

FAUT-IL S'INQUIÉTER DE LA PROGRESSION DE L'ÉCOUTE DE VIDÉOS SUR INTERNET ? DES JEUNES RACONTENT...

Christine Thoër et Florence Millerand¹

Regarder des contenus vidéo (séries télévisuelles, webséries, émissions télévisées, capsules vidéo) sur Internet pour se divertir constitue l'activité connectée la plus populaire chez les jeunes (Raco, 2014). La plateforme YouTube est d'ailleurs le site préféré des Canadiens âgés de 8 à 15 ans (Steeves, 2014). Selon une étude américaine (Defy Media, 2016), réalisée auprès de jeunes âgés de 13 à 24 ans, 96 % d'entre eux regardent des vidéos en ligne, consacrant en moyenne 12,1 heures par semaine à des vidéos gratuites, 8,8 heures à des contenus provenant des sites de vidéos sur demande comme Netflix, et 8,2 heures à la télévision satellite ou câblée. Pour les jeunes, regarder des contenus vidéo se fait donc désormais principalement de manière connectée.

Plusieurs facteurs expliquent la popularité du visionnement de vidéos sur Internet. La multiplication des appareils, l'augmentation de la taille des écrans des cellulaires et l'amélioration des connexions réseaux

1. Nous remercions C. Vrignaud, N. Duque et J. Gaudet, respectivement agente, assistante de recherche et professeure associée au centre de recherche ComSanté-UQAM pour leur collaboration à la collecte et à l'analyse des données présentées dans ce chapitre. Précisons que cette recherche a été financée grâce à une subvention du Conseil de recherche en sciences humaines du Canada.

ont certainement contribué à rendre la pratique attractive (Davidson et Martellozzo, 2013). Mais c'est avant tout la multiplication de l'offre de séries et de vidéos en format numérique qui a eu un effet déterminant (Beuscart, Beauvisage et Maillard, 2012). Ces contenus se diffusent par les sites de rattrapage ou *replay* des chaînes de télévision traditionnelles, par les plateformes en ligne des réseaux de câblodiffusion et celles des fournisseurs d'accès Internet et des acteurs Web comme Netflix, qui fonctionnent par abonnement. Les usagers peuvent aussi accéder aux contenus de divertissement par une multitude de sites gratuits qui les renvoient vers des serveurs parfois illégaux.

Les jeunes participent également à la production de contenus audiovisuels sur Internet et 27 % des 12-17 ans ont enregistré et diffusé des vidéos sur Internet (CEFRIO, 2014). À ces contenus, s'ajoutent les productions de contributeurs indépendants, semi-professionnels, pour la plupart des jeunes adultes, qui créent des chaînes sur YouTube pour diffuser des séries de sketches, des tutoriels ou des sessions de jeux vidéo commentées (Crick, 2016). Plusieurs de ces youtubeurs sont de véritables stars et sont suivis par des millions de jeunes abonnés (*Banc Public*, 2016). Sur Internet, les jeunes disposent ainsi d'une multitude de contenus qu'ils peuvent visionner facilement et à peu de frais. Combien de temps les jeunes au Québec consacrent-ils à cette pratique et quel sens prend-elle dans leur vie? Faut-il s'inquiéter de la progression de l'écoute de vidéos sur Internet?

Pour tenter de répondre à ces questions, nous présentons dans ce chapitre, les résultats d'une recherche visant à documenter les pratiques de visionnement de contenus vidéo sur Internet chez les jeunes Québécois âgés de 12 à 25 ans. Nous avons essayé de comprendre comment le fait d'accéder, de regarder, de partager ou de commenter des contenus vidéo de manière connectée façonne le visionnement et le sens que les jeunes accordent à cette pratique. Notre démarche s'appuie sur la sociologie des usages (Jauréguiberry et Proulx, 2011) qui permet de comprendre comment les individus se saisissent des technologies et les intègrent dans leur quotidien. En effet, il ne suffit pas que les technologies soient disponibles pour que les individus les utilisent, leur usage étant éminemment social. Cet usage s'inscrit dans la continuité de pratiques existantes et des contextes sociaux particuliers et dans une culture qui accorde une place centrale au divertissement (Reverdy, 2016). S'intéresser aux usages des technologies, c'est d'abord s'intéresser aux usagers, dans notre cas les jeunes, et à la façon dont ils s'approprient les technologies de visionnement connecté. Nous avons notamment cherché à comprendre ce que «regarder des vidéos sur Internet» signifie de leur point de vue, à chacun et chacune à leur manière, sans présumer *a priori* de l'utilité ou du bien-fondé de ces pratiques, ni de leurs éventuels dangers ou bénéfices. Nous avons ainsi voulu cerner à la fois les contenus regardés, les contextes d'écoute et les durées de visionnement, mais aussi et surtout, la perception

des jeunes sur ces contenus, ces modalités d'écoute, et sur le temps qu'ils y consacrent. À partir de l'activité réflexive des acteurs sur leurs pratiques, nous visons à dépasser le regard pessimiste et inquiet souvent porté sur le visionnement de vidéos sur Internet et, plus généralement, sur tous les usages d'Internet en matière de divertissement (Minotte, 2015). Ces pratiques sont en effet fréquemment qualifiées de dangereuses pour la jeunesse et la société, par les médias, les experts et les éducateurs (Wibrin, 2012).

Afin de cerner le sens que les jeunes donnent à l'intégration du visionnement de vidéos sur Internet dans leur quotidien, nous avons privilégié une méthodologie qualitative. En 2014 et 2015, nous avons organisé 14 groupes de discussion (pour un total de 82 participants) et mené 29 entrevues semi-dirigées avec des jeunes Québécois âgés de 12 à 25 ans. D'origine culturelle variée, ces jeunes vivaient dans divers quartiers favorisés et défavorisés du Grand-Montréal et fréquentaient des établissements d'enseignement en français, ou certains, parmi les plus âgés, étaient exclusivement sur le marché du travail. Pour rendre compte de la parole des jeunes, nous avons résolu d'insérer dans le texte de nombreux extraits des échanges menés avec les participants rencontrés.

7.1. LA PLACE DU VISIONNEMENT DE VIDÉOS SUR INTERNET DANS LA VIE DES JEUNES

7.1.1. Des contenus multiples, une consommation hyperpersonnalisée

Les jeunes rencontrés déclarent visionner une multitude de contenus en ligne dans une perspective de divertissement. Le visionnement ne se fait pas exclusivement en ligne puisque les plus jeunes continuent à regarder la télévision, entre autres avec leurs parents. La télévision reste donc, à ce stade-ci, une source d'accès importante aux émissions et séries, en particulier parmi les jeunes provenant de milieux socioéconomiquement défavorisés.

Nos participants distinguent les contenus visionnés selon leur format long ou court. Les formats longs sont plus souvent des contenus issus de la télévision (notamment des séries et des émissions de télé-réalité, émissions d'affaires publiques, talk-shows, documentaires, etc.) diffusés sur les sites des chaînes ou sites de rattrapage ou *replay*, comme Tou.tv, et sur les sites de diffusion en continu illégal ou légal, notamment Netflix. Les formats courts sont des vidéos disponibles uniquement sur le Web auxquelles les jeunes accèdent principalement à travers des réseaux sociaux, YouTube étant la plateforme la plus souvent utilisée par nos participants. Les vidéos sont très populaires auprès de tous nos participants, étant visionnées par 87 % des jeunes rencontrés, et particulièrement auprès des

plus jeunes qui semblent, pour la plupart, préférer les formats plus courts : « *Quand je vois des vidéos de 25 minutes, ça me décourage. J'arrête à la moitié* » (groupe de filles, 12-14 ans). En outre, les vidéos occupent une plus grande portion du temps que consacrent les plus jeunes à regarder des contenus sur Internet (41 % du temps total des 12-13 ans contre 30 % du temps des 20-25 ans). Ces constats vont dans le sens d'études américaines récentes qui montrent la popularité des contenus de courte durée auprès des jeunes (Benhamou, 2014).

Si, pour chaque tranche d'âge, on retrouve des contenus regardés par la majorité, on observe que les modes de consommation sont hyperpersonnalisés. Par exemple, lors des quatre premiers groupes de discussion réalisés auprès de 21 jeunes âgés de 18 à 25 ans, ceux-ci ont cité pas moins de 102 séries visionnées dans les trois derniers mois (63 pour les garçons et 62 pour les filles), témoignant de la diversification des séries visionnées même si plusieurs sont populaires auprès de tous (p. ex. *Game of Thrones*, *House of Cards*, *Boardwalk Empire*, *Homeland*, *How I Met Your Mother*, *Shameless*, *Orange Is the New Black*, etc.). Ce phénomène d'hyperpersonnalisation de la consommation semble encore plus accentué en ce qui concerne les vidéos visionnées sur les médias sociaux et notamment sur la plateforme YouTube. Nombre de vidéos correspondent en effet à des intérêts ou à des passions personnelles (un sport, une activité artistique, une actualité scientifique, la vie des vedettes, la cuisine, etc.) et sont donc plus difficiles à partager avec d'autres. Chacun se construit ainsi, au fur et à mesure de sa consommation, un profil de visionnement de vidéos courtes très personnalisé dont le contenu semble plus difficile à partager.

Je regarde beaucoup moins YouTube quand je suis avec ma copine [...] parce que YouTube [...] c'est des trucs personnels, vu que c'est toi qui as choisi de t'abonner [...] Donc souvent moi, mes vidéos, c'est la suite des vidéos, des miniséries que je regarde, ou des vidéos sur mes jeux vidéo, mais pas des trucs qui l'intéressent elle, alors que les séries, c'est un truc qu'on a décidé de regarder ensemble (Nicolas, 18 ans).

7.1.2. Des contextes et des modes d'accès aux contenus diversifiés

Les jeunes rapportent utiliser différents appareils pour regarder leurs contenus de manière connectée (téléphone intelligent, ordinateur portable, ordinateur branché à la télévision, tablette, console de jeu branchée à la télévision). Les modes de connexion aux sites de visionnement en ligne sont ainsi très variés : téléchargement par des sites de Torrents, diffusion en continu illégale ou légale et gratuit comme sur les plateformes YouTube, Vine ou Snapchat, diffusion en continu au moyen d'un abonnement à Netflix familial ou partagé avec des amis. Le choix des modalités d'accès

diffère essentiellement en fonction des contenus recherchés (ceux-ci n'étant pas disponibles sur toutes les plateformes), du coût et, enfin, de l'aspect pratique et convivial des plateformes. À ce titre, l'ensemble des jeunes apprécie la facilité et la convivialité des plateformes YouTube et Netflix.

