ÉTUDE LES JEUNES, LES IMAGES, LES ÉCRANS

EN HAUTS-DE-FRANCE

RAPPORT COMPLET - OCTOBRE 2020

Étude réalisée par l'Acap - pôle régional image
et SoCo Études auprès des 11-18 ans

acap pôle régional image

SOMMAIRE

AVANT PROPOS 9

INTRODUCTION 11

Contexte 12

Objectifs 12

Périmètre 13

Comité de pilotage 13

Construction et diffusion du questionnaire 14

Le règlement général sur la protection des données 14

Constitution du questionnaire 14

Toucher le public par des intermédiaires 14

Calendrier 15

Méthodologie : Traitement des données 15

Qualité du jeu de données récoltées et nettoyage de la base de données 15

Redressement de l'échantillon par pondération 17

Présentation de la démarche d'analyse multivariée 18

Éléments sociodémographiques 18

Une majorité d'enfants d'employés et de professions intermédiaires 18

70% des jeunes interrogés résident dans des communes peu denses 21

LES USAGES **24**

Les écrans : taux d'équipement selon l'âge, le genre, le lieu de vie et l'origine sociale 25

Le Smartphone est le principal écran personnel des adolescents 25

Ordinateur personnel : à partir de 15 ans le taux d'équipement augmente nettement 26

Usage des ordinateurs disponibles dans d'autres lieux 27

Console de jeu : un équipement très genré 28

Tablettes : l'écran le moins utilisé par les adolescents 28

Télévision : le plus ancien des écrans toujours très présent 28

Accès à Internet 29

Découverte d'Internet 29

49% des jeunes commencent à utiliser Internet avant l'âge de 11 ans 29

2 jeunes sur 3 commencent à utiliser des écrans avant l'âge de 11 ans 30

99% des jeunes ont accès à Internet à la maison 31

C'est sur Smartphone que les jeunes se connectent le plus souvent à Internet (73%), bien devant l'ordinateur (19%) 32

Usages nocturnes d'Internet et du Smartphone 34

2 jeunes sur 3 ont accès à Internet la nuit 34

58% des adolescents dorment avec leur Smartphone 35

25% des jeunes consultent souvent leur Smartphone la nuit 35

Activités sur les écrans 37

Musique et vidéos : les principales occupations des jeunes sur écrans 37

Suivies de discussions et jeux, loin devant les films et séries, photos, partages de contenus ou appels en visio 37

8 adolescents sur 10 ont une adresse mail personnelle 38

75% des jeunes utilisent plusieurs écrans en même temps 40
43% des jeunes se retrouvent en ligne après l'école 42
Durées d'usage des écrans : des pratiques très intenses 43
Temps passé devant les écrans en semaine et le weekend 43
65% des jeunes passent au minimum 3 heures sur écran un jour de semaine 43
53% des 15-18 ans passent au minimum 6 heures par jour sur écran le weekend 44
Temps passé sur Smartphone en semaine et le weekend 45
Les filles de 17-18 ans issues de milieux modestes passent le plus de temps sur Smartphone 45
69% des adolescents passent au minimum 3 heures par jour sur Smartphone le weekend 46
Impressions quant au temps passé sur les écrans 48
64% des jeunes ont conscience de passer trop de temps sur écrans 48
86% des jeunes n'ont jamais sauté un repas pour rester devant un écran 49
72% des jeunes se sont déjà entendu dire qu'ils passaient trop de temps sur les écrans 50
Réseaux sociaux, données personnelles et contenus choquants 51
Snapchat et Instagram en tête, Facebook détrôné : moins d'1 jeune sur 2 l'utilise 51
70% des adolescents créent un compte sur les réseaux sociaux avant l'âge légal de 13 ans 54
Protection et rapport aux données personnelles 56
Propos choquants et insultes : les filles systématiquement plus ciblées que les garçons 63
Règles parentales 69
Les règles concernant les écrans à table 69
1 jeune sur 3 se voit imposer des règles familiales sur la durée d'utilisation du Smartphone 71

LES IMAGES **72**

Cinéma 73

44% des jeunes vont au cinéma au moins une fois par mois 73

La dimension sociale et partagée de la sortie au cinéma est fondamentale 75

68% des adolescents aimeraient aller plus souvent au cinéma 76

Le temps disponible (paradoxe moderne) et le prix sont les principaux freins à la fréquentation du cinéma 77

2 jeunes sur 3 pensent qu'il y a un intérêt à voir un film au cinéma alors qu'ils peuvent le voir à la maison 80

Films et séries 82

Une fréquence de visionnage très élevée et des genres variés 82

64% des jeunes regardent au moins un film par semaine 82

32% des jeunes regardent des séries tous les jours 83

Blockbusters, comédies et films d'animation sont les genres préférés des jeunes 84

Modalités de visionnage des films et séries 87

21% des adolescents regardent leurs films et séries en version originale sous-titrée 87

48% des jeunes visionnent régulièrement des films sur Smartphone, y compris ceux qui vont souvent au cinéma 88

60% des adolescents ont accès à un abonnement pour regarder des films et séries 89

Les films et le cinéma en temps scolaire 91

72% des jeunes des Hauts-de-France voient des films en milieu scolaire 91

8 adolescents sur 10 trouvent la découverte de films en milieu scolaire intéressante 92

Seuls 2 adolescents sur 10 auraient assurément découvert ces films en dehors du milieu scolaire 93

29% des jeunes ont déjà réalisé un film, principalement entre amis ou avec leur établissement scolaire 94

Vidéos 95
Près d'1 adolescent sur 2 regarde très souvent des vidéos en ligne 95
Humour, musique et jeux : les genres de vidéos que regardent les jeunes 97
86% des jeunes apprennent des choses en regardant des vidéos 99
59% des jeunes pensent que les vidéos influencent leur opinion 100
3 jeunes sur 4 âgés de 16 à 18 ans ont déjà regardé des vidéos pour expliquer leurs cours différemment 101
Suivre l'actualité 102
88% des adolescents ont conscience d'avoir parfois affaire à des *fake news* 105
82% des jeunes vérifient les informations qu'ils lisent en ligne 106
64% des jeunes interrogent les adultes pour vérifier la véracité des informations qu'ils ont vues/lues en ligne 107
Près d'1 jeune sur 2 est sensible aux conséquences écologiques du stockage de données en ligne 108
Jeux vidéo 109
72% des filles jouent à des jeux (sur console, Smartphone, etc.), c'est le cas de 94% des garçons 109
2 jeunes sur 3 jouent sur Internet 110
1 joueur sur 2 joue tous les jours ou presque 111
Action, aventure, combat et stratégie : les types de jeux préférés des jeunes 112
Près d'1 jeune sur 2 joue à des jeux payants 113
2 jeunes sur 3 jouent en multijoueur 116
30% de l'ensemble des jeunes communiquent en anglais pour jouer 117

SYNTHÈSE DES DONNÉES **119**

Classification de la population en 3 profils-types 121

Synthèse de l'influence des caractéristiques sociodémographiques (âge, genre, lieux de vie et origines sociales) sur le rapport aux écrans 122

L'évolution linéaire des pratiques avec l'avancée en âge 122

Certaines pratiques deviennent moins genrées mais il existe des marqueurs comportementaux et des expériences différenciées entre filles et garçons 124

Les filles font plus de choses diversifiées sur les écrans 126

Les lieux de vie et origines sociales, de même que les règles parentales, fonctionnent concomitamment et influencent les expériences 127

ANNEXE **129**

Questionnaire 130

AVANT PROPOS

Nous avons le plaisir de partager avec vous les résultats de l'étude sur les jeunes, les images, les écrans en Hauts-de-France, fruits d'une enquête sociologique menée dans les premiers mois de l'année 2020 grâce au concours de plus de 6 000 jeunes de la région. Ces adolescents de 11 à 18 ans ont accepté de nous répondre sur la relation qu'ils entretiennent aux écrans en nous informant sur leurs habitudes, leurs activités, les images regardées, les compétences développées, leurs croyances, leur rapport à la responsabilité… Cette mine d'informations vous est aujourd'hui restituée à travers deux publications : la présente étude complète et une édition allégée qui permet une première découverte, favorisant une lecture aisée, d'une partie des données.

Ces deux documents dressent ainsi le portrait d'une jeunesse des Hauts-de-France hyperconnectée et consciente de ses habitudes, aux usages diversifiées et aux pratiques sociales appuyées, se confrontant à des univers abusifs tout en développant des compétences créatives ou linguistiques… En se basant sur les très nombreuses données ainsi mises en exergue, cette radiographie sincère et réaliste de la consommation des écrans et des usages par et pour les jeunes, constitue un véritable outil d'accompagnement de l'ensemble de la communauté éducative et culturelle qui travaille en prise avec les adolescents. Il s'agit aujourd'hui d'en tirer tous les enseignements et de penser des actions et préconisations pour combattre les inégalités d'usages pointées, pour adapter nos actions à une réalité de pratique et pour porter un plan ambitieux en faveur de l'éducation des regards.

Pauline Chasserieau

Directrice générale de l'Acap - pôle régional image

INTRODUCTION

L'Acap - pôle régional image porte un projet d'envergure à l'échelle des Hauts-de-France dans le champ du cinéma et de l'audiovisuel, axé sur la diversité artistique, le développement d'une culture de proximité, l'accompagnement et la construction critique des regards. Levier de l'aménagement culturel et éducatif du territoire, l'Acap construit son programme d'activités autour des questions de création, de diffusion et de transmission où l'accent est toujours mis sur l'initiative locale, les logiques de collaboration, la recherche et l'expérimentation. La dimension d'observatoire traverse ses différents champs d'activité et constitue un socle structurant qui accompagne le développement de son action et permet d'apporter une expertise aux institutions et partenaires sur les problématiques du secteur.

CONTEXTE

Les jeunes nés avec Internet appartiennent à une génération interconnectée et le numérique fait partie intégrante de leur quotidien. Leur consommation d'écrans et l'usage qu'ils font des outils numériques cristallisent bien souvent les inquiétudes des adultes. La question des écrans provoque de nombreux débats et il y a parfois peu de place entre deux positions très marquées : le devoir de prémunir les enfants de certains risques et la nécessité de découvrir la richesse de ces outils à la fois diffuseurs de contenus de qualité, supports à créations et vecteurs de liens sociaux.

Dans ce contexte, l'Acap a commandité et coordonné la présente étude pour cerner la réalité des pratiques et des usages des écrans par les jeunes entre 11 et 18 ans : comprendre et connaître les pratiques pour préconiser des actions en adéquation avec leurs besoins (accompagnement, protection, développement de l'esprit critique, valorisation de leurs compétences numériques, pratiques créatives…).

OBJECTIFS

Cette étude, inédite en Hauts-de-France par son ampleur, vise à réaliser une photographie de la pratique des écrans par un public cible né entre 2002 et 2009, en tenant compte dans ses analyses des particularités du territoire régional. Elle consiste à comprendre et mesurer chez les jeunes entre 11 et 18 ans de la région :

- le niveau d'équipement ;
- les pratiques et usages des images et des écrans ;
- les attitudes vis-à-vis des écrans ;
- les compétences développées à travers l'usage des écrans ;
- le rapport au cinéma.

Les thématiques abordées prennent en considération la diversité des contenus et des usages en intégrant la musique, les jeux vidéo, le cinéma, les séries, l'actualité... L'objectif est de poser une analyse quantitative sur les rapports que les jeunes entretiennent avec les écrans et d'identifier leurs comportements et modes de consommation en les plaçant au cœur du processus d'évaluation. Destinés aux institutions et professionnels de l'image, de l'éducation, du social, de la culture et de la santé, les résultats obtenus visent, par une appréhension plus objective des pratiques juvéniles, à améliorer et adapter les actions d'accompagnement aux transformations numériques.

PÉRIMÈTRE

Le périmètre de l'étude comprend les jeunes de 11 à 18 ans dans toute leur diversité : scolarisés, déscolarisés et non-scolarisés ; habitant en milieu rural et en milieu urbain ; vivant en famille, en foyer, seuls ; venant de différents milieux sociaux…; résidant sur l'ensemble de la région Hauts-de-France. L'étude a touché un public de différentes tranches d'âges afin de produire des comparaisons et dégager, éventuellement, des points de rupture.

COMITÉ DE PILOTAGE

La réalisation de l'étude est accompagnée par un comité de pilotage animé par l'Acap. Celui-ci constitue une instance de consultation et de dialogue. Il a été consulté à trois reprises pour : la prise de connaissance du projet, sa méthodologie et sa stratégie de diffusion ; la présentation des résultats issus des tris à plat ; la présentation du rapport complet afin de réfléchir à des éléments de préconisations. Le comité de pilotage est constitué des structures suivantes :

- les Rectorats des académies d'Amiens et de Lille ;
- la Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRAAF) Hauts-de-France ;
- la Direction régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale (DRJSCS) Hauts-de-France ;
- la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) Hauts-de-France ;
- la Région Hauts-de-France ;
- le réseau EMI'cycle ;
- la Maison des adolescents – Conseil départemental de la Somme ;
- la Mutuelle générale de l'Éducation nationale (MGEN).

CONSTRUCTION ET DIFFUSION DU QUESTIONNAIRE

L'Acap – pôle régional image s'est associé à la sociologue Claire Hannecart de SoCo Études pour la réalisation de l'étude.

• Le règlement général sur la protection des données (RGPD)

L'enquête a été diffusée sans identifier les personnes interrogées et sans recueillir de données personnelles. L'exploitation des réponses s'est faite dans un anonymat total.

• Constitution du questionnaire

Le questionnaire était composé de 122 questions fermées et à tiroirs, de sorte que les utilisateurs voyaient apparaître certaines sections uniquement en fonction de leurs réponses. Les questions étaient toutes non-obligatoires ce qui a permis aux jeunes de continuer le questionnaire s'ils ne pouvaient pas ou ne souhaitaient pas répondre à certaines questions.

Plusieurs phases d'essai et d'ajustement du questionnaire ont été menées auprès de jeunes et d'experts, pour clarifier le vocabulaire, le contenu, la pertinence des questions et le temps passé à répondre.

• Toucher le public par des intermédiaires

L'étude a été diffusée par des personnes et des structures qui sont en contact direct avec le public cible. Les participants ont répondu sur leur temps libre ou dans un temps aménagé spécifiquement.

Les intermédiaires étaient :

- les Rectorats des académies d'Amiens et de Lille ;
- la Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRAAF) Hauts-de-France ;
- la Direction régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale (DRJSCS) Hauts-de-France ;
- les Centres de formation d'apprentis (CFA) ;
- les Maisons familiales rurales (MFR) ;
- les Maisons pour tous, Maisons des jeunes, Maisons des adolescents, Centres éducatifs, Centres de loisirs… ;
- les associations audiovisuelles et d'éducation aux médias ;
- la Mutuelle générale de l'Éducation nationale (MGEN).

- **Calendrier**

L'étude a été préparée et réalisée en trois phases entre juillet 2019 et septembre 2020 :

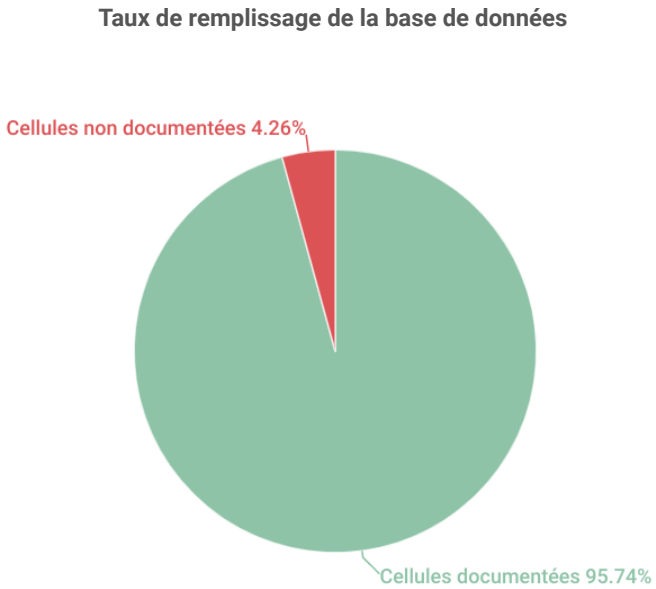
Phase 1 : juillet-septembre 2019 – Conception du questionnaire, 1er rendez-vous du comité de pilotage
Phase 2 : octobre 2019-avril 2020 – Lancement du questionnaire, phase de récolte des données, exportation et contrôle de la base des données, production des tris à plat, 2e consultation du comité de pilotage
Phase 3 : avril-septembre 2020 – Analyse, rédaction, présentation des résultats dans un rapport exhaustif et un document de synthèse, 3e rendez-vous du comité de pilotage
La phase de diffusion des résultats aura lieu à partir d'octobre 2020

MÉTHODOLOGIE : TRAITEMENT DES DONNÉES

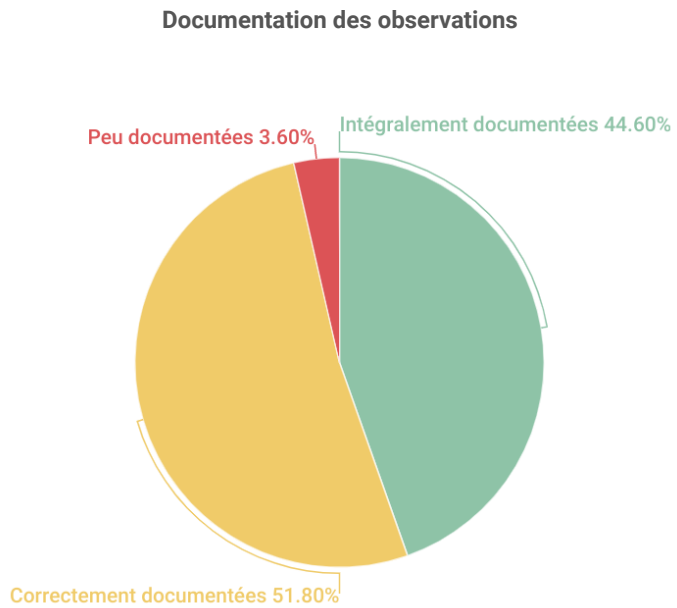
- **Qualité du jeu de données récolté et nettoyage de la base de données**

Nombre de questionnaire enregistrés au cours de la période de récolte

Au total 6 238 répondants âgés de 11 à 18 ans et habitant en région Hauts-de-France, ont répondu entièrement au questionnaire (ils ont « enregistré » leurs réponses en dernière page du questionnaire) pour 122 variables (questions). Les jeunes de 10 ans déjà entrés au collège pouvaient répondre en cochant la case « 10 ans », mais au vu de leur nombre très limité, ces derniers ont été intégrés à ceux de 11 ans. Sur les 122 questions que comptait l'enquête en ligne, les renvois et questions conditionnelles ont conduit à présenter en moyenne 93 questions aux répondants.



Le temps moyen de saisie a été de 19 minutes et 32 secondes, ce qui dénote une implication importante des participants à l'étude. Le taux de remplissage global du questionnaire (table des données) s'élève à 95,7%, ce qui signifie que la très grande majorité des champs de données ont été bien remplis et que la précision des résultats est très satisfaisante. En effet, ce taux élevé de remplissage de la table de données, est combiné à un nombre d'observations (de répondants) également élevé : 96,4% des observations sont bien documentées. Les 3,6% des répondants ayant peu documenté leurs réponses, ont par la suite été éliminés de l'échantillon analysé.



La démarche méthodologique employée pour la diffusion du questionnaire a visé à maximiser le nombre de répondants, ce qui a permis de pallier aisément les quelques observations peu documentées en les éliminant simplement. Après contrôle et nettoyage de la base de données, **6 104 questionnaires sont bien remplis et exploitables**.

- **Redressement de l'échantillon par pondération**

La « population de référence » recherchée à étudier ici, est constituée de l'ensemble des jeunes âgés de 11 à 18 ans en région Hauts-de-France. Afin que l'échantillon de répondants analysé soit représentatif, un « redressement par pondération » est opéré. Ce processus de redressement par pondération s'effectue a posteriori, après la récolte des données, elle-même orientée pour obtenir un maximum de réponses.
La pondération se réalise sur des « critères de répartition » de la population de référence, ce qui n'est pas le cas pour les sondages menés auprès de panels de répondants

limités à des profils-types préétablis. Les critères de répartition d'une population sont les données (variables) relatives au genre, à l'âge, à la catégorie socioprofessionnelle, au lieu de vie, etc. Ici, en l'occurrence, le choix était de **redresser l'échantillon de répondants par les variables croisées de genre, d'âge et de lieu de vie.** Cela permet d'obtenir un échantillon représentatif et par conséquent, d'extrapoler les résultats à l'ensemble des jeunes de la région.

