

Etats des lieux et enjeux des pratiques numériques juvéniles

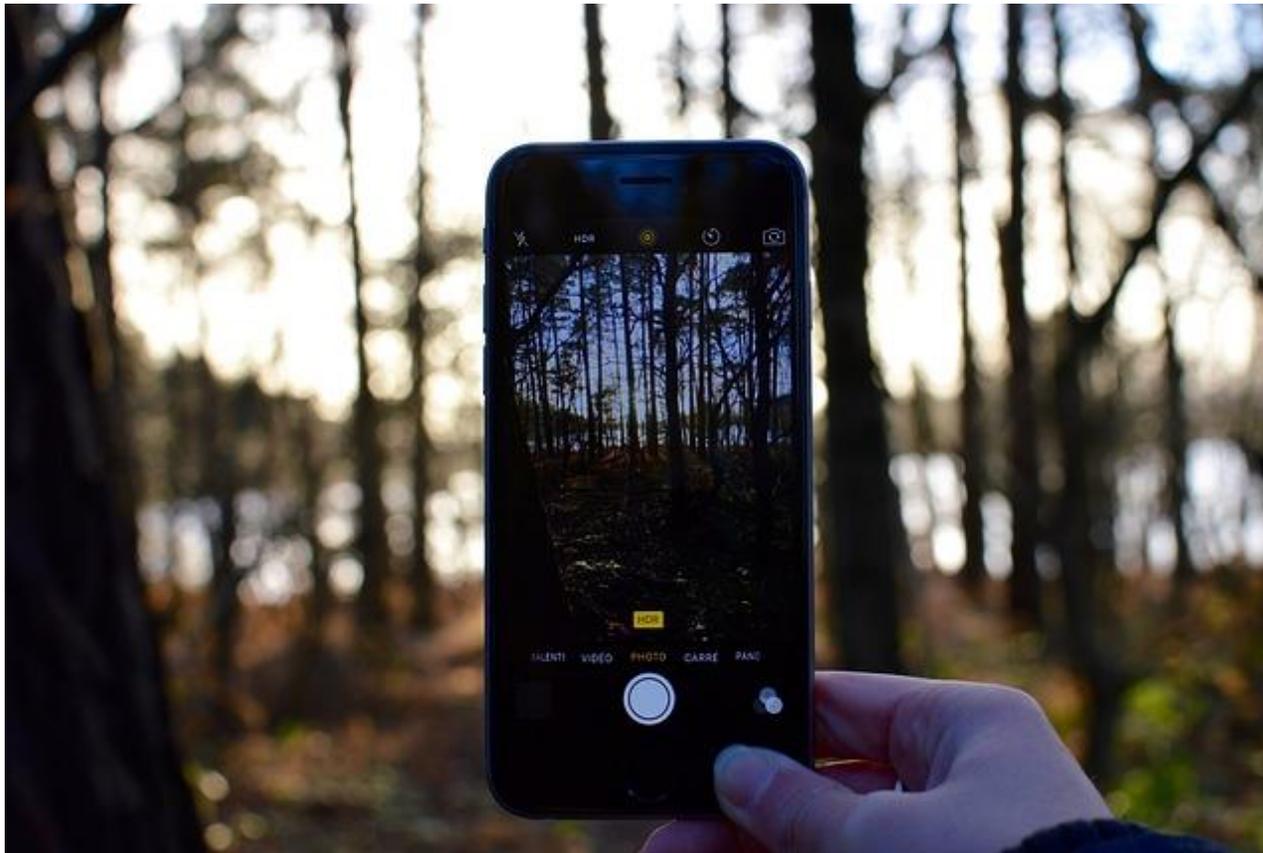
MASTER MEEF

VALENTINE FAVEL-KAPOIAN



SOMMAIRE

1. Postures & cadres théoriques
2. Que font-ils ?
 1. Pratiques communicationnelles
 2. Pratiques culturelles et de loisirs
 3. Pratiques informationnelles
3. Pratiques numériques et construction de l'adolescent



Postures & cadres théoriques

Méthodologie

Les médias sont friands de sondage sur les usages numériques juvéniles. Ces reportages sont basés sur des enquêtes faites par des instituts de sondages (Médiamétrie, Ipsos) et/ou commanditées par des acteurs économiques (Génération Numérique, Wibbitz,...)

- Une enquête réalisée par un institut de sondage n'est pas un travail scientifique :

- Méthodologie de recueil de données différente : enquête vs étude (déclaratif, panel, etc.)
- Non publication des données brutes
- Objectifs différents

- Non prise en compte des usages simultanés (regarder la télévision en chattant sur son téléphone, faire ses devoirs avec Internet en écoutant de la musique en ligne tout en surveillant sa page Facebook sur son téléphone, etc.)

-Il existe des enquêtes statistiques réalisées par des organismes publics et aussi par des chercheurs.

Cette présentation présente les résultats de travaux en SIC, sociologie, Sciences de l'Education, etc.

Au-delà des chiffres...

« Mesurer le temps passé devant ces appareils (dans le cas de la télévision) ou celui consacré à leur utilisation (dans le cas de la console, de la tablette, de l'ordinateur et du smartphone) est une première étape nécessaire pour appréhender leur place dans le quotidien des plus jeunes ». (Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016).

Chiffres globaux :

- Département des études de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la culture situe le temps global consacré aux écrans autour de **31 heures par semaine** en population adulte (Donnat, 2009).
- L'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT), enquête conduite en région parisienne chez des adolescents scolarisés de 15 ans et plus a révélé des durées pouvant aller jusqu'à **5 ou 6 heures par jour chez certains élèves** (Obradovic *et al.*, 2014).

Les différences (selon âge, sexe et milieu)

-«La pratique opposant le plus nettement les filles et les garçons concerne **les consoles de jeu**, (les garçons déclarent y jouer chaque jour en moyenne une heure de plus que les filles) Dans les deux cas, après une légère augmentation entre l'âge de 11 et 13 ans, le nombre d'heures passées à jouer sur une console baisse au profit des autres pratiques d'écran ».

-« À l'inverse, l'utilisation d'un **écran d'ordinateur pour faire des devoirs, envoyer des mails, communiquer sur des réseaux sociaux et surfer sur Internet** progresse fortement avec l'âge, passant de **1,6 heure par jour chez les 11 ans en moyenne à 3,3 heures par jour chez les élèves de 15 ans**. Cet accroissement est moins marqué chez les garçons (+ 1,4 heure) que chez les filles (+ 2 heures), lesquelles ont un usage supérieur à celui des garçons dès 12 ans. Le temps passé devant la télévision, quant à lui, ne se différencie que très peu en fonction du sexe. Il augmente progressivement entre 11 et 13 ans (14 ans chez les garçons) puis plafonne autour de 3 heures par jour ».

(Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016)

Les différences (selon âge, sexe et milieu)

-« Les collégiens appartenant à des foyers aux conditions socio-économiques modestes sont plus nombreux à **regarder la** télévision au-delà de 4 heures par jour, mais sont moins souvent utilisateurs d'ordinateurs pour communiquer ou faire leurs devoirs que les enfants des familles « aisées ». Ce résultat illustre l'importance de la place occupée par la télévision dans les classes « modestes » et s'expliquerait par un accès moins important ou moins facile à des **activités ou des loisirs alternatifs** (cinéma, sport, pratiques artistiques, etc.) et par un **contrôle parental moins strict** que dans les familles des classes « aisées » (Tandon *et al.*, 2012). Par ailleurs, Dina L. G. Borzekowski et Thomas N. Robinson (2005) ont montré que les difficultés scolaires sont d'autant plus importantes que les jeunes disposent d'un accès non contrôlé à certains programmes télévisés, en particulier lorsque l'écran est directement installé dans la chambre de l'adolescent ».

(Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016)



**Les pratiques des écrans
des jeunes français**
Déterminants sociaux et
pratiques culturelles associées

Fabienne Gire & Fabien Granjon

Les screenagers

Le profil le plus répandu = 39% des 15-34 ans. Profil des plus jeunes (culture de la chambre)

Télévision, ordinateur et internet consommé quotidiennement pour une consommation moyenne de 46h par semaine devant écran

Consommation de jeux vidéos et de vidéos

Les computer-centered

24% des 15-34 ans

Faible consommation de télévision, peu de vidéos, de jeux vidéos et de musique mais usage quotidien de l'ordinateur et d'internet

Milieu favorisé et plutôt urbain

Les moderates

23% des 15-34 ans

Relation mesurée aux écrans.

C'est le groupe le plus jeune et ils sont donc peu diplômés et beaucoup viennent d'un milieu modeste. Groupe qui préfère des loisirs extérieurs à chez eux.