Fait marquant, regarder des contenus sur Internet se fait majoritairement de manière individuelle, par opposition à l'écoute de la télévision qui reste plus souvent associée à certains moments de visionnement collectif, notamment, le film familial regardé la fin de semaine mais qui, pour les plus âgés, tend à disparaître : « *Ça existe encore la télé ?* » (François, 18 ans). Certes, les plus jeunes visionnent régulièrement sur Internet des contenus, émissions ou séries, avec un de leurs parents, leurs frères et sœurs ou encore des amis. Mais le visionnement de vidéos sur YouTube constitue une activité presque toujours solitaire, très rarement partagée ou discutée avec les parents, même chez les plus jeunes (12-16 ans).

Au sein du foyer, la mobilité de certains périphériques permet de faire varier les lieux de visionnement, plusieurs des jeunes rapportant ainsi des pratiques de visionnement dans le salon, la chambre, la cuisine et même, pour certains, la salle de bains : « *avec mon téléphone, je peux écouter quand je me brosse les dents* » (Mélanie, 14 ans). Mais la chambre, espace de construction identitaire et d'autonomisation pour les adolescents (Glevarec, 2010) reste le lieu privilégié pour regarder des vidéos sur Internet, notamment pour ceux qui vivent chez leurs parents.

Selon le genre, nous avons constaté une spécialisation des lieux d'écoute, plus marquée chez les plus âgés. Ainsi, les garçons et les jeunes hommes rapportent plus souvent s'installer dans le salon, sur le canapé pour visionner des contenus en ligne avec la télévision connectée à une console de jeux ou avec un ordinateur connecté au moyen d'un câble HDMI. Les filles préfèrent l'intimité de leur chambre et s'installent sur leur lit avec leur cellulaire, leur ordinateur portable ou une tablette. Il faut peut-être rappeler que le téléphone cellulaire permet aussi une grande mobilité du visionnement à l'extérieur du foyer (dans les transports publics, à l'école, à l'université, au travail, etc.) et une pénétration croissante de cette pratique dans différents temps sociaux.

7.1.3. Des écrans connectés et un ancrage du visionnement connecté dans le quotidien

Le temps que les jeunes rencontrés estiment consacrer au visionnement de contenus de divertissement en ligne est important (moyenne de 3 h 37 par jour). Toutefois, le temps quotidien consacré au divertissement en ligne varie grandement selon les jeunes (allant de 20 minutes à 10 h 45), le genre (50% des filles visionnant 4 heures et plus de contenus de divertissement en ligne par jour, alors que pour les garçons, la médiane est

de 3 heures), le moment de visionnement (pendant la semaine ou la fin de semaine). Par ailleurs, le temps consacré au visionnement connecté semble globalement progresser avec l'âge, les plus âgés visionnant des contenus très tard dans la nuit.

Le temps de visionnement sur Internet se répartit sur différentes périodes de la journée et de la semaine. La soirée, après le souper, constitue une période de visionnement mentionnée par presque tous nos participants; elle est généralement liée au visionnement de séries ou d'émissions télévisées. Pour les plus jeunes, la taille réduite des cellulaires ou des tablettes permet de regarder discrètement, et même de se dissimuler sous les draps, et ainsi de s'affranchir des limites imposées par les parents tant en termes de choix de contenus («*On regarde seule parce qu'on veut pas être dérangée, parce que s'il y a une action explicite, je veux pas que mon père ou ma mère voit ça*» (groupe de filles, 14-16 ans), que du temps de visionnement, notamment en soirée.

- Garçon 1 – *J'ai un couvre-feu, mais c'est environ... Je peux dépasser.*
 Animateur – *C'est quoi l'heure limite?*
 Garçon 1 – *10 h 30. Mais, je peux escalader.*
 Garçon 2 – *Et comment est-ce que tu fais pour escalader?*
 Garçon 1 – *Je m'allonge sur mon lit et je prends mon cellulaire.*
 Garçon 2 – *Mais toi tu escalades l'Everest, parce que 10 h... mais des fois je te vois en ligne à 2 heures [du matin].*
 Animateur – *Comment tu le vois en ligne?*
 Garçon 2 – *Parce que moi aussi j'y suis [rires] (groupe garçons, 14-16 ans).*

La deuxième période de visionnement en ligne largement mentionnée par nos participants commence dès le retour de l'école, de l'université ou du travail, et se poursuit jusqu'au souper. À ces deux grands moments de visionnement sur Internet s'ajoutent en semaine, et pour certains, le visionnement le matin, avant de partir à l'école, et pour les plus âgés, pendant l'heure du lunch, de contenus généralement courts (séries de 20 minutes, vidéos). Les pauses dans le courant de la journée, ces interstices où l'on n'a «rien à faire» constituent aussi des occasions de se divertir en ligne en regardant des vidéos, sur le téléphone cellulaire en particulier. La fin de semaine, le temps consacré au visionnement connecté de vidéos, de séries et, dans une moindre mesure, de films augmente pour tous. Près des deux tiers de nos participants rapportent pratiquer le visionnage en rafale ou *binge-watching*, qu'ils décrivent comme l'écoute de plusieurs épisodes en rafale pendant une journée entière, voire, pour les plus âgés, pendant un weekend complet.

Nos résultats mettent ainsi en évidence la diversité des pratiques de visionnement de vidéos sur Internet avec toutefois certains constats principaux: l'importance du temps consacré au visionnement en ligne

qui remplace, pour plusieurs jeunes, l'écoute de la télévision, le caractère principalement individuel du visionnement sur Internet, la popularité des formats courts et l'intégration de cette pratique dans tous les temps du quotidien même si certains moments de visionnement demeurent, soit le retour de l'école et la soirée après le souper. La place importante que prend le visionnement connecté de vidéos dans la vie des jeunes est à mettre en lien avec les multiples significations dont les jeunes investissent cette pratique.

7.2. LE SENS DONNÉ PAR LES JEUNES AU VISIONNEMENT DE VIDÉOS SUR INTERNET

7.2.1. Le sentiment d'autonomie associé au visionnement connecté

Regarder de manière connectée, c'est avant tout, expliquent les jeunes, se donner le choix de ce que l'on regarde, du moment et du contexte de visionnement. Sur Internet, nos participants affirment se sentir maîtres, « en contrôle » et pouvant se détacher des contenus, du rythme et des temporalités de programmation des chaînes gratuites et câblées. Ils ne sont plus obligés de regarder « *ce que tout le monde regarde* » :

[sur Internet)], je peux vraiment décider quand je regarde et où je regarde, parce qu'on ne peut pas se promener avec une télé partout. ET on n'a pas toujours à se restreindre à la programmation de la télé. Et il y a moins de pubs souvent (Sandra, 19 ans).

Cette autonomie contraste avec le manque de contrôle dont les jeunes font mention concernant les contenus offerts à la télévision, pour ceux qui la regardent encore : « *J'ai perdu l'attrance de la télé, parce que c'est ma mère qui a le droit de veto sur la télé à partir de huit heures* » (groupe de garçons, 17-19 ans).

Regarder les contenus vidéo sur Internet permet aussi de décider du nombre d'épisodes de séries ou de vidéos YouTube qui seront enchaînés. Certains jeunes expliquent qu'ils attendent qu'une quantité suffisante d'épisodes soit disponible avant de commencer le visionnement d'une série. Offrir des saisons complètes est d'ailleurs l'une des particularités de l'offre de Netflix qu'apprécient plusieurs des participants rencontrés.

Je déteste regarder des séries qui sont en train d'être mises en ligne ou qui sont à la télé en ce moment. Je prends toujours des trucs de 2 ou 3 ans et là je commence à en regarder plein. [...] Ça m'énerve d'attendre une semaine, je préfère contrôler mon temps (groupe filles, 20-25 ans).

Les jeunes déclarent également trouver sur Internet une grande diversité de contenus, accédant ainsi aux contenus « *de toutes les télévisions du monde* » ou à ceux disponibles uniquement sur Internet, ce qui leur permet de construire un programme de visionnement très personnalisé. Le visionnement sur Internet donne aussi la possibilité d'accéder aux versions originales, pour lesquelles optaient la plupart de nos participants, qui regardent principalement mais pas uniquement des contenus américains avec ajout de sous-titres en anglais. Enfin, ce type de visionnement permet de se libérer des pauses publicitaires présentes à la télévision (« *La publicité n'existe plus!* »), plusieurs participants recourant à des dispositifs de blocage de type *Adblock* pour éviter les pages de publicités intempestives qui s'ouvrent lors de la consultation des sites de diffusion en continu ou de téléchargement. Certains se disent toutefois prêts à regarder les publicités pour encourager les producteurs semi-amateurs des contenus qu'ils apprécient particulièrement. En bref, ils acceptent d'être exposés aux publicités lorsqu'ils ont choisi de l'être. Enfin, ils apprécient la gratuité et la convivialité d'Internet, qui, selon eux, est beaucoup plus facile à utiliser qu'une télévision câblée: « *Je pense qu'Internet, c'est beaucoup plus utile et beaucoup plus facile à utiliser que la télé* » (François, 18 ans).

7.2.2. L'importance des rituels de visionnement

Comme pour l'écoute de la télévision traditionnelle, la détente, le décrochage de la journée et la relaxation sont au cœur du visionnement connecté, qui implique une installation confortable devant l'écran. Le visionnement de vidéos sur Internet peut aussi constituer un moment de transition entre la présence à l'extérieur et le retour chez soi, entre la journée et la nuit, et il est notamment utilisé par certains pour faciliter l'endormissement. Regarder une émission sur Internet avant de se coucher: « *ça me relaxe, genre, ça enlève de ma tête des affaires que je pense, mettons l'école* » (Megan, 12 ans), « *ça permet d'oublier tout ce à quoi j'ai pensé pendant la journée, les études et tout ce que je dois faire avant de dormir* » (François, 18 ans).