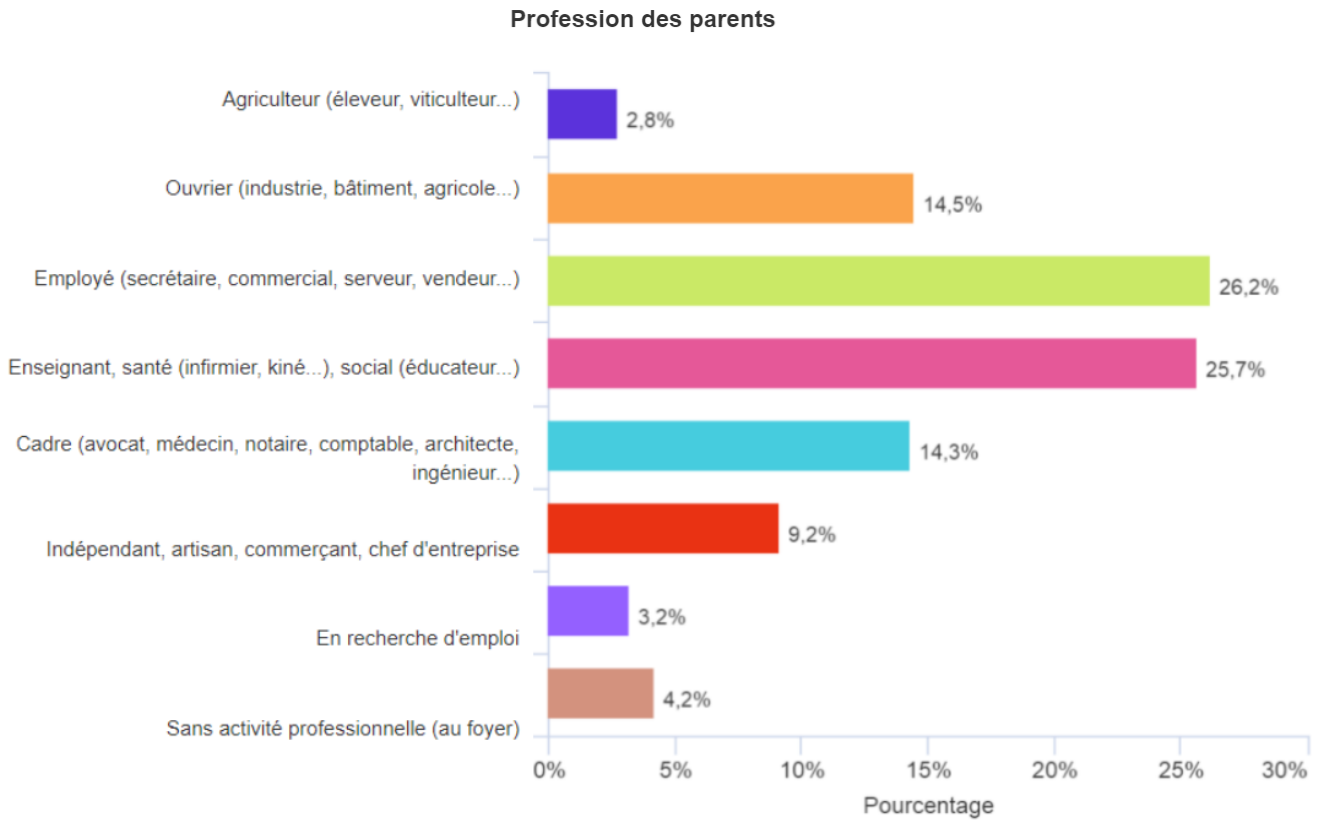
• Présentation de la démarche d'analyse multivariée

Les tris à plat désignent les calculs de pourcentages d'une étude quantitative, effectués question par question. L'analyse multivariée (plusieurs variables) consiste en des calculs de pourcentages effectués en croisant deux (bivariée) ou plusieurs variables entre elles : on parle de tris croisés. La force de corrélation statistique entre les variables est testée au travers du calcul du Khi² (par exemple entre un critère social tel que l'âge et une caractéristique telle que le fait d'avoir un Smartphone). Ce test statistique de corrélation permet de mesurer si le degré d'influence d'une variable sur une autre est significatif statistiquement. Dans un premier temps, il s'agit de croiser l'ensemble des variables comportementales (choix, goûts, pratiques, etc.) avec les variables sociodémographiques : âge, genre, origine sociale connue au travers de la profession des parents et taille des communes. Ces croisements multiples permettent de connaître statistiquement dans quelle mesure les variables sociodémographiques influencent ou non les différents comportements, choix, goûts et pratiques. Par exemple, quelles sont les variables sociodémographiques qui influencent ou non le fait d'avoir un Smartphone personnel ? La synthèse des résultats qui s'ensuit fait apparaître les éléments pour lesquels les corrélations sont les plus significatives statistiquement parlant.

ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

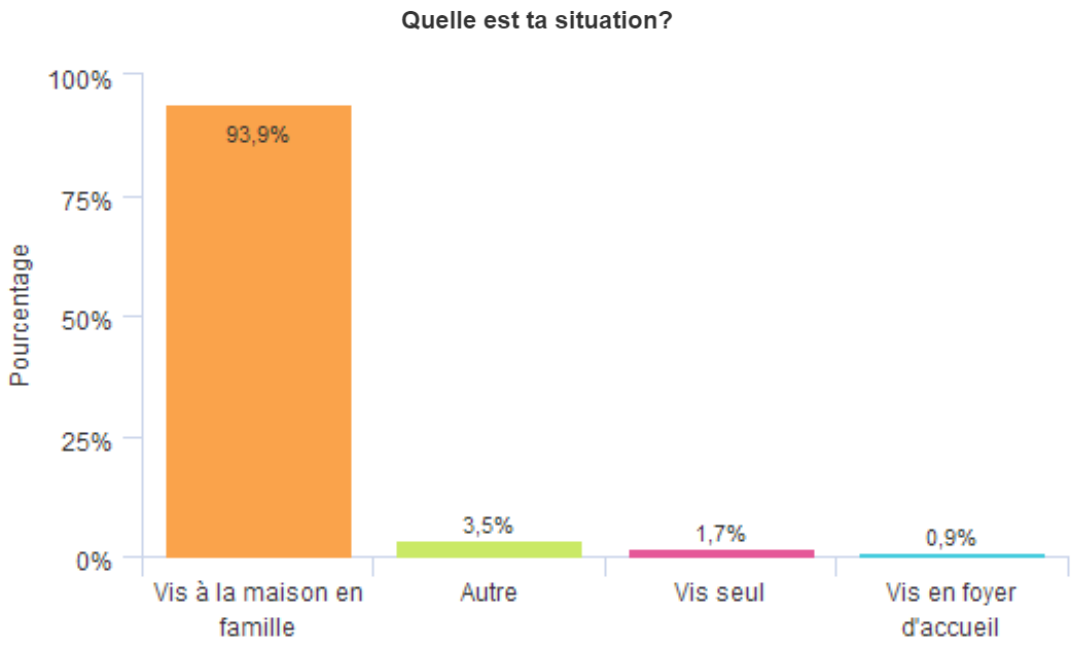
• Une majorité d'enfants d'employés et de professions intermédiaires

L'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) classifie les ménages en fonction de leur catégorie socioprofessionnelle et niveau de vie : pauvres, modestes (populaires), médians (classe moyenne), plutôt aisés (classe moyenne supérieure) et aisés (riches). La connaissance de l'appartenance sociale des jeunes interrogés permet de réaliser des tests statistiques pouvant mettre en lumière certains comportements à partir de leur catégorie sociale d'appartenance.



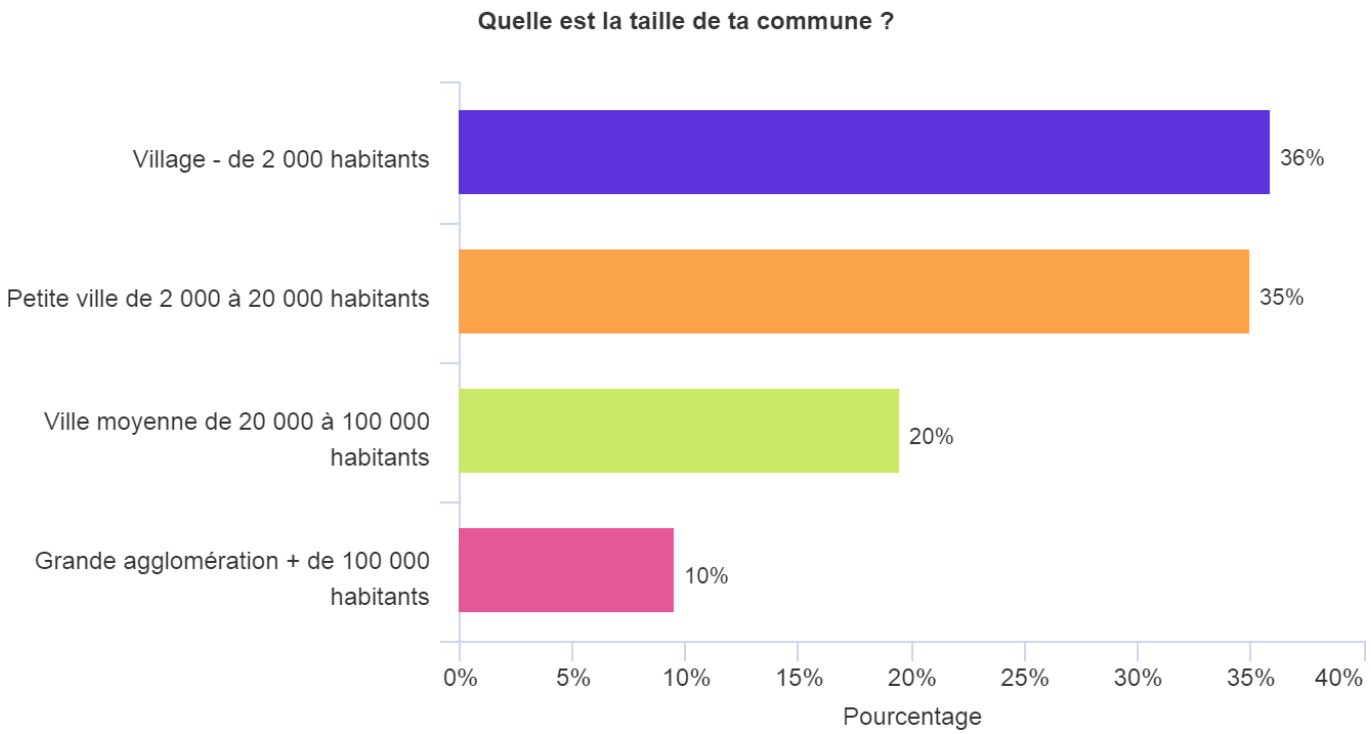
Un jeune sur deux (51,9%) vit au sein de ménages médians[1] : les parents étant majoritairement employés ou de profession intermédiaire (à l'intermédiaire entre les employés et les cadres). Comparativement, on compte 27% d'employés et 26% de professions intermédiaires parmi les Français actifs (données Insee 2019). Les jeunes n'ayant pas su ou pas souhaité répondre ayant été retirés des calculs, cette **répartition des catégories socioprofessionnelles des parents est proche de celle des Français dans leur ensemble,** ce qui atteste aussi une bonne représentativité de l'échantillon de répondants. 14,5% ont au moins un de leurs parents ouvrier et, dans une proportion identique, au moins un parent cadre, ce qui les fait respectivement appartenir aux familles modestes et aisées.

[1] Les niveaux de vie incluant tous les revenus y compris du patrimoine sont connus au travers de l'enquête Revenus fiscaux et sociaux (ERFS) par l'Insee en s'appuyant sur les données de la Direction générale des Finances publiques.

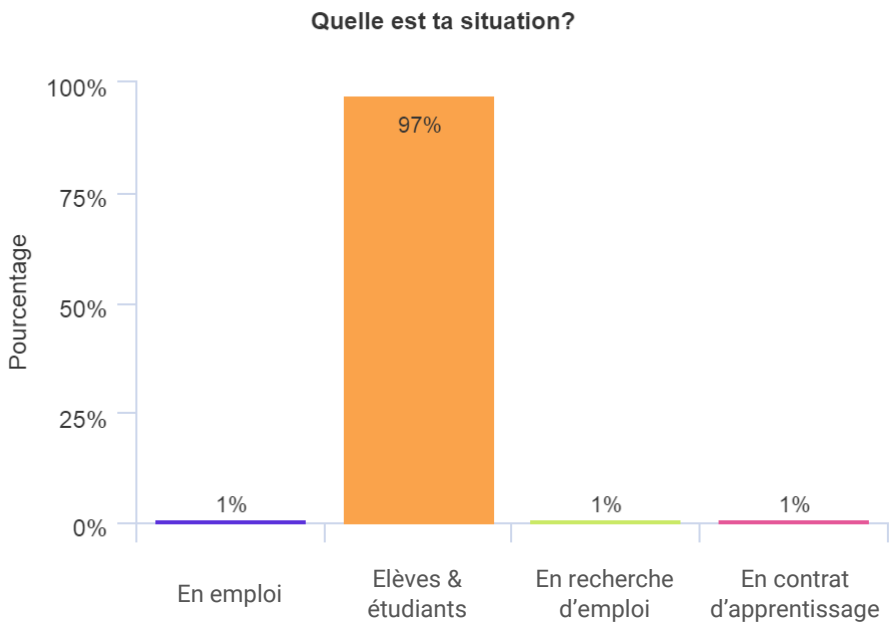


La très grande majorité des jeunes interrogés (94%) vivent en famille. L'étude a touché tout de même près de 1% de jeunes résidant en foyer d'accueil, 1,7% vivant seuls et 3,5% se trouvant dans d'autres situations.

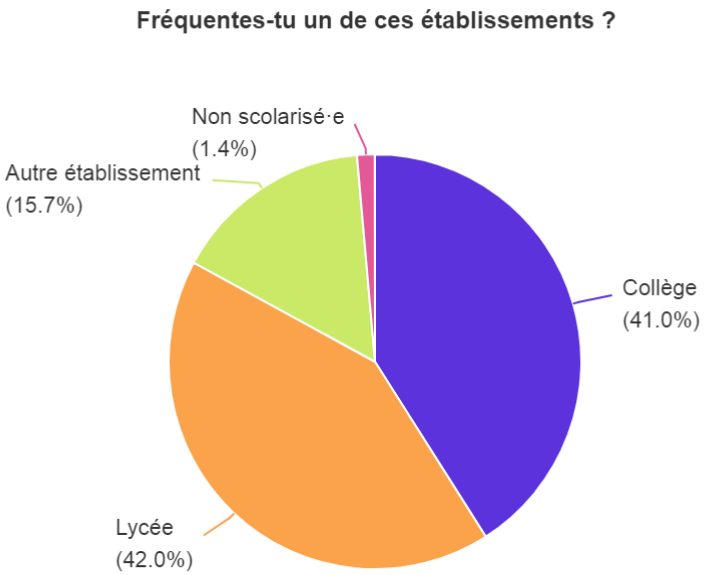
- **70% des jeunes interrogés résident dans des communes peu denses**



L'Insee catégorise les communes selon quatre niveaux de densité de population : communes denses, de densité intermédiaire, peu denses et très peu denses. 10% des jeunes interrogés vivent dans de **grandes agglomérations** (communes denses) de plus de 100 000 habitants, **20%** résident dans des communes de **densité intermédiaire** (des villes moyennes de 20 000 à 100 000 habitants) et **71%** résident dans des communes peu denses de moins de 20 000 habitants, dont la moitié (36%) dans des villages de moins de 2 000 habitants (communes très peu denses).



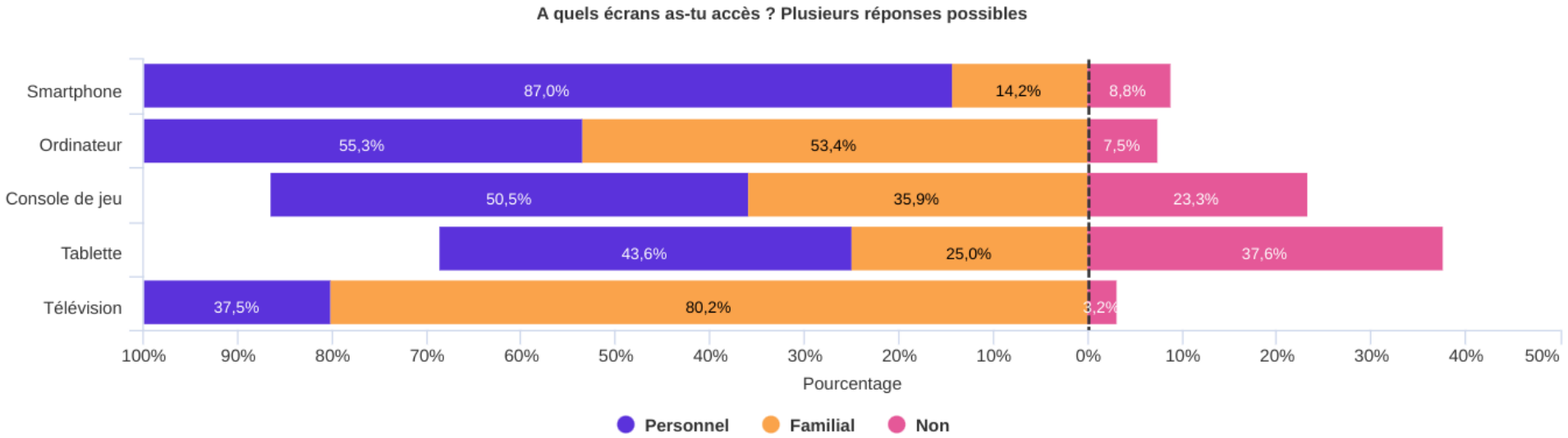
La très grande majorité des jeunes interrogés sont scolarisés. L'enquête a permis de récolter les réponses de 2% de jeunes actifs en emploi ou en recherche d'emploi (18 ans) et 1% de jeunes en apprentissage.



L'échantillon de répondants se répartit de façon homogène entre collégiens (41%), lycéens (42%), jeunes fréquentant d'autres établissements (15,7%) et jeunes non scolarisés.

LES USAGES

LES ÉCRANS : TAUX D'ÉQUIPEMENT SELON L'ÂGE, LE GENRE, LE LIEU DE VIE ET L'ORIGINE SOCIALE



- **Le Smartphone est le principal écran personnel des adolescents**

Dans les Hauts-de-France, 87% des adolescents âgés de 11 à 18 ans ont un Smartphone personnel. **On atteint même 99% de jeunes de 16 à 18 ans en possession d'un Smartphone personnel.** Seuls 9% des jeunes de 11 à 18 ans n'ont accès à aucun Smartphone (ni personnel ni familial). 12 ans semble être l'âge charnière concernant l'équipement en Smartphone personnel, ce qui s'inscrit dans la droite ligne des dernières études nationales[2] sur le sujet, lesquelles précisent que près d'un adolescent sur deux obtient son **1er Smartphone à l'âge de 11/12 ans.** Les Smartphones sont très répandus dans les collèges et lycées : 88% au collège, 96% au lycée, les données sont similaires au niveau national.

[2] D'après le sondage ***La place des Smartphones dans la vie familiale, amicale et sentimentale des adolescents français,*** BVA, 2018 et l'étude *La parentalité à l'épreuve du numérique,* Médiamétrie pour l'Observatoire de la parentalité & Éducation numérique et l'Union nationale des associations familiales (UNAF), 2020.

Les filles sont plus souvent équipées (91%) que les garçons (83%). **Ceux qui habitent de petites villes sont un peu moins équipés** que la moyenne (83%). **Les catégories sociales ont une légère influence** : les enfants d'employés sont un peu plus souvent équipés (90%) que la moyenne, quand les enfants de professions intermédiaires le sont moins (83%).

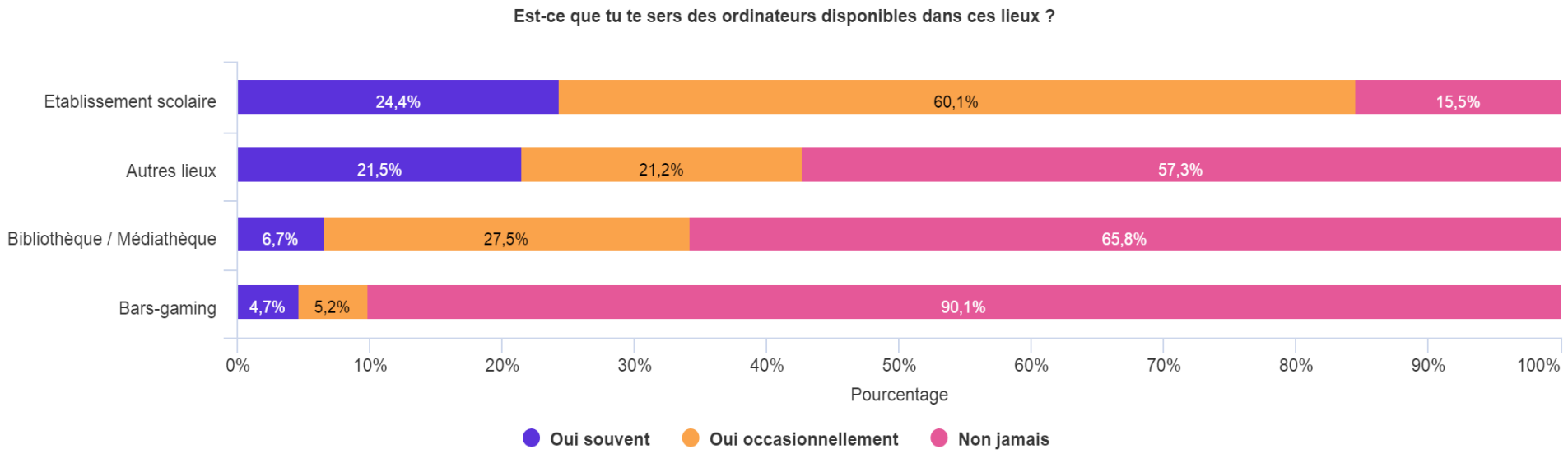
En somme le taux d'équipement en Smartphone est assez peu influencé par les catégories sociodémographiques de lieu de vie et d'origine sociale, mais il l'est par le sexe et amplement par l'âge. L'ensemble des données attestant, quoi qu'il en soit, d'un très fort taux d'équipement personnel en Smartphone.

