ou de groupe s'avèrent ainsi peu adaptées pour appréhender la construction et la stabilisation de ces routines de visionnement. Dans le cadre de cette recherche, nous avons contourné cet enjeu en procédant à une reconstitution des routines de visionnement des jeunes en entrant à notre tour les contenus nommés dans les moteurs de recherche. Cette technique nous permettait de mieux comprendre les processus de recherche de contenus des jeunes et surtout de savoir à quoi ces contenus se rapportaient. Dans le cadre des entrevues individuelles, nous invitons aussi les jeunes à nous montrer certains des contenus qu'ils visionnaient ainsi que les plateformes utilisées afin d'ancrer leurs récits dans des exemples concrets.

Par ailleurs, il s'est avéré difficile d'amener les jeunes à décrire leurs installations de visionnement. Nous leur avons demandé d'apporter des photos de ces installations pour enrichir notre compréhension, mais rares sont ceux qui l'ont fait. Cette pratique de photographie semble plus évidente si c'est la chercheuse qui l'assume, par exemple, dans le cadre d'entrevues au domicile (Blanc, 2015). En outre, il n'était pas évident de cerner le temps dédié au visionnement connecté. Seuls 12 jeunes ayant

participé aux entrevues avaient complété le carnet de temps, malgré nos efforts pour le rendre convivial et l'octroi d'un dédommagement sous forme de bon d'achat.

Les récits des jeunes montrent une consommation fragmentée où les séries jouxtent les émissions de cuisine, les vidéos de YouTubeurs, les émissions de télé-réalité musicale et les clips de musique (pour ne nommer que ces contenus), sans compter les détours par les réseaux socionumériques. Le format court des vidéos, ainsi que leur visionnement à l'aide des périphériques mobiles, font éclater l'association classique entre pratique et support en permettant à la fois (et souvent en même temps) d'écouter de la musique, de regarder un film, d'écrire, de faire ses devoirs, de manger, de faire le ménage, etc. Au final, le visionnement se superposant à un ensemble d'autres activités et les pratiques prenant place dans une diversité d'espaces (chez soi, à l'école ou à l'université, au travail, dans les transports) et de temporalités, déterminer ce qui constitue l'activité principale ou du moins la plus significative reste un défi. Ces enjeux appellent à un réaménagement méthodologique, notamment grâce à l'inclusion des méthodes virtuelles et numériques, dont nous présentons les potentialités dans la section qui suit.

### **L'apport des méthodes virtuelles et numériques**

Les méthodes virtuelles et numériques peuvent compléter les méthodes traditionnelles en offrant à la fois des descriptions plus fines des routines de visionnement et la possibilité de les observer dans une diversité d'espaces et de temporalités.

#### ***Les méthodes virtuelles***

Les méthodes dites virtuelles consistent à adapter les méthodes de recherche qualitatives classiques, notamment ethnographiques, à l'environnement numérique qui est envisagé dans son articulation avec les environnements hors-ligne. À ce titre, elles peuvent venir pallier certaines limites des méthodes traditionnelles. S'intéresser aux pratiques de visionnement connecté implique de prendre en compte la multiplicité des contextes dans lesquels ces pratiques prennent place et donc de diversifier les contextes d'observation. Si les observations *in situ* ou les entrevues

réalisées à domicile peuvent permettre d'accéder aux installations et de favoriser la mémorisation des pratiques et ainsi produire des interprétations plus fines des pratiques et des contextes d'usage, ces méthodes très intrusives soulèvent des enjeux éthiques importants en plus d'exiger de longs séjours qui peuvent être difficiles à organiser. En outre, ces méthodes ne permettent pas de saisir les pratiques de visionnement se déroulant en contexte de mobilité. Sur ce plan, de nouveaux outils ont été proposés dans les dernières années pour produire des données d'observation en temps réel, comme les lunettes caméra (Licoppe et Figeac, 2014). Ce type d'outil permet de produire des données du point de vue de la participante ou du participant, et ainsi de resituer les usages dans leur contexte de production et dimension subjective. Il reste toutefois à mieux documenter comment ce type de dispositif méthodologique affecte l'expérience de visionnement, sans compter les nouveaux problèmes éthiques éventuels que peut soulever son utilisation.