Regarder des contenus en ligne est également un moyen de passer le temps lorsqu'on est seul et qu'on s'ennuie: « *Moi, c'est juste pour passer le temps, j'ai un trou et par habitude je sors mon cell, et je regarde, et la moitié des trucs sur Facebook, c'est des vidéos* » (groupe de garçons, 17-19 ans). Le visionnement de vidéos peut aussi prendre place pendant que les jeunes sont engagés dans des activités qu'ils jugent peu intéressantes (p. ex. faire la vaisselle, le ménage, faire ses devoirs, ranger sa chambre), qui apparaissent de ce fait moins pénibles. Tous ou presque pratiquent le multi-tâche: « *Je me trouve une petite série, je l'entends en fond, je réduis la taille de l'écran et je réponds à mes courriels, je fais des choses un peu administratives qui demandent pas trop de concentration, je fais du ménage, de la couture* »

(groupe de filles, 20-25 ans). Enfin, le visionnement de vidéo peut se superposer aux activités de travail scolaire, ou encore rythmer, par des pauses régulières, le temps que les jeunes y investissent.

Si c'est un petit devoir de grammaire et que c'est assez simple alors là, je me dis que c'est pas grave et que je peux regarder une vidéo en même temps. C'est pas comme si ça va compter. [...] Mais bien sûr, quand je travaille vraiment, par exemple, sur un rapport de laboratoire, là je vais prendre quelques pauses parce que je vais quand même m'ennuyer à quelques reprises. Comme par exemple, à chaque trente minutes, on va dire, je vais regarder une vidéo de 3 ou 5 minutes (Hilana, 15 ans).

Lorsque le visionnement se superpose ou s'insère dans d'autres activités, les jeunes optent pour une série courte ou des vidéos sur YouTube et leur écoute est plus distante, plus légère, la vidéo constituant parfois juste un bruit de fond qui meuble le silence. Certains participants, notamment des filles, utilisent d'ailleurs les contenus vidéo défilant sur Internet pour faire présence, cette fonction pouvant aussi être activée hors foyer grâce aux appareils mobiles. Plusieurs jeunes femmes soulignent ainsi combien le bruit de fond de la série est rassurant parce qu'associé à l'idée du chez-soi, et peut être activé lorsqu'elles se sentent seules, stressées ou anxieuses.

Regarder une vidéo sur Internet, par exemple une série, accompagne pour plusieurs le repas ou la collation, à la maison ou à l'extérieur du domicile. Ce faisant, la pratique est intimement liée à ces rituels, voire contribue à définir ces moments : «*Pour que ce soit une vraie pause déjeuner, ou une vraie pause dîner, ça prend nécessairement de marquer le coup, de manger avec une série*» (Bianca, 21 ans). Pour certains plus âgés, inclure le visionnement de vidéos pendant le temps du repas est aussi un moyen de ne pas trop empiéter sur leur temps de travail scolaire : «*J'aime bien [regarder] en mangeant parce que j'ai l'impression que je ne suis pas contre-productive quand je fais ça. Et je me dis que de toute façon j'utiliserais mon temps pour manger*» (Sandra, 19 ans). Accompagner le repas du visionnement de vidéos n'est pas une pratique nouvelle, la télévision est présente à ce moment de retrouvailles dans les foyers nord-américains depuis les années 1950 (Spiegel, 1992). Toutefois, dans le cadre du visionnement connecté, la pratique du repas devant l'écran est plus souvent individuelle.

Regarder des vidéos en ligne constitue aussi pour beaucoup, une pratique de retrouvailles avec soi, un rendez-vous familial, presque un compagnon de vie, comme le soulignent plusieurs jeunes femmes : «*Moi, j'ai comme une relation, une relation amoureuse très fidèle à une série*», «*C'est vraiment comme un chum*» (groupe de filles, 20-25 ans). Le visionnement connecté permet d'ailleurs de regarder dans un mode plus intime, de s'immerger dans la série ou dans l'univers des youtubeurs, parfois avec l'aide des écouteurs qui isolent de l'extérieur, y compris dans les espaces publics. Cette intimité permet aux jeunes d'être tout à fait concentrés et de se laisser aller aux émotions que suscite le visionnement. «*Moi, c'est une religion. Je veux*

être tout seul dans ma bulle, avec mes écouteurs, avec mon bag de chips. Il faut qu'il y ait personne dans la maison» (groupe de garçons, 20-25 ans). C'est d'ailleurs, entre autres, pour avoir la possibilité de regarder en mode concentré et de «faire pause» lorsqu'ils sont interrompus, afin de ne rien manquer, que les jeunes apprécient regarder leurs contenus vidéo sur Internet plutôt qu'à la télévision.

Lorsque c'est vraiment quelque chose qui me plaît, je regarde ça toute seule dans ma chambre [...] lorsque je regarde à la télé, il y a toujours mes parents et ils sont toujours dans le salon. Comme, par exemple, un jour, la série que j'aimais beaucoup, je voulais la regarder sur la télé parce que ça venait à CTV à 8 h et si je voulais la regarder sur l'ordinateur, il fallait que j'attende le lendemain... Et là, mon père il voulait pas, il voulait regarder sa propre série. Et des fois quand moi je regarde ma propre série, mes parents ils viennent, ils commencent à demander des questions et moi j'essaie de me concentrer sur le film, ou alors des gens viennent m'interrompre... Alors que lorsque c'est sur l'ordinateur, je peux faire pause et là, je peux partir m'occuper de ce que je dois faire et je peux re-continuer (Hilana, 15 ans).

Regarder une vidéo en ligne peut aussi constituer une activité partagée, qui s'ancre dans le quotidien et peut devenir un rituel à deux, notamment pour les jeunes en couple, constituant un moment de retrouvailles et de proximité corporelle: «dans le lit avec l'ordi», «au fond du canapé», à regarder «une série à nous». Ces rituels partagés à deux peuvent aussi, mais plus rarement, se dérouler entre amis, notamment chez les jeunes filles dont plusieurs rapportaient regarder des vidéos avec leur meilleure amie: «tous les jours, on regarde Paint et GMM parce que mon amie elle aime ça les parodies, elle aime ça la chanson, moi aussi, donc on écoute ça ensemble, on rit, c'est drôle, des fois on apprend même les chansons par cœur» (Lea, 15 ans).

Enfin, le visionnement connecté peut devenir un rituel collectif, notamment décrit par les plus âgés, qui se réunissent certains soirs de finales de saison de séries. Cette écoute collective peut être très légère et festive ou, au contraire, très focalisée comme l'ont expliqué des jeunes hommes, dans le cas des séries qu'ils décrivent comme «intenses» et qu'ils suivent au fur et à mesure de leur diffusion: «Le dimanche, on a comme une nouvelle tradition, on se réunit 10 ou 12 amis pour écouter [l'émission] Tout le monde en parle et puis après ça Walking Dead. Et quand Walking Dead arrive, tu sais, hou, ça parle plus» (groupe de garçons, 20-25 ans).

7.2.3. L'attachement aux personnages et aux univers représentés

Nos participants témoignent aussi d'un attachement aux personnages des séries, webséries et ainsi qu'à certains youtubeurs. Tous privilégient les personnages drôles, forts, souvent complexes et hors normes, qu'ils décrivent comme réalistes et inspirants comme l'ont déjà souligné Jost (2011) et Glevarec (2012), dans leurs travaux sur l'engouement pour les séries.

mon coup de cœur cette année, ça a été Homeland. J'ai vraiment, vraiment aimé ça parce que la personnage principale [...] Elle est bipolaire, donc elle a des troubles mentaux, mais elle n'est pas censée travailler à la CIA si elle a des troubles mentaux. Donc, elle essaie de les cacher pour pas qu'on... C'est des problèmes, des vrais problèmes mentaux. Pis je trouve ça assez impressionnant de voir comment elle s'arrange avec tout ça et j'ai pu m'identifier à elle [...] Je suis pas bipolaire mais tsé [...] tu voyais qu'elle avait des failles, des fois, elle pétait un plomb (groupe de filles, 20-25 ans).

Le caractère réflexif des narrations (les séries accordant une place nouvelle à l'intimité, à travers les voix *off* qui interpellent le spectateur) semble favoriser un attachement aux personnages. Plusieurs participants déclaraient ressentir un vide lorsqu'ils n'avaient plus d'épisodes disponibles à visionner « *Quand la série se termine, [...] t'es en deuil des personnages, parce qu'il y a un laps de temps à attendre* » (groupe de filles, 20-25 ans). Au point que certains peuvent recommencer le visionnement de la saison terminée, en attendant la sortie de la prochaine pour ne pas sortir de l'univers de la série. Comme vu dans le chapitre 6 sur les jeux vidéo, l'attachement des joueurs aux personnages passe ainsi par l'affect et constitue un point d'ancrage, qui pourrait les rendre accros.

Dans cette logique, les jeunes rencontrés s'intéressent à des séries représentant des univers ou des situations auxquels ils peuvent s'identifier, déclarant trouver dans ces contenus des exemples de résolution de problèmes auxquels ils peuvent se référer : « *Chaque situation de la vie me fait penser à une série* » (Félix, 15 ans). Ils affectionnent aussi les séries qui les transportent dans des univers plus éloignés d'eux et soulignent que la durée de la narration (plusieurs épisodes par saison et plusieurs saisons), et surtout l'intensité de la pratique de visionnement, permet de rentrer pleinement dans l'histoire et de se plonger dans un univers que l'on découvre au fil des épisodes : « *j'ai fait peut-être les trois saisons en une semaine et j'ai dévoré le truc. Ça nous permet vraiment d'entrer dans cet univers-là* » (groupe de filles, 20-25 ans). Plusieurs insistent sur le fait qu'ils ont le sentiment de pénétrer dans ces univers au risque de s'y perdre : « *tu te rends dans une zone bizarre et tu penses juste à ça* », « *T'es comme dans une autre vie [...] en regardant ça, pus rien a d'importance* » (groupe de filles, 20-25 ans).

La durée de la narration favorise aussi l'attachement aux personnages, y compris dans les contenus au format animé. « *Même maintenant, avec mes amis, on a tous 18-19 ans, on va dire "Ah, moi, je suis Naruto, toi t'es Sasuke". On s'identifie beaucoup parce qu'on regarde ça depuis... Naruto, depuis que je suis enfant, je connais ça, depuis que j'ai 10 ans, je pense* » (François, 18 ans).

Beaucoup des jeunes rencontrés appréciaient aussi les univers fantastiques et les situations un peu extrêmes, qu'ils découvrent en ressentant un mélange de dégoût et de fascination : « *The Walking Dead [...] je trouve*

ça... les affaires comme les zombies, je trouve ça un peu dégueu, pis j'aime ça, donc, ouais, j'écoute ça, pis j'aime ça quand, genre, ça fait peur un p'tit peu pis que c'est stressant» (Megan, 12 ans). La dimension cathartique des univers qui sont représentés étant augmentée par l'intensité du visionnement.