- **Ordinateur personnel : à partir de 15 ans le taux d'équipement augmente nettement**

55% des jeunes ont un ordinateur personnel et 53% ont accès à un ordinateur familial. Les données nationales[3] sur l'ensemble des Français attestent que l'ordinateur à domicile est en déclin depuis 2016 : il perd trois points entre 2017 et 2018. Les jeunes résidant dans des villages sont un peu plus souvent équipés d'ordinateurs personnels (59%). Le taux d'équipement en ordinateur personnel **augmente avec l'âge pour atteindre 85% des jeunes de 18 ans.** C'est **à partir de 15 ans, donc de l'entrée au lycée, que le taux d'équipement augmente nettement** : il est de 60% à 15 ans, 68% à 16 ans, 70% à 17 ans. **L'origine sociale a peu d'influence sur l'équipement en ordinateur personnel ou familial**.

[3] *Panorama : Les chiffres-clés dans le secteur des télécoms,* l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ARCEP), 2019

Usage des ordinateurs disponibles dans d'autres lieux



24% des jeunes se servent **régulièrement** des **ordinateurs** disponibles dans leur **établissement scolaire,** 60% s'en servent occasionnellement, donc **84% des jeunes utilisent au moins occasionnellement les ordinateurs de leur école**. Les filles sont légèrement plus nombreuses à s'en servir que les garçons mais ce de façon occasionnelle (86% contre 83%). **Les jeunes de 12 à 14 ans sont les plus nombreux à s'en servir au moins occasionnellement (90%),** ce qui est en corrélation avec l'augmentation du taux d'équipement en ordinateur personnel avec l'avancée en âge. De même, **ceux résidant dans les villages sont plus nombreux à se servir plus souvent des ordinateurs de leur établissement scolaire** (88%) que les jeunes vivant dans de plus grandes villes. **Les jeunes issus des familles ouvrières et sans activité professionnelle sont plus nombreux** à se servir régulièrement des ordinateurs scolaires (29% contre 24% en moyenne).

*Ces résultats sous-tendent une **fonction sociale** non négligeable aux **ordinateurs présents dans les établissements scolaires pour assurer un accès équitable de tous aux équipements numériques.** En effet, si de nombreux jeunes ont accès à des ordinateurs à la maison comme constaté plus haut, cela ne signifie pas pour autant qu'ils peuvent prendre le temps d'y travailler par exemple. De la sorte, les ordinateurs des établissements scolaires permettent à tous d'y accéder librement dans un environnement calme et propice au travail.*

Plus d'un jeune sur deux se connecte au moins occasionnellement sur des ordinateurs disponibles dans d'autres lieux tels que les cybercafés. 21% le font régulièrement mais seuls 22% le font occasionnellement, ce que nous pouvons comparer aux 60% utilisant occasionnellement les ordinateurs des établissements scolaires. Enfin, seuls 7% des jeunes utilisent régulièrement les ordinateurs des bibliothèques ou médiathèques publiques et 27% le font occasionnellement. En somme, **1 jeune sur 3 utilise au moins occasionnellement un ordinateur présent en bibliothèque.**

- **Console de jeu : un équipement très genré**

En moyenne, **1 jeune sur 2 a une console de jeu personnelle**. Cet **équipement est très genré** : quand **35% des filles ont une console personnelle c'est le cas de 65% des garçons**. **L'âge est également un facteur très déterminant,** 56% des 11-13 ans ont une console personnelle, quand c'est le cas de 45% des 15-18 ans en moyenne. La taille des communes a une influence notable : les jeunes des villages et petites villes sont plus souvent équipés de consoles (54%) que les jeunes des villes moyennes (45%) et des grandes agglomérations (39%). Enfin, les enfants d'ouvriers et d'employés sont les plus équipés en consoles de jeux vidéo.

L'équipement en consoles de jeu est ***fortement influencé par les variables sociodémographiques*** : le sexe, l'âge, le lieu de vie et la catégorie sociale ont tous une influence.

- **Tablettes : l'écran le moins utilisé par les adolescents**

Une **diminution** du taux d'équipement en **tablette** est **observée à l'échelle nationale** ces dernières années : 41% en 2018 contre 44% en 2017[4]. En Hauts-de-France, **44% des jeunes ont une tablette personnelle** et 25% ont accès à une tablette familiale. 38% n'ont accès à aucune tablette, ni familiale ni personnelle, ce qui en fait **l'écran le moins utilisé par les adolescents.** Les filles sont légèrement plus nombreuses à avoir accès à une tablette que les garçons. Les plus jeunes (11-13 ans) sont nettement plus nombreux à avoir une tablette personnelle, 48% en moyenne contre 40% à 14 ans : **le taux d'équipement en tablette décroît avec l'avancée en âge.** Il n'y a aucune différence notable d'équipement en tablette selon les lieux de vie (département, taille des communes). C'est au sein des familles de cadres que l'on trouve le plus de tablettes familiales, 31% contre 25% en moyenne.

L'équipement des jeunes en tablette est très influencé par l'âge : le taux décroît avec l'avancée en âge ce qui atteste d'un usage majoritaire de la part des préadolescents et jeunes adolescents.

- **Télévision : le plus ancien des écrans toujours très présent**

97% des jeunes ont accès à une télévision : pour 80% elle est familiale et 37% en moyenne ont une télévision personnelle. Les garçons sont plus souvent équipés de télévision personnelle (40%) que les filles (35%) tout comme les jeunes âgés de **17-18 ans** (42%). **Les jeunes vivant dans des villages sont plus souvent équipés d'une télévision personnelle** (40%), quand ceux des grandes agglomérations le sont moins souvent (27%), 8% des jeunes des grandes agglomérations n'ont pas de télévision du tout (personnelle ou familiale) contre 3% en moyenne. Les enfants d'ouvriers et de parents en recherche d'emploi sont bien plus souvent équipés de télévision personnelle que les autres catégories sociales (47% et 43%).

[4] *D'après l'enquête Le Baromètre du numérique 2019*, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) pour l'ARCEP, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du numérique, 2019.

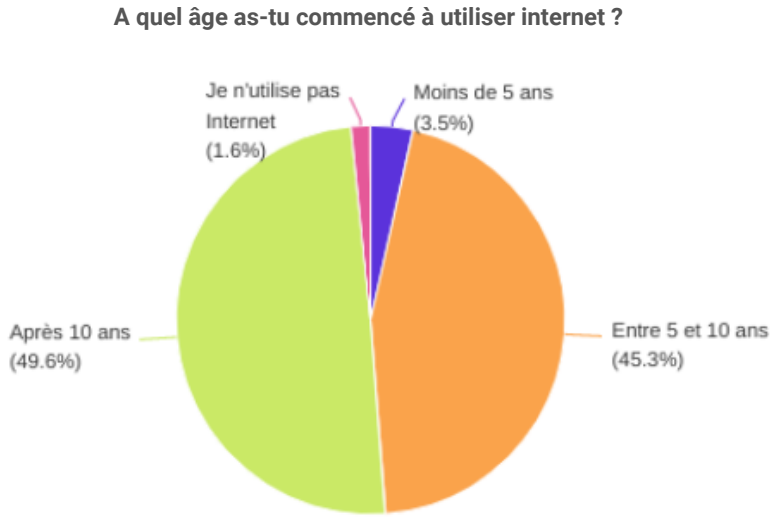
L'équipement en télévision, le plus ancien écran en termes d'apparition dans le temps, ***est impacté par les conditions sociodémographiques.*** Toutes ces données sont corrélées avec les dernières données disponibles en matière d'équipement des foyers français, où l'on compte en moyenne six écrans par foyer[5].

ACCÈS À INTERNET

- **Découverte d'Internet**

49% des jeunes commencent à utiliser Internet avant l'âge de 11 ans

Seuls 3,5% des jeunes ont commencé à utiliser Internet avant l'âge de 5 ans, ce sont principalement de très jeunes garçons de 11 ans aujourd'hui.



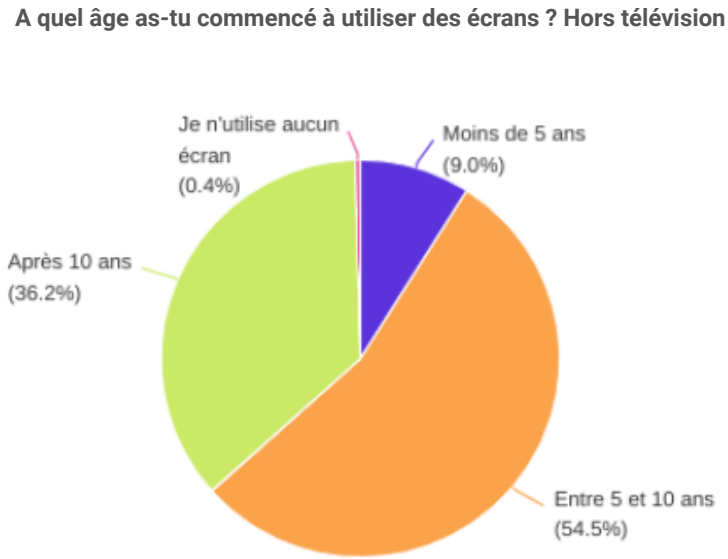
Parmi les jeunes ayant commencé à utiliser Internet entre 5 et 10 ans, on retrouve très majoritairement ceux ayant moins de 13 ans à l'heure de l'enquête et proportionnellement plus de garçons. Ils sont plus souvent enfants d'ouvriers et résident plus fréquemment dans des villages.

Parmi les jeunes qui ont commencé à utiliser Internet après 10 ans, on trouve majoritairement des jeunes de 14 ans et plus, bien plus de filles, et plus souvent issus de

[5] *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine. Résultats des 3e et 4e trimestres 2019 pour la télévision et de l'année 2019 pour la radio,* Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA).

villes moyennes ou vivant dans des foyers de professions intermédiaires. Seuls 1,6% des jeunes déclarent ne pas utiliser Internet, il s'agit uniquement de jeunes ayant 10 ans[6] au moment de l'enquête, ou dont les parents sont plus souvent agriculteurs ou en recherche d'emploi.

- **2 jeunes sur 3 commencent à utiliser des écrans avant l'âge de 11 ans**



Les garçons sont plus nombreux à commencer avant l'âge de 11 ans (71% contre 56% des filles). Les plus jeunes au jour de l'enquête (11-12 ans) sont aussi les plus nombreux à avoir commencé à utiliser les écrans tôt (80% en moyenne) contre 50% des 16 ans et plus. Cela atteste que **les nouvelles générations commencent à utiliser les écrans de plus en plus jeunes**.

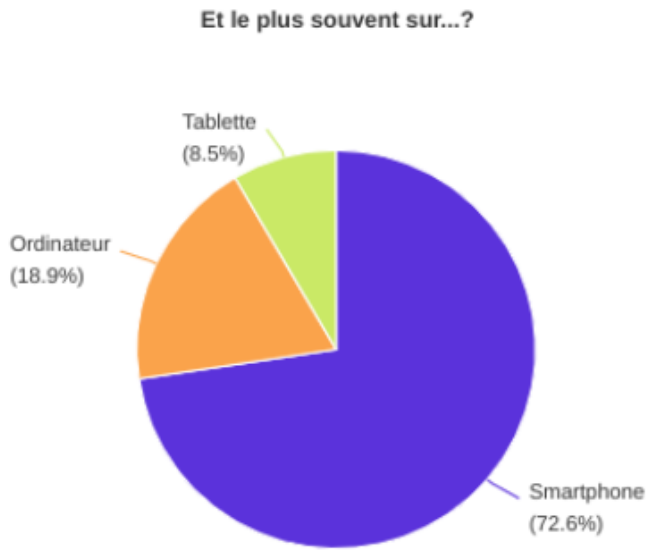
[6] *Cf. Méthodologie*

- **99% des jeunes ont accès à Internet à la maison**

Au vu des données disponibles il est possible d'affirmer que tous les jeunes ont accès à Internet aujourd'hui. Les 1% de jeunes n'ayant pas Internet chez eux sont des actifs de 18 ans en recherche d'emploi ou en emploi qui ont cependant accès à Internet sur leur Smartphone (99%).

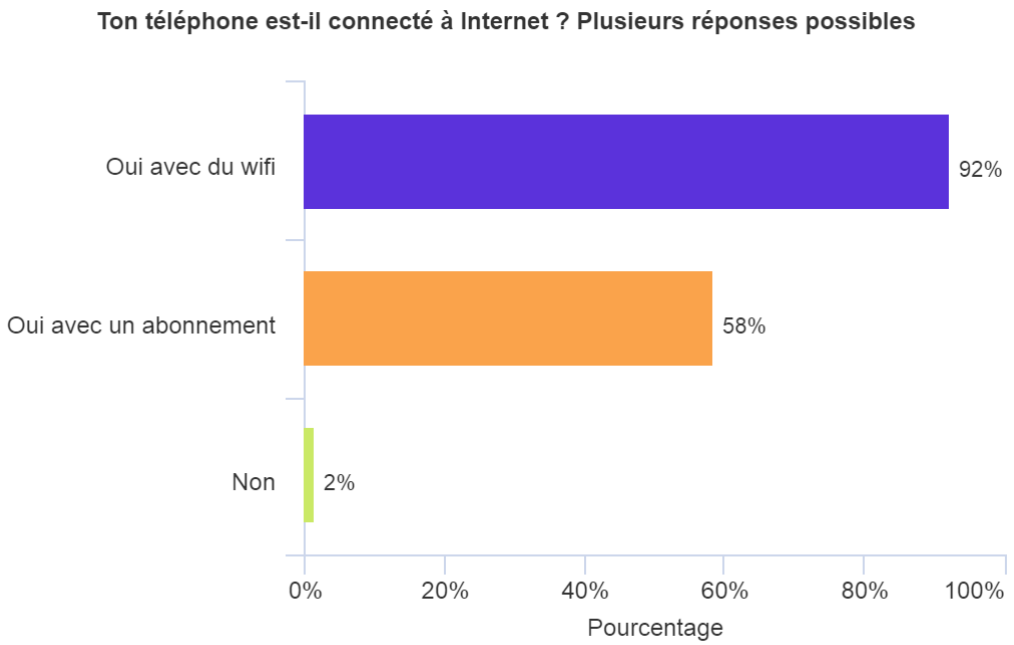
Parmi les 3,5% de représentants du panel étudié ayant Internet à la maison mais ne l'utilisant pas (encore), on trouve essentiellement des jeunes de 11 ans.

C’est sur Smartphone que les jeunes se connectent le plus souvent à Internet (73%), bien devant l’ordinateur (19%)



Les jeunes se connectent à Internet sur Smartphone (85%) et ordinateur (81%), 44% le font aussi sur tablette.

Mais si on leur demande de préciser quel outil ils utilisent le plus pour se connecter à Internet, c’est le Smartphone qui arrive largement en tête.

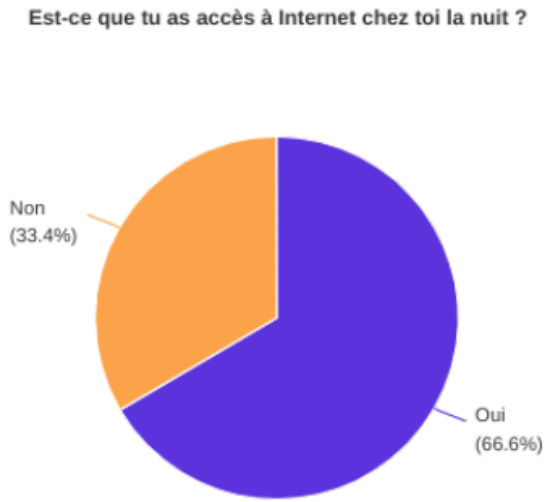


En effet 92% ont accès à Internet en WiFi avec leur Smartphone et 58% ont un abonnement à Internet pour leur Smartphone.

Le critère qui influence amplement la connexion à Internet est celui de l'âge : quand 43% des moins de 15 ans ont un abonnement à Internet pour leur Smartphone, c'est le cas de 75% des 15 ans et plus. Par ailleurs, les **adolescents vivant dans de grandes agglomérations** (+ de 100 000 habitants) ont proportionnellement **plus souvent un abonnement** internet sur leur Smartphone : 72% contre 58% en moyenne.

USAGES NOCTURNES D'INTERNET ET DU SMARTPHONE

- **2 jeunes sur 3 ont accès à Internet la nuit**

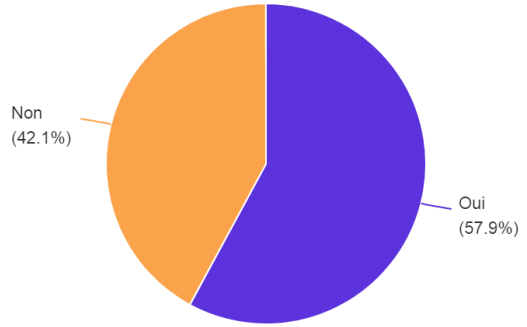


Parmi les 67% de jeunes ayant accès à Internet la nuit, on trouve plus de **filles** et de **15 ans et plus**. Par ailleurs, les jeunes vivant dans des **communes plus denses** (villes moyennes et grandes agglomérations) ont plus souvent accès à Internet la nuit, de même que les jeunes vivant au sein de foyers **sans activité professionnelle ou ouvriers**.

- **58% des adolescents dorment avec leur Smartphone**

Les filles sont plus nombreuses à dormir avec leurs Smartphone (62% contre 54% pour les garçons) ainsi que les 15 ans et plus (71% contre 44% pour les moins de 15 ans), il en est de même pour les enfants d'ouvriers ou de parents en recherche d'emploi (71% contre 58% en moyenne).

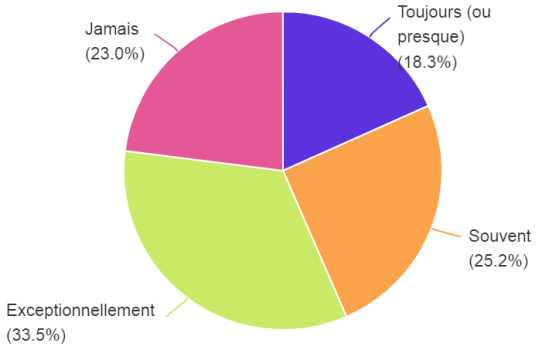
Est-ce que tu dors avec ton Smartphone à côté de toi la nuit ?



NB : parmi les 87% ayant un Smartphone personnel

- **25% des jeunes consultent souvent leur Smartphone la nuit**

Est-ce que tu consultes ton Smartphone la nuit ?



NB : parmi les 58% dormant avec leur Smartphone à côté d'eux.

Parmi ceux dormant avec leur Smartphone à côté d'eux, 18% le consultent systématiquement et 25% le consultent souvent, soit 43% au total. 23% des jeunes dormant avec leur Smartphone ne le consultent jamais, et 33% le consultent exceptionnellement.