Pour mieux comprendre comment se construisent les routines et cerner la signification des pratiques de visionnement connecté pour les individus, il pourrait être intéressant de procéder à des récits de pratique qui peuvent être réalisés en ligne. D'une part, cette méthode faciliterait le suivi d'une cohorte sur une plus longue période (Orgad, 2005) ; d'autre part, elle pourrait être couplée à la tenue d'un journal en ligne (blogue) qui permettrait aux jeunes de documenter leurs expériences de visionnement. Ceux-ci pourraient y produire des textes et des enregistrements audio ou vidéo (par exemple, avec leur téléphone), sur la façon dont ils découvrent et visionnent des contenus, tout en partageant des liens et des captures d'écran des sites et plateformes utilisés. Cette méthode dite du blogue privé, qui a déjà été utilisée en jumelage avec des entrevues semi-dirigées pour cerner la construction de l'agentivité sexuelle (Lang, 2016), présente plusieurs avantages permettant notamment de cerner des processus qui s'étalent dans la durée, de mieux comprendre le rôle du dispositif et de réduire l'asymétrie de la relation intervieweur-interviewé. Un tel dispositif pourrait ainsi favoriser l'expression sur les contenus visionnés moins légitimes, le processus narratif pouvant aussi activer les réflexions intimes que suscitent la pratique de visionnement ou les discussions qui l'entourent. À ce titre, il pourrait être judicieux d'utiliser des plateformes qui sont déjà familières aux jeunes publics, comme Instagram.

Par ailleurs, il pourrait être intéressant pour mieux cerner les ressources du Web qui sont utilisées dans le cadre des pratiques de visionnement connecté (recherche de contenus à visionner, recherche d'informations complémentaires sur les contenus visionnés, partage autour des contenus) de répertorier les ressources mentionnées par les jeunes en entrevue et de procéder à une ethnographie des espaces où les pratiques de visionnement connecté et les contenus qu'elles ciblent sont discutés. L'intérêt de ce type de méthodes est de donner accès à des données « passives », en ce sens qu'elles n'ont pas été construites par le dispositif de recherche (Pasquier *et al.*, 2014).

### **Les méthodes numériques**

La collecte d'information sur l'ensemble des activités qui caractérisent le visionnement en ligne peut aussi se faire à partir des traces conservées dans l'historique de navigation, par exemple à partir d'outils issus directement de l'environnement numérique comme Google (pour cerner les modalités de découvrabilité des contenus) ou sur la plateforme Netflix (en utilisant les comptes personnels), ou encore par l'installation de logiciels d'enregistrement des traces d'activités. L'intérêt de ces méthodes dites numériques (Rogers, 2013; Snee *et al.*, 2016) est de procéder à des saisies plus systématiques et plus précises des parcours de divertissement en ligne que celles fondées sur les pratiques déclarées. Ce type de dispositif permettrait notamment de cerner avec plus de précision la diversité des ressources mobilisées dans le cadre du visionnement et le temps que les jeunes consacrent au visionnement de contenus en ligne, même si les modalités pour l'estimer restent attachées aux dispositifs techniques et non aux contenus visionnés eux-mêmes (Livingstone et Local, 2017).

Ces techniques prometteuses soulèvent toutefois de nouveaux défis, dont les difficultés de traitement et d'analyse de données parfois volumineuses ainsi que la nécessité d'installer ces outils sur une diversité d'appareils (téléphone, tablette, ordinateur), sachant que ces derniers sont souvent utilisés par plusieurs personnes au sein d'un même foyer et qu'il peut être difficile de détecter les traces d'un usager ou d'une usagère en particulier. Ces inconvénients peuvent être contournés partiellement en utilisant les traces (d'activités et d'usage de moteurs de recherche ou de plateformes de visionnement) comme matériau d'appui au processus

d'entrevue. La richesse de ces nouveaux types de données (captures vidéo des pratiques, traces d'activité) apparaît dès lors qu'elles sont soumises à la réflexivité des individus, appelés à les commenter, par exemple dans le cadre d'entrevues portant sur les traces (Dubois et Ford, 2015). Les productions réflexives des jeunes permettraient en effet de contextualiser leur parcours de visionnement, d'analyser les écarts possibles entre les traces captées et leurs perceptions et ainsi de saisir le sens que ces derniers attribuent à leurs pratiques et à ces écarts. Là encore, ces techniques posent des défis, à commencer par le nécessaire travail de sélection et de mise en scène des traces à commenter, impliquant la production de représentations et de visualisations aptes à susciter l'activité réflexive.