Les TV-centered

10% des 15-34 ans

Investissement marqué pour les contenus télévisés (en moyenne 24h par hebdomadaire). Absence ou quasi-absence d'usages d'ordinateur et d'Internet

Majoritairement des femmes, plutôt peu diplômées. Milieux modestes

Les no-TV

3% des 15-34 ans

Peu adeptes des jeux vidéos mais usage quotidien d'Internet. Consommation massive de musique, de livres et de sorties

Milieux aisés

Il n'y a pas de profils et les jeunes ne sont pas un groupe aux pratiques homogènes
Les screenagers représentent 4 jeunes sur 10 et 1/3 des jeunes n'utilisent pas l'ordinateur
Les déterminants âge et genre sont à prendre en compte mais l'origine sociale est primordiale

Source : Reset, 2012. Etude basée sur l'enquête Pratiques culturelles de français réalisée par le Ministère de la Culture (EPCF 2008)

Des pratiques et des adolescents

Tableau 1 : DURÉES MOYENNES PAR JOUR PASSÉES SUR UN ÉCRAN SELON DIFFÉRENTES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES ET ACTIVITÉS PARMIS LES COLLÉGIENS (EN %)

Variables	Catégories	Part des jeunes regardant la télévision			Part des jeunes jouant à la console			Part des jeunes utilisant d'autres écrans		
		<2 h	2 à 4 h	>4 h	<2 h	2 à 4 h	>4 h	<2 h	2 à 4 h	>4 h
Ensemble		35,1	36,6	28,3	52,5	26,1	21,4	48,7	25,1	26,2
Sexe	Garçons (51,6 %)	32,9	37,7	29,4	39,5	31,8	28,6	49,9	26,1	24
	Filles (48,4 %)	37,3*	35,5	27,2*	66,1*	20,1*	13,8*	47,5*	24,1*	28,5*
FAS (richesse matérielle familiale)	Foyer modeste (3,2 %)	37	31,3	31,7	57,3	21,8	21	56,6*	23,3	20,1*
	Foyer moyen (26,4 %)	33,9	34,2*	31,9*	53,4	25,3	21,3	51,0*	23,3*	25,7
	Foyer aisé (70,4 %)	35,4	37,8*	26,8	52	26,6	21,4	47,6*	25,8*	26,7*
Redoublement	Non (85,4 %)	36,2	37,1	26,7	53,7	26,3	20	49,9	25,4	24,8
	Oui (14,6 %)	27,7*	34,9	37,4*	44,9*	25,6	29,5*	41,0*	23,7	35,3*
Être auteur de brimades	Non (69,1 %)	38,7	35,9	25,4	57,1	24,2	18,7	52,4	24,1	23,4
	Oui (30,9 %)	26,4*	39,0*	34,6*	42,5*	30,4*	27,1*	39,7*	27,4*	32,8*
Sorties après 20 h	Moins d'une fois par semaine (82,7 %)	36,3	37,1	26,6	54,9	25,9	19,2	51,6	24,9	23,5
	Chaque semaine ou plus (17,3 %)	28,7*	34,7	36,7*	40,6*	27,6	31,9*	34,3*	26,3	39,5*
Autres facteurs de socialisation										
Famille : aide et affection	Non (15,9 %)	29,9	33,7	36,4	50,6	24,5	24,9	39,0	24,5	36,6
	Oui (84,1 %)	35,8*	37,3*	26,9*	52,8*	26,5	20,6*	50,5*	25,2	24,2*
Famille : parler des problèmes	Non (28,4 %)	29,8	35,1	35,1	49,4	24,9	25,8	39,3	26,2	34,5
	Oui (71,6 %)	37,0*	37,4	25,7*	53,7*	26,8	19,5*	52,4*	24,7*	22,9*
Famille : aide prise de décision	Non (16,6 %)	31,8	32,8	35,4	49,2	25,2	25,6	41,5	24,7	33,9
	Oui (83,4 %)	35,6*	37,5*	27,0*	53,1*	26,4	20,5*	50,1*	25,2	24,7*

(Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016)

Des révélateurs de contexte et milieu

« Ceux qui estiment avoir de l'aide et de l'affection de la part de leur famille sont plus nombreux à déclarer une durée inférieure à 2 heures devant chacun des écrans étudiés. Ces résultats sont identiques pour les collégiens déclarant pouvoir parler de leurs problèmes ou difficultés avec leur famille ou qui se sentent accompagnés par celle-ci dans leurs prises de décision. Ces associations soulignent l'importance chez les collégiens de l'environnement familial dans l'exposition aux écrans. **En résumé, les répondants comptant sur un support familial fort déclarent généralement un temps-écran moins important que ceux qui ne bénéficient pas du même soutien** ».

« Travaux de Rob Gommans et ses collègues (2015) qui soulignent que les échanges numériques, loin de couper les adolescents du monde extérieur, viennent prolonger et renforcer leur sociabilité. En d'autres termes, **les activités liées aux écrans n'enferment pas nécessairement l'adolescent dans un monde virtuel**, puisque ceux qui sortent « beaucoup » peuvent également déclarer une pratique intense des supports numériques munis d'écrans. »

(Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016)



Adopter une posture ouverte

-Ne pas confondre corrélation et causalité

-L'absence de cloisonnement entre les différentes pratiques constituant une difficulté majeure de mesure. En outre, la question d'un seuil critique « d'exposition » reste entière.

-Dépasser l'approche par temps d'exposition à celles de l'analyse des usages.

= Dépasser les idées reçues ; adopter une **posture ouverte**, non normative des techno-cultures afin de replacer les comportements culturels dans le schéma plus vaste des modes de vie et des rapports au monde. (Octobre, 2018)

Chaque génération est le **barbare** de la précédente et peut être accusée de solder à mauvais compte les legs culturels de celles qui les ont précédées. (Octobre, 2018)

Adopter une posture ouverte

L'histoire des médias est émaillée de **paniques morales** , depuis l'invention de l'imprimerie, de la radio jusqu'à celle de la télévision. Ces paniques morales orientent l'analyse des pratiques vers un discours de **perte**, et de **danger**, ou de **pathologie** (Octobre, 2018)

« Au-delà du temps que les adolescents peuvent consacrer aux « écrans », c'est peut-être avant tout la possibilité que leur offrent ces supports de se confronter à une « infinité » de contenus (images ou sons) qui « **ferait peur** » **aux adultes**» (Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016).

Dans les années 1990, débats médiatiques centrés autour de la **violence** et des jeux vidéos. Depuis les années 2000, débats orienté vers la **santé** (Jehel, 2018) .

« Juger des formes émergentes avec les critères des formes précédentes aboutit au mieux à l'incompréhension au pire à la cécité » (Marshall Mac Luhan cité par Sylvie Octobre, 2018)

Le mythe du digital natif

En 2001, Mark Prensky, enseignant et chercheur américain, a baptisé les enfants qui ont grandi dans les univers numériques des « Digital Natives » (natifs numériques). Cette appellation sous entendait qu'étant nés à l'ère de la révolution numérique ces enfants, adolescents et jeunes adultes avaient des habilités, voir des compétences, sortes de "dons" innés.

Depuis, nombre d'études scientifiques ont démontré qu'il n'en était rien et que si les enfants de la génération Z étaient familiers avec le numérique, ce n'était pas pour autant que les compétences en littératie numérique (lire, écrire, naviguer et organiser des informations numériques) étaient acquises, ni d'ailleurs les compétences techniques et informatiques élémentaires .

Certains parlent de Digital naïf !!



Le mythe du digital natif



<https://youtu.be/XZ4I7Wl4hfw>

Le mythe du digital natif

Pour autant, ce qui caractérise cette génération c'est sans doute son absence d'appréhension face au numérique et ses grandes capacités de créativité et d'adaptation.

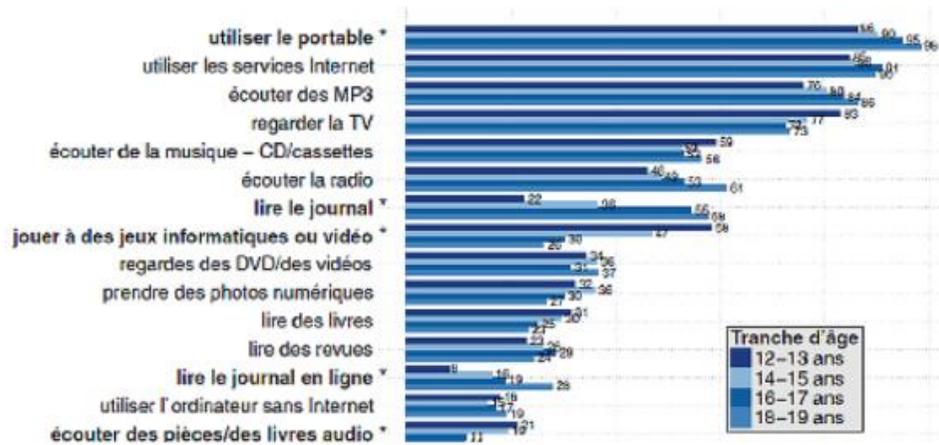
On a souvent tendance à se penser qu'aux pires de ce que les jeunes font sur internet, il ne faut pas oublier le meilleur ; productions artistiques (musicale, vidéo, graphique, etc), parodies, fictions, ...youtube regorge aussi de contenus inventifs originaux et de grande qualité.