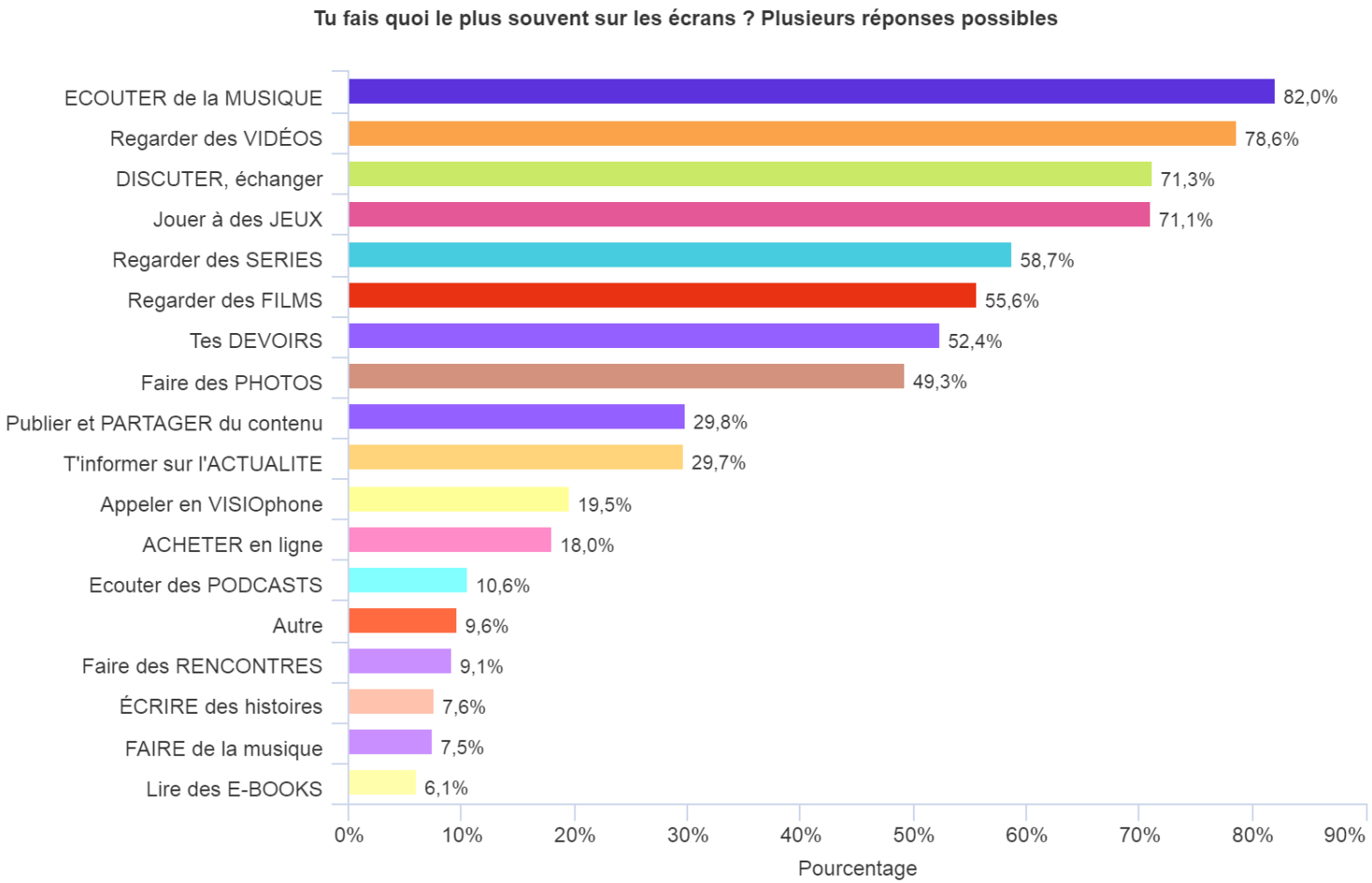
Alors même que les filles sont plus nombreuses à avoir accès à Internet la nuit et à dormir avec leur Smartphone à côté d'elles, **elles le consultent cependant moins fréquemment que les garçons** : 25% des filles ne le consultent jamais contre 21% des garçons.

Les **13-14 ans** sont les plus enclins à consulter systématiquement leur téléphone la nuit (28% contre 18% en moyenne). Il est probable que leurs récents acquisition et usage du Smartphone les poussent à l'utiliser plus souvent et de façon excessive les premières années alors que la pratique décroît légèrement avec l'avancée en âge. Ces usages nocturnes des écrans ne sont évidemment pas sans conséquence quant au **temps de sommeil** et à sa **qualité**.

ACTIVITÉS SUR LES ÉCRANS

- **Musique et vidéos : les principales occupations des jeunes sur écrans**

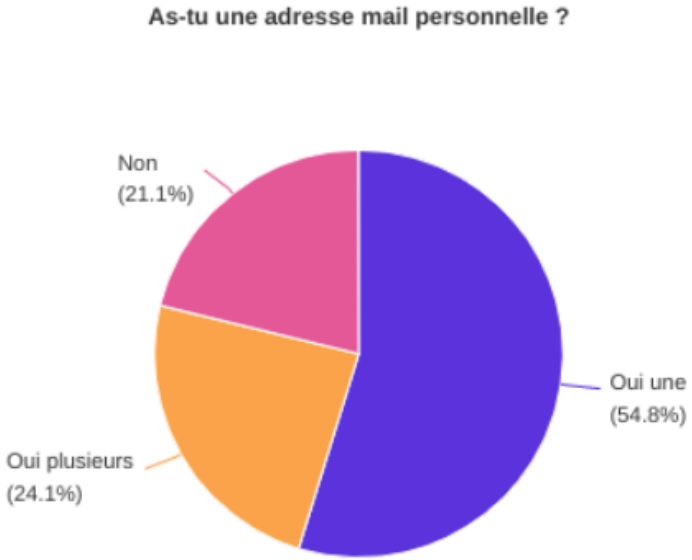
Suivies de discussions et jeux, loin devant les films et séries, photos, partages de contenus ou appels en visio



Lorsque les adolescents passent du temps sur les écrans, il s'agit en premier lieu d'écouter de la musique : c'est le cas de 82% d'entre eux. Juste après, l'activité la plus courante pour les jeunes est le visionnage de vidéos : 79% pratiquent cette activité. Après quoi ils sont 71% à discuter et jouer à des jeux. Ces quatre activités peuvent être perçues comme les plus partagées par les jeunes : écouter de la musique, regarder des vidéos, discuter et jouer.

Les autres activités sont un peu moins représentées, il s'agit du visionnage de séries et de films pour respectivement 59% et 56% d'entre eux. Il est à noter que le pourcentage de visionnage de séries n'est que très légèrement supérieur au visionnage de films, contrairement à la perception d'une surreprésentation des séries dans la culture jeune. **Plus d'1 jeune sur 2 (52%) fait également ses devoirs lorsqu'il passe du temps sur les écrans**.

- **8 adolescents sur 10 ont une adresse mail personnelle**



79% des jeunes ont leur propre adresse mail et 24% d'entre eux en ont plusieurs. Parmi ceux-ci on trouve plus de filles : **82% des filles ont au moins une adresse mail, contre 76% des garçons.** Les filles sont plus nombreuses à avoir une adresse mail unique (61% contre 49%) quand les garçons sont plus nombreux à en avoir plusieurs (27% contre 21%). **L'effet de l'âge** quant à la possession d'une adresse mail **est amplement déterminant** : 98% des 17-18 ans ont une adresse mail personnelle, l'âge de création d'une adresse propre se situe autour de 13 ans.

Le fait de vivre en milieu urbain semble influencer le fait de posséder une adresse mail : en effet c'est le cas de 91% des jeunes des grandes agglomérations contre 77% des

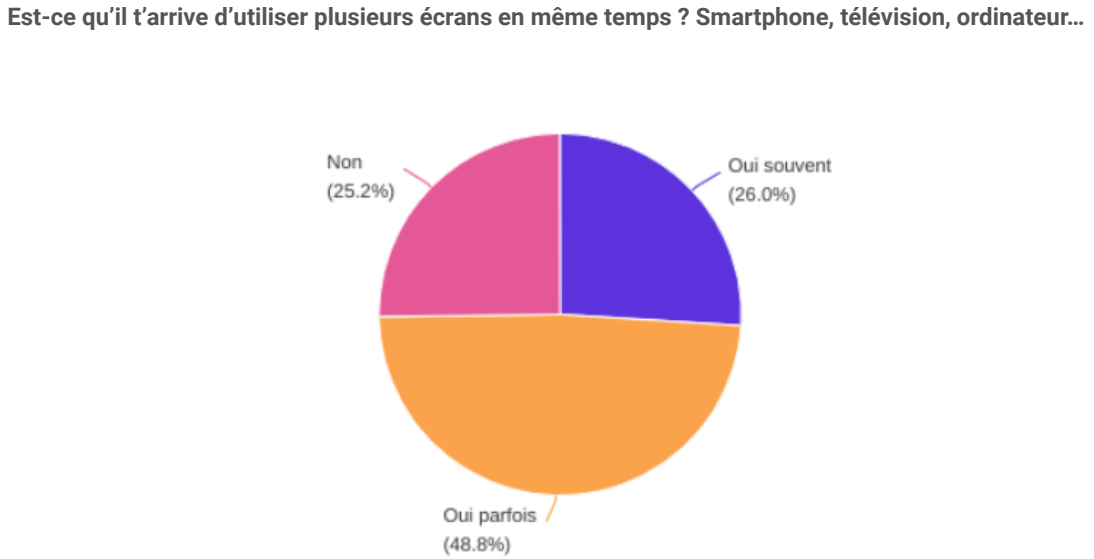
jeunes issus de plus petites villes. La profession des parents a également une incidence, les enfants de cadres et indépendants ont plus souvent une adresse mail (85%) que les enfants de personnes sans activité professionnelle et en recherche d'emploi (75%).

Ces résultats supposent une **appropriation des outils numériques différenciée selon les origines sociales**.

NB : parmi les 75% ayant une adresse mail personnelle

Parmi ceux qui ont une adresse mail, 30% la consultent tous les jours, 32% au moins une fois par semaine et 38% moins d'une fois par semaine. En somme, 62% ont un usage régulier des échanges par mails. Il s'agit principalement des 16-18 ans (78% en moyenne), des urbains (70% dans les villes de plus de 20 000 habitants) et des enfants de cadres (68%). Cela confirme l'analyse précédemment proposée.

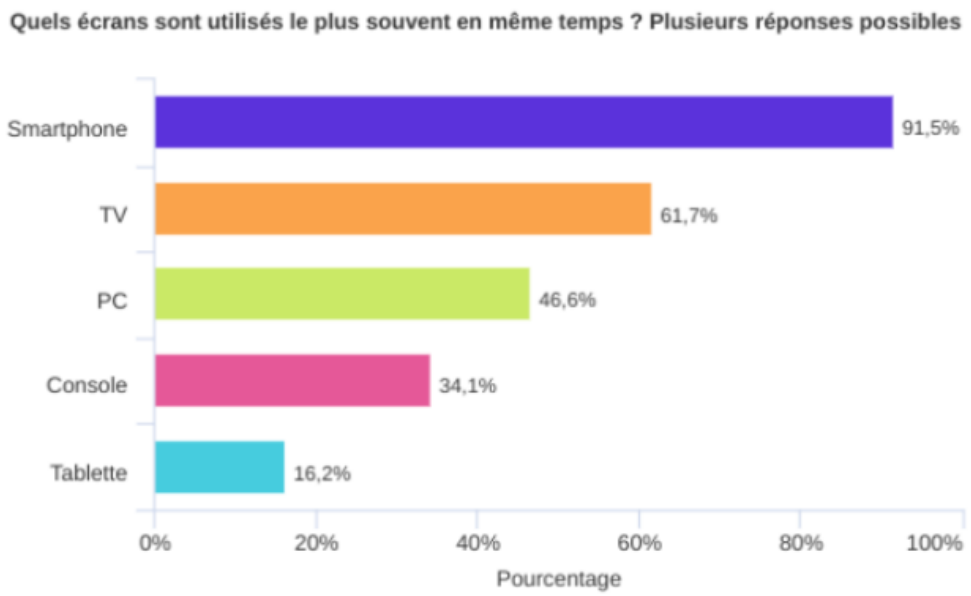
- **75% des jeunes utilisent plusieurs écrans en même temps**



75% des jeunes utilisent au moins de façon occasionnelle plusieurs écrans simultanément, mais seuls 26% indiquent adopter cette pratique souvent. Les filles sont un peu plus nombreuses que les garçons à dire que cela leur arrive parfois (52% contre 46%), mais ici encore il est plutôt question d'une différenciation de pratique selon l'âge.

Les jeunes de 15 ans et plus sont 86% à avoir l'habitude d'utiliser plusieurs écrans simultanément (dont 33% le font souvent), alors qu'en moyenne c'est le cas pour 62% des 11-13 ans (et seuls 15% le font souvent). **C'est à l'âge charnière de 14 ans que les pratiques d'utilisation simultanée d'écrans évoluent.** L'origine sociale n'a quant à elle pas d'influence notable à cet égard.

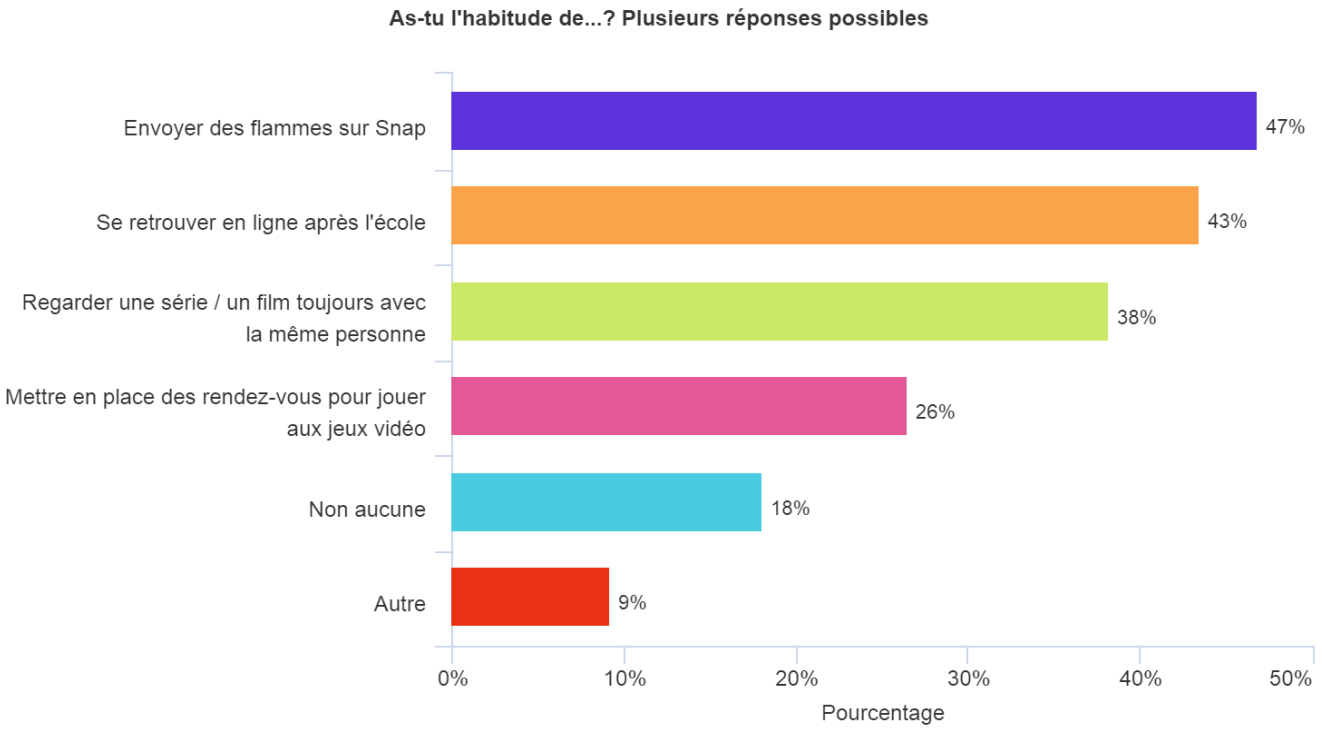
Cette pratique multi-écrans peut comporter une **dimension relationnelle,** car elle semble largement motivée par le **maintien de la sociabilité** (via SMS, Snapchat, WhatsApp, Messenger, etc.) **tout en ayant une activité individuelle sur écran** (en écoutant de la musique, en regardant des vidéos, un film ou une série seul, etc.).



NB : parmi 75% utilisant plusieurs écrans en même temps

Incontestablement **l'écran le plus utilisé en même temps que d'autres écrans est le Smartphone (92%),** suivi de la télévision (62%). Ainsi il n'est pas rare de regarder la télévision tout en étant sur son Smartphone. L'ordinateur est également cité à hauteur de 47%. et la console à hauteur de 34%. **La tablette enfin n'est citée qu'à hauteur de 16% parmi les écrans utilisés simultanément, à l'instar de son faible niveau d'usage par les jeunes.**

- **43% des jeunes se retrouvent en ligne après l'école**



Concernant les habitudes liées aux écrans, si l'on apprend que 47% des jeunes ont l'habitude d'envoyer des flammes sur Snapchat, on voit également que 43% des adolescents se retrouvent souvent en ligne après l'école. Autrement dit, la poursuite de la **relation sociale entre camarades en dehors du cadre scolaire** est permise par les outils numériques.

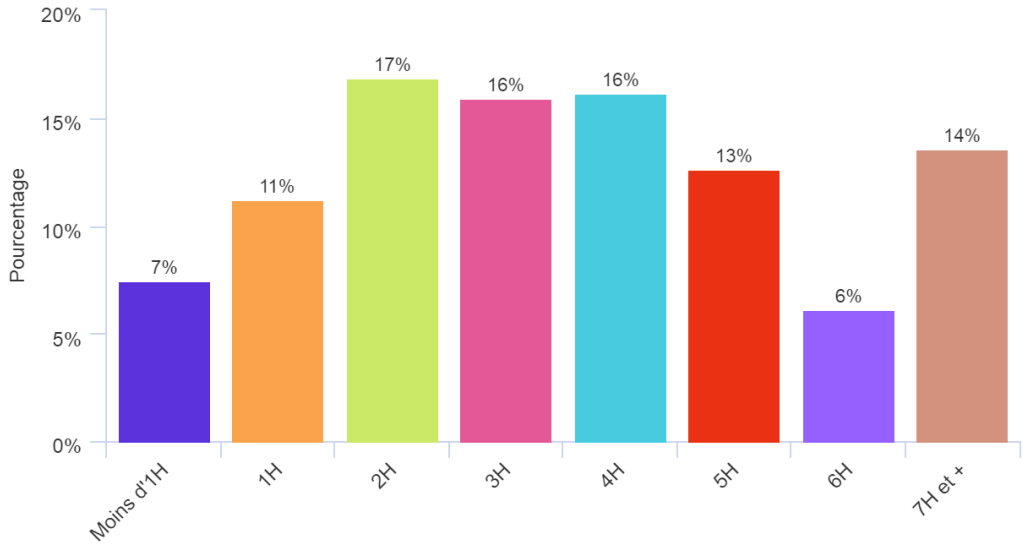
Autres habitudes comportementales chez les jeunes, 38% déclarent regarder des séries/films toujours avec une même personne et 26% des adolescents mettent en place des rendez-vous pour jouer à plusieurs aux jeux vidéo. Enfin parmi les 9% citant d'autres habitudes, ils relatent principalement le fait de regarder des vidéos, écouter de la musique ou jouer aux jeux seuls.

DURÉES D'USAGE DES ÉCRANS : DES PRATIQUES TRÈS INTENSES

- **Temps passé devant les écrans en semaine et le weekend**

65% des jeunes passent au minimum 3 heures sur écran un jour de semaine

Combien de temps passes-tu en moyenne devant les écrans un jour de semaine ? Téléphone, ordinateur, télévision…



Un jour de semaine classique, c'est-à-dire en suivant des cours à l'école voire en pratiquant d'autres activités extrascolaires, seuls 7% des adolescents passent moins d'une heure sur écran. **35% des jeunes passent 2 heures ou moins** sur les écrans un jour de semaine. **45% des adolescents passent entre 3 et 5 heures** sur les écrans un jour de semaine. **Et 20% des adolescents passent 6 heures ou plus sur les écrans en moyenne par jour en semaine.**

Notons bien que l'usage des écrans n'est pas uniquement voué aux loisirs chez les jeunes, car comme vu plus haut, 52% des jeunes se servent des écrans pour leurs devoirs scolaires.

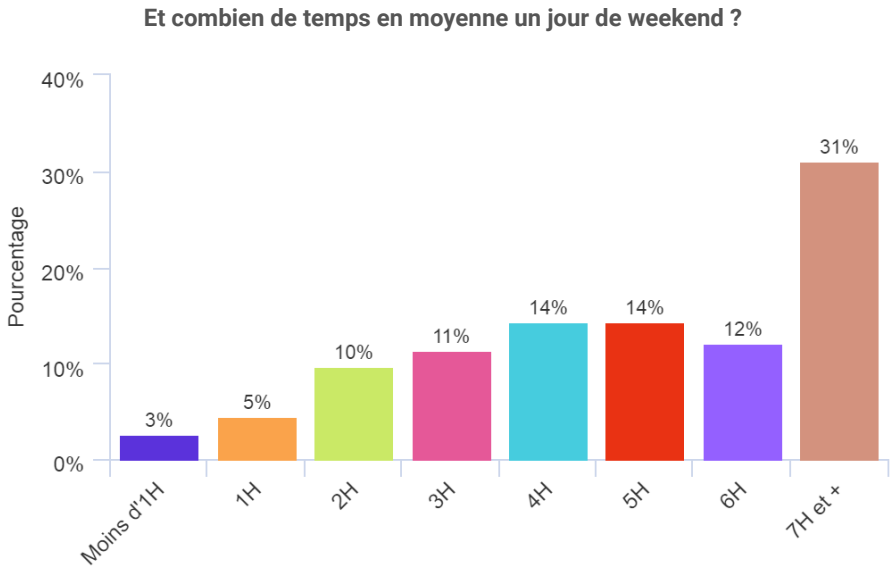
En semaine, ce sont les **filles qui passent plus de temps sur les écrans** (tous écrans confondus : Smartphone, ordinateur, télévision, etc.). Quand 62% des garçons passent quotidiennement 3 heures et plus sur les écrans en semaine, c'est le cas de 67% des filles. Les plus jeunes passent moins de temps sur les écrans : les 11-12 ans sont 53%

à passer 3 heures ou plus sur les écrans par jour en semaine. En revanche **les 15-17 ans sont 77% à passer au minimum 3 heures sur les écrans un jour de semaine et** les jeunes de 18 ans sont 86% à passer 3 heures et plus par jour sur les écrans en semaine.