Notre recherche, qui mobilise une stratégie inspirée des méthodes utilisées dans les études de réception, confirme l'utilité d'une stratégie reposant sur la triangulation des méthodes éprouvées de la recherche qualitative (entre autres, groupes de discussion, entrevues, carnets de temps) et quantitative (enquêtes) et de leur transposition dans les environnements numériques. Elle montre l'importance d'envisager une approche à visée longitudinale pour saisir des pratiques en évolution, émergeant dans un contexte sociotechnique mouvant, auprès de populations jeunes dont les intérêts et les modes de vie se transforment rapidement. Les limites des méthodes employées, relevant des méthodes traditionnelles, témoignent notamment de difficultés à saisir l'évolution des parcours de visionnement connecté et la construction des routines, à cerner de manière fine et exhaustive la diversité des contenus visionnés et les usages des dispositifs connectés, à estimer les temps de visionnement et surtout à saisir comment ces pratiques s'inscrivent dans le quotidien et s'articulent à d'autres pratiques en ligne.

Les méthodes virtuelles qui tiennent compte des spécificités des terrains en ligne et de leur articulation avec les environnements hors-ligne, ainsi que les méthodes numériques qui s'appuient sur des outils issus de l'environnement numérique ou spécifiquement développés à des fins éducatives pour enregistrer les traces d'activité peuvent combler certaines limites des méthodes de recherche traditionnelles. Leur combinaison pour l'étude des pratiques de visionnement de contenus médiatiques en contexte connecté serait à explorer dans le cadre de travaux futurs. Pour cela, il serait important de cerner les modalités de mise en place de ces méthodes combinées et de recenser les ressources requises,

celles-ci semblant à première vue considérables (ne serait-ce que pour capturer et analyser adéquatement les traces laissées par les pratiques de visionnement connecté), et également de bien documenter les possibilités de triangulation des données.

Notre recherche témoigne enfin des difficultés à documenter les pratiques des jeunes issus de milieux défavorisés. En effet, si les résultats des groupes de discussion avaient révélé des usages légèrement différenciés chez les jeunes provenant de milieux plus populaires, ne serait-ce que sur le plan des équipements, l'enquête ne l'a pas complètement validé. Le fonctionnement des panels Web ne permet pas, malgré la pondération, d'assurer des échantillons représentatifs et tend à reproduire cette plus faible participation des milieux défavorisés (Vicente et Reis, 2016). L'accès aux usages des personnes issues de milieux défavorisés constitue un défi réel pour les études sur les usages connectés, car la fracture numérique qui semble persister, même dans les pays occidentaux, se joue aussi sur le plan de la participation aux recherches (Banaji, 2016 ; Pasquier, 2018).

## Références

- ALLARD, Laurence, « Cinéphiles, à vos claviers ! Réception, public et cinéma », *Réseaux*, vol. 18, n° 99, 2000, p. 131-168.
- BANAJI, Shakuntala, *Global Research on Children's Online Experiences: Addressing Diversities and Inequalities*, Global Kids Online, Londres, 2016.
- BÉLIARD, Anne-Sophie, *S'il te plaît, dessine-moi une série. Contributions en ligne et séries télévisées*, Les Cahiers de l'EMNS, Presses des Mines, 2016.
- BLANC, Guillaume, « Les pratiques de réception télévisuelle dans les foyers à l'épreuve de l'audiovisuel numérique », *Études de communication*, n° 44, 2015, p. 63-78.
- BOULLIER, Dominique, *La télévision telle qu'on la parle: trois études ethnométhodologiques*, L'Harmattan, 2004.
- BOURDAA, Mélanie, « Les fans studies en question: perspectives et enjeux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, vol. 7, 2015.
- CEFRIO, « Se divertir en ligne », *NETendances 2017*, vol. 8, n° 4, 2017a.
- CEFRIO, *Visionnement connecté par les jeunes de 12 à 25 ans au Québec*, 2017b.
- COMBES, Clément, *La pratique des séries télévisées: une sociologie de l'activité spectatorielle*, thèse de doctorat, ENMP, 2013.
- CORNER, John, « Sens, genre et contexte: la problématique du « savoir public » dans les nouvelles études de la réception », *Réseaux*, vol. 14, n° 79, 1996, p. 9-29.
- DUBOIS, Elizabeth et Heather FORD, « Trace interviews: An actor-centered approach », *International Journal of Communication*, vol. 9, 2015, p. 2067-2091.