Visionner des contenus vidéo sur Internet est aussi perçu comme un moyen d'apprendre, l'anglais entre autres, et de développer sa culture générale: *«Quand je regarde House of Cards, je me sens plus intelligent»* (groupe de garçons, 20-25 ans). Certains soulignent que les séries actuelles offrent une autre perspective sur l'histoire ou sur le monde contemporain et leur permettent de découvrir des univers professionnels qui pourraient les attirer.

Dr. Grey's Anatomy, ça me donne des idées, mettons, que tu fais beaucoup d'heures quand t'es en médecine, tu fais quand même 80 heures/semaine, des affaires de même...

[...] Je trouve que c'est beaucoup mais je trouve que ça a quand même l'air intéressant [...] Eux autres sont chirurgiens, fait que faire de la chirurgie, c'est comme vraiment intense pis c'est stressant, mais eux autres ils adorent tellement ça que peut-être que moi j'aimerais faire [...] quelque chose comme ça (Megan, 12 ans).

Les nombreux tutoriels disponibles sur YouTube permettent aussi des apprentissages concrets de différentes pratiques de la vie de tous les jours comme cuire un œuf, faire un nœud de cravate, se maquiller, se coiffer, etc., et de nouvelles compétences en matière de sport, d'art, de musique. *«Je regarde une vidéo avec un gars qui joue la chanson et avec les tables et j'apprends par-dessus. C'est un peu, pas éducatif, mais c'est... pour apprendre à jouer. C'est comme ça que j'ai appris à jouer de la guitare»* (groupe de garçons, 17-19 ans). Les vidéos sont ainsi utilisées comme une base de connaissance que l'on peut activer lorsque le besoin s'en fait sentir sur toutes sortes de sujets et de compétences.

Selon l'âge et le genre, nombre de nos participants suivent des youtubeurs en visionnant de manière quasi systématique leurs productions régulières. Plusieurs ont insisté sur le fait qu'ils pouvaient s'identifier à ces youtubeurs, soulignant le caractère authentique de leur discours, qui diffère, selon eux, des discours véhiculés par les médias traditionnels.

Tu peux te relier à eux. C'est pas quelque chose qui est écrit à l'avance. Eux, ils écrivent ça eux-mêmes et quand ils présentent tu le vois que comme ils se rapprochent de toi [...] Ce sont des personnes qui sont... qui se comportent comme nous et qui sont aussi proches de nous comme en âge donc [...] ils sont pas faux, ils sont vrais. Quand ils nous parlent, on voit justement [...] qu'ils disent, genre, qu'est-ce qu'ils feraient sérieusement [...] Donc, c'est ça que j'aime (Valentin, 15 ans).

Nos participants déclaraient aussi s'identifier aux situations dépeintes par les youtubeurs dans leurs sketches, mentionnant que celles-ci s'ancrent dans le quotidien, le vrai (vie à l'école, rapport au corps, vie amoureuse,

etc.) et renvoient souvent aux difficultés et déconfitures dont ils font ou pourraient faire l'expérience. Cela permet aux jeunes de prendre conscience qu'ils ne sont pas seuls à vivre ou à ressentir telle émotion ou telle difficulté, les rassurant sur leur « normalité », certains disant parfois trouver dans ces capsules vidéo des pistes de solutions aux problèmes qu'ils rencontrent. Cette capacité de s'identifier aux youtubeurs joue un rôle important dans la relation que les jeunes tissent avec ces producteurs semi-amateurs qu'ils décrivent comme des modèles inspirants, voire pour certains « des amis ».

Il y a une fille sur YouTube, qui avait vraiment des intérêts semblables aux miens, par exemple, moi je suis pas une fille typique, j'aime beaucoup les Marvel, les super-héros, et puis quand j'étais petite, j'avais pas beaucoup de personnes avec qui je pouvais parler de ce sujet parce que les filles voulaient jouer avec des Barbies et moi, j'étais comme toujours à part. Alors, en la regardant, j'étais comme avec une nouvelle amie, virtuelle, et puis je comprenais que j'étais pas la seule, que elle aussi elle aimait les super-héros (Maria, 16 ans)

Visionner les productions de certains youtubeurs permet aussi aux jeunes d'être exposés à des modèles autres que ceux qu'ils trouvent dans leur entourage ou dans les médias traditionnels, notamment eu égard à l'identité sexuelle « [Ces youtubeuses], juste le fait qu'elles soient là, moi, je suis exposée à elles, elles ont plus de présence dans ma vie, fait que ça fait plus d'exposition LGBT, pis c'est agréable parce que c'est tellement pas ça ailleurs [dans les médias traditionnels] » (Manon, 22 ans).

L'intérêt des jeunes pour les productions des youtubeurs s'explique aussi par leur fréquence hebdomadaire et parfois quotidienne et parce que, pour certains, ils les suivent depuis plusieurs années : « Je les connais depuis longtemps, surtout Cyprien, je le regarde depuis très longtemps, depuis que j'ai 14 ans, je pense ! » (François, 18 ans). La durée de la relation donne aux jeunes le sentiment de bien connaître ces youtubeurs, de les avoir vu évoluer, ce qui ajoute à leur authenticité et au sentiment de proximité.

On voit comment est-ce qu'eux aussi ils vieillissent, comme nous là [...] On voit justement qu'ils évoluent dans leur vie, parce que des fois y'a des trucs qui vont leur arriver, ils vont le dire et là, nous aussi on est intéressé (Valentin, 16 ans).

Le caractère réaliste des productions vidéo des youtubeurs, au format semi-amateur, caméra plongeante sur le youtubeur, plan unique, généralement filmé dans sa chambre ou son salon (bien que les vidéos en extérieur et plus scénarisées semblent en progression), renforce aussi le caractère authentique de ces productions.

Il y a une différence de qualité qui nous permet de savoir. [...] Je préfère quand c'est la personne qui fait elle-même la vidéo. On voit comment on pourrait se débrouiller. Les choses, c'est lui qui les invente, c'est lui qui fait tout (Léa, 14 ans).

Enfin, plusieurs insistent sur le caractère « interactif » de la relation puisqu'il est possible de faire des commentaires aux instigateurs des chaînes YouTube. Très peu des jeunes rencontrés avaient effectivement publié des commentaires à la suite du visionnement des vidéos, mais ils rapportent lire les commentaires des autres. De plus, ils expliquent que les youtubeurs réagissent dans leurs vidéos aux demandes et questions de leur public, ce qui augmente le sentiment d'une relation interactive. On retrouve ainsi dans la relation des jeunes à certains youtubeurs, plusieurs dimensions des « relations parasociales » (Hartmann, 2008) que tissent les spectateurs avec certaines vedettes ou personnages du petit écran, notamment l'identification aux personnages, l'engagement de longue durée et le caractère interactif de la relation.

Cette très grande popularité des personnages de séries et des youtubeurs ne veut pas dire que les jeunes ne sont pas critiques à l'égard des contenus vidéo qu'ils regardent. Plusieurs jeunes témoignaient en effet d'une prise de distance, comme l'a déjà montré Pasquier (1999) concernant le rapport des adolescents à la série *Hélène et les garçons*, soulignant que certains contenus sont plus ou moins plausibles ou que d'autres sont très commerciaux. Plusieurs déclaraient notamment reconnaître facilement les stratégies de placement de produits de certains youtubeurs. De plus, leurs intérêts évoluent et ce qu'ils regardaient hier n'est plus ce qu'ils regardent aujourd'hui. Nous avons toutefois noté que les jeunes rencontrés étaient moins critiques à l'égard des contenus produits par leurs youtubeurs préférés, entre autres parce qu'ils leur reconnaissent un statut en partie amateur, mais aussi parce qu'ils sont jeunes comme eux. C'est en effet, comme le signale Balleys (2016), la première fois que les jeunes ont accès à des contenus produits par et sur les jeunes.

7.2.4. Une pratique identitaire et de socialisation

Les échanges autour des contenus regardés sur Internet sont nombreux et se déroulent hors ligne comme en ligne. Prenant place pendant et après les moments de visionnement, ils répondent à différents besoins. Le plus souvent, il s'agit tout simplement de partager le plaisir ressenti : « *Je regarde mon émission chez moi, mais après je vais chez ma meilleure amie. Je lui dis que c'est bon [...] j'ai tellement envie qu'on le regarde ensemble, qu'on en discute ensemble* » (groupe filles, 14-16 ans). Dans le cas des séries, les discussions portent souvent sur les personnages ou l'intrigue, les jeunes tentant d'en prévoir les évolutions : « *ensemble, on imagine ce qui se passe* » (groupe de garçons, 14-16 ans). Certains vont même réécrire les scénarios avec leurs amis. Dans le cas des vidéos YouTube, il s'agit essentiellement de partager le plaisir de regarder une vidéo drôle et d'en rire ensemble : « *quand par*

exemple, on est entre amis et qu'on n'a rien à faire, ce qui arrive souvent, et on se rappelle d'une vidéo qu'on a trouvée vraiment drôle [...] et on regarde des vidéos débiles ensemble» (groupe de garçons, 17-19 ans).

Les échanges entre amis, et parfois avec les parents, peuvent aussi faciliter l'appropriation du contenu si le récit est complexe et surtout permettre de réduire les tensions qu'il suscite: *«S'il y a quelque chose de vraiment important qui s'est passé dans l'émission [...] ben, je vais en parler à mon amie [...] C'est comme si j'ai besoin de parler de ce qui s'est passé [...] je sais pas, c'est comme si ça me libérait... il faut que je parle à quelqu'un»* (Megan, 12 ans). Parler du contenu d'une série permet aussi de la faire vivre au-delà du visionnement et de prolonger l'immersion dans l'univers qui lui est associé: *«J'ai envie de rester dans cet univers. Du coup, dès que je rencontre quelqu'un qui connaît la série, on en parle pendant des heures ensemble»* (Clémence, 21 ans). Ainsi, bien que le visionnement se déroule souvent individuellement, le partage joue pour la plupart des jeunes rencontrés un rôle très important dans l'appréciation d'une série. Ce type d'échange n'est par contre pas toujours possible si personne dans l'entourage ne regarde ou n'a regardé la même série, mais les réseaux sociaux et les moyens de communication comme Skype peuvent être mobilisés pendant ou après le visionnement, pour pallier l'absence d'interlocuteurs dans l'entourage immédiat. La lecture des commentaires laissés par les internautes sur les réseaux sociaux permet aussi de comparer son interprétation à celle de jeunes d'autres pays.