Enfin, ce sont les enfants nés à l'ère de la communication numérique et même si tous ne font pas la distinction entre communiquer et informer, les usages intensifs des outils de communication (SMS, réseaux sociaux, chat dans les jeux en ligne, ...) leur ont permis de développer des compétences communicationnelles, peut être autres que celles standards, mais qui n'en demeurent pas moins essentielles.



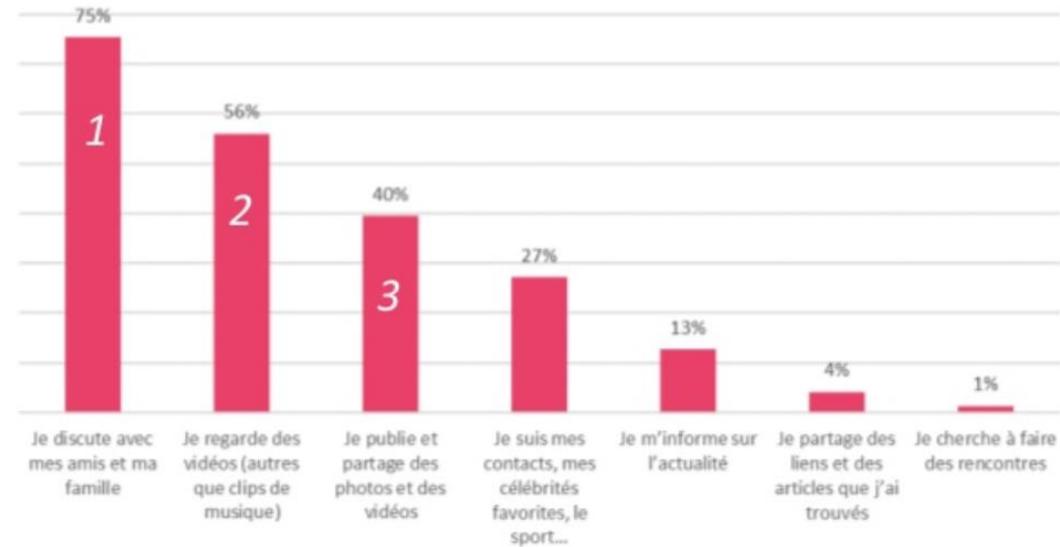
Que font-
ils ?

Configuration d'usage des médias (par classe d'âge, usage régulier)



Patrick & Salerno, 2015

Que fais-tu le plus souvent sur les réseaux sociaux que tu utilises ? (3 réponses maximum)



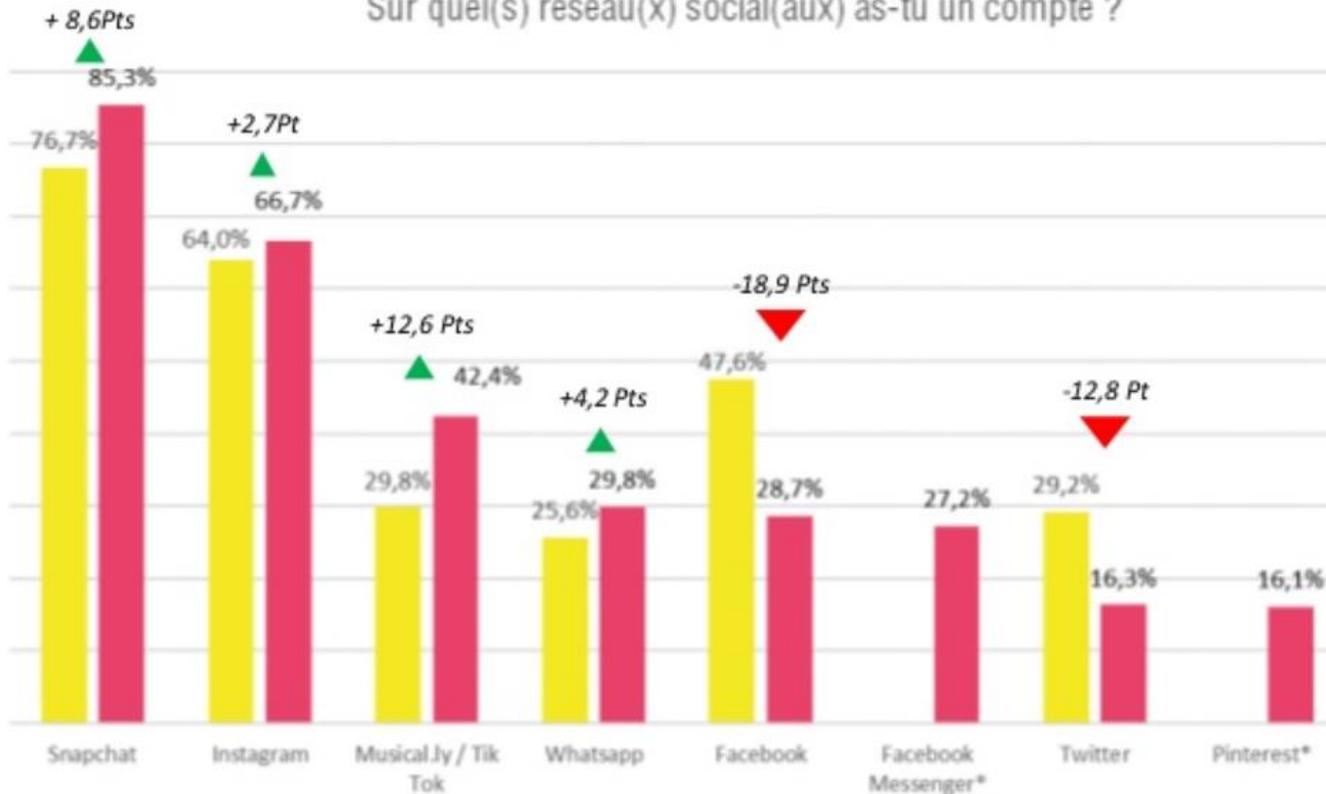
Génération Numérique, 2018- N=6437 élèves de 5^e-BornSocial

Que font-ils ?



LES PRATIQUES COMMUNICATIONNELLES DES ADOLESCENTS

Sur quel(s) réseau(x) social(aux) as-tu un compte ?



Quoi ?

Les RSN basées sur l'échange d'images et/ou vidéo

Messagerie instantanées

Messages vocaux

Quid de YT ?

Youtube (79 % des 13-19 ans sont inscrits sur **Youtube** (vs 45 % en 2016), **ce qui en fait le réseau social le plus fréquenté par cette tranche d'âge**, suivi de Facebook (77 %)(IPSOS 2017)

Génération Numérique, 2018- N=6437 élèves de 5^e-BornSocial

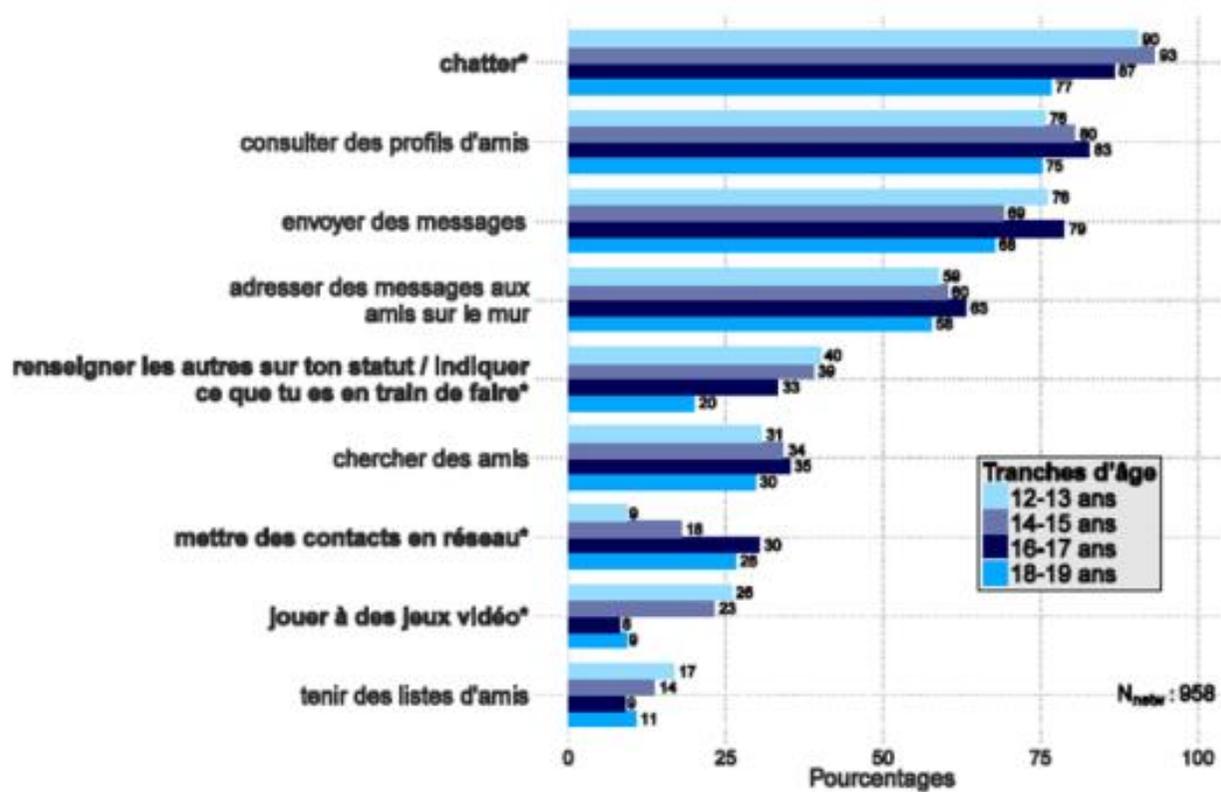
Comment ?

