



LES JEUNES ET LES RESEAUX SOCIAUX : USAGES, APPRENTISSAGES ET « BRACONNAGE »

INTERPRETATION CRITIQUE DE L'ENQUETE #GENERATION2020 (2/5)

WhatsApp, Facebook, Tik-Tok, YouTube, Snapchat... Les app' utilisées par les enfants et les ados sont nombreuses. Elles intriguent les parents, parfois frileux·ses de s'y aventurer, mais cependant curieux·ses de connaître le type de contenus que leur enfant y partage. Elles questionnent les enseignant·es, qui notent l'attention toute particulière qu'y portent leurs élèves. Mais à quoi ces jeunes rivés devant leurs écrans peuvent-ils·elles bien passer leur temps ? N'ont-ils·elles donc rien d'autre à faire ? Comment naviguent-ils·elles sur ces multiples plateformes, et en maîtrisent-ils·elles seulement les codes ? Retour sur : les app' favorites des enfants et des ados, les compétences qu'ils développent en les utilisant, le sens de ces usages « à la carte », et leur capacité à faire preuve d'auto-réflexivité.

Entre 5 et 10 ans, les premiers tâtonnements : de la consultation à la production de contenus

Les app' et réseaux sociaux utilisés par les jeunes enfants soutiennent principalement leurs envies de divertissement, ou de découverte : jouer, regarder des vidéos marrantes, des films, des dessins animés et parfois, écouter de la musique. Pour consulter des contenus, la plateforme la plus populaire chez les jeunes enfants est Netflix, suivie de près par YouTube, via quoi ils·elles aiment aussi écouter de la musique. Les enfants consultent ces plateformes de leur propre initiative, ou suite à la proposition de leurs parents, qui tirent parfois profit de ce temps de visionnage de leur enfant pour réaliser l'une ou

l'autre tâche. Un paramétrage préalable des parents peut, par ailleurs, les rassurer quant au contenu que leurs enfants consultent tandis qu'ils-elles sont occupé-es ailleurs.

« Quand ma maman est au bain, parfois je peux regarder les films ». (P1)

Ces plateformes ont l'avantage de proposer des espaces spécifiquement dédiés aux plus jeunes. Quant à leur usage pratique, et même s'ils-elles ne savent pas encore lire, la navigation des enfants est facilitée par l'ergonomie des app' et leurs pictogrammes colorés, facilement identifiables. Ils-elles trouvent ainsi facilement leur chemin vers leurs contenus favoris, ou vers des contenus suggérés automatiquement par la plateforme.

Les jeunes enfants utilisent principalement YouTube et Netflix via la télévision et la tablette. Mais il leur arrive aussi de s'aventurer sur d'autres app', en utilisant le smartphone de leurs parents, avec ou sans leur approbation.

« Parfois, le matin, je vais prendre le téléphone de mon papa en cachette ». (P1)

Sur le smartphone de leurs parents, les plus jeunes sont capables de télécharger des app', voire de créer un compte – quitte à modifier leur date de naissance pour pouvoir avoir accès aux contenus proposés. Du fait de leurs compétences en lecture et en écriture, ils-elles privilégient la consultation et la production de contenus, des photos ou des vidéos. Certain·es avouent, avec un air un peu malicieux, avoir déjà publié des photos sur l'un ou l'autre réseau social, et ce, sans concerter leurs parents. Parfois, quelques minutes à peine après avoir publié du contenu, ils-elles le suppriment, craignant d'avoir mal fait ou de se faire gronder. Ils-elles sont par ailleurs bien conscient·es du fait que, lorsqu'ils-elles reprendront leur smartphone, leurs parents pourront retrouver des traces de leurs activités en ligne.

« Une fois j'ai pris le téléphone de maman et j'ai fait des photos sur Snapchat [...] mais maman elle l'a pas vu ». (P1)

Autrement dit, les usages que les jeunes enfants font de ces plateformes sont « conditionnés », non seulement par l'appareil qu'ils-elles utilisent, par leurs propres compétences, mais aussi par le regard que leurs parents peuvent y poser par-dessus leur épaule, ou quand ils-elles reprennent leur appareil.