- GIRE, Fabienne et Fabien GRANJON, « Les pratiques des écrans des jeunes français. Déterminants sociaux et pratiques culturelles associées », *RESET – Recherches en sciences sociales sur Internet*, vol. 1, 2012.
- HINE, Christine, « Ethnographies of online communities and social media: Modes, varieties, affordances », dans Nigel G. FIELDING, Raymond M. LEE et Garet BLANK (dir.), *The SAGE Handbook of Online Research Methods*, SAGE Publications, 2017, p. 401-413.
- JENKINS, Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.
- KERVELLA, Amandine et Marlène LOICQ, « Les pratiques télévisuelles des jeunes à l'ère du numérique: entre mutations et permanences », *Études de communication*, n° 44, 2015, p. 79-96.
- LANG, Marie-Ève, « Le blogue "privé" comme méthode de recherche en études féministes », *Recherches féministes*, vol. 29, n° 1, 2016, p. 71-90.
- LICOPPE, Christian et Julien FIGEAC, « L'organisation temporelle des engagements visuels dans des situations de multi-activité équipée en milieu urbain », *Activités*, vol. 11, n° 1, 2014, p. 65-85.
- LIVINGSTONE, Sonia et Claire LOCAL, « Measurement matters: Difficulties in defining and measuring children's television viewing in a changing media landscape », *Media International Australia*, vol. 163, n° 1, 2017, p. 67-76.
- MARRES, Noortje, « The redistribution of methods: On intervention in digital social research, broadly conceived », *The Sociological Review*, vol. 60, 2012, p. 139-165.
- MILLERAND, Florence, Christine THOËR et Caroline VRIGNAUD, « Regarder des séries en ligne: les formes de l'attachement chez de jeunes adultes québécois », dans Jean CHATEAUVERT et Gilles DELAUD (dir.), *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*, L'Harmattan, 2016, p. 557-571.
- MORLEY, David, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Comedia, Routledge, 1986.
- ORGAD, Shani, « From online to offline and back: Moving from online to offline relationships with research informants », dans Christine HINE (dir.), *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*, Berg, Oxford, 2005, p. 51-66.
- PASQUIER, Dominique, *L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*, Presses des Mines, 2018.
- PASQUIER, Dominique, *De la culture des sentiments*, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1999.
- PASQUIER, Dominique, Valérie BEAUDOUIN et Tomas LEGON, « Moi, je lui donne 5/5 ». *Paradoxes de la critique amateur en ligne*, Presse des Mines, 2014.
- PROULX, Serge et Marie-France LABERGE, « Vie quotidienne, culture télé et construction de l'identité familiale », *Réseaux*, vol. 13, n° 70, 1995, p. 121-140.
- ROGERS, Richard, *Digital Methods*, The MIT Press, 2013.
- SILVERSTONE, Roger, Eric HIRSCH et David MORLEY, « Listening to a long conversation: An ethnographic approach to the study of information and communication technologies in the home », *Cultural Studies*, vol. 5, n° 2, 1991, p. 204-227.

- SNEE, Helene, Christine HINE, Yvette MOREY, Steven ROBERTS et Hayley WATSON (dir.), *Digital Methods for Social Science. An Interdisciplinary Guide to Research Innovation*, Palgrave Macmillan, 2016.
- SPIES, Virginie, « Twitter, l'avenir de la télévision ? », dans Jean CHATEAUVERT et Gilles DELAVALD (dir.), *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur*, L'Harmattan, 2016, p. 489-500.
- THOËR, Christine *et al.*, « Sur le Web, je regarde des vidéos, des séries et des émissions : Catégorisation des contenus de divertissement visionnés en ligne par les jeunes de 12 à 25 ans », *Comunicazioni Sociali*, n° 2, 2015, p. 191-207.
- VICENTE, Paula et Elizabeth REIS, « The "frequency divide" : Implications for Internet-based surveys », *Quality & Quantity*, vol. 47, n° 6, 2013, p. 3051-3064.