- Ils lisent et écrivent en même temps. Ce sont des "écrits-lecteurs", principalement lorsqu'ils laissent des commentaires.

- Ils lisent et partagent.

- Ils interagissent avec le "Like"

- Ils commentent, notent ,
évaluent (Paradoxes de la critique amateur en ligne -Dupasquier, 2014)



Patrick & Salerno, 2015

Pourquoi des images ?

« L'émergence des pratiques numériques a profondément modifié la notion d'image. En raison du foisonnement des usages et des modes de création, **parler d'image** de manière générale peut vite sembler très réducteur. Ces images répondent à des fonctions sociales dont il faut savoir définir les contours».

Des images qui ne sont pas juste des images

« Ces images ne sont pas juste des images. Elles indifférencient de plus en plus l'iconique et le scriptural, l'image et le **texte**. On réduit souvent les images juvéniles à du LOL, à un espèce de « prêt-à-rire » (...). Une partie des images relève effectivement de cette catégorie, finalement assez proche de **la carte postale** suivant Derrida : ce qui compte n'est pas tant l'image en soi que le fait de l'adresser. Et avec l'offre d'applications mobiles du genre Snapchat, ce sont ces gestes d'envoi et de réception qui sont en jeu plus que les images elles-mêmes qui ont vocation à s'effacer si on n'en fait pas une capture d'écran. »

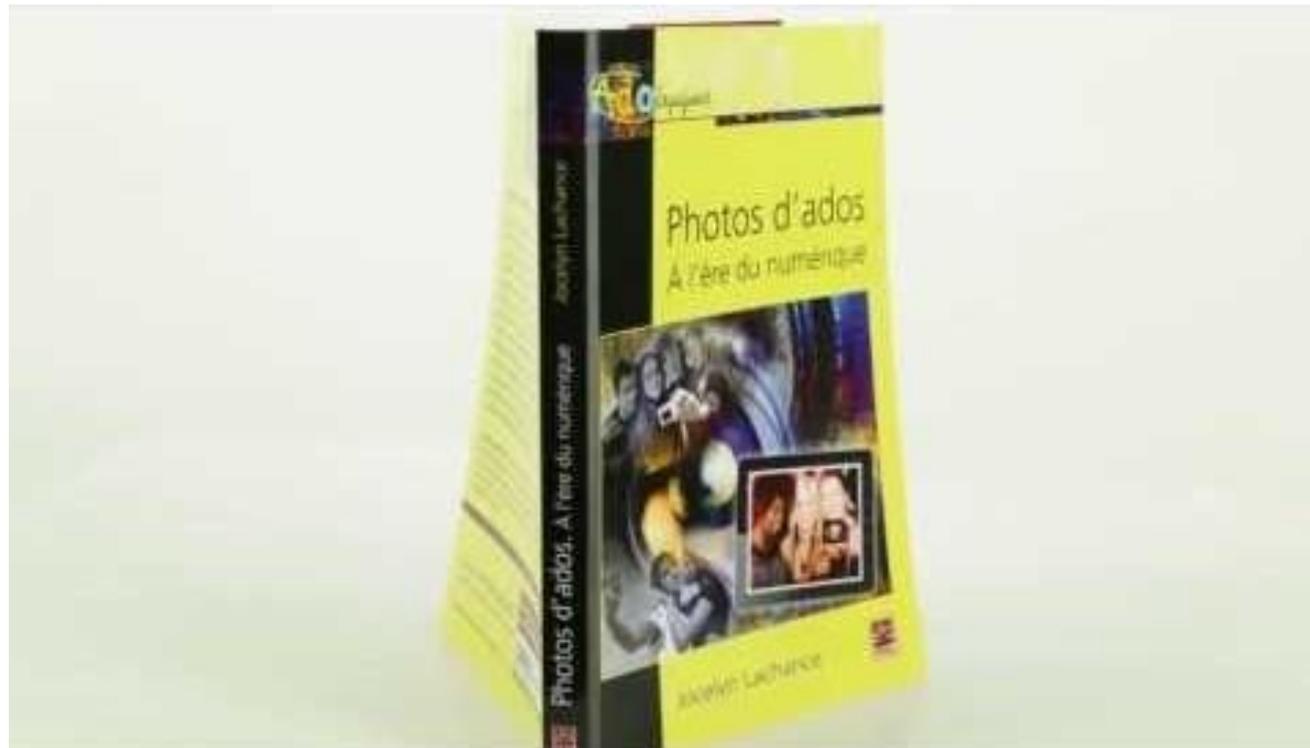
« Parallèlement se développe un autre usage qui consiste à s'envoyer des cours ou des copies en les photographiant avec son mobile, à s'envoyer des captures d'écran d'un jeu sur son mobile pour faire part de son score. Cette pratique a été très largement popularisée par Twitter, outil de microblogage. En affirmant leur **caractère transécranique**, en étant composées d'agencements de signes, d'images et de textes, d'images d'écrans et de photos de textes, les images deviennent bien plus que de simples images.»

Images et mise en scène de soi

« Sur les réseaux sociaux, les images se « mettent à parler » et servent explicitement l'expression personnelle, que ce soit à partir de contenus pré-existants ou de contenus créés par l'utilisateur lui-même. Ces images sont adressées, annotées par différents tags et commentées. **Elles deviennent la matière interactionnelle du web**. Ces agencements iconiques et structuraux sont typiques des images fabriquées et circulant sur internet par les jeunes».

(Allard, 2014)

Pourquoi des images ?



[Jocelyn Lachance, photos d'ados à l'ère du numérique](#)

Bibliographie

Allard, Laurence : [Images au numérique : Vers un nouveau rapport aux images](#)

Amey, Patrick et Sébastien Salerno, Les adolescents sur Internet : expériences relationnelles et espace d'initiation, 2015

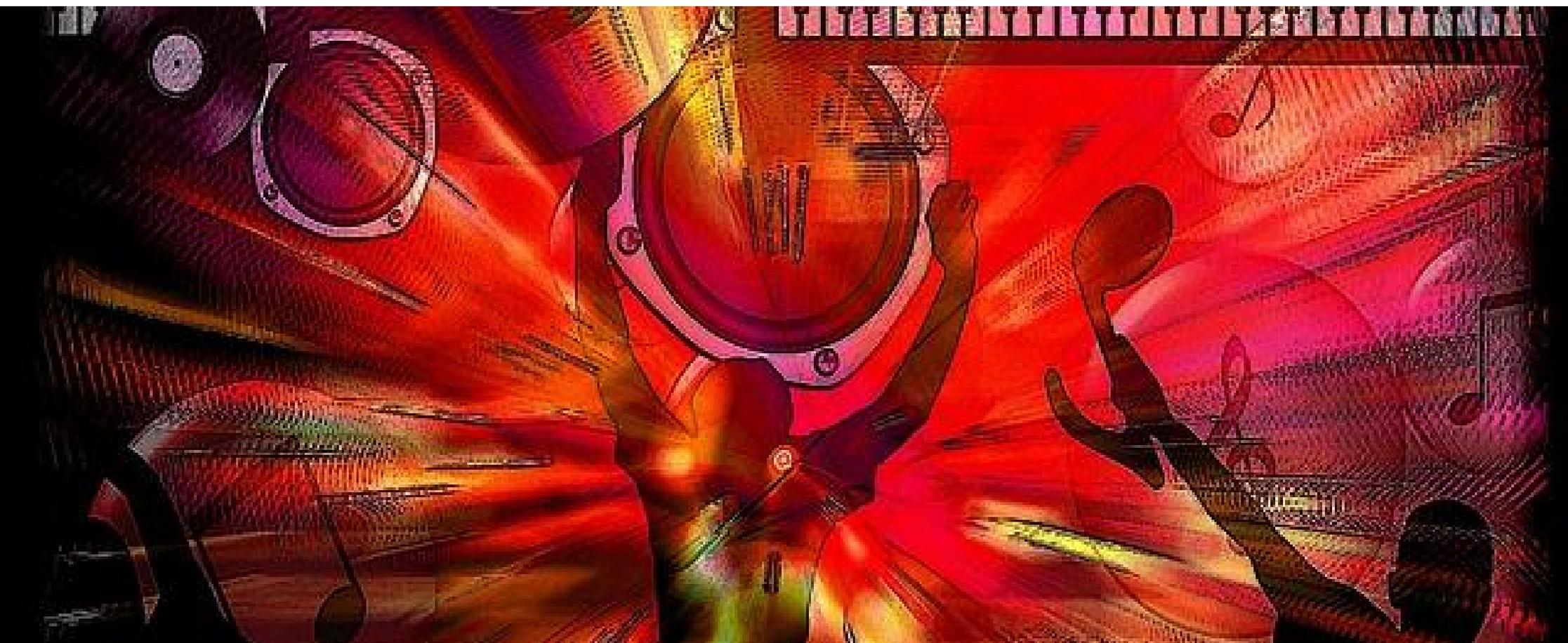
Boyd, Danah, Réseaux sociaux numériques : vie privée, vie publique, what else?, 2007