Mise en scène, sociabilité, quête identitaire

Vers 10-12 ans, les enfants disposent, pour une grande majorité d'entre eux-elles, de leur propre smartphone – lequel, rappelons-le, supplante la tablette à l'entrée de l'adolescence. Via cet objet pratique et connecté, qu'ils-elles emmènent partout avec eux-elles, de nouvelles possibilités se dessinent. Les « contraintes » se relâchent quelque peu. Ils-elles sont davantage maîtres-ses de leur appareil, et peuvent

expérimenter plus de choses : prendre des photos de soi ou des autres, les partager, échanger avec des ami·es, et, plus généralement, télécharger des app' et s'approprier leurs codes.

De 10 à 18 ans, les jeunes testent et expérimentent les plateformes de manière plus personnalisée, et avec une autonomie grandissante. Ils·elles adaptent les app' à leurs besoins et envies : échanger avec des ami·es, partager des photos, consulter des infos en lien avec leurs centres d'intérêt, prendre des nouvelles de leur famille, suivre des influenceurs et influenceuses, des youtubeurs ou youtubeuses... Ainsi, à chaque réseau social, ses usages : parfois plus consultatifs, parfois plus productifs. Les (pré)ados naviguent entre les plateformes en étant bien conscient·es du rôle et de la place qu'ils·elles leur attribuent. Ces évolutions sont aussi à mettre en lien avec les chamboulements liés à l'adolescence et à l'envie, voire au besoin, de soumettre son image au regard des autres et de (tenter de) définir qui on est.

Parmi les 10-12 ans, c'est TikTok qui est la plateforme la plus plébiscitée pour produire des contenus, suivie de près par Snapchat. Anciennement Musical.ly, TikTok permet de partager de courtes vidéos musicales sur lesquelles faire du playback, une chorégraphie, ou encore l'un ou l'autre challenge à la mode.

« Moi je suis un 2002, donc j'utilise pas TikTok... Mais juste en dessous de 2002, ils l'utilisent tous ! Ils sont dans un autre monde [...] ma petite sœur elle veut en faire, elle va avec des amis dessus ». (S6)

Porté·es par leur envie de partager un contenu qu'ils·elles apprécient, de suivre la tendance d'un groupe d'ami·es ou de répondre à un challenge lancé par des influenceurs et influenceuses, les plus jeunes produisent et partagent du contenu. Parfois, des formes de « rétribution » s'organisent entre les jeunes : par un « je rends » mentionné sur son profil, un·e jeune signifiera que, dans le cas où un·e utilisateur·rice s'abonne à son profil, il·elle s'abonnera en retour. Autre possibilité : faire la promotion du profil d'ami·es en invitant ses abonné·es à aller suivre leur compte, via une photo, ou une mention. À chaque plateforme, ses rituels ! Sur Snapchat, qui permet d'échanger des photos (avec ou sans filtres) de manière éphémère, il s'agira de récolter un maximum de snaptreak, traduisant le caractère assidu des échanges entre deux personnes sur la plateforme . Ou encore de jouer avec leur image, de faire preuve d'autodérision en optant par exemple pour des filtres loufoques pour se tester, s'affirmer aux yeux des pairs. Sur Instagram, on relèvera d'autres tactiques, comme par exemple l'idée de poster un selfie de soi sur lequel le ou la jeune tague une série de personnes invitées à formuler un commentaire sur la photo postée – comme une manière de s'assurer d'avoir des retours sur le contenu posté. Bref, autant de pratiques pouvant traduire des enjeux liés au monde de l'adolescence : la volonté de cohésion dans un groupe d'ami·es, la quête identitaire « dis-moi qui je suis » parfois suivi d'un « je te dirai qui tu es », voire la réappropriation de son image, jusqu'alors entre les mains des parents.

Au cœur de l'adolescence : vers des usages réfléchis et mesurés

De 10 à 18 ans, les ados consultent toujours régulièrement YouTube, mais ne produisent que rarement de contenu sur la plateforme, préférant y suivre assidûment des influenceurs et influenceuses. De manière générale, sur toutes les app' qu'ils-elles fréquentent, les ados rejoignent des groupes et pages qui sont en lien avec des sujets, des personnes, des marques, des hobbies qui les intéressent par ailleurs, et ces publications nourrissent leur fil d'actu.

Au cœur de l'adolescence, Instagram et Snapchat sont les premiers réseaux sociaux choisis quand on demande aux ados quelles plateformes ils-elles utilisent pour produire du contenu. Ils-elles préfèrent publier photos et story sur Instagram, WhatsApp et Snapchat, où ils-elles retrouvent leurs pairs, plutôt que sur Facebook, où sont désormais leurs parents, voire leurs grands-parents.