Les enfants de cadres et de professions intermédiaires sont moins nombreux à passer beaucoup de temps sur les écrans en semaine : 56% y passent plus de 2 heures quand c'est le cas de 76% des enfants de demandeurs d'emploi ou sans activité professionnelle, et 69% des enfants d'ouvriers et d'employés. Les parents de milieux sociaux favorisés contrôlent plus souvent le temps d'écran de leurs enfants (cf. chapitre Règles parentales) et il est possible que la fréquence des activités extrascolaires entre également en jeu.

Le profil-type de l'adolescent passant beaucoup de temps devant les écrans en semaine est une fille âgée de 15 à 18 ans issue d'un milieu modeste ou médian.

53% des 15-18 ans passent au minimum 6 heures par jour sur écran le weekend



Le weekend, seuls **18% des adolescents passent 2 heures ou moins par jour sur les écrans** (contre 35% en semaine), **39% y passent entre 3 et 5 heures et 43% passent 6 heures ou plus** quotidiennes sur les écrans le weekend.

La différence entre filles et garçons n'est pas significative les weekends. Les 11-12 ans sont un peu moins concernés par les durées importantes sur les écrans le weekend, 30% en moyenne y passent 2 heures ou moins. En revanche, **92% des 15-18 ans passent au minimum 3 heures quotidiennement sur écran le weekend** et ils sont

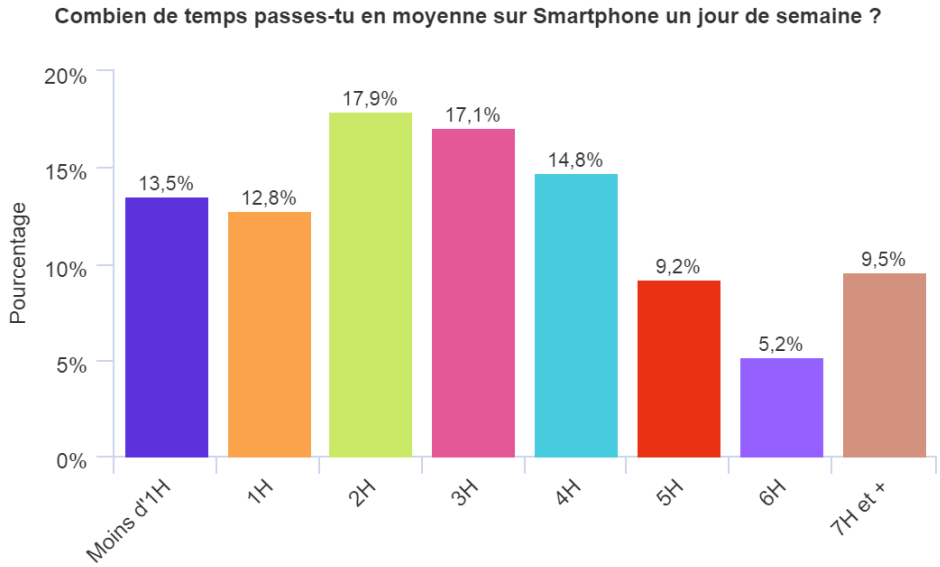
précisément 53% à y passer au minimum 6 heures.

Les **enfants de cadres et de professions intermédiaires passent moins de temps sur les écrans le weekend** : 19% y passent 2 heures ou moins, quand c'est le cas de 10% des enfants de personnes en recherche d'emploi ou sans activité professionnelle.

Le profil-type de l'adolescent passant beaucoup de temps devant les écrans le weekend est un jeune âgé de 15 à 18 ans vivant au sein d'un foyer modeste.

- **Temps passé sur Smartphone en semaine et le weekend**

Les filles de 17-18 ans issues de milieux modestes passent le plus de temps sur Smartphone



En semaine, 44% des jeunes passent 2 heures ou moins sur Smartphone, **41% passent entre 3 et 5 heures** et **15% des adolescents passent 6 heures ou plus sur Smartphone par jour en semaine**.

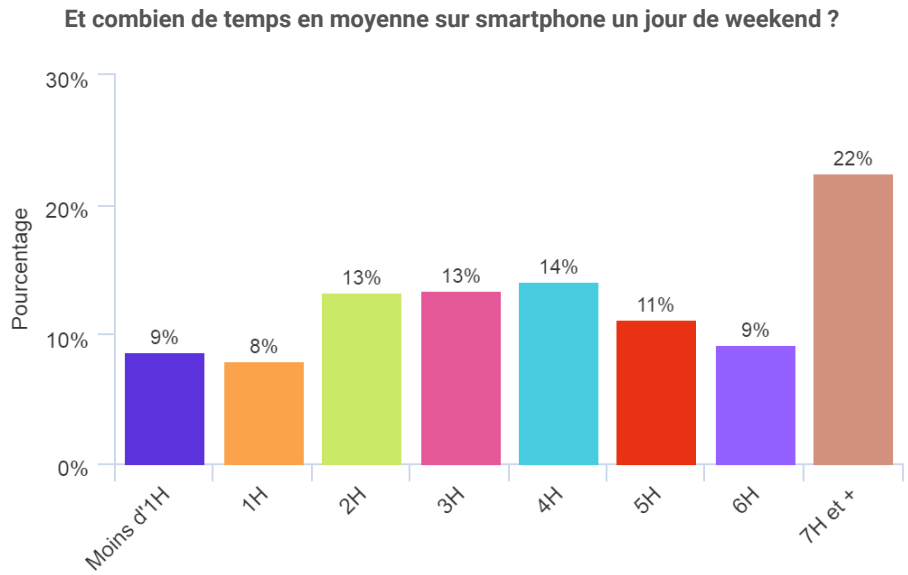
Ce sont à nouveau les filles qui passent plus de temps en semaine, sur leur Smartphone cette fois. Quand **49% des garçons passent quotidiennement 3 heures et plus sur Smartphone en semaine, c'est le cas de 63% des filles.** De la même manière, les plus jeunes passent moins de temps sur Smartphone (comme c'est le cas sur tous les

écrans de façon générale).

L'évolution est cependant très rapide : à 11 ans ils sont 34% à passer 3 heures et plus sur Smartphone par jour en semaine, tandis qu'à 12-13 ans ils sont 48%. **L'âge de 14 ans apparaît toujours comme moment charnière de changement de comportement :** à 14 ans les adolescents n'ont pas encore les pratiques intenses des 15 ans et plus mais s'en rapprochent, en même temps qu'ils s'éloignent de plus en plus nettement des pratiques des 11-13 ans. C'est aussi bien souvent l'âge qu'ont les jeunes en dernière année de collège. Ainsi les **15-16 ans sont 65% à passer au minimum 3 heures sur Smartphone un jour de semaine,** quand les 17-18 ans sont 71% à en faire autant.

Les **enfants de cadres et professions intermédiaires** passent moins de temps sur Smartphone en semaine : **55% y passent plus de 2 heures quand c'est le cas de 70% des enfants de demandeurs d'emploi ou sans activité professionnelle**, et 61% des enfants d'ouvriers et d'employés.

69% des adolescents passent au minimum 3 heures par jour sur Smartphone le weekend



Le weekend, 30% des adolescents passent moins de 3 heures sur Smartphone quotidiennement (contre 44% en semaine), 38% y passent entre 3 et 5 heures et **31% passent** 6 heures ou plus quotidiennes sur Smartphone **le weekend** (contre 15% en semaine). Donc 70% des adolescents passent au minimum 3 heures par jour sur leur Smartphone le weekend. **L'intensification des pratiques le weekend est spectaculaire : particulièrement chez les filles et les 15-17 ans.**

Tandis que 62% des garçons passent plus de 2 heures quotidiennement sur leur Smartphone le weekend, c'est le cas de 88% des filles. **Seuls les 11-12 ans sont un peu moins concernés par l'usage du Smartphone le weekend**, mais l'évolution est très rapide : à 11 ans ils sont 48% à y passer plus de 2 heures et à 12 ans 63%. Après quoi, **les 15-17 ans sont 83% à passer plus de 2 heures par jour sur Smartphone le weekend.** Puis le temps passé quotidiennement sur Smartphone le weekend diminue à 18 ans, et redevient équivalent à celui des 13-14 ans : soit 70% y passent plus de 2 heures. Ici il est envisageable que les **jeunes de 18 ans ayant plus d'indépendance et d'autonomie** (de par leur majorité, la possession potentielle d'un moyen de déplacement, les sorties entre amis, etc.) ont **tendance à passer un peu moins de temps sur Smartphone que les plus jeunes adolescents**.

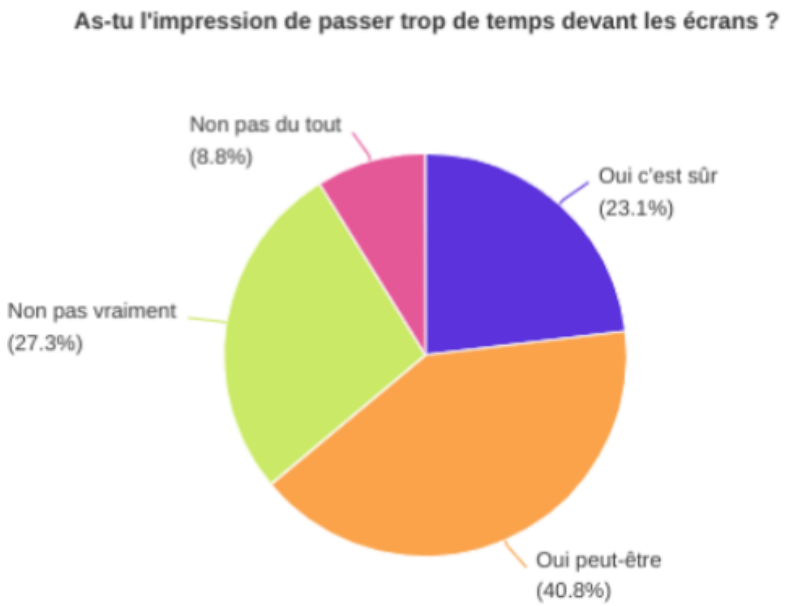
Comme pour les écrans, les enfants de cadres et professions intermédiaires sont moins nombreux que les autres à passer beaucoup de temps sur Smartphone le weekend : 37% y passent 2 heures ou moins, quand c'est le cas de 22% des enfants de personnes en recherche d'emploi, sans activité professionnelle ou ouvrières. Cela **confirme une inégalité sociale prononcée en termes de durées d'usage excessives du Smartphone et des écrans dans leur ensemble.**

Le profil-type de l'adolescent passant moins de temps que les autres sur Smartphone le weekend est un jeune garçon de moins de 15 ans vivant au sein d'une famille aisée.

Le lien entre l'âge auquel les jeunes ont commencé à utiliser Internet/les écrans et le temps qu'ils passent sur écrans/Smartphone n'est pas très significatif. Il ne l'est qu'à la marge pour les 3,5% de jeunes déclarant avoir commencé à utiliser les écrans avant l'âge de 5 ans donc ce n'est pas révélateur à l'échelle de la population étudiée.

IMPRESSIONS QUANT AU TEMPS PASSÉ SUR LES ÉCRANS

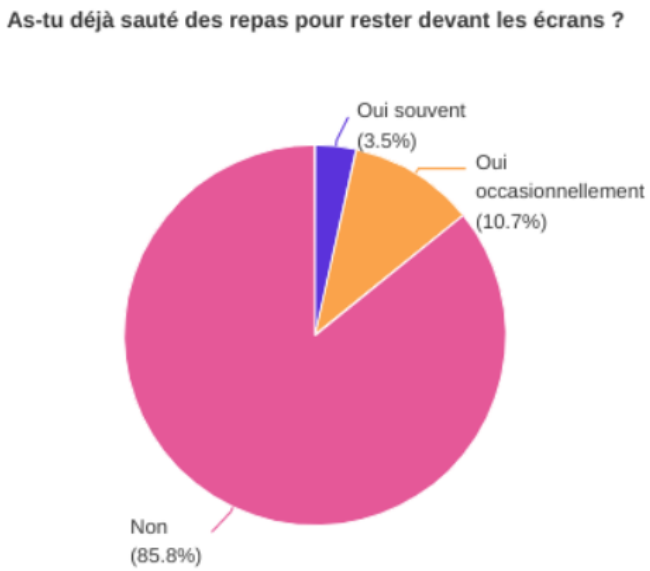
- **64% des jeunes ont conscience de passer trop de temps sur écrans**



64% des jeunes ont l'impression de passer trop de temps devant les écrans, parmi lesquels **23% en sont convaincus**. 27% ne pensent pas vraiment passer trop de temps sur écran et seuls 9% pensent qu'ils n'y passent pas trop de temps. Cela atteste, chez les jeunes dans leur ensemble, d'une **conscience assez accrue de la dimension potentiellement excessive du temps passé sur les écrans.**

Le sentiment de passer trop de temps sur les écrans est bien corrélé avec le temps effectivement passé pour la très grande majorité des jeunes (97%) : ceux qui passent moins de 2 heures sur les écrans n'ont pas l'impression d'y passer trop de temps et 70% de ceux qui y passent 3 heures et plus déclarent y passer trop de temps (« oui c'est sûr », « oui peut-être »). Seuls 3% passent plus de 6 heures sur écran et déclarent « ne pas du tout » y passer trop de temps.

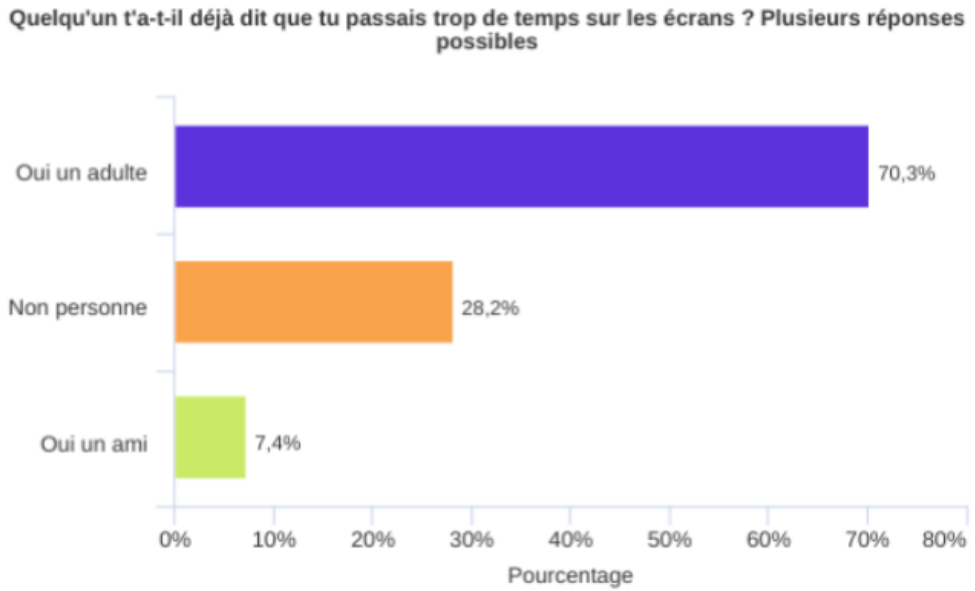
- **86% des jeunes n'ont jamais sauté un repas pour rester devant un écran**



86% des jeunes interrogés n'ont jamais choisi de sauter un repas pour rester devant les écrans. Cela atteste de l'importance symbolique accordée aux repas en France, ces derniers étant souvent pris collectivement et singulièrement en famille pour les adolescents, ce qui renvoie également à la dimension structurante des repas dans la vie familiale.

Parmi les 14% de jeunes à qui cela arrive de sauter un repas pour rester devant les écrans (dont 11% de façon occasionnelle), il s'agit majoritairement de garçons de 14 ans qui passent plus de 5 heures par jour devant les écrans et sont moins souvent soumis que les autres à des règles familiales sur le temps d'usage (cf. chapitre Règles parentales).

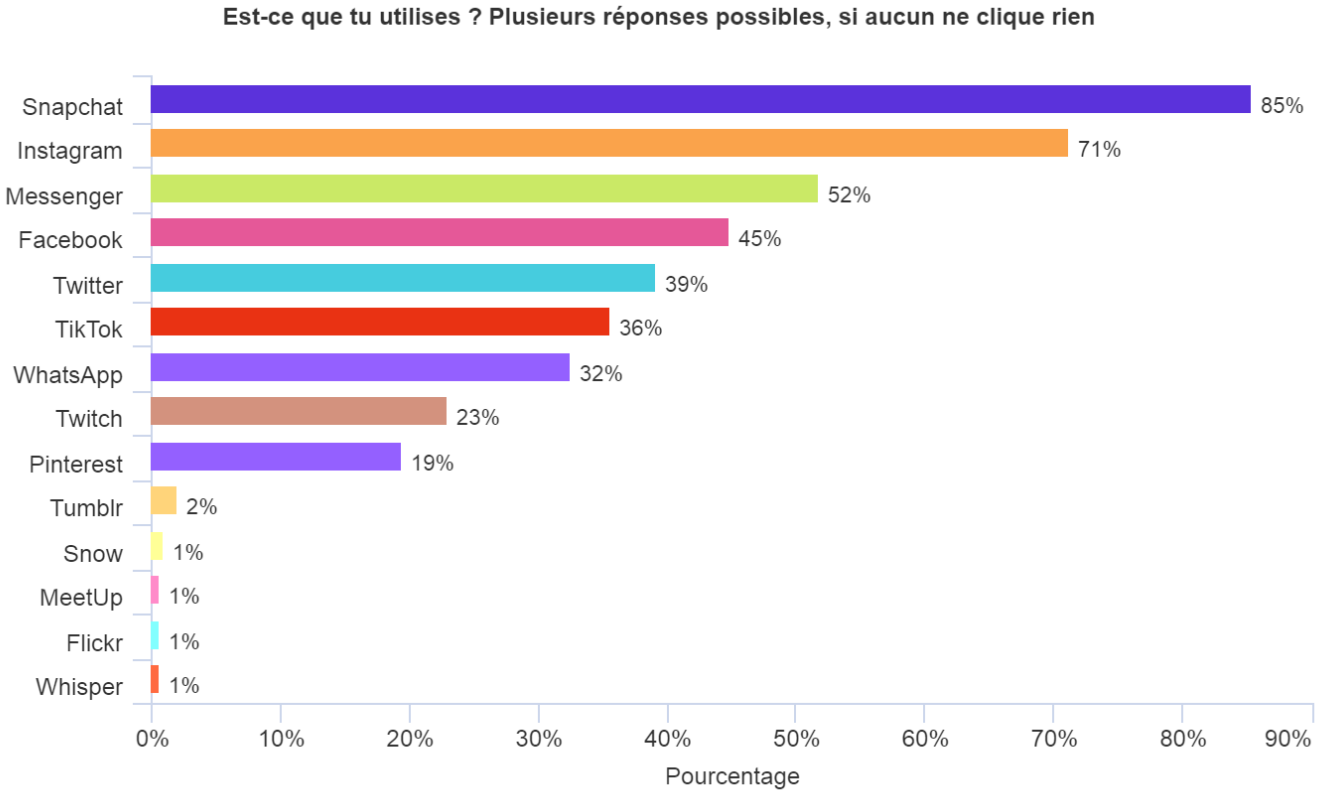
- **72% des jeunes se sont déjà entendu dire qu'ils passaient trop de temps sur les écrans**



72% des jeunes se sont déjà entendu dire qu'ils passaient trop de temps sur les écrans, et ce très majoritairement de la part d'un adulte (70%), mais aussi, pour 7%, de la part d'un ami. Les **garçons** (75% contre 70% pour les filles) ainsi que les **13-15 ans** (79%) sont le plus avertis au sujet du temps qu'ils passent sur les écrans, de même que ceux qui y passent effectivement 3 heures ou plus.

RÉSEAUX SOCIAUX, DONNÉES PERSONNELLES ET CONTENUS CHOQUANTS

- **Snapchat et Instagram en tête, Facebook détrôné : moins d'1 jeune sur 2 l'utilise**



La très grande majorité des adolescents **(85%)** utilisent la messagerie instantanée **Snapchat.** C'est incontestablement le réseau social préféré des jeunes en 2020. Chez les plus jeunes (12-13 ans) les réseaux Snapchat et Instagram dominent largement et Facebook est très minoritaire. Facebook ne rivalise avec Snapchat que chez les plus

âgés des adolescents (16-17 ans). Les données nationales le confirment : Snapchat compte 13,2 millions d'utilisateurs actifs chaque jour en France (octobre 2019) et 60% des moins de 34 ans l'utilisent au quotidien. Par ailleurs, la possibilité de jouer avec la réalité augmentée (sur les photos notamment) attire un utilisateur sur trois tous les jours.

Les adolescents sont **86%** à avoir un compte sur au moins un des réseaux sociaux, dont **71%** à utiliser le réseau social **Instagram** alors que **moins d'1 sur 2 utilise Facebook en 2020 (45%).** À cet égard il est intéressant de constater que 52% des jeunes déclarent utiliser Messenger, le service de messagerie instantanée de Facebook. Cela signifie que 7% environ possèdent un compte sur le 1er réseau social à avoir émergé il y a 15 ans, mais ne l'utilisent que pour communiquer par messagerie avec leurs contacts et non pour poster ou regarder des photos, vidéos, etc.

39% des jeunes de Hauts-de-France utilisent **Twitter,** et le nouveau réseau social **TikTok.** Or ce dernier est arrivé en France en fin d'année 2019, c'est dire sa viralité.

Dans la région Hauts-de-France, 32% des jeunes utilisent **WhatsApp.** À l'échelle mondiale, la messagerie WhatsApp vient de franchir la barre symbolique des 2 milliards d'utilisateurs dans le monde en février 2020, soit 500 millions d'usagers en plus en deux ans seulement.

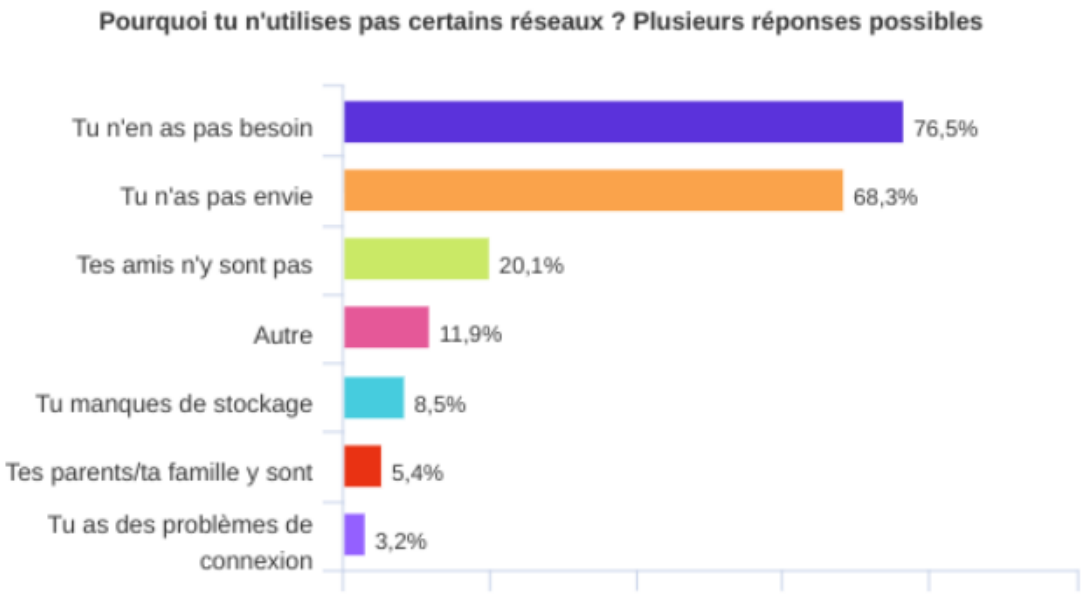
Quelques données internationales sur internet et les réseaux sociaux

Sur 7,7 milliards d'habitants, les **mobinautes** (accédant à Internet par mobile) sont plus nombreux **(5,1 milliards**, 67%) que les internautes (accédant à Internet par ordinateur, 4,45 milliards, 58%).
Les **utilisateurs** actifs des **réseaux sociaux** sont au nombre de **3,7 milliards**, soit **48% de la population mondiale**.
Ils sont 3,6 milliards à se connecter aux réseaux sociaux depuis un mobile.
La durée quotidienne passée sur les réseaux sociaux varie dans le monde : 3h32 en Amérique latine, 3h12 au Moyen-Orient, 2h22 en Asie-Pacifique, 1h57 en Europe (1h17 en France), 1h56 en Amérique du Nord.

Lorsque l'on croise les données concernant la non-utilisation de certains réseaux, **la diminution de l'attrait pour Facebook chez les plus jeunes adolescents n'est qu'en légère partie liée à la présence de leurs parents ou de leur famille sur le réseau social**. À cet égard, la réflexion menée par la sociologue danah boyd (nom stylisé de Danah Boyd) sur le besoin d'intimité des adolescents est particulièrement intéressant dans son livre *C'est compliqué*[7]. Elle précise que pour les adolescents, les parents peuvent tout à fait avoir accès aux mêmes réseaux sociaux qu'eux, mais ce qu'ils ne veulent pas, c'est que leurs parents ou famille les embarrassent en adoptant des comportements inappropriés en ligne, du fait d'une ignorance des codes de communication liés à l'usage des réseaux sociaux. De la sorte, la volonté des jeunes ne serait pas tant de cacher ce qu'ils font en ligne, que d'éviter le malaise et la gêne potentiellement occasionnés par les commentaires inadaptés de leur famille. Ainsi, dans la

[7] C'est compliqué. Les vies numériques des adolescents, danah boyd, C&F, 2016)

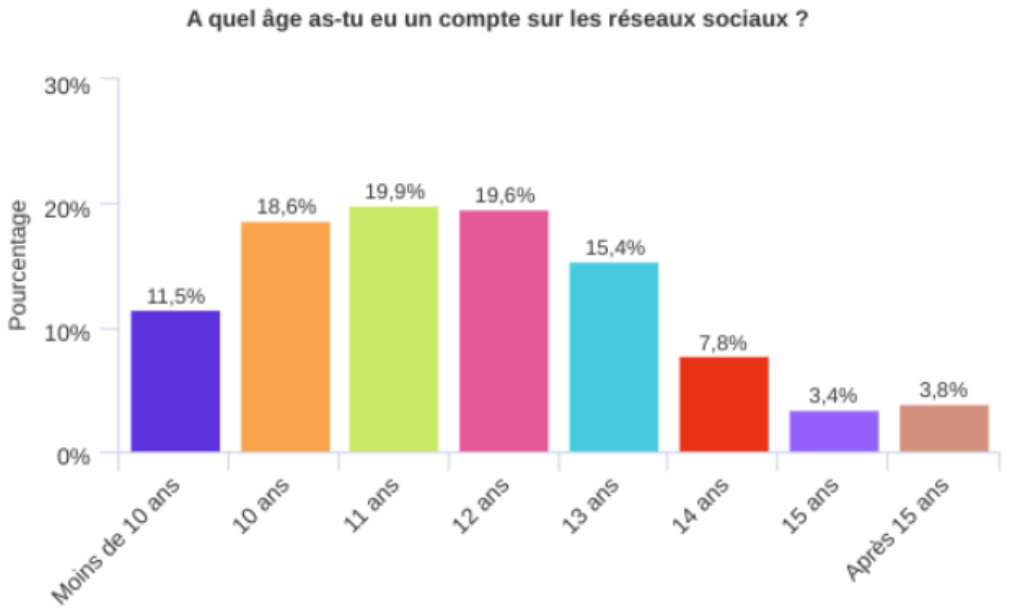
réalité comme en ligne, les jeunes aiment aussi parfois créer des espaces pour se retrouver, dans lesquels les parents et adultes n'ont pas forcément accès, d'où le succès de Snapchat et Instagram ou encore récemment de TikTok auprès des adolescents.



NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

Une grande partie de **l'attrait pour les tous nouveaux réseaux sociaux** résiderait également dans **l'innovation** qu'ils représentent, la **rapidité** des formes qui y sont partagées (les vidéos sur TikTok doivent durer entre 15 et 60 secondes maximum) qui semblent **correspondre aux usages** et attentes numériques des jeunes générations, et globalement la capacité qu'ils ont à **susciter l'envie** voire le besoin chez les jeunes.

- **70% des adolescents créent un compte sur les réseaux sociaux avant l'âge légal de 13 ans**



NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

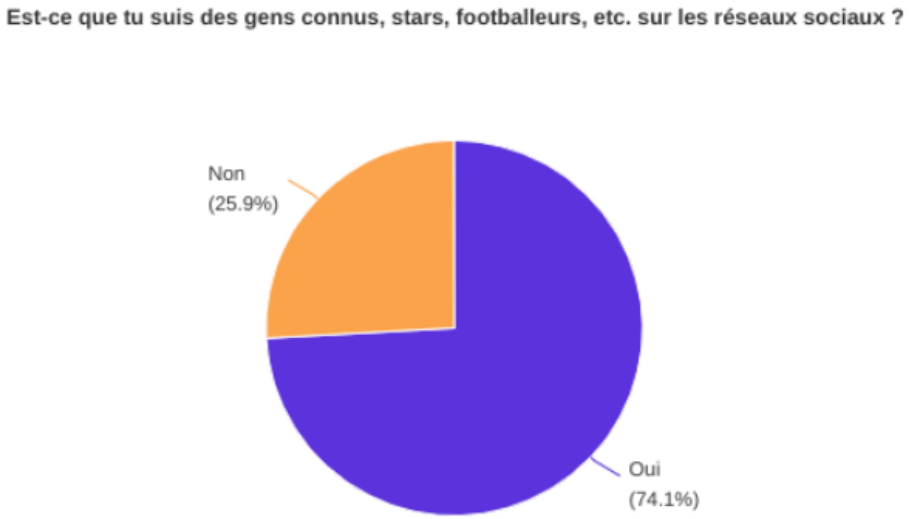
Les réseaux sociaux sont interdits aux enfants de moins de 13 ans en France. Or 70% des adolescents en Hauts-de-France qui ont un compte sur les réseaux sociaux l'ont créé avant cet âge légal.

La collecte des données personnelles sur des mineurs de moins de 13 ans est interdite aux États-Unis comme en France (en revanche en Europe à ce jour, chaque pays est libre de décider lui-même de l'âge limite). Force est de constater qu'un grand nombre d'adolescents créent un ou des comptes sur les réseaux sociaux avec de fausses informations, notamment concernant leur date de naissance, ce qui constitue une infraction aux conditions d'utilisation de ces réseaux. Les enfants de moins de 13 ans sont considérés comme vulnérables, selon le règlement général sur la protection des données (RGPD), vis-à-vis des contenus d'autres personnes accessibles en ligne et met en **danger leurs données personnelles** car nombre d'entre eux laissent leur profil en mode « public », ce qui permet à tout un chacun d'y accéder et notamment à des individus aux intentions malveillantes. Les filles comme les garçons ne sont que 30% à s'être créé un compte sur les réseaux sociaux à partir de l'âge légal de 13 ans. **Les garçons sont les plus nombreux à commencer à se rendre sur les réseaux sociaux avant l'âge de 11 ans** : ils sont 34% contre 27% des filles, lesquelles se créent un compte à l'âge de 11-12 ans, soit toujours avant l'âge légal.

L'âge de création de compte sur les réseaux sociaux est influencé par la taille des communes dans lesquelles vivent les adolescents : plus ils vivent dans de petites villes,

plus ils ont créé leur compte jeune. En effet, ceux des **villages et petites villes** (moins de 20 000 habitants) ont plus souvent créé un compte **avant l'âge de 11 ans** : 30% contre 20% pour ceux des villes moyennes et grandes agglomérations. Par ailleurs, 44% des jeunes des grandes agglomérations ont créé leur compte à partir de l'âge légal de 13 ans ou plus, contre 30% en moyenne seulement.

Aussi étonnant que celui puisse paraître, **l'existence de règles familiales sur l'usage des écrans n'influence pas l'âge de création de compte sur les réseaux sociaux**. Le temps passé en moyenne sur les écrans n'est pas non plus corrélé à l'âge de création de compte sur les réseaux sociaux. En revanche, à l'instar des lieux de vie, **l'origine sociale a une influence certaine** : 35% des enfants d'ouvriers et de personnes en recherche d'emploi ont créé un compte sur les réseaux sociaux avant l'âge de 11 ans, c'est aussi le cas de 29% des enfants d'employés contre 17% des enfants de cadres ou 22% des enfants de professions intermédiaires.

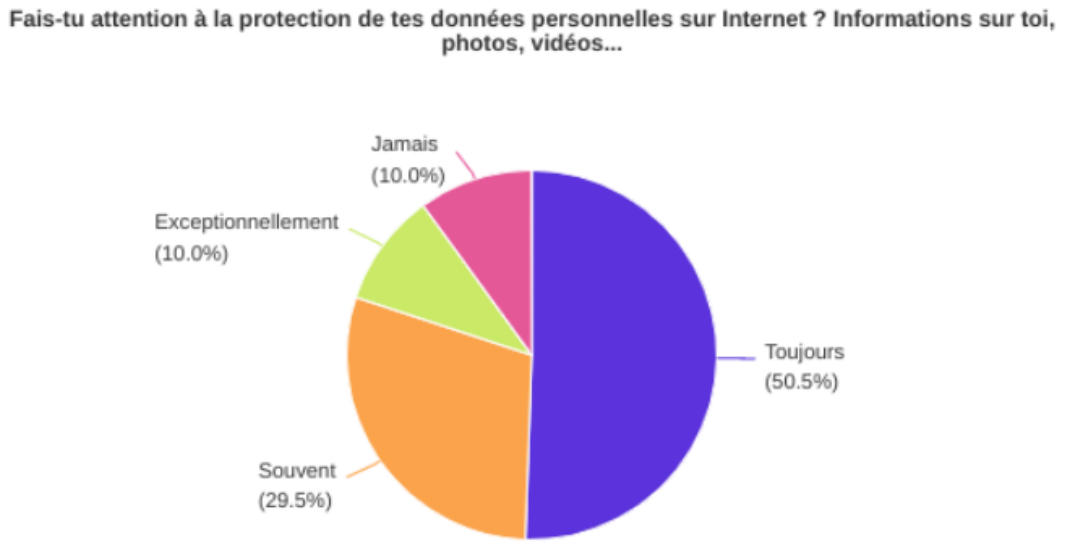


NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

74% des adolescents déclarent suivre sur les réseaux sociaux des personnalités connues, telles que des musiciens, chanteurs footballeurs, etc.

- **Protection et rapport aux données personnelles**

80% des adolescents sont attentifs à la **protection** de leurs **données personnelles**, parmi lesquels **50% y font systématiquement attention**. Seuls 10% n'y font jamais attention et 10% ne s'y attardent que de façon exceptionnelle, il s'agit très majoritairement des très jeunes répondants. Dans l'ensemble les filles font un peu plus attention que les garçons (82% contre 78%).



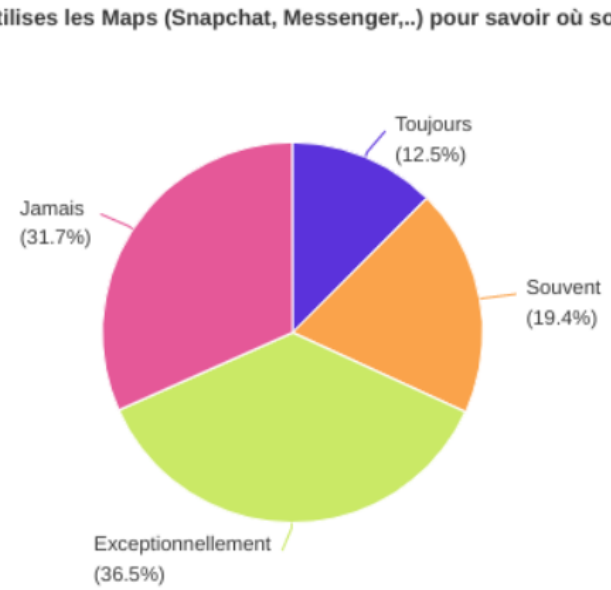
À titre de comparaison à l'échelle nationale (en 2018), 80% des **adultes** se disent également attentifs à leurs données personnelles, mais **seuls 32% y font systématiquement attention**[8]. En cela, les **jeunes générations seraient plus attentives à leurs données personnelles que la moyenne des adultes.**

[8] *Regard des Français sur la protection des données,* Institut français d'opinion publique (Ifop) pour Renaissance numérique, 2018.

NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

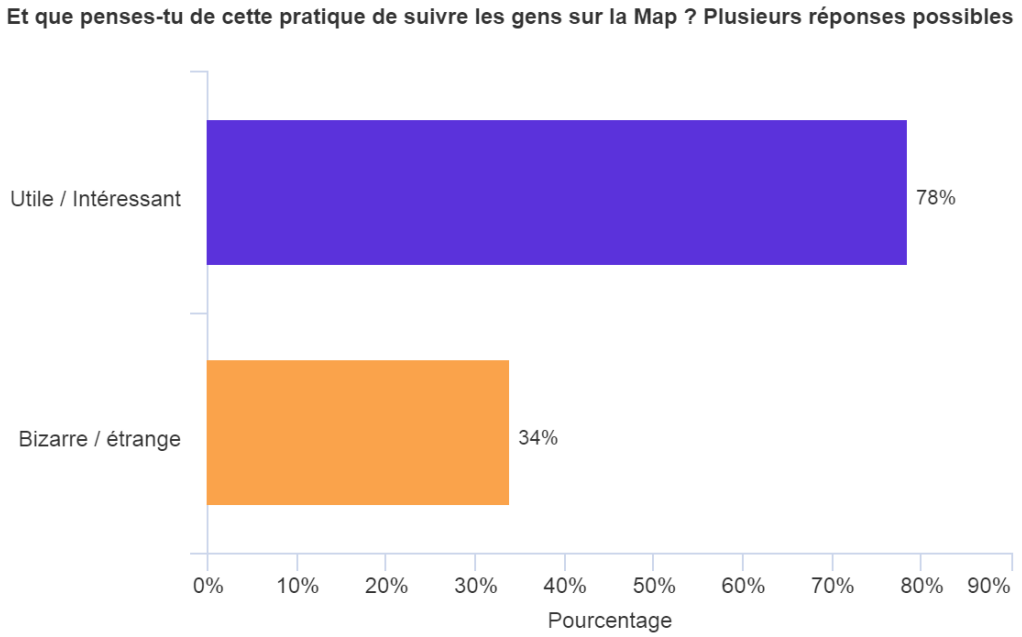
70% des 11-18 ans ont déjà supprimé des photos ou nettoyé leur mur sur les réseaux sociaux. Il s'agit en toute logique majoritairement de ceux qui font attention à leurs données personnelles avec tout de même **bien plus de filles** que de garçons (78% contre 61%) et de 15-18 ans (80%). L'âge de prise de conscience quant aux données personnelles semblant se situer autour de 14 ans. **Cette propension à effacer des données en ligne est corrélée au temps passé sur Internet** : plus on y passe de temps plus on a tendance à « nettoyer son mur ». Cette démarche est absolument **indépendante des origines sociales** puisque enfants d'ouvriers comme de cadres sont 75% à supprimer des photos en ligne.

Bien que 80% des jeunes font attention à leurs données personnelles, seuls 36% ont déjà été mis en garde quant aux photos qu'ils mettaient en ligne. En l'occurrence, les filles ne sont pas plus mises en garde que les garçons, loin s'en faut : **2 filles sur 3 n'ont jamais reçu de mise en garde quant aux photos d'elles qu'elles peuvent publier en ligne**.



NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

32% des jeunes utilisent régulièrement les Maps de Snapchat ou Messenger permettant de savoir où se situent leurs amis qui les ont activées, 36% les utilisent de façon exceptionnelle et 32% ne les utilisent jamais.