Fluckiger, Cédric, La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens, Réseaux 2006/4 (n° 138)

Jehel, Sophie, Hyperconnexion des adolescents : une initiation au digital labor, CEMEA

Metton, Céline, Les usages d'internet par les collégiens, Réseaux, 2004, n°123

Pasquier, Dominique , Valérie Beaudouin, Thomas Legon, « *Moi, je lui donne 5/5* ». *Paradoxes de la critique amateur en ligne*, Presses des Mines, coll. « i3 », 2014, 158 p

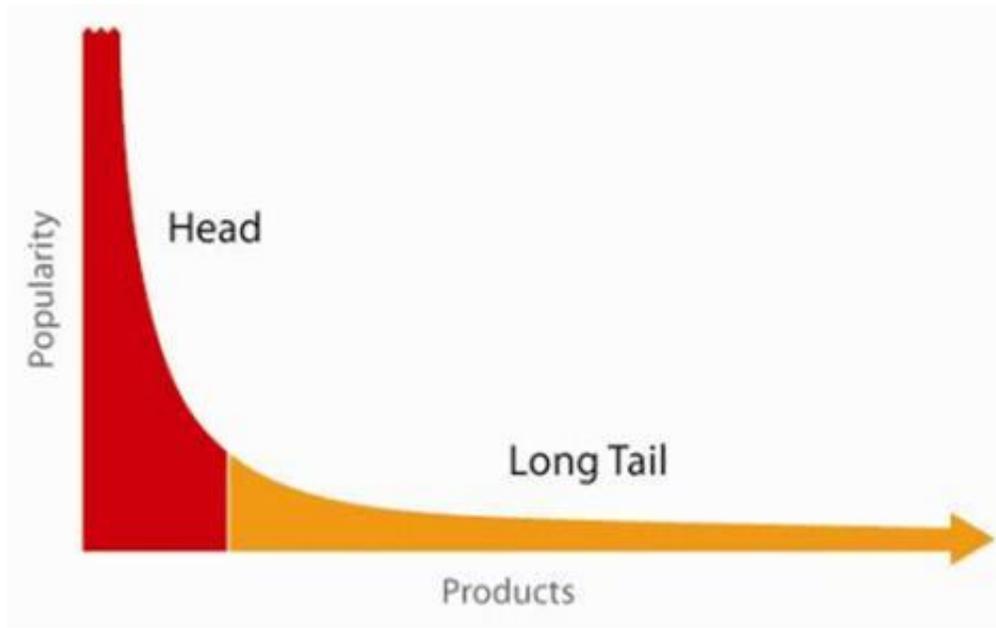


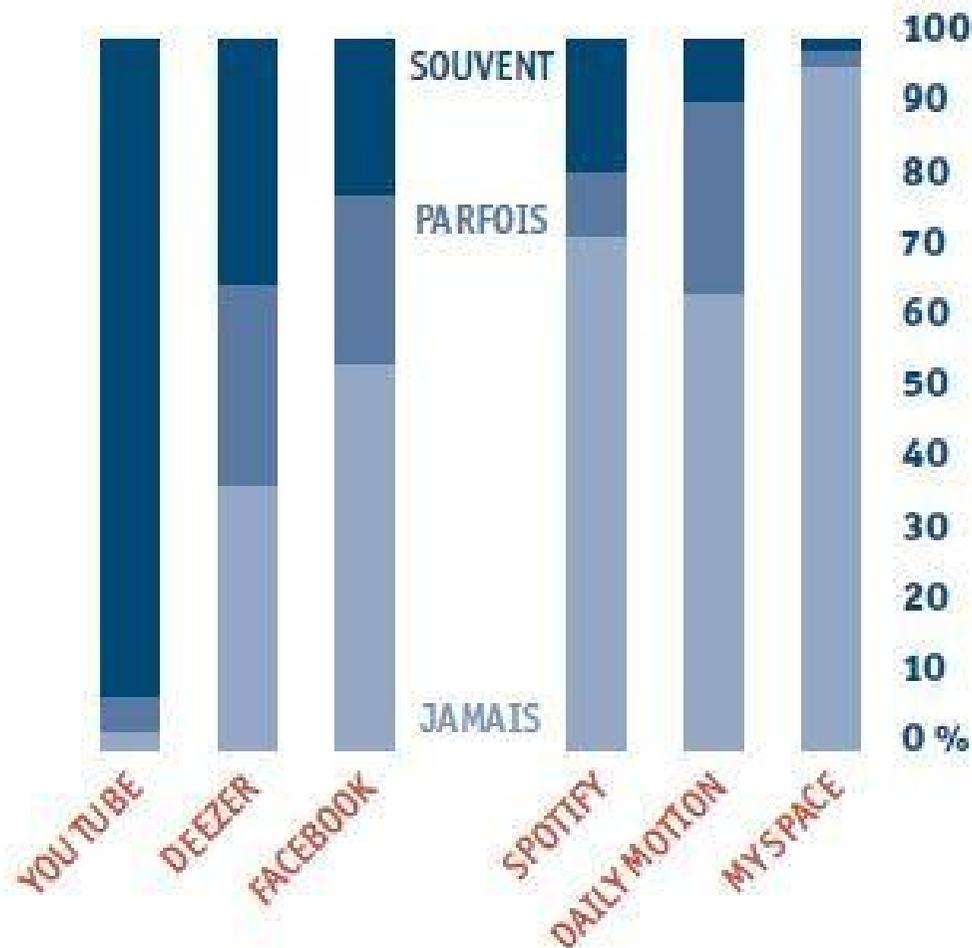
LES PRATIQUES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Des consommations normées et pourtant singulières

Le phénomène de la long Traine : les jeunes sont beaucoup à consommer les mêmes biens culturels et sorti de ce « lot commun » ils ont une disparité de choix et de goût.

Ils construisent ainsi une programmation à la carte et dans un espace plus personnel.
(Kevalla, Loicq, 2015)





Les sites d'écoute de musique en ligne

Musique

Écouter de la musique, l'activité de loisir préférée des 15-24 ans

- ❖ Ils écoutent en moyenne 2h/jour
- ❖ Ecoute multi support même si le téléphone portable reste l'accès principal
- ❖ Ils achètent peu de cd et téléchargent beaucoup illégalement

Rapports des jeunes à la musique à l'ère du numérique, 2015 :

<https://lepole.asso.fr/article/399/les-jeunes-la-musique-enquete-aupres-de-2-200-ligeriens>

Images animées : l'incontournable YT

Quelques chiffres

Enquête Junior Connect 2017 (IPSOS)

- Youtube : plateforme regardée par 96 % des adolescents
- 79 % des 13-19 ans sont inscrits sur Youtube (vs 45 % en 2016), ce qui en fait le réseau social le plus fréquenté par cette tranche d'âge,
- 9 adolescents /10 regardent des vidéos sur internet dont 82% avec YT

Enquête Médiamétrie 2015

- 131 vidéos par mois pour les 15-24 ans

En résumé

- Youtube le premier réseaux social numérique des adolescents
- 1ere activité des adolescents sur internet

YT que regardent-ils ?

❖ Les youtubeurs :

- ❖ Comiques : Cyprien, Norman, Natoo avec comme thèmes : le monde adulte, relation filles/garçon, consommation, publicité, défis donnés par les internautes et le quotidien.
- ❖ Les youtubeurs adolescents (Tim,
- ❖ Jeux vidéos : Pewdiepie, Squeezie, Joueur du grenier
- ❖ Beauté : Enjoyphoenix, Horia, Sananas, Tibo Inshape (musculature)

❖ Productions culturelles

- ❖ Ecouter, regarder et télécharger de la musique
- ❖ Replay
- ❖ Films
- ❖ Web séries (En passant pécho, Noob, Le visiteur du futur)

❖ Productions instructives

- ❖ Tutoriels
- ❖ Screencast de jeux et démo (concurrence de **Twitch**) (Bugha)
- ❖ Chaînes pédagogiques
- ❖ Documentaires loisirs (sports, nature, activités manuelles,..)

+ tout ce que leur propose l'algorithme !!