« Facebook ce n'est plus la génération de maintenant... Avant je l'utilisais, quand j'étais petit mais... Mais maintenant c'est plutôt ma mère qui utilise ça ! ça a un peu sauté d'une génération ». (S6)

Les ados ne sont pas pour autant complètement absent·es du réseau social de Mark Zuckerberg. Cependant ils-elles y consultent davantage de contenu qu'ils-elles n'en produisent, et qui sont en lien avec leurs centres d'intérêt.

Les ados délimitent soigneusement le type d'information publiques sur leurs profils. Ils-elles sont conscient·es de la possibilité, voire de la nécessité, d'adapter leurs paramètres de confidentialité. Ils-elles jaugent au préalable l'identité de leurs ami·es ou abonné·es selon les app' employées. Par exemple, conscient·es que des adultes de leur entourage proche peuvent se retrouver sur Facebook, ils-elles paramètrent leur profil de manière à ne partager avec eux-elles qu'une sélection d'informations. Sur d'autres réseaux sociaux, comme par exemple Instagram, ils-elles diffuseront davantage d'informations, mais moins personnelles, car ils-elles ne connaissent pas l'ensemble des abonné·es qui les suivent :

« J'ai dans les 80 amis sur Facebook. C'est juste des gens que je connais. Par contre sur Instagram, ça peut être des gens que je connais pas ». (S6)

Les ados sont les destinataires des discours inquiets, voire anxiogènes, que les adultes expriment à l'égard des réseaux sociaux. Les jeunes intègrent fréquemment ces mêmes discours. Ainsi, lorsqu'ils-elles évoquent les pratiques des plus jeunes, ils-elles adoptent un regard assez critique, et une attitude protectrice. On porte ainsi une attention plus particulière aux pratiques des plus jeunes que soi.

« Parfois c'est moi qui prends le téléphone de ma petite sœur [...] elle a 10 ans. [...] je lui dis juste " fais attention à ça, et ça », parce que je suis déjà passée par là" ». (S6)

Vous avez dit « passivité » ?

Les usages intenses et variés que les jeunes font des différentes app' leur permettent aussi de développer une série de compétences. Conscient·es des spécificités de chaque réseau social, ils·elles apprennent différentes manières de communiquer, et gèrent leurs relations interpersonnelles. Ainsi, les usages sont aussi des apprentissages. Les jeunes distinguent et maîtrisent les codes, règles et espaces propres à chaque plateforme. On pourrait d'ailleurs penser qu'un dialogue concerté entre les ados et les adultes, parents ou enseignants, permettrait aux seconds d'entendre et de comprendre ce que les jeunes font en ligne, voire d'en tirer des apprentissages sur certains réseaux sociaux qui leur paraissent parfois obscurs. L'occasion se présente aussi, pour les ados, d'affiner le regard critique qu'ils·elles portent sur les stratégies de « séduction » que les grandes plateformes mènent à leur égard. Ainsi, ils·elles constatent que la concurrence et la quête d'une audience jeune poussent les applications à s'imiter pour capter l'audience. En témoigne un exemple récent : celui du lancement, par Instagram, de la plateforme Reels qui, étant donné ses fonctionnalités, rappelle le fonctionnement de Tik-Tok. L'apparition des stories sur Facebook, pratique initialement spécifique à Instagram, répond au même impératif : répondre aux attentes du public. Les plateformes évoluent, se ressemblent voire se rassemblent, et les ados font preuve d'une certaine réflexivité à cet égard.

Bien souvent, les ados contournent les usages initialement prévus sur les plateformes, et sortent des sentiers battus. Au partage de photos sur Instagram, ils·elles préféreront l'envoi de messages à leurs ami·es ; à l'élargissement de leur cercle d'ami·es sur Facebook, certain·es privilégieront les échanges avec des membres de leur famille, parfois éloigné·es géographiquement. Ils·elles partagent aussi leur soif de découvertes de différents contenus, sur les réseaux sociaux qu'ils·elles consultent.