Dans la vidéo, si je remarque que quelque chose a été mal fait, je regarde les commentaires pour voir si quelqu'un l'a remarqué et c'est drôle. Et je regarde des fois, quand j'aime le contenu ou que j'aime pas le contenu, je regarde ce que les gens pensent, juste pour savoir la manière de penser des gens, je trouve que c'est différent selon les sections, les pays, les âges (Léa, 15 ans).

Au-delà des affinités, parler des vidéos YouTube et des séries est un sujet de conversation populaire, qui permet de prendre part à la conversation: *«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»* (Floriane, 23 ans). Avoir vu certains contenus, dont la liste varie selon la tranche d'âge et les groupes d'amis, consolide d'ailleurs l'appartenance au groupe de pairs: *«Gossip Girl, il n'y a pas une seule fille qui ne l'a pas regardé... C'est [...] une des meilleures séries [...] C'est pour les adolescentes, c'est vraiment la vie d'ados»* (groupe de filles, 14-16 ans).

Enfin, plusieurs participants ont souligné qu'en donnant accès à une multitude de contenus actuels et anciens, Internet leur permet d'accéder aux émissions et notamment aux séries qui les ont accompagnés tout au long de leur existence. Grâce à Internet, celles-ci peuvent être réécoutées *«comme un vieux disque»*, faisant revivre les émotions associées à une

période passée «*Pour moi, oui, c'est toute mon enfance Naruto*» (François, 18 ans). Porteuse d'un univers dans lequel ils ont vécu, associée à des moments ou des personnes, la série permet aussi de dire qui l'on est : «*Les séries qu'on aime, ça partage des choses de notre personnalité, ça crée vraiment un univers commun.*» L'histoire individuelle mais aussi collective (des générations ayant été marquées par certaines séries) est ainsi retrouvée grâce au visionnement connecté qui permet un accès immédiat à ces fictions sérielles et facilite leur partage. Le Web agit ainsi comme un réservoir qui garde en mémoire des films, des séries et des émissions ayant marqué les trajectoires des jeunes.

Il apparaît ainsi que l'attachement des jeunes au visionnement de vidéos sur Internet revêt plusieurs dimensions et significations, entre autres celle de l'autonomie et de l'affirmation de soi. En effet, cette pratique offre d'abord plus de souplesse concernant le choix des contenus, des moments et des espaces de visionnement. Les témoignages des jeunes illustrent aussi clairement la diversité des significations affectives et sociales associées au processus de visionnement de vidéos, qui joue un rôle de relais entre le virtuel et le réel en termes d'écho et de réaction sociale à leurs conditions de jeunes en construction identitaire. Le processus d'identification aux personnages ainsi que la socialisation dans le sens d'appartenance à un groupe ou à une communauté constitueraient ainsi des repères importants à considérer dans l'accompagnement de ces jeunes s'ils développent un mode abusif de consommation de ces contenus vidéo.

7.3. LES PERCEPTIONS ET LA GESTION DU TEMPS CONSACRÉ AU VISIONNEMENT DE VIDÉOS

Comme nous l'avons mentionné dans les premières sections de ce chapitre, les jeunes consacrent beaucoup de temps à regarder des contenus de divertissement sur Internet. Toutefois, ils avouent aussi avoir de la difficulté à évaluer le temps consacré à cette activité, et ce, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, ils s'engagent dans plusieurs activités simultanées sur Internet et trouvent malaisé d'isoler le temps consacré au visionnement en tant que tel – le numérique permettant à la fois d'écouter de la musique, de regarder une vidéo, d'envoyer des messages texte, de faire ses devoirs, etc. Cette réalité multitâche semble brouiller, jusqu'à un certain point, la mesure du temps, et ce, à cause de la juxtaposition de plusieurs réalités virtuelles. Évaluer le temps consacré à regarder des contenus aux formats courts, comme les vidéos sur YouTube, est particulièrement difficile parce que les périodes de visionnement sont morcelées et s'insèrent dans les différents temps et activités de la journée. De plus, les jeunes regardent souvent un grand nombre de vidéos d'affilée et peinent à dire, en fin de compte, combien ils en ont vues. Quoi qu'il en soit, et peu

importe le format des contenus visionnés, la grande majorité des jeunes disent éprouver des difficultés à limiter leur consommation, entre autres, parce que les contenus comme les dispositifs rendent le visionnement très attractif.

7.3.1. Des contenus et des dispositifs qui incitent au visionnement

Les contenus sont la première raison que mentionnent les jeunes pour expliquer leur difficulté à limiter leur temps de visionnement. Dans le cas des séries, certains affirment être entraînés par l'intrigue et les scènes finales en *cliffhanger* (moment de suspense), qui laissent le spectateur littéralement suspendu au récit. En effet, lorsque s'achève un épisode, plusieurs jeunes déclarent ne pas pouvoir attendre pour visionner le suivant et finissent ainsi par en regarder plusieurs autres d'affilée.

- F – *À la fin de l'épisode, ils te mettent une intrigue et là, t'as envie de regarder le prochain épisode, ils t'empêchent d'arrêter parce que tu te dis « qu'est ce qui va se passer? ». [...] Alors tu regardes l'autre épisode pour comprendre.*
- I – *Donc en fait, c'est difficile d'arrêter?*
- F – *T'es obligé de continuer.*
- I – *Et alors comment, au bout de 4 heures, décides-tu d'arrêter?*
- F – *Je finis la saison, c'est ça (Félix, 15 ans).*

Les jeunes rapportent aussi que posséder des appareils personnels leur permet d'avoir plus de contrôle sur les moments et le choix des contenus qu'ils regardent tout en augmentant le temps de visionnement. En effet, grâce à ces appareils qu'ils ont très souvent avec eux, au sein et à l'extérieur du domicile, et dans le cadre de différentes activités (notamment le travail scolaire ou universitaire), le visionnement de vidéos est toujours à la portée d'un clic, ce qui n'était pas le cas avec la télévision. Les plateformes très conviviales et d'accès gratuit comme YouTube, ou peu onéreuses comme Netflix, favorisent aussi cet accès aux contenus, à tout moment de la journée.

Cette année, YouTube ça me dérange un peu plus que les autres années parce que là, je suis devenue, comme on peut dire accro un peu. [...] Parce qu'il y a beaucoup de travaux [d'école] à l'ordi, et c'est à cause de ça, et des fois j'ai envie de regarder une vidéo, donc je clique sur YouTube. Moi, je me déconcentre avec Internet. Je ne vais pas me lever et aller me déconcentrer à la télévision, non, c'est vraiment juste parce que c'est tout près (Léa, 15 ans).

La majorité des jeunes reconnaissent ainsi jouir d'une proximité nouvelle des contenus du fait des appareils connectés à Internet, qui les suivent de plus en plus dans leur parcours quotidien et leur permettent de s'isoler, même en public. C'est notamment le cas avec les écouteurs que

l'on peut connecter à l'ordinateur pour travailler à la maison ou à la bibliothèque mais qui donnent aussi la possibilité de s'évader discrètement en regardant des vidéos :

C'est à cause des écouteurs parce que les écouteurs, je les utilise des fois [pour travailler] et pas entendre mes sœurs parce qu'elles font beaucoup de bruit, et puis hop des fois, je les utilise aussi pour regarder des vidéos (Léa, 15 ans).

Le visionnement de divertissement s'insère ainsi dans des moments de la journée où il n'était pas envisageable auparavant, y compris pendant les cours à l'école ou à l'université, pendant lesquels on regarde discrètement sur le portable ou le cellulaire, sans le son ou à très faible volume : « [en cours] je regarde juste les images. Souvent, c'est juste des petites vidéos que je vois passer sur Facebook, et je fais attention qu'il n'y ait pas de son qui sorte » (Sandra, 19 ans). L'appareil, ordinateur ou cellulaire, est ainsi de plus en plus présent dans l'univers personnel des jeunes, l'un des participants déclarant même faire corps avec le dispositif :

Au début, je regardais pas beaucoup l'ordinateur parce que c'était l'ordinateur de la maison donc je l'utilisais seulement pour faire des travaux. Mais là, quand j'ai eu mon ordinateur, c'est comme si l'ordinateur était... il faisait partie de moi, carrément (Valentin, 15 ans).

Le fait que les jeunes utilisent certaines plateformes comme YouTube et Facebook, en toile de fond d'autres activités qu'ils réalisent sur l'ordinateur, favorise aussi l'accessibilité aux contenus vidéo. Certains jeunes déclarent qu'ils n'ont pas toujours clairement conscience qu'ils s'appêtent à visionner une vidéo. Par ailleurs, ils ont souvent la perception que, regarder de courtes vidéos ne constitue pas un grand investissement en temps et ne les éloignent pas trop de leurs activités. Mais parfois, la pause dure un peu plus longtemps que prévu...

Les émissions, il faut chercher sur Internet [...] et là tu te rends compte: « Wow, qu'est-ce que je suis en train de faire? il faut que j'aille travailler! » Par contre, sur YouTube, tu cliques et tu te dis que c'est pas mauvais parce que c'est deux minutes [...] mais là y a une petite vidéo qui apparaît à côté « trois minutes? Pff... pas grave! » À la fin ça se ramasse 1 heure [...] Par contre, un film tu sais que c'est une heure, que c'est pas bon (Léa, 15 ans).

Les dispositifs d'enchaînement automatique des épisodes sur certaines plateformes de diffusion en continu notamment Netflix, incitent aussi au visionnement en rafale : « [sur] Netflix, tu vas finir un épisode, genre, de 20 minutes et après ça va dire: le prochain épisode va commencer dans 10 secondes [...] pis, là tu n'as pas le choix [...] Je peux écouter comme deux saisons à cause des 10 secondes » (groupe de filles, 12-14 ans). Sur Facebook, la fonctionnalité de lecture automatique du fil d'actualité favorise aussi le visionnement d'un grand nombre de vidéos, ce que tous les jeunes n'apprécient pas nécessairement.

Je suis obligé de regarder parce que la vidéo se met en play automatique [...] J'ai même pas besoin de cliquer, ça se fait tout seul. Je trouve ça horrible. Après, je regarde parce que c'est déjà lancé et puis ça attire mon attention. Mais souvent je trouve ça nul et puis j'ai perdu une minute de ma vie. Heureusement, c'est souvent des vidéos courtes mais je trouve que c'est le pire ajout à Facebook. C'est comme si, quand tu allais au supermarché, on te bourrait de petits échantillons. Au lieu que ce soit toi qui ailles les essayer, on te les bourrait dans la bouche. C'est le même principe (Nicolas, 18 ans).

Tous les jeunes rencontrés mentionnent également qu'ils regardent les vidéos proposées par les systèmes de recommandations personnalisés et automatisés des différentes plateformes, une vidéo menant à l'autre : « Souvent sur YouTube, mettons j'ai aimé plein de youtubers, puis là, ça me fait des suggestions basées sur ce que j'aime [...] je suis comme "hey, il a l'air cool celui-là", je clique dessus et il y a plein d'autres affaires qui arrivent » (groupe de filles, 12-13 ans). Ces systèmes de recommandations sont d'ailleurs appréciés et jugés très efficaces, plusieurs utilisant des qualificatifs personnels (alors que c'est un algorithme) pour les désigner : « Y a beaucoup de distractions, disons, sur Youtube, parce qu'ils sont intelligents et ils mettent des recommandations selon ce que tu regardes, toi. Donc, les vidéos qu'ils te sortent, ils savent que ça va t'intéresser » (Léa, 15 ans). Ainsi, même si certains jeunes, parmi les plus âgés, montrent des réticences par rapport au fait que leur trajectoire de consommation de vidéos est enregistrée sur les plateformes qu'ils utilisent, ils restent très attachés aux systèmes de recommandation :

Moi, j'ai déjà supprimé tout mon historique YouTube, parce que j'ai découvert que Google garde tout notre historique. Et, je suis tombé dans une paranoïa qu'ils nous surveillent [...] Alors, j'avais tout effacé [...] et du jour au lendemain YouTube a arrêté de personnaliser mon contenu [...] C'était comme si je perdais un ami. C'était vraiment ça. J'étais comme nostalgique de YouTube qui peut savoir ce que je veux voir (groupe de garçons, 20-25 ans).

La suggestion de menus sur YouTube est ainsi perçue par l'utilisateur comme correspondant à ses besoins et le sentiment d'être traité de manière personnalisée contribue au processus d'attraction et donc à l'attachement. Les jeunes soulignent aussi combien la démarche de recherche de contenus est simplifiée grâce à ces systèmes de recommandation. Ils prennent pour point de départ un contenu qu'ils ont aimé ou le dernier contenu visionné et se laissent guider par les suggestions. Il ne leur est donc pas nécessaire de réfléchir au nom de la nouvelle vidéo qu'ils souhaitent visionner, ni au genre précis auquel elle appartient. L'accès aux contenus est donc beaucoup plus rapide.

Les jeunes déclarent aussi être attirés par les nouveaux contenus qui sont mis en ligne sur différentes plateformes et dont ils sont informés par les systèmes de notifications, c'est-à-dire lorsqu'ils s'abonnent à une chaîne YouTube ou lorsqu'ils se rendent sur la page d'accueil de leur

compte sur cette plateforme. Les notifications automatiques et l’affichage personnalisé des nouveautés sur les pages d’accueil « poussent » ainsi très efficacement les contenus vers l’utilisateur : « *je regarde juste parce que je suis abonné, parce que c’est dans mon fil d’actualité* » (groupe de garçons, 17-19 ans). Certains jeunes se sentent un peu envahis par cette multitude de notifications. Toutefois, nous avons constaté que peu se désabonnent, entre autres, en raison du temps que cela prendrait, mais surtout en raison de la force d’attraction des nouveautés.

Moi, je suis abonné à beaucoup, beaucoup de chaînes et je ressens le besoin de regarder tout ce qui est nouveau. Ben, pas tout, mais beaucoup...Tu te sens le devoir. [...] Quand il y a une vidéo qui sort, si je ne la regarde pas, j’ai l’impression d’avoir manqué un truc, tu vois. Du coup, toutes les nouvelles chaînes qu’il y a dans mon fil d’actualité, toutes les vidéos, je les regarde. [...] Ça fait que des fois je me couche très tard surtout le vendredi soir, c’est le soir où il y a le plus de nouvelles vidéos (groupe de garçons, 17-19 ans).

Enfin, sur les réseaux sociaux, notamment Facebook, les jeunes sont exposés aux publications de pairs concernant une série ou une vidéo, qui les amènent à s’y intéresser : « *des fois [sur Facebook], il y a comme un engouement, par exemple pour Game of Thrones, tu le vois partout. Quoi? Tu l’écoutes pas mais tu vas mourir!* » (groupe de garçons, 20-25 ans). Les jeunes disent aussi suivre et solliciter les recommandations des amis avec lesquels ils ont des affinités. Ces recommandations peuvent se faire en ligne ou hors ligne. Dans le cas des vidéos courtes, il s’agit le plus souvent des vidéos drôles et celles-ci sont très souvent visionnées par celui qui les reçoit.

Avec mon ami, il y a un truc qu’on n’arrête pas de s’envoyer à chaque fois qu’il y en a de nouveau, c’est Nutclown. Parfois, lui il m’envoie des vidéos et moi je lui envoie des vidéos. C’est juste des clowns comme avec le sourire et la tronçonneuse et ils sortent et ils se promènent en faisant peur aux gens (groupe de garçons, 17-19 ans).

7.3.2. Une perception ambivalente du temps consacré au visionnement connecté

La perception du temps passé à visionner des vidéos sur Internet varie de façon marquée selon les jeunes. Quelques-uns se disent en contrôle du temps qu’ils consacrent à cette activité, estimant qu’il n’est pas excessif et n’éprouvent pas (ou plus) le besoin de se limiter.

Moi, j’écoute beaucoup plus de séries depuis que je suis avec mon copain parce qu’avant j’étais pas porté à écouter des séries. En général, c’est un ou deux épisodes par soir. [...] Mais je trouve pas que c’est beaucoup non plus. Dans le sens, je suis pas accro à une série non plus...Tu sais, on passe pas la nuit à écouter des séries. C’est vraiment plus pour relaxer, pour se retrouver en soirée, mais au-delà de ça, je pense que je gère ça pas mal (Joël, 23 ans).

Toutefois, la grande majorité des jeunes semblent moins à l'aise et rapportent que leurs activités de visionnement empiètent sur d'autres activités de divertissement, comme les rencontres entre amis ou les activités à l'extérieur et surtout sur le temps d'étude, ce qui en inquiète certains.

Plus ça avance, plus je vois que c'est une grosse perte de temps et que si j'avais gardé le même nombre de minutes que je faisais au tout début, ça veut dire une vidéo par semaine on va dire, j'aurais beaucoup plus avancé à l'école. Je perds beaucoup trop de temps là-dessus [...], ça me retarde beaucoup (Léa, 15 ans).

Plus de la moitié des jeunes rencontrés, notamment les jeunes femmes, témoignent d'un sentiment de culpabilité concernant le temps passé devant l'écran qui les « empêche » de sortir, de voir des amis, de faire de l'exercice, de profiter du beau temps, de travailler et même, pour les plus âgées, de vaquer à leurs tâches ménagères. Plusieurs déclarent un usage excessif du visionnement de séries ou de vidéos et ont recours à des métaphores renvoyant à l'alimentation pour décrire le « trop-plein » qu'elles ressentent après une longue période de visionnement.

je comparerais la consommation de séries un peu à un trouble alimentaire [...] Moi, je regarde plein d'émissions de suite, tout le temps, puis après si j'en regarde trop, je me sens pas bien, comme une personne qui va se faire vomir après avoir trop mangé, dans ce sens-là. Parce que c'est pas qu'on est accro, mais j'ai besoin de... Je peux pas arrêter (groupe de filles, 20-25 ans).

Certaines disent aussi redouter les conséquences de cette pratique sur leur santé : « *quand j'en regarde trop, à la fin, je suis déprimée* » (groupe de filles, 20-25 ans). Le sentiment de culpabilité peut aussi être associé à des contextes précis : lorsque le temps passé devant l'écran n'a pas été planifié : « *Je m'étais accordé une pause d'un épisode et j'en ai regardé trois* » (groupe de garçons, 20-25 ans). Cette perte de contrôle produit parfois un certain malaise : le sentiment d'être « happé » par le visionnement de vidéos : « *Ça devient énervant, mais tu continues. C'est bizarre. C'est énervant, tu en as marre, mais tu continues* » (groupe de garçons, 14-16 ans).

Toutefois, la plupart des participants sont très ambivalents en ce qui concerne le temps passé en ligne et insistent aussi, en particulier les jeunes de 17 à 25 ans, sur le plaisir associé au visionnement de vidéos sur Internet, notamment de séries. Ils soulignent d'ailleurs « *qu'être accro* » comporte plusieurs avantages. Le visionnement en mode rafale (par exemple « se faire » la saison 1 de *Game of Thrones* en une semaine) permet « *d'être vraiment dans la série* » et de faire durer le plaisir.

Oui, c'est du plaisir [...] la saison 2 de Game of Thrones, c'est comme neuf épisodes d'une heure chacun, je les ai passés en une journée. C'était neuf heures du matin jusqu'à neuf heures du soir. Pis j'ai fait juste ça. J'ai fait livrer de la bouffe, je suis restée en slip dans mon lit. [Rires] J'ai vraiment fait juste ça! Pis à la fin de la journée, j'étais vraiment contente et j'avais juste envie de regarder la saison trois (groupe de filles, 20-25 ans).

Le visionnement en rafale permet aussi d'éviter d'être en attente du prochain épisode, surtout lorsque l'intrigue est forte: «*Regarder tous les épisodes à la suite, c'est beaucoup moins frustrant. Il y a des séries, je me dis, si j'avais dû regarder ça, un épisode à la fois, je serais devenue folle!*» (groupe de filles, 20-25 ans).

7.3.3. Des stratégies pas toujours efficaces pour encadrer la pratique de visionnement

Plus de la moitié des jeunes rencontrés disent avoir pris conscience qu'ils perdaient le contrôle sur leur consommation de contenus vidéo sur Internet. Souvent, cette prise de conscience intervient après avoir constaté s'être engagés dans une pratique qu'ils jugent excessive, qui peut être ponctuelle mais qui souvent s'est installée dans leur routine.