Consommation audiovisuelle

- La **télévision** : un média toujours incontournable :

« 88 % des jeunes interrogés dans notre enquête la regardent plusieurs fois par semaine. Les collégiens étant ceux qui la consomment le plus. Le temps consacré à cette activité reste en outre conséquent : majoritairement entre 1h et 4h quotidiennes selon leurs déclarations »(Kevalla, Loicq, 2015)

- Importance de la télé réalité
- Importance des émissions de Talk-show (TPMP et Quotidien)
- Mode de visionnage différent : culture de la chambre, replay, et interactivité via les RSN,...

-**Les séries audiovisuelles** :

Marché à destination des adolescents, productions souvent stéréotypées ; Marché organisé par l'économie de l'attention.

Jouer : quand, combien, etc.

- Il existe plusieurs classifications des jeux vidéos (jeux de combat, de course, de plateforme, d'aventure, RPG (Role Playing Game), MMO (Massively Multiplayer Online games)....qui regroupent aussi bien des jeux vidéo aux scénarios très "élaborés" que des application basiques de type Tétris qui relèvent du "social gaming" que l'on retrouve sur les réseaux sociaux ou les téléphones mobiles.

- Selon l'enquête PELLEAS (2014) :

- ❖ 86% des élèves déclarent jouer aux jeux vidéo au moins une fois par semaine
- ❖ le jeu fait partie des quatre activités des enfants sur Internet

les temps journaliers consacrés aux jeux vidéos varient en fonction du type de jeu (en ligne ou pas) et du moment (de 2h à 5h par jour).

- les trois types de jeux les plus prisés des collégiens et lycéens sont :

- ❖ les jeux d'application sur smartphone
- ❖ les jeux de tir et d'action
- ❖ les jeux de simulation

Jouer : des pratiques genrées

- Les garçons pratiquent plus que les filles : 36,5% des garçons disent pratiquer tous les jours contre 7,3% des filles
- Quelque soit le jeu, les personnages masculins dominent encore largement : les garçons investissent davantage que les filles dans l'identité sexuelle de leurs personnages.
- Les jeux d'application, de voiture et de sport sont pratiqués par les deux sexes. Mario est sans contexte le numéro un.
- L'humour, la vie quotidienne et les sports sont les univers ludiques privilégiés des filles :
 - ❖ les jeux de gestion (Les Sims)
 - ❖ les jeux conviviaux (Wii Sports)
 - ❖ les jeux d'aventure-action (Tomb Raider)
 - ❖ les jeux de danse (Just Dance)
- Chez les garçons se sont les MMORPG (Masively Multiplay Online Role Player Game) qui sont le plus pratiqués :
 - ❖ Univers de guerre, de sport et les gangsters
 - = Call of Duty, Halo, Medal of Honor, GTA, Assassin's Creed, Evolution Soccer, FIFA, Need for Speed, World of Warcraft.

Jouer : des pratiques genrées



[Le genre dans les jeux vidéos : explication de Fanny Lignon](#)

Jouer : Fortnite, le jeu super star du moment

Fortnite peut se jouer selon trois modes différents :

- Dans *Fortnite : Save the world*, des équipes de quatre joueurs de classes différentes – constructeur, aventurier, ninja et soldat – s’associent pour survivre dans un monde post-apocalyptique peuplé de zombies.
- Dans *Fortnite : Creative*, les joueurs sont invités à exprimer leur créativité pour construire des *maps* (cartes), des édifices, des objets et des défis.
- Dans *Fortnite : Battle Royale*, 100 joueurs, seuls ou en équipes, sont largués sur un terrain qui rétrécit et doivent s’éliminer jusqu’à ce qu’il ne reste qu’un survivant. C’est avec cette version gratuite que *Fortnite* est devenu un succès extraordinaire et phénomène mondial

Oihad Allal-Chérif, Fortnite, le jeu le plus populaire de tous les temps. Epic games, 2019 :

<https://theconversation.com/fortnite-un-phenomene-economique-social-sportif-et-culturel-124543>

Pourquoi jouent-ils ?

Nicole Lazzaro distingue 4 formes de Fun : gagner, découvrir, éprouver des émotions, partager.

- ❖ Hard Fun = combattre ses adversaires
- ❖ Easy Fun = explorer le jeu
- ❖ Altered states = vivre des changements
- ❖ People factor = avoir des interactions avec les autres joueurs

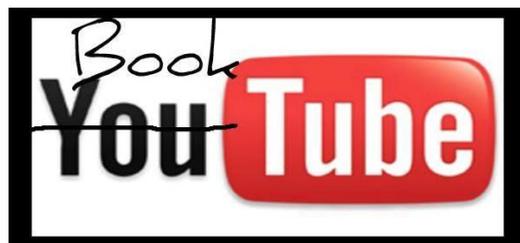
Pour Valérie Lavergne Boudier et Yves Dambach les vecteurs de plaisirs dans les jeux vidéo sont au nombre de trois :

- ❖ la montée en compétence

- ❖ l'autonomie des joueurs
- ❖ les relations interpersonnelles

Selon Raphaël Koster ils jouent aussi pour...

- ❖ Pour chasser le négatif (chasser l'ennui, procrastiner ou tuer le temps...) en attendant une activité plus importante
- ❖ Pour partager un moment à plusieurs et se construire leur identité et s'affilier à un groupe.
- ❖ Pour le plaisir... pour relever des challenges, mettre en place des stratégies et résoudre des problèmes.



Les adolescents producteurs de biens culturels

« Redéfinition des contours de l'amateurisme culturel en accroissant les possibilités d'action sur les contenus des mods des jeux vidéos, au sampling musical en passant par la création de vidéos (même, tuto, vlog,...). La consommation est ainsi devenue une **consom-action** » (Octobre, 2018)

Le Pro-am , il braconne, il appartient à des communautés, mais tous les adolescents ne sont pas des pro-am...

Bibliographie

Fraisse, Stéphanie, L'usage social des séries par les adolescents, Canopé, educ-revues.fr : <http://www.educ-revues.fr/ID/AffichageDocument.aspx?iddoc=38744>

Gillet, Guillaume , Psychologie et numérique, 2016.

Glevarec, Hervé, La Culture de la chambre : Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial, collection " Questions de culture ", La Documentation française, 2010

Jankeviciute, Laura, Culture numérique et jeunes générations : étude des usages d'Internet chez les préadolescents, 2014.

Julier-costes, Martin, Jeffrey Denis, Lachance Jocelyn, Séries cultes et culte de la série chez les jeunes, Penser l'adolescence avec les séries télévisées, Editions Herman, collection Adologiques, 2014.

Kervella, Amandine, et Marlène Loicq. « Les pratiques télévisuelles des jeunes à l'ère du numérique : entre mutations et permanences », *Études de communication*, vol. 44, no. 1, 2015, pp. 79-96.

Koster, Raphaël, Le jeu vidéo comme manière d'être au monde : socio-anthropologie de l'expérience vidéoludique, thèse de doctorat en sociologie, Paris 1, 2013.

Kredens, Elodie et Florence Rio, Dir, Pratiques télévisuelles à l'ère du numérique, 2015.

Lavergne, Valerie Boudier et Yves Dambach, Serious game, révolution pédagogique, Lavoisier, Hermès science, 2010

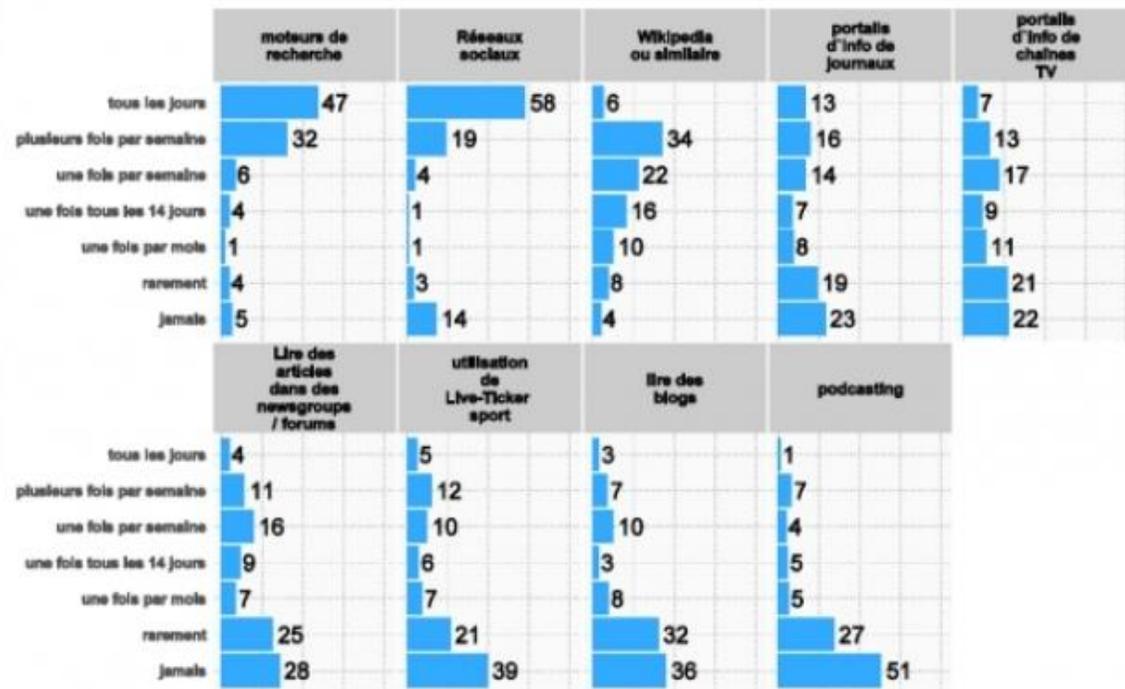
Lazzaro, Nicole, The 4 Keys 2 Fun : <http://www.nicolelazzaro.com/the4-keys-to-fun/>

Lignon, Fanny. « Des jeux vidéo et des adolescents. A quoi jouent les jeunes filles et garçons des collèges et lycées ? », *Le Temps des médias*, vol. 21, no. 2, 2013, pp. 143-160.