« C'est vraiment un autre monde... On ne va pas dire qu'on se renferme hein, on ne se renferme pas vraiment. En fait on découvre quelque chose d'autre, de nouveau. Il y a toujours de nouvelles choses ». (S6)

Ainsi, il est difficile d'assigner un type d'usage à une plateforme. On peut dès lors penser que les ados « braconnent », c'est-à-dire que les usages qu'ils·elles font de certains réseaux sociaux sortent des usages pensés ou prescrits au départ. Comme l'explique cet ado qui, sur Twitter, passe son temps non pas pour consulter ou partager de l'information comme on pourrait le penser, mais pour partager et commenter, souvent ironiquement, des tweets de célébrités. Le même ado révèle par ailleurs le caractère parfois volatile des usages des réseaux sociaux, admettant que, selon ses centres d'intérêt ou occupations du moment, il pourra utiliser un réseau social assidûment pendant quelques semaines, puis le mettre de côté pour en privilégier un autre.

Quant au temps passé sur les différentes app', les ados le jaugent avec un regard parfois critique ; ils·elles estiment y passer beaucoup, voire trop de temps, et tentent parfois de gérer le temps d'écrans.

« Parfois je regarde des trucs sur Instagram, puis je me rends compte que je m'arrête pas pendant 30 minutes, à regarder des stories... Je me dis "mais comment c'est possible quoi ?!". Du coup, j'arrête et je vais faire autre chose ». (S6)

Néanmoins, pour certaines jeunes, le fait de passer du temps sur leurs app' de prédilection leur permettrait, paradoxalement, de se « déconnecter » d'un quotidien souvent très chargé. Entre heures de cours, de sport, obligations familiales, rattrapages, les jeunes sont aussi en recherche de pauses, de moments lors desquels ils-elles peuvent se vider la tête et se poser, tout simplement.

« Aujourd'hui je termine à 16h40. Je rentre à la maison il sera 17H05. Je prends 5 minutes pour manger, puis je vais au cours d'anglais, qui se termine tard. Puis je reviens à la maison, et je suis crevée [...] C'est chargé tous les jours de la semaine [...] le dimanche c'est le seul jour de congé que j'ai ». (S6)

Consulter des vidéos qui les font rire, envoyer un GIF, partager un selfie ridicule (mais assumé) : entre les cours, activités et sorties, les ados expriment le besoin d'avoir une parenthèse, et de se détendre. Ainsi, lorsqu'ils-elles consultent des réseaux sociaux, peaufinent les contenus qu'ils-elles y publient, les ados expriment aussi le besoin de se retrouver, de se poser quelques instants en dehors du rythme frénétique de leur journée.

« Dans mon bus, je mets mes oreillettes, ma musique, et je pense plus à rien ».

Un dialogue concerté entre les jeunes et les adultes : apprendre et déconstruire ensemble

Des premiers tâtonnements sur les app' via le smartphone des parents aux réglages de leurs paramètres de confidentialité, le chemin des enfants devenu ados est riche d'apprentissages. D'abord explorateurs et exploratrices, les enfants tâtonnent, et ce, de manière plus ou moins affichée. On peut penser qu'un accompagnement des parents et/ou des enseignant-es dès ce stade peut porter ses fruits sur le long terme : découvrir des app' ensemble, questionner les jeunes sur ce qui les intéresse, leur suggérer des moments d'usages, ou encore des app' en lien avec leurs centres d'intérêt. Ainsi, poser les bases d'une confiance mutuelle et, dès lors que l'enfant devient ado, comprendre son besoin d'autonomie tout en continuant à se montrer intéressé-e, disponible et présent-e. Un dialogue qui permettrait aussi de comprendre pourquoi les plus jeunes ont ce besoin de s'isoler, parfois, et de faire une pause dans un quotidien chargé, souvent. Un réel partage d'expérience entre générations semble pouvoir trouver sa place, quand on constate, par ailleurs, que les ados se montrent eux-mêmes et elles-mêmes averti-es par rapport aux usages que les plus jeunes qu'eux ou elles font des app', et prêt-es à leur transmettre des conseils et astuces à ce sujet.

Sophie Huys – Septembre 2020



Cet article propose une interprétation critique de l'enquête #Génération2020, réalisée par l'asbl Média Animation en partenariat avec le Conseil Supérieur de l'Education aux Médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles (CSEM). Celle-ci a été menée auprès de plus de 2000 élèves, dans 42 écoles. Elle est à découvrir dans sa globalité sur le site <https://www.generation2020.be/>

#Génération2020 est une enquête réalisée dans le cadre du projet B-BICO, consortium pour un meilleur usage du web par les jeunes.



co-funded
by the
European
Union