J'ai commencé [à regarder des vidéos sur Internet] l'année passée, et ça a fait une hausse drastique. On peut dire que c'était... c'est allé vraiment vite. On dirait que je m'étais pas rendu compte et à la fin, j'ai fait «Wow, c'est beaucoup trop ça!» mais c'était un peu tard, et c'est encore un peu tard, mais j'y travaille (Léa, 15 ans).

Certains s'engagent alors dans des stratégies d'autorégulation, afin de rétablir un certain équilibre entre le temps consacré au divertissement connecté et celui passé à faire d'autres activités, notamment les activités scolaires. Cette limitation volontaire peut se faire en limitant la consommation de vidéos sur Internet en semaine, en évitant de commencer une nouvelle série ou d'en suivre plus d'une à la fois, en réduisant ses abonnements à certaines chaînes YouTube ou en ne s'abonnant pas à de nouvelles chaînes, ou encore, en privilégiant certains formats, les contenus courts pour certains, les contenus longs pour d'autres.

Je crois qu'à cause de l'école, je veux passer moins de temps à regarder des séries parce que quand il y a des séries, il y'en a toujours des nouvelles, à chaque semaine, y a un nouvel épisode. [...] Puis, je sais que moi, je serais pas capable de m'arrêter et je passerais une journée au lieu de travailler. Je vais regarder toute la série et là je perds un peu ma journée. J'essaye de diminuer ça. J'ai pas arrêté, mais je regarde beaucoup moins de séries. J'en commence moins des nouvelles [...] Mais une fois ou deux par semaine, je regarde des films qui m'intéressent [...] Parce qu'une série, tu regardes 4 à 5 épisodes [alors] c'est moins long quand tu regardes un film qui est juste 1 h 30 (Félix, 15 ans).

Une autre stratégie rapportée par certains jeunes consiste à considérer le divertissement comme une récompense qu'ils s'accordent lorsqu'ils jugent «*avoir bien travaillé*». D'autres vont s'assurer de faire du visionnement de vidéos une activité sociale: «*Je préfère ne pas regarder seule*» (Sandra, 19 ans). D'autres s'imposent volontairement des limites (un épisode de série par jour) afin de savourer l'attente et le visionnement du prochain

épisode. À ce titre, le mode de visionnement en rafale ne semble pas convenir à tous. Tous les jeunes l'ont essayé mais plusieurs ont déclaré qu'ils avaient le sentiment de « *se gêner la série* ». Enfin, une jeune fille rapportait recourir à certaines applications sur son ordinateur pour se bloquer elle-même l'accès aux contenus vidéo (avec plus ou moins de succès) ou pour surveiller l'évolution de sa consommation : « *j'ai déjà mis l'affaire pour bloquer et tout, pis ça a pas trop marché [...] C'est moi qui l'ai bloqué, je sais comment le débloquent. Alors à chaque fois, je regarde mon historique pour voir "ah t'as trop fait, t'as pas assez regardé"* » (Léa, 15 ans).

Plus généralement, la réduction du temps consacré à regarder des contenus vidéo sur Internet semble s'inscrire dans l'évolution de la trajectoire de visionnement des jeunes, comme nous avons pu le constater en les rencontrant à un an d'intervalle. Au départ, ceux-ci déclarent être happés par les séries et les vidéos sur Internet. Puis, avec le temps et l'expérience de visionnement, ils apprennent à réduire leur consommation, voire semblent plus sélectifs, sans s'imposer nécessairement de limites. En grandissant, ils semblent aussi plus soucieux de l'effet d'un visionnement trop intensif sur leur santé ou ils préfèrent s'engager dans certaines activités scolaires ou sociales qui prennent naturellement plus de place et d'importance dans leur quotidien.

Avant, je faisais trois ou quatre épisodes à la suite, alors que maintenant, depuis que je suis à l'université, je ne fais plus des pratiques de binge watching. J'en ressens même pas le besoin, je me restreins pas, j'ai pas l'impression d'en avoir besoin. [...] Je dirais pas que c'est la charge de travail, parce que je travaille pas assez [...] je dirais que c'est, c'est peut-être le fait d'avoir grandi. Il y a beaucoup plus de vidéos qui me paraissent immatures, enfin pas immatures, mais sans intérêt. Avant, toutes les vidéos avaient un intérêt, même la vidéo du gars qui tombe, je la regardais. Maintenant, je suis plus sélectif, je sais ce que je cherche (Nicolas, 18 ans).

Il semble toutefois que la gestion des temps de visionnement des petites vidéos sur YouTube ou Facebook soit le plus difficile, parce que les jeunes en ont souvent moins conscience. Une jeune fille (15 ans) rapportait ainsi que trouvant ardu de s'autolimiter dans sa consommation de vidéos sur YouTube, elle avait demandé à sa mère de vérifier qu'elle était bien en train de faire ses travaux scolaires lorsqu'elle était sur l'ordinateur : « *des fois, je dis à ma mère [...] de regarder mon ordi pour être sûre que je fais rien* ».

7.3.4. Et les parents dans tout ça ? Qui fait quoi ?

Il semble y avoir de grandes variations dans le contrôle parental exercé sur le visionnement de vidéos sur Internet des jeunes, comme l'ont aussi montré différentes études (Parenting for a Digital Future, 2016; Livingstone et Helsper, 2008). Quelques-uns des jeunes rencontrés qui vivent chez

leurs parents, notamment parmi les plus jeunes, déclarent ne faire l'objet d'aucune restriction mais la plupart rapportent que leurs parents essaient de contrôler le temps qu'ils passent à regarder des vidéos sur Internet. D'après leurs dires, les parents souhaitent que le temps consacré au visionnement sur Internet ne se fasse pas au détriment de l'investissement de leurs enfants dans les activités scolaires, sportives et sociales ou ne réduise pas leur temps de sommeil. Ainsi, la mère de Lim (17 ans) ne cesse de lui répéter de « *ne pas regarder dans son coin* », « *de ne pas s'isoler* ».

Les limites imposées par les parents portent, selon les jeunes, essentiellement sur la réduction du temps de visionnement, notamment en soirée: « *La nuit, ils n'aiment pas trop quand je reste à fond devant mon ordi.* » Ces limites sont toutefois peu respectées, parce que les jeunes visionnent les contenus sur leur téléphone, lumières éteintes « *j'éteins les lumières... tout le monde fait ça* », et que les parents ne les voient pas toujours « *Moi, j'ai ma chambre à l'autre bout de l'appart, donc je m'en fiche un peu* », surtout si les parents sont eux-mêmes couchés.

I – *Est-ce que tes parents savent jusqu'à quelle heure tu regardes?*

M – *Quand je suis chez ma mère, ma mère elle se couche tôt (10 heures), donc, elle le sait pas vraiment. Elle peut me dire « couche toi plus tôt » mais je veux écouter mon émission, fait que je vais l'écouter plus tard* (Megan, 12 ans).

De jour, la limitation du temps de visionnement semble aussi difficile à faire respecter parce que, comme nous l'avons vu, les technologies ont investi le domaine scolaire. Il n'est donc pas toujours aisé pour les parents de confisquer les appareils.

Ma mère, des fois, elle me dit que je passe trop de temps sur mon iPad. Le problème, c'est qu'à mon école: c'est le iPad. [...] Donc, elle ne peut pas vraiment me le confisquer, parce que presque tout le contenu de mes devoirs, de mes études, c'est là-dedans [...] (groupe de garçons, 14-16 ans).

Plusieurs jeunes considèrent toutefois que leurs parents tolèrent leur non-respect du temps de visionnement recommandé ou de l'heure du coucher: « *Ils savent [que je regarde des vidéos sur Internet], ils s'en doutent, mais ils me laissent* » (groupe de garçons, 17-19 ans), soulignant par contre que cette tolérance est souvent conditionnelle à la réussite scolaire. Les tentatives de limiter le temps de visionnement semblent aussi moins fréquentes avec le temps, parce qu'en vieillissant les jeunes deviennent plus autonomes ou parce que, comme l'indiquent certains, leurs parents constatent l'inefficacité des restrictions imposées et se résignent.

Ma mère, elle s'inquiétait pour mes yeux, pour mon état mental: « pourquoi t'as pas beaucoup d'amis, pourquoi tu passes ton temps sur ton ordinateur » et tout, puis après, avec le temps, elle a compris qu'on peut pas m'en débarrasser, que mon ordinateur, c'est mon meilleur ami et puis elle s'est calmée un peu (Maria, 16 ans).

Certains jeunes, et plus souvent des jeunes filles d'origine ethnoculturelle, rapportent aussi un contrôle des parents sur les contenus visionnés sur Internet, notamment des contenus grossiers, violents, trop suggestifs sur le plan sexuel ou carrément pornographiques².

Mon père est vraiment strict, s'il y a un mauvais mot ou quelque chose comme ça, [...] je ne lui montre pas souvent [les vidéos sur YouTube] parce que ce n'est pas vraiment son genre. Ma mère, elle est plus ouverte par contre, là, je lui montrerais (Hilana, 15 ans).

Toutefois, peu de jeunes ont mentionné avoir des restrictions parentales quant au contenu visionné. Cela est particulièrement vrai pour les vidéos courtes ou les jeux commentés, qui ne sont presque jamais discutés entre parents et enfants. Enfin, les parents peuvent imposer des restrictions quant aux interactions que le jeune peut avoir sur les réseaux sociaux, qui peuvent contribuer à limiter l'accès aux contenus vidéo. Certains parents vont, par exemple, interdire à leur enfant de se créer un compte YouTube ou Google, ce qui l'empêchera de s'abonner à des chaînes et donc de recevoir des notifications ou encore de se créer un profil de consommation personnalisé. Mais cela ne limitera pas l'accès aux contenus dont il aurait connaissance et qu'il peut rechercher directement sur YouTube.

Nos résultats indiquent que la pratique de visionnement connecté de vidéos et en particulier l'ampleur de l'offre et les dispositifs de recommandation personnalisés expliquent en partie l'extension du temps consacré par les jeunes à regarder des vidéos sur Internet. L'attractivité de la pratique de visionnement de vidéos sur Internet est aussi à mettre en lien avec les contenus des séries et des vidéos sur YouTube, auxquels les jeunes s'identifient fortement et qui les relient à leurs pairs. Face à une consommation de contenus vidéo qui est source de divertissement, de plaisir et d'apprentissages, mais qui empiète sur les autres sphères d'activités, les jeunes développent un certain nombre de stratégies d'encadrement. Celles-ci visent principalement à limiter le temps de visionnement, ce qui est aussi la finalité des pratiques de régulation mises en place par les parents.