LES PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES ADOLESCENTS

La recherche d'information



N: 1058

Amey et salermo,2015

La recherche d'information

- Usage d'un moteur de réponse : Google
- Usage massif de Wikipédia, non sans sens critique
- Recherche multidimensionnelle (audio, vidéo, texte, image)
- Place de l'image dans la RI
- Sérendipité qui permet de définir le besoin d'information
- La question de l'évaluation de l'information : une injonction scolaire
- La question de la rentabilité temps/résultats : « le plus de résultat en le moins de temps possible »
- Le copié/collé à prendre en compte et valoriser avec le document de collecte

S'informer



[Média d'information : où sont les jeunes ?](#)

S'informer

-L'actualité, toujours très présente dans les pratiques des adolescents :

- À la télévision (journal, Talk-show)
- Sur les RS (snapchat Discover)
- Peu de lecture de la presse papier et d'écoute de la radio

Intérêt de l'information sur internet :

- Information gratuite
 - Caractère immédiat et instantané de l'information
 - Information enrichie "vidéos, sons, photos, animations..."
 - Possibilité de participer à l'information (commentaires, partages...)
- 

Bibliographie

Aillerie, Karine, Pratiques informationnelles des adolescents, 2011.

Amey, Patrick et Zimmerli, Virginie : [Les pratiques informationnelles des adolescents. Du "push-pull" aux réseaux sociaux](#)

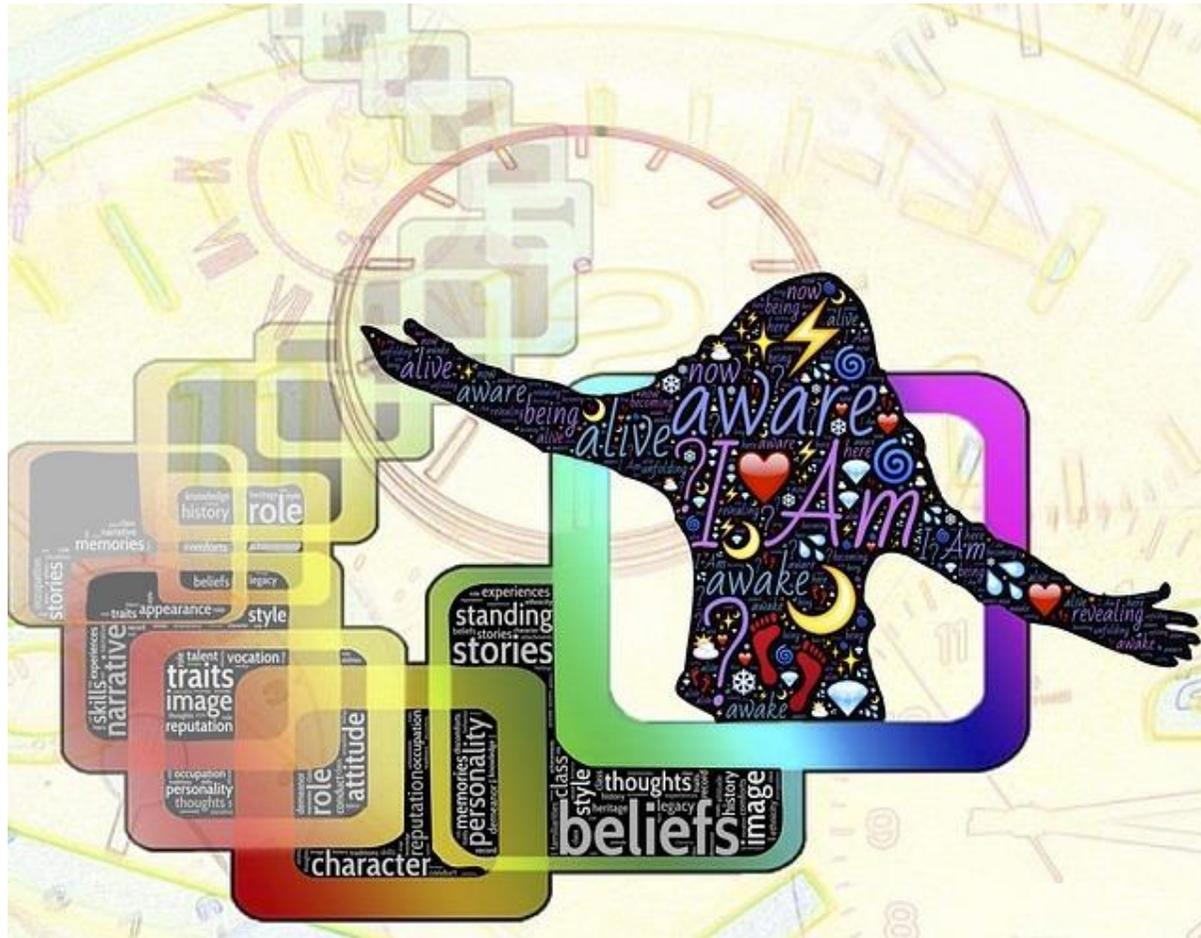
Cordier, Anne, Grandir connectés, les adolescents et la recherche d'information, C1F éditions, 2015.

Cordier, Anne, Les jeunes, l'information et la recherche d'information. 2016, URL:
<https://documentation.discip.ac-caen.fr/spip.php?article158>

Cordier Anne « Ados en quête d'infos : De la jungle à la steppe, cheminer en conscience » , 2019 :
https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_02299371v1

Boubée Nicole et tricot , L'activité informationnelle juvénile, Lavoisier : Hermès, 2011

MENDOME NTOMA, Max, 2016. *Transformations des pratiques d'information des jeunes français de 15-25 ans à l'ère numérique : impact des innovations technologiques sur les jeunes*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. Université de Lorraine, 2016.- 348 p. Disponible à l'adresse : <http://www.theses.fr/2016LORR0331>



LE RÔLE DES PRATIQUES NUMÉRIQUES DANS LA CONSTRUCTION DE L'ADOLESCENT

Construction identitaire

« Bien plus qu'un simple loisir ou une simple source d'information, ces usages participent à leur processus de sociabilisation et de construction identitaire » (Metton, 2009)

Rester en contact prime autant que le contenu des échanges (= la fonction phatique du langage)

La sociabilisation horizontale entre pairs (ex avec les jeux vidéos ou le partage des expériences autour des séries)

Il ne s'agit pas de relation virtuelle et dans leurs expériences ils permettent un entraînement à la vie réelle (conflit, choix, stratégie, négociation...)

Outils d'autonomie et besoin d'appartenance

Nombre de travaux (Martin, 2004 ; Dagnaud, 2013 notamment) ont en effet montré à quel point les technologies de l'information deviennent des éléments précieux pour gérer la tension entre la quête d'autonomie vis-à-vis du monde des adultes et le besoin d'appartenance à un groupe de pairs (Pasquier, 2005 ; Singly de, 2006). Macilotti,2019)

De construire leur autonomie (par rapport aux parents) et leur identité (en se démarquant de son identité d'enfant) = c'est la **culture de la Chambre**

La question de compétences

« L'utilisation d'appareils tels que les smartphones, les tablettes et les ordinateurs ayant un accès à Internet requiert des compétences, notamment **cognitives**, nécessaires à la manipulation des nouvelles technologies. Les adolescents s'estiment ainsi plus compétents que leurs parents dans 58 % des cas en ce qui concerne la maîtrise de leur smartphone, ou dans 38 % des cas pour la navigation sur Internet (enquête conduite auprès de jeunes de 9 à 16 ans vivant dans sept pays européens) » (Mascheroni, Cuman, 2014). (Ngantcha, Janssen, Godeau, & Spilka, 2016)

« Mais ne nions pas les univers créatifs que ces adolescents développent aussi en s'appuyant sur ces plateformes. De la mise en **scène de soi, conscientisée**, au développement de répertoires de pratiques informationnelles, les réseaux et médias sociaux sont pour les adolescents aussi potentiellement des espaces d'émancipation ». (Cordier 2019 dopamine)

Savoir être original et créatif et maîtriser les codes de l'interactivité.