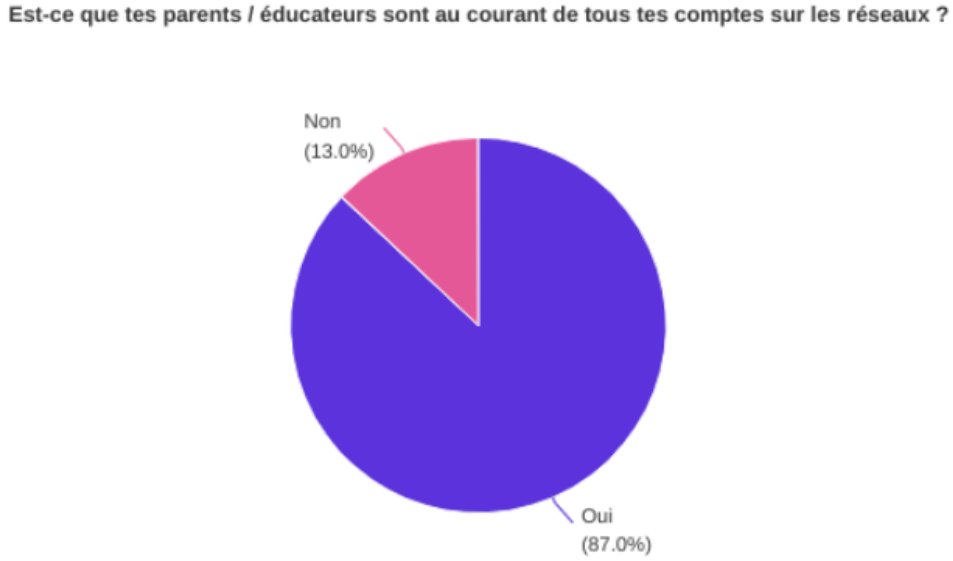
NB : parmi les 68% qui utilisent les Maps des réseaux sociaux

Parmi ceux qui utilisent ces Maps, 34% trouvent tout de même cela étrange de géolocaliser les personnes de la sorte et 78% trouvent cela utile, autrement dit, certains trouvent cela à la fois étrange et utile. C'est sans doute là **une des expressions de l'ambiguïté des rapports entretenus avec le numérique, quant à ses possibilités comme ses dangers.**

NB : parmi les 68% qui utilisent les Maps des réseaux sociaux

37% des jeunes se rendent souvent ou toujours invisibles sur les messageries des réseaux sociaux et 27% se rendent visibles de façon exceptionnelle, autrement dit, les autres personnes connectées ne peuvent pas voir s'ils sont connectés ou non. Ainsi **seuls 36% se rendent visibles sur les réseaux sociaux (toujours ou souvent)**. Ici encore cela atteste d'une **forme de gestion de la part des jeunes quant à leur présence en ligne.**

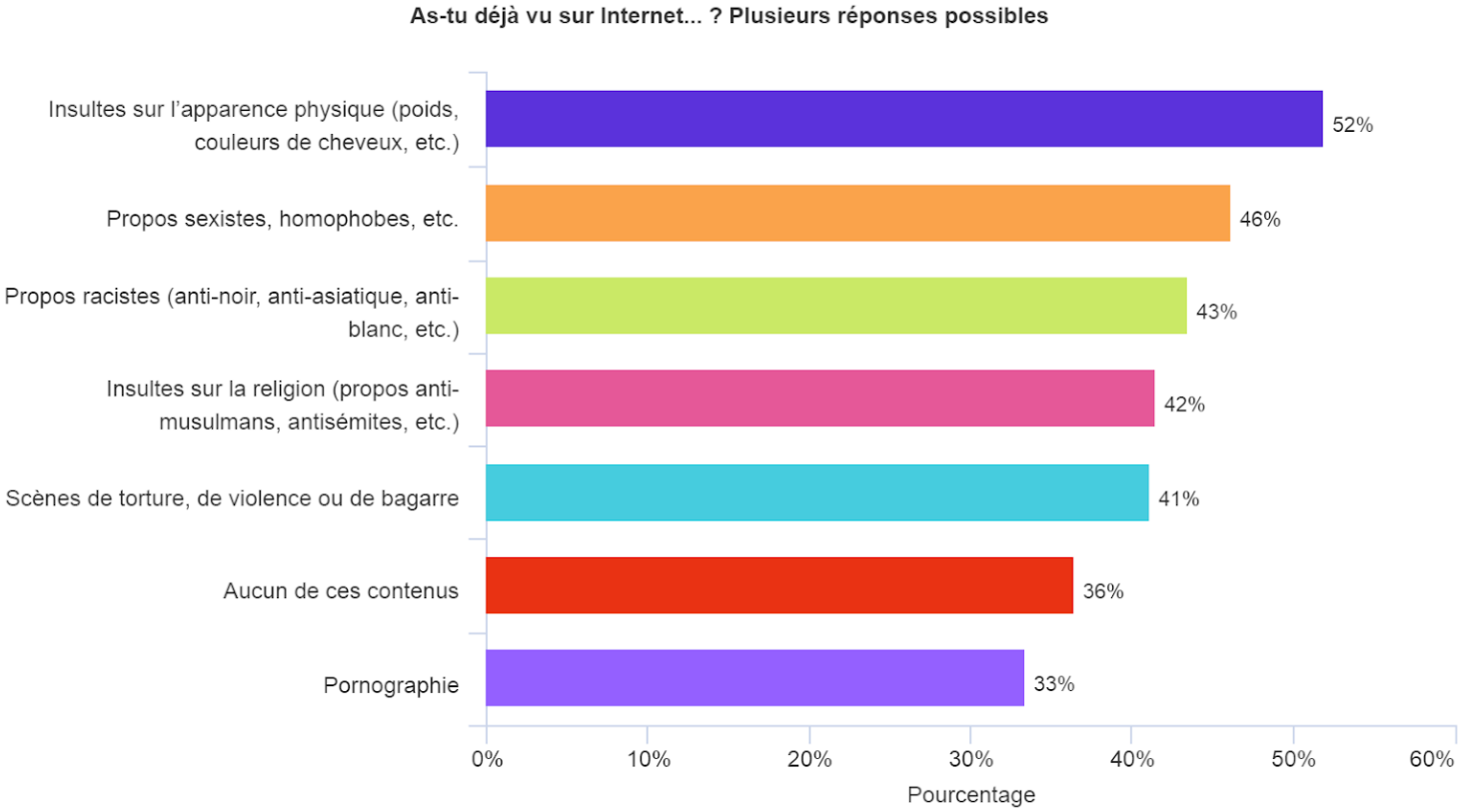
La corrélation est forte entre la gestion que font les jeunes de leurs données personnelles en ligne, et les degrés de visibilité de leur présence sur les réseaux sociaux. En effet, 42% des jeunes faisant toujours attention à la protection de leurs données personnelles se mettent systématiquement en mode fantôme sur les réseaux sociaux (contre 37% en moyenne). Et à l'inverse, 24% de ceux qui ne font jamais attention à leurs données personnelles se mettent toujours en mode visible sur les réseaux sociaux (contre 14% en moyenne).



NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

87% des jeunes déclarent que leurs parents sont au courant de leurs comptes sur les réseaux sociaux. C'est plus souvent le cas pour les filles, 90% contre 84% des garçons, et des 13-14 ans (90%) et bien moins pour les jeunes de 18 ans. Ceux dont les parents ne sont pas au courant sont plus souvent des garçons de 18 ans qui passent beaucoup de temps en ligne.

- **Propos choquants et insultes : les filles systématiquement plus ciblées que les garçons**



Pour élaborer cette question, l'étude sur l'exposition des jeunes aux contenus haineux parue en mars 2018[9] a été une source d'inspiration. On observe dans l'étude réalisée en 2020 en Hauts-de-France des résultats plus élevés d'exposition aux propos choquants chez les jeunes.

Au total, 64% des adolescents ont déjà été confrontés à des propos choquants sur Internet. La moitié d'entre eux (52%) ont déjà vu sur Internet des insultes liées à **l'apparence physique**. Ces insultes constituent les propos choquants les plus couramment croisés, suivis par les propos sexistes et homophobes (46%). 43% ont déjà vu

[9] *Plus de la moitié des jeunes sont exposés à des propos haineux sur Internet,* Génération Numérique, Renaissance Numérique, *l*e Comité interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation (CIPDR) et la Délégation Interministérielle à la Lutte Contre le Racisme, l'Antisémitisme et la Haine anti-LGBT (DILCRAH), 2018.

des propos racistes, 42% ont été confrontés à des insultes sur la religion et 41% à des scènes violentes. Enfin, 33% ont déjà eu affaire à de la pornographie. La confrontation aux propos ou images choquants concerne la majorité des jeunes (64%) et est **multiforme (insultes, violence, racisme, pornographie)**.

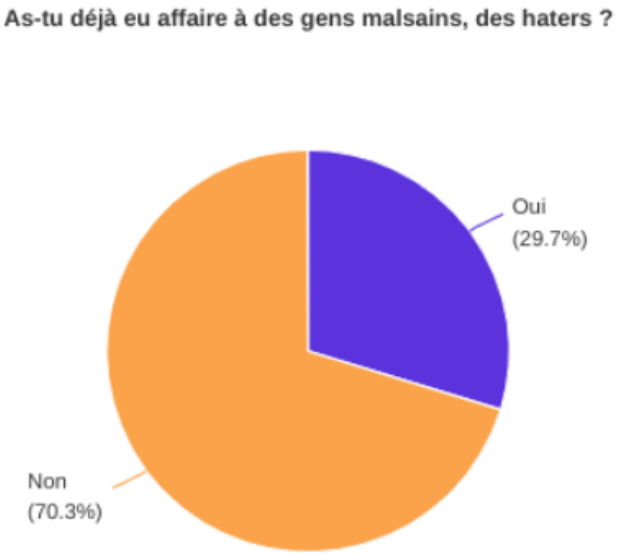
Les **filles** sont bien plus nombreuses que les garçons à être **confrontées** à des **insultes** liées à **l'apparence physique** (60% contre 44% de garçons) et aux **propos sexistes** et/ou homophobes (54% contre 38% de garçons). Au total, **69% des filles o**nt déjà eu affaire à des propos choquants **contre 58% des garçons. L'augmentation de l'exposition aux propos choquants est proportionnelle avec l'avancée en âge** et la durée d'usage des écrans.

Par ailleurs, il existe une **corrélation** entre l'existence de **règles d'usage des écrans à la maison** (cf. chapitre Règles parentales) et la **fréquence de confrontation à des propos choquants** en ligne : parmi ceux qui ont des règles d'usage, 53% ont vu des contenus choquants, contre **76% pour ceux n'ayant pas de règles concernant les écrans à la maison**.

Autrement dit, les filles de 15-18 ans issues de milieux modestes sont les plus victimes de propos choquants en ligne, **le monde numérique fonctionnant comme une implacable reproduction des inégalités sociétales préexistantes.**

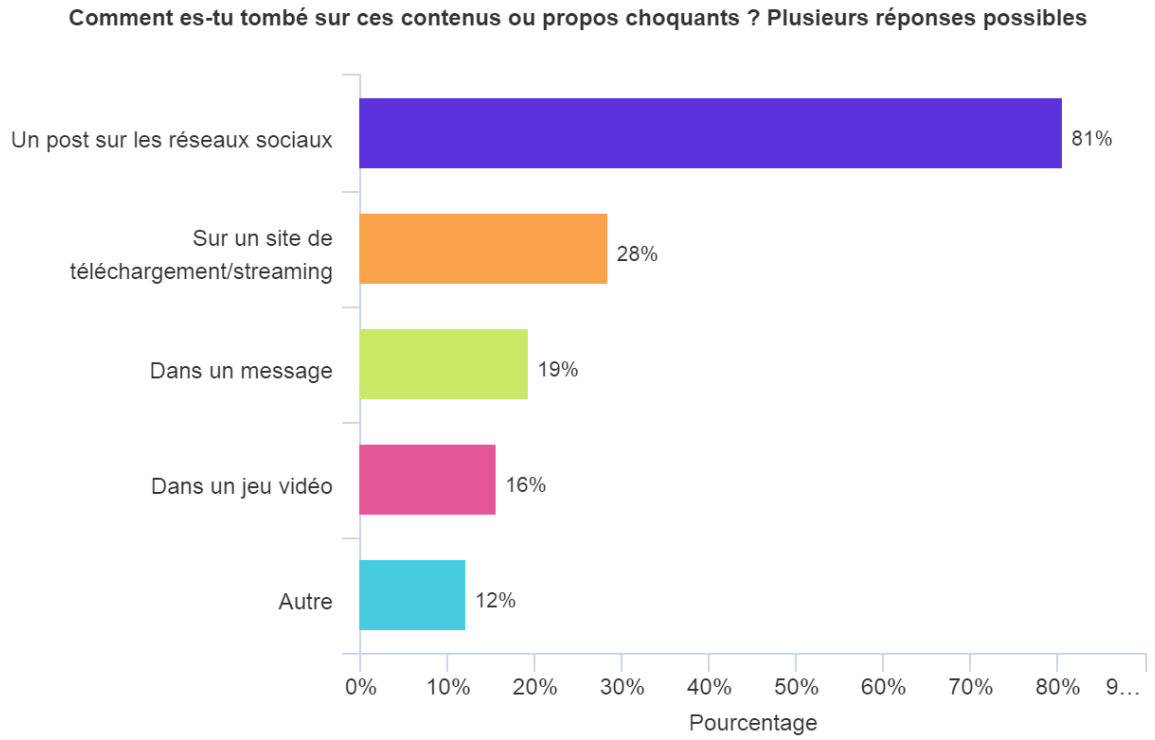
NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

23% des adolescents ont déjà reçu des commentaires qui les ont embarrassés. C'est le cas de 26% des filles et 20% des garçons : **1 fille sur 4** contre **1 garçon sur 5** ont déjà reçu des **commentaires les mettant mal à l'aise.** Il existe une prévalence chez les **17-18 ans** et les enfants de **parents sans activité professionnelle** ou **en recherche d'emploi** (29%).



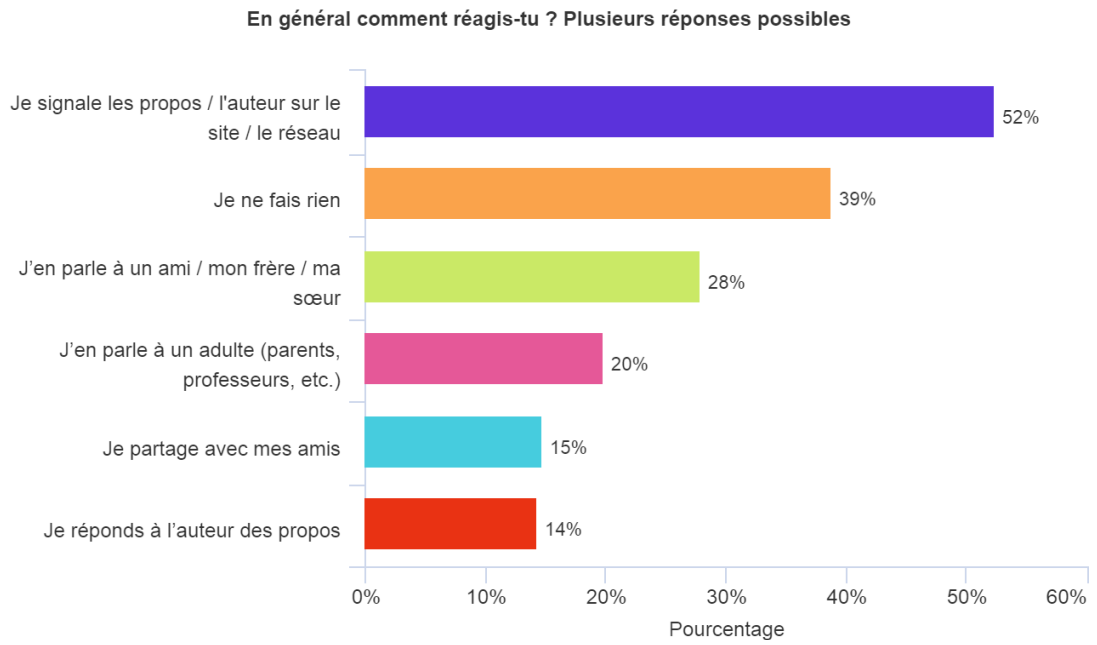
NB : parmi les 86% ayant un compte sur un réseau social

En moyenne 30% des adolescents ont déjà eu affaire à des gens malsains/des *haters.* Mais précisément, les plus concernés sont : les **16-18 ans** (39%), les enfants de personnes en **recherche d'emploi ou sans activité** (38%) et une fois de plus les **filles** (32% contre 27% des garçons).



NB : parmi les 64% ayant eu affaire à des contenus choquants

Parmi les adolescents ayant eu affaire à des contenus et propos choquants, 81% les ont vus sur les réseaux sociaux, 28% évoquent des sites de streaming et téléchargement, 19% des messages directement adressés et 16% des jeux vidéo. **Les réseaux sociaux sont donc les principaux vecteurs de contenus choquants ou dérangeants**. L'âge d'ouverture de compte sur les réseaux sociaux ne change rien à l'affaire, **ceux qui les ont ouverts le plus tôt ne sont pas forcément les plus exposés.** C'est davantage la **durée d'usage quotidienne** de ces réseaux et **l'âge** qui ont une influence significative sur le fait d'y trouver des contenus choquants : la prévalence chez les 15-18 ans est nette (90% versus 59% en moyenne chez les 11-13 ans).



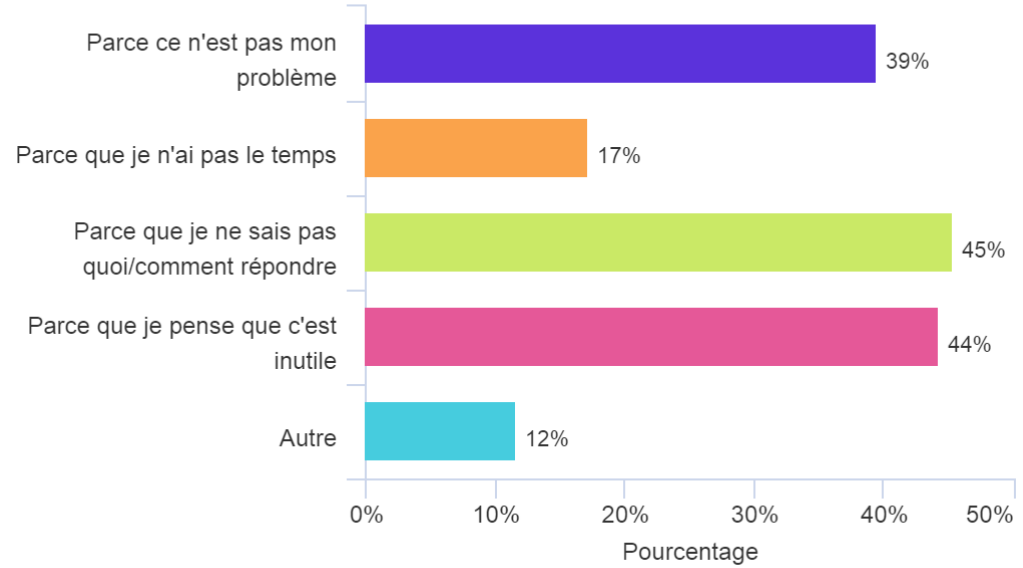
NB : parmi les 64% ayant été confrontés à des propos choquants

Il est intéressant de constater à quel point les adolescents, ici encore, **s'occupent de façon très autonome de gérer ces contenus choquants**. En effet parmi les 64% ayant été confrontés à de tels contenus, plus de la moitié (52%) signalent l'auteur des propos sur le réseau social en question (ou le site). **Les 11-13 ans parlent plus fréquemment de ces propos choquants aux adultes** (53% des jeunes de 11 ans et 30% des 12-13 ans ; quand c'est le cas de 11% en moyenne des 15-18 ans). Plus ils sont âgés, plus ils ont tendance à signaler ces propos sur le site concerné (60% des 17-18 ans).

Près d'1 garçon sur 2 ne fait rien face à ces propos choquants (46% contre 33% des filles), alors que **2 filles sur 3 sont proactives face à ces propos.** Les garçons sont aussi plus nombreux à les partager avec leurs amis (17% contre 12% des filles), quand les filles sont plus nombreuses à signaler les propos ou l'auteur sur le réseau concerné. Les uns comme les autres en revanche en parlent aussi peu aux adultes (19% chez les filles, 21% chez les garçons). Donc les filles ne sont pas seulement plus souvent victimes des propos et contenus choquants, elles sont également proportionnellement plus aptes à les signaler que les garçons, qui lorsqu'ils y sont confrontés, sont dans l'ensemble plus enclins à ne rien faire.

Enfin, il est à noter que la réponse à cette question est à choix multiple, autrement dit, il peut arriver aux jeunes dans certaines circonstances de signaler les propos et dans d'autres de ne rien faire, pour des raisons précisées ci-dessous.

Si tu ne fais rien en voyant ces propos, dis-nous pourquoi ? Plusieurs réponses possibles

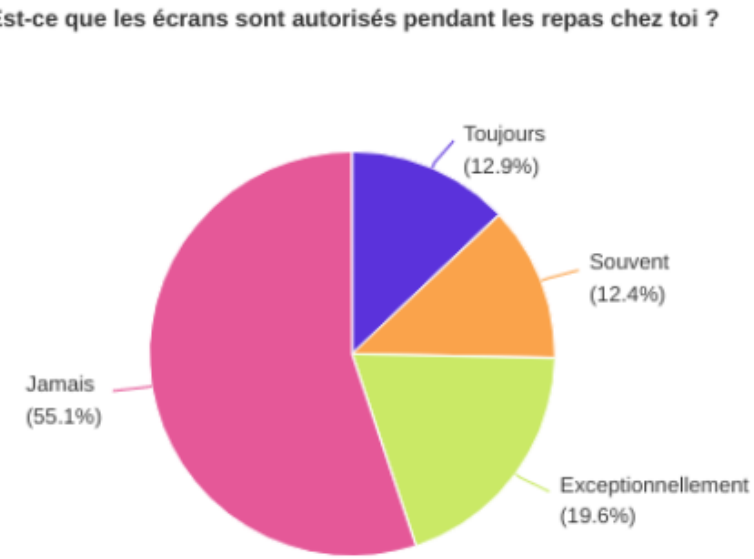


NB : parmi les 39% qui ne font rien face aux contenus choquants

Parmi ceux à qui il arrive de ne rien faire en voyant ces propos et contenus choquants (39%), 45% précisent qu'ils ne savent pas quoi répondre, 44% pensent que c'est inutile et 39% pensent que ce n'est pas leur problème. La question du temps n'est évoquée que par 17% des jeunes interrogés.

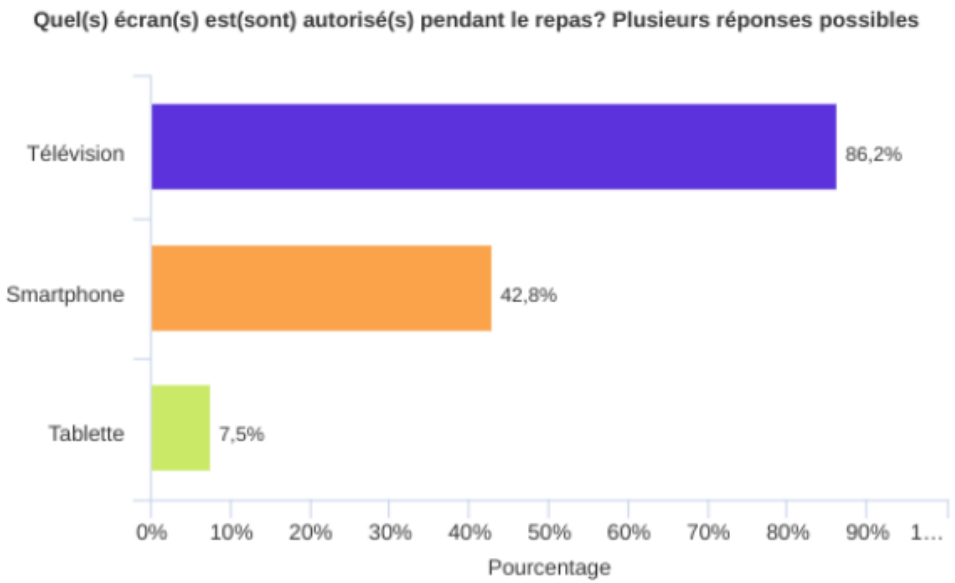
RÈGLES PARENTALES

- **Les règles concernant les écrans à table**



Pour **plus de la moitié** des jeunes, **les écrans ne sont jamais autorisés à table pendant les repas**, et pour 20% ils le sont exceptionnellement. En somme les écrans sont autorisés à table pour 25% des jeunes (dont 13% pour qui ils sont toujours autorisés).

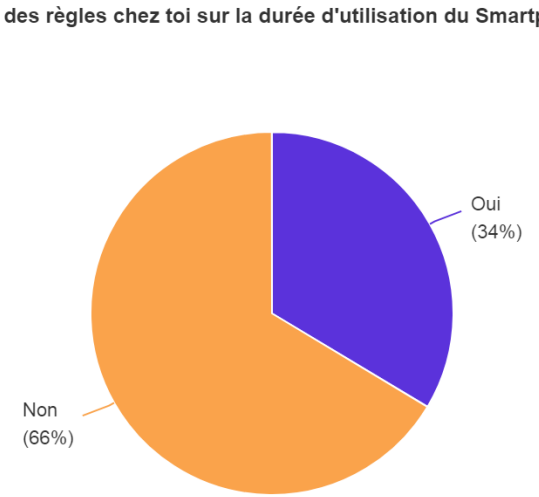
C'est pour les **moins de 13 ans que les écrans sont le plus systématiquement interdits**, et pour les 17-18 ans qu'ils sont plus souvent autorisés. **L'origine sociale a une influence notable** : chez les cadres et professions intermédiaires, les écrans sont souvent interdits (60% « jamais ») ou autorisés de façon exceptionnelle (24%) ; alors que **c'est dans les familles d'ouvriers, en recherche d'emploi et sans activité professionnelle que les écrans sont le plus souvent autorisés à table** (35% en moyenne contre 25% dans l'ensemble).



NB : parmi les 45% autorisés à utiliser les écrans pendant les repas

L'écran le plus souvent autorisé pendant les repas n'est pas apparu avec l'ère numérique puisqu'il s'agit de la télévision dans 86% des cas. Le Smartphone représente quant à lui 43% des usages d'écran pendant les repas.

- **1 jeune sur 3 se voit imposer des règles familiales sur la durée d'utilisation du Smartphone**



NB : parmi les 91% ayant un Smartphone personnel ou familial

Parmi ceux qui sont contraints à des règles concernant la durée d'utilisation du Smartphone, on retrouve plus de **garçons** (37% contre 31% de filles) et de **11-13 ans** : 55% doivent suivre des règles familiales sur la durée d'usage du Smartphone, contre 20% en moyenne seulement pour les 15-18 ans. Ces règles semblent porter leurs fruits quant au temps passé sur les écrans : si 52% de ceux qui ont des règles à la maison concernant l'usage du Smartphone y passent 3 heures ou plus le weekend, c'est le cas de 80% de ceux qui n'ont pas de règle.

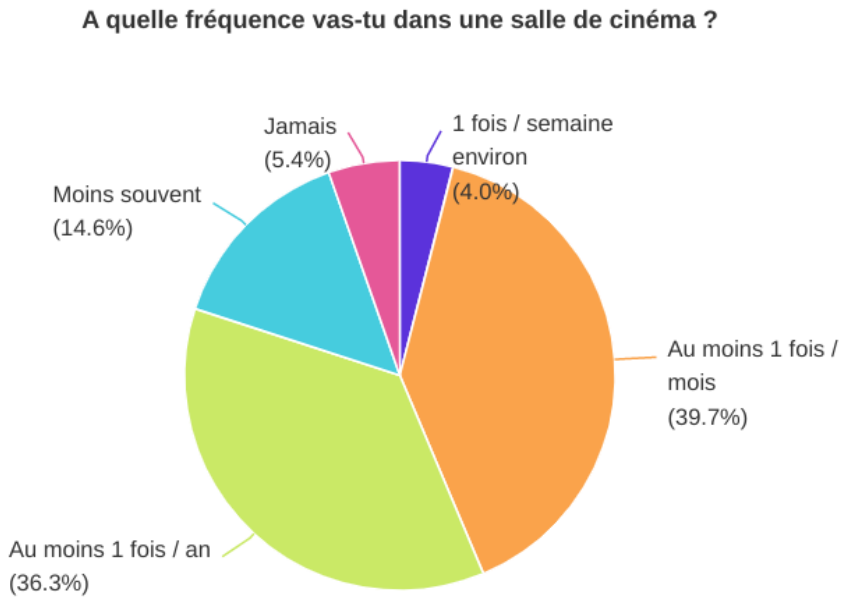
Les familles de professions intermédiaires sont plus nombreuses à imposer des règles (44%), quand les familles d'agriculteurs, d'ouvriers ou sans activité professionnelle sont moins nombreuses (26% en moyenne).

En somme, **l'origine sociale a une grande influence sur l'imposition de règles quant à l'usage des écrans,** ce qui ne donne pas les mêmes armes à tous pour éviter les pratiques à risques.

LES IMAGES

CINÉMA

- **44% des jeunes vont au cinéma au moins une fois par mois**



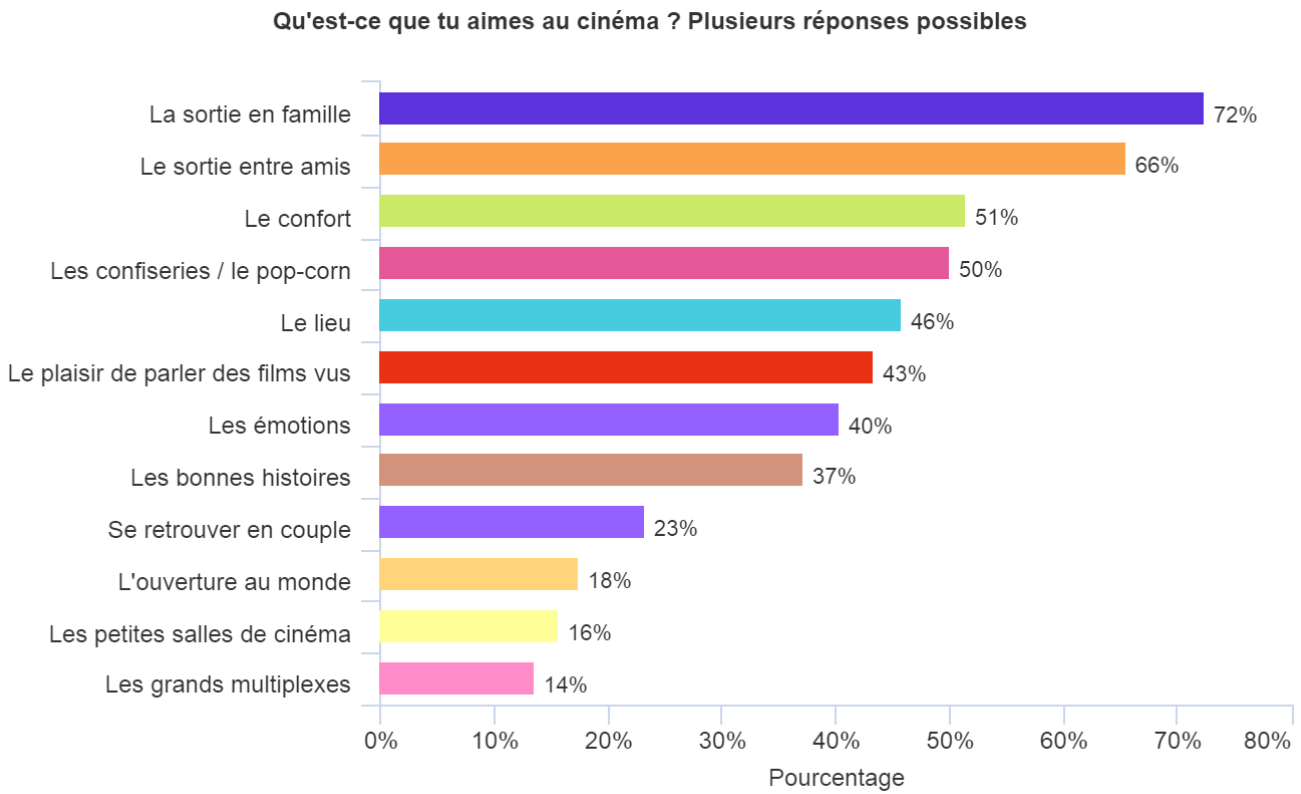
44% des adolescents des Hauts-de-France se rendent au cinéma au moins une fois par mois et parmi eux 4% y vont au moins une fois par semaine. Au sein de ces 44%, on trouve **autant de filles que de garçons** ; les jeunes de 15 ans sont surreprésentés (52%), de même que ceux habitant des **villes moyennes et grandes agglomérations** (50%) et les enfants d'**employés (47%).**

Aussi, parmi ceux qui vont le plus **souvent au cinéma,** sont **surreprésentés** (49%) de ceux qui passent **beaucoup de temps sur les écrans** en semaine (quatre heures et plus) ou le weekend (cinq heures et plus). De même sont surreprésentés ceux qui regardent beaucoup de films et séries (52% et 48% de ceux qui regardent des films ou séries au moins trois fois par semaine). De la sorte, ces données vont dans le sens d'une **consommation combinée et non exclusive des différentes potentialités culturelles et de divertissement de la part de nombre de jeunes.**

36% des jeunes des Hauts-de-France vont au cinéma plusieurs fois par an (au moins une fois par an et moins d'une fois par mois). Ils **fréquentent donc le cinéma, mais de façon plus distante que les premiers**. Dans ce groupe, les 16-18 ans sont surreprésentés (41%), de même que les jeunes habitant les **petites villes et villages** (40%), ainsi que les enfants de cadres et professions intermédiaires (43%). Autrement dit, la variable du **lieu d'habitation entre en considération quant au taux de fréquentation des salles de cinéma par les jeunes** : plus ils vivent dans des villes denses, plus ils ont de probabilité de fréquenter régulièrement le cinéma et inversement, plus ils vivent dans des communes peu denses (moins équipées en cinéma) plus ils ont de probabilité de fréquenter le cinéma de façon occasionnelle.

Enfin, 15% des jeunes vont au cinéma moins d'une fois par an, autrement dit de façon très exceptionnelle, et **5% des adolescents ne vont jamais au cinéma.** Ce qui porte à **20% la part de jeunes très éloignés du cinéma en Hauts-de-France**. Dans ce groupe sont surreprésentés les **très jeunes : 11-13 ans** (26%), les enfants dont l'un des parents est **sans activité professionnelle** (36%), ainsi que les enfants d'**agriculteurs (**28%), ceux dont l'un des parents est en **recherche d'emploi** (24%) et les enfants d'**ouvriers** (20%). Pour ces **jeunes éloignés du cinéma, le fait d'habiter une grande ou petite ville n'a pas d'influence, en revanche celle de l'origine sociale est très prégnante.**

La dimension sociale et partagée de la sortie au cinéma est fondamentale



NB : parmi les 95% allant au cinéma

Avant toute chose, ce qui plaît aux adolescents quant à la sortie au cinéma, relève de la **dimension socialement partagée** : en effet 72% apprécient la sortie en famille, et 66% aiment la sortie entre amis. Après quoi plus d'un jeune sur deux invoque **le confort du lieu** (sièges, qualité sonore/de l'image, moquette, température, etc.), mais aussi les **confiseries, le pop-corn** qui font vraisemblablement partie prenante de l'expérience de sortie au cinéma des jeunes.

43% des jeunes évoquent également le **plaisir de parler des films vus** au cinéma, comme motivation à s'y rendre. 40% d'entre eux sont attachés aux **émotions** que transmettent les films vus au cinéma, et 37% les bonnes histoires. 23% apprécient la sortie au cinéma car elle permet de se retrouver en **couple.**

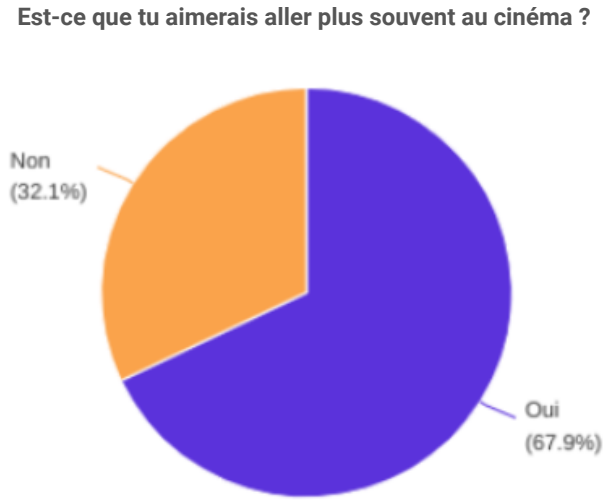
Enfin de façon moins marquée, **18% des adolescents évoquent l'ouverture au monde** que permet le cinéma, 16% déclarent aimer les petites salles contre 14% seulement

qui invoquent le plaisir de se retrouver dans de grands multiplexes. Autrement dit **si le lieu et le confort sont très importants dans le goût des adolescents pour le cinéma, ce n'est cependant pas pour autant synonyme d'un intérêt particulier pour les grands multiplexes.**

Parmi les 4% de jeunes qui vont très souvent au cinéma (une fois par semaine environ), les raisons significativement les plus évoquées par rapport aux autres jeunes, sont l'ouverture au monde et les petites salles de cinéma, les moins évoquées sont les confiseries et la sortie en famille. Parmi les 42% de jeunes qui vont au moins une fois par mois au cinéma, la raison la plus souvent évoquée par rapport aux autres jeunes est le plaisir de parler des films vus, et comme pour les précédents, les confiseries et la sortie en famille sont significativement moins évoquées dans cette sous-population.

Parmi les 36% de jeunes qui vont au cinéma une ou **plusieurs fois par an** (mais moins d'une fois par mois), la **sortie en famille** et les **confiseries** sont plus souvent citées que par les autres jeunes. En revanche les petites salles, le plaisir de parler des films vus et l'ouverture au monde sont moins souvent cités. Parmi ceux qui y vont encore moins souvent, aucune corrélation ne montre une sur ou sous-représentation de raisons qui soit significative statistiquement.

- **68% des adolescents aimeraient aller plus souvent au cinéma**



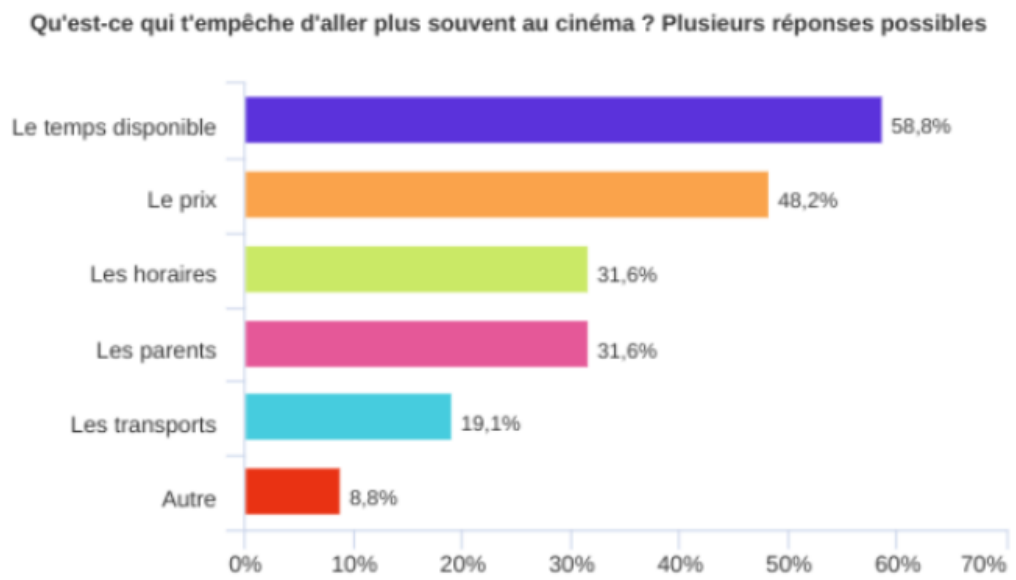
NB : parmi les 95% allant au cinéma

Il est intéressant de souligner que **68% des adolescents aimeraient aller au cinéma plus souvent.** Parmi ces 68% sont légèrement surreprésentés les filles (70% contre 66% des garçons), les jeunes des **petites villes** (70%) et **plus largement les enfants de personnes sans activité professionnelle : 76%**. Autrement dit 3 jeunes sur 4 dont

au moins un des parents est sans activité professionnelle aimeraient pouvoir aller plus souvent au cinéma.

70% de ceux qui vont déjà au cinéma (au moins une fois par mois ou une fois par an) **aimeraient y aller plus souvent, alors qu'ils ne sont que 59% parmi ceux qui se rendent très rarement au cinéma** (moins d'une fois par an ou jamais). Cet apparent paradoxe est compréhensible : on ne peut désirer que ce que l'on connaît, autrement dit les jeunes n'ayant pas du tout l'habitude d'aller au cinéma ressentent moins souvent que les autres l'envie d'y aller plus souvent. Par ailleurs cela confirme la **dimension profondément cumulative des pratiques culturelles** : plus on a l'habitude de voir des films, tout comme d'assister à des concerts, se rendre à des expositions, etc., plus l'envie de renouveler ces expériences régulièrement se développe. **Ces données soulèvent la question concernant les raisons qui empêchent les jeunes d'aller plus souvent au cinéma.**

Le temps disponible (paradoxe moderne) et le prix sont les principaux freins à la fréquentation du cinéma



NB : parmi les 68% qui aimeraient aller plus souvent au cinéma

Parmi les raisons invoquées empêchant les adolescents d'aller plus souvent au cinéma, celle du **temps** arrive en **première position** : **59% des adolescents estiment qu'ils manquent de temps pour aller au cinéma.**

Cela sous-tend l'idée selon laquelle **les jeunes ont eux aussi l'impression d'être surchargés**, potentiellement de façon artificielle, notamment avec la surconsommation

des écrans, mais cela est à l'image de nombre de parents et de la société dans son ensemble. Cette impression de **manquer de temps** est une **constante moderne** : 78% des Français ont le sentiment de manquer de temps pour faire ce qu'ils aimeraient. Cette impression de manque de temps est un **paradoxe** au vu de **l'augmentation** continuelle des temps de **loisir** et la **diminution du temps de travail**. Or selon le sociologue Jean Viard[10], **l'explication tient grandement en la surabondance de choix** : nombre de contemporains sont convaincus de manquer de temps **car les offres de choses à faire augmentent plus vite que les capacités de les saisir**. De la sorte, il en résulte un sentiment écrasant de manque de temps en raison de la surabondance de choix.