CONCLUSION

Le visionnement de contenus vidéo en ligne est une pratique significative dans la vie des jeunes, qui peut se traduire par un investissement substantiel au regard du temps. Cette pratique tend à remplacer en partie le temps

2. Nous avons été en mesure de faire parler les jeunes des contenus pornographiques qu'ils visionnent sur Internet dans le cadre des groupes de discussion, et notamment avec les garçons, mais il faut avouer que le sujet restait très tabou dans le cadre des entrevues individuelles. Cela peut sans doute s'expliquer, dans le cas des garçons, par le fait que nous n'avions pas d'interviewer masculin.

passé à regarder la télévision, voire à s'y substituer chez les plus âgés. Ces pratiques sont marquées par une hyperpersonnalisation dans les choix des contenus visionnés et une écoute qui tend à être principalement individuelle. On observe toutefois des variations dans les pratiques de visionnement des jeunes (notamment des plus jeunes) au sein du foyer, selon la taille de la cellule familiale, le mode de fonctionnement des foyers et les habitudes des parents relativement à l'écoute de contenus vidéo à la télévision et sur Internet. Il y a près de 25 ans, cette diversité des pratiques avait aussi été relevée pour l'écoute télévisuelle au sein des familles (Silverstone, Hirsh et Morley, 1992). Mais le choix des contenus vidéo et les pratiques de visionnement des jeunes semblent varier davantage selon leur âge, le genre, leur groupe d'amis et leurs intérêts personnels. Regarder des vidéos sur Internet, comme d'autres pratiques culturelles juvéniles, se situe en effet au carrefour de trois pôles d'influence, soit l'héritage culturel familial, la culture des pairs et le développement de l'autonomie et des goûts personnels, qui peuvent prendre plus ou moins d'importance (Glevarec, 2010). Les dispositifs techniques contribuent aussi à façonner les pratiques de visionnement des jeunes, comme l'accès à l'équipement technologique et le type d'abonnement aux services Internet et de vidéos sur demande. L'utilisation des appareils, notamment l'ordinateur et les tablettes dans différentes sphères (pour les travaux scolaires, le divertissement, les contacts avec les amis) favorise aussi le cumul d'activités, par exemple, regarder des vidéos tout en faisant ses devoirs (Reverdy, 2016). Enfin, la mobilité permise par les équipements crée de nouveaux espaces et moments de visionnement qui s'insèrent dans les interstices temporels de la journée, contribuant à rendre ces pratiques omniprésentes à la maison, à l'école ou le soir dans le lit. Le visionnement de vidéos sur Internet s'est ainsi ajouté à des rituels existants, hérités dans certains cas de l'écoute télévisuelle, et en a fait émerger de nouveaux, qui rassemblent, par exemple, autour d'une série, un jeune et sa mère ou un groupe d'amis.

Les motivations des jeunes à visionner des contenus vidéo sur Internet sont de plusieurs ordres et renvoient à différents registres de significations (passe-temps, divertissement, découverte, apprentissage, formation, construction identitaire, socialisation, etc.), mais ont beaucoup à voir avec le gain d'autonomie que procure cette activité. Regarder sur Internet permet de s'affranchir de la grille de programmation de la télévision, de la publicité, d'un lieu physique au profit de lieux diversifiés (et notamment du salon familial contrôlé par les parents pour les plus jeunes). L'accès à une gamme toujours plus vaste de contenus, qui permet de personnaliser son écoute au plus près de ses intérêts personnels, constitue un élément central dans l'appréciation du visionnement connecté chez les jeunes, qu'il s'agisse de séries aux personnages et aux univers attrayants, favorisant l'identification ou la découverte de nouveautés, de tutoriels pratiques, de documentaires ou encore de vidéos désopilantes pour passer le temps.

L'évolution des pratiques de visionnement de vidéos sur Internet au cours de la dernière année de même que la réflexion que les jeunes font sur leurs pratiques de visionnement connecté témoignent aussi d'une forte personnalisation de la trajectoire de visionnement. Parallèlement, on observe des dimensions communes de la pratique. Par exemple, à l'extrême hétérogénéité des contenus que les jeunes visionnent se juxtapose un ensemble de contenus qui sont populaires auprès de tous, voire incontournables, et qui les rassemblent comme certaines émissions télévisuelles jeunesse l'ont fait pour des générations d'enfants. Ainsi, les pratiques apparaissent-elles à la fois identitaires et sociales en permettant de se retrouver (ou de se trouver) soi-même, par exemple en visionnant les vidéos de sa youtubeuse préférée ou de se connecter avec les autres, en écoutant une série ou la capsule vidéo d'un youtubeur populaire, dont le contenu sera par la suite discuté entre amis. En résumé, si la grande diversité des contenus visionnés et des contextes d'écoute semble pointer vers une fragmentation accrue des pratiques et permet l'affirmation de soi, regarder des vidéos sur Internet permet aussi de construire des répertoires communs, qui seront mobilisés dans le cadre des interactions avec les amis, favorisant le lien et le sentiment d'appartenance aux groupes de pairs.

Le temps passé à visionner des vidéos sur Internet, bien que difficile à évaluer, est souvent jugé excessif par les jeunes eux-mêmes, mais pas par tous, et ceux-ci ne sont pas complètement démunis face à cette pratique *a priori* envahissante. Certes, les jeunes, comme leurs parents, sont préoccupés par cette nouvelle activité qui vient coloniser parfois tous les espaces de leur vie, mais on observe aussi la mise en place de stratégies visant à limiter ou à contrôler le temps passé en ligne. Il semble que celles mises en place par les parents ne soient pas très efficaces, aux dires de nos participants, ce qui va dans le sens d'autres études (Parenting for a Digital Future, 2016; Livingstone et Helsper, 2008). Celles que les jeunes s'imposent semblent *a priori* plus fructueuses, en permettant d'autoréguler la pratique, voire de rétablir un certain équilibre entre le temps consacré au divertissement connecté et celui réservé à d'autres activités (scolaires, sociales, de divertissement...), notamment chez les plus âgés. Cependant, tous confirment avoir plus de mal à réguler le visionnement de vidéos, en raison de leur brièveté et des dispositifs qui incitent à poursuivre l'écoute indéfiniment et presque dans tous les contextes.

Par ailleurs, si l'écoute peut être légère et détachée, dans le cas du visionnement d'une vidéo en toile de fond, par exemple, elle peut aussi être très focalisée et rendre plus difficile de s'abstraire des univers ou des rythmes dans lesquels le jeune s'immerge lors du visionnement d'une série. À la lumière de nos résultats, on pourrait s'inquiéter de l'écoute en solitaire, qui ressort comme étant le mode d'écoute dominant, et qui pourrait limiter la prise de distance critique sur les contenus regardés, en

l'absence de discussions autour de ces contenus. Le caractère très personnalisé des contenus visionnés semble de plus limiter *a priori* le nombre de contenus communs, même à l'intérieur des différentes tranches d'âge. Enfin, il est assez surprenant de constater le peu de contrôle parental sur ce que regardent les plus jeunes, notamment en ce qui concerne les vidéos sur YouTube. Sans doute que ces vidéos, de même que les jeux commentés (*gameplay*), sont des contenus que les parents connaissent mal et dont ils comprennent peu l'intérêt d'où leurs difficultés à s'y intéresser (Parenting for a Digital Future, 2016). Il est aussi fort probable que ces derniers ne savent pas vraiment ce que les jeunes regardent, tout simplement parce qu'ils ne sont pas présents au moment où ceux-ci visionnent des vidéos sur Internet (la télévision était, elle, dans le salon ou du moins au sein du foyer familial). Selon les dires des jeunes, les limites imposées par les parents concernent essentiellement les temps de visionnement et peu les contenus visionnés, ce que fait aussi remarquer Reverdy (2016). Cette absence d'intérêt des parents pour le contenu nous rend perplexes, car leurs enfants, en plus d'être exposés à des contenus qui ne sont pas toujours adaptés à leur âge, visionnent sur Internet un nombre important de contenus promotionnels, par exemple, avec les pratiques de placement de produits dans les vidéos des youtubeurs alors que la publicité fait l'objet de règlementations au Québec à l'endroit des mineurs (Brasier, 2016). Ce constat nous incite à suggérer aux parents de s'intéresser et de discuter davantage avec leurs enfants des contenus qu'ils regardent sur Internet, et notamment des vidéos courtes, afin de les aider à développer leur sens critique.

Cela étant dit, les pratiques sont loin d'être alarmantes. La plupart des jeunes ayant participé à notre étude montrent des comportements plutôt actifs en matière de choix et d'accès aux contenus. Ils vont chercher les contenus qui les intéressent, certes en se fiant aux systèmes de recommandation, mais aussi en faisant preuve d'une certaine créativité dans leur choix, ce que traduit d'ailleurs l'hyperpersonnalisation de leurs pratiques. Que ce soit dans les groupes de discussion ou lors des entrevues, la plupart des répondants ont montré une capacité de réflexivité et plusieurs ont fait preuve de sens critique, y compris chez les plus jeunes, par exemple à l'égard des publicités en reconnaissant d'emblée plusieurs des stratégies de placement de produits. Enfin, les pratiques changent: leurs intérêts évoluent et ce qu'ils regardaient hier n'est plus ce qu'ils regardent aujourd'hui. En l'espace d'un an (entre leur participation aux groupes de discussion et aux entrevues), plusieurs ont constaté eux-mêmes des changements, parfois importants et semblent adopter une distance de plus en plus critique à l'égard des contenus visionnés sur Internet. Il semble ainsi que la façon dont on gère l'attractivité des contenus de divertissement en ligne et leur accessibilité est quelque chose qui s'apprend avec le temps et l'expérience de visionnement (Reverdy, 2016). Ces pratiques de visionnement

sur Internet sont donc fort probablement encore au stade de l'émergence et appelées à se transformer avec l'évolution de l'offre de contenus, des dispositifs technologiques, des expériences et des goûts des jeunes. De plus, comme la progression du visionnement connecté de vidéos n'est pas limitée aux publics jeunes mais touche également la génération de leurs parents (CEFRIO, 2014), il est à prévoir que les formes d'interaction et de régulation de ces pratiques au sein de la famille se transformeront elles aussi.