La question de compétences

Les technologies numériques leur ont donné des capacités d'intervention sur les contenus, aux trois niveaux des modes de l'art :

- La création
- La médiation
- La réception (ex plays list)

Le smartphone = premier terminal culturel

Octobre, 2018

La dimension économique

Ils participent et adhèrent implicitement au Digital Labor (connexion permanente, présence numérique, individu-plateforme, surveillance, monétisation....) (Jehel,2018)

Économie de l'attention, au cœur des techno-cultures

Incitation à la consommation et participation à une économie libérale

- Achats en ligne
- Jeux d'argent
- Achats induits : Jeux vidéos gratuits mais les joueurs peuvent acheter des packs comprenant personnes, armes, équipements...

L'esprit start-up au cœur des techno-cultures (+ = créativité et - = ubérisation)

La dimension citoyenne

« Depuis que les messages médiatiques dominent le paysage des débats politiques (...), les questions de l'esprit critique, de la créativité, de l'accès à la culture, bref de la citoyenneté numérique et culturelle se trouvent profondément imbriquées » (Octobre, 2018 p 133).

Le prise en compte des problèmes du monde

Reconfigurer l'espace public : changer le monde sans prendre le pouvoir

L'activisme, l'engagement, alternative économique, sociale, communautaire

Lutter contre les inégalités

La fracture numérique ne se situe pas aux niveaux de l'équipement mais bien des usages.

Il y a même, parfois, suréquipement dans les familles défavorisées (le smartphone comme objet d'intégration social et de le PC comme outil de réussite social

Fracture numérique = décalage entre un univers de divertissement (lié au mode de vie) et un univers plus large d'appréhension des contenus et usages cultures, réflexif, critique et créatif (Octobre, 2018)

Triple inégalité : d'accès, d'usages et de réinvestissement des compétences numériques, du champ du loisir dans d'autres champs.

« Créativité et diversité fonctionnent comme des injonctions sociales et produisent leur lot d'inégalités et de tensions : tous les jeunes ne sont pas créatifs et l'injonction à la diversité recèle en son sein les germes de **tensions, de replis** » (octobre, 2018, p 181)

L'adolescent connecté marqueur de notre époque



[Jocelyn Lachance, L'adolescence hypermoderne](#)

Une nouvelle adolescence....

Une nouvelle adolescence....(Galland, 2008)

Traits caractéristiques de la culture juvénile :

- un renforcement de l'autonomie (à ne pas confondre avec l'indépendance)
- une aspiration à l'entre-soi (groupe de pairs vs groupe de pères)
- une consommation culturelle soutenue (se pose ici la question de l'autonomie culturelle des jeunes et du consumérisme (marchandisation de l'enfance) et du statut de l'adolescent qui n'est plus en rébellion contre la société)
- adhésion à un univers partiellement homogénéisé autour de l'idée commune que la culture des jeunes est totalement étrangère à la culture classique et de la culture scolaire
- une affirmation identitaire qui va de pair avec une conformité de groupe (= la tyrannie de la majorité ou le pouvoir des apparences)

... à mettre en relation avec les évolutions de la société et les usages technologiques :

- En quoi la culture juvénile est-elle différente de la culture des adultes ?
- Cette culture juvénile est aussi la preuve de l'émancipation des enfants et des filles
- Les pratiques juvéniles mettent en avant leurs capacités d'appropriation et de détournement

Et l'école dans tout cela ?

Former les citoyens de demain

- Les accompagner dans la prise en main des univers numériques et médiatiques
- Leur faire prendre conscience des enjeux économiques, sociétaux et éthiques du web
- Développer leur esprit critique

Lutter contre les inégalités sociales et culturelles

- Prendre en compte les disparités sociales et territoriales qui sont désormais plus sur les usages que sur les équipements
 - Leur donner des compétences indispensables pour leur intégration professionnelle.
- 

Bibliographie

Allard, Laurence, [Selfie, un genre en soi. Ou pourquoi il ne faut pas prendre les Selfies pour des profile pictures](#), Images en Bref, 2014.

Amev, Patrick et Sébastien Salerno, « Les adolescents sur Internet : expériences relationnelles et espace d'initiation », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 6 | 2015, mis en ligne le 23 janvier 2015, consulté le 29 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1283> ; DOI : 10.4000/rfsic.1283

Balleys, Claire, « Comment les adolescents construisent leur identité avec Youtube et les médias sociaux », *Nectart*, 2018/1 (N° 6), p. 124-133. DOI : 10.3917/nect.006.0124. URL : <https://www-cairn-info.docelec.univ-lyon1.fr/revue-nectart-2018-1-page-124.htm>

Boyd, Danah, [Réseaux sociaux numériques : vie privée, vie publique, what else?](#), 2007.

CEMEA Région Normandie (2018) Observatoire des pratiques numériques des adolescents, Suivi des pratiques des adolescents sur les plateformes numériques, de leurs modalités d'information et de leur rapport aux « fausses informations », consultable en ligne, <http://educationauxecrans.fr/index.php/le-dispositif/observatoire-des-pratiques-des-jeunes>.

Cordier Anne, Grandir connectés : les adolescents et la recherche d'information, 2015, Caen, C&F Editions.

Cordier, Anne, « Ados en quête d'infos : De la jungle à la steppe, cheminer en conscience » 2019. URL : https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_02299371v1

Galland, Olivier, Une nouvelle adolescence, *Revue française de sociologie*. 2008/4 (Vol. 49). URL : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2008-4-page-819.htm>

Bibliographie

Gillet, Guillaume , [Psychologie et numérique](#), 2016.

Gire, Fabienne et Fabien Granjon, « Les pratiques des écrans des jeunes français », *RESET* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 30 décembre 2012, consulté le 29 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org.docelec.univ-lyon1.fr/reset/132> ; DOI : 10.4000/reset.132

Haza, Marion, et Anne Joly. « Anorexie et corps numérique : le cas de Karen », *Corps*, vol. 14, no. 1, 2016, pp. 59-65.

Jehel, Sophie, « Les adolescents face aux violences numériques », *Terminal* [En ligne], 123 | 2018, mis en ligne le 31 décembre 2018, consulté le 29 octobre 2019. URL : DOI : 10.4000/terminal.3226

Jehel, Sophie, 2012. Hyperconnexion des adolescents : une initiation au digital labor, Congrès AISLF. Disponible à l'adresse : http://enfants-medias.cemea.asso.fr/IMG/pdf/S_Jehel_les_ados_et_le_digital_labor_Actes_AISLF_CR33_2016_Montreal_.pdf

Jehel, Sophie: Les apories des débats médiatiques autour des écrans et de la santé : <https://marge.univ-lyon3.fr/la-circulation-des-recits-mediatiques-dans-les-controverses-sante-jeunes-et-ecrans>

Le Douarin, Laurence, [Usages des nouvelles technologies en famille](#), 2014.

Bibliographie

Ledeuff, Olivier, [La formation à l'attention \(des jeunes générations\)](#) , Guide des égarés, 2011.

Lieury, Alain et Sonia Lorant, [L'impact des loisirs des adolescents sur les performances scolaires](#) , 2014.

Luc Wilkin, Génération Y : [much ado about nothing ? Le talent des jeunes](#)

Macilotti Giorgia, « Violence et humiliation à l'ère numérique : une étude en milieu scolaire », *Déviance et Société*, 2019/3 (Vol. 43), p. 299-328. DOI : 10.3917/ds.433.0299. URL : <https://www-cairn-info.docelec.univ-lyon1.fr/revue-deviance-et-societe-2019-3-page-299.htm>

Metton-Gayon, Cécile , [Usages sexués d'internet chez les adolescents et modes de socialisation familiaux](#) , 2009.

Ngantcha, M., Janssen, É., Godeau, E. & Spilka, S. (2016). Les pratiques d'écrans chez les collégiens : De la complexité de mesurer les usages. *Agora débats/jeunesses*, hors série(4), 117-128. Doi :10.3917/agora.hs01.0117.

Octobre, Sylvie, Les techno-cultures juvéniles, du culturel au politique, Logique sociales : L'harmattan, 2018, 208 p.

Bibliographie

Octobre, Sylvie. *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*. Ministère de la Culture - DEPS, 2014

Pasquier, Dominique , *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Autrement, 2006.

Pasquier, Dominique, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. 2005, Paris, Autrement.

Plantard Pascal et le Mentec M. (2013), « INEDUC : focales sur les inégalités scolaires, de loisirs et de pratiques numériques chez les adolescents », *Terminal*, 113-114.

DOI : [10.4000/terminal.278](https://doi.org/10.4000/terminal.278)

Poulin, Richard. « La pornographie, les jeunes, l'adocentrisme », *Les Cahiers Dynamiques*, vol. 50, no. 1, 2011, pp. 31-39.

Etats des lieux et enjeux des pratiques numériques juvéniles

Valentine Favel-Kapoian
INSPé de Lyon – UCBL
Nov 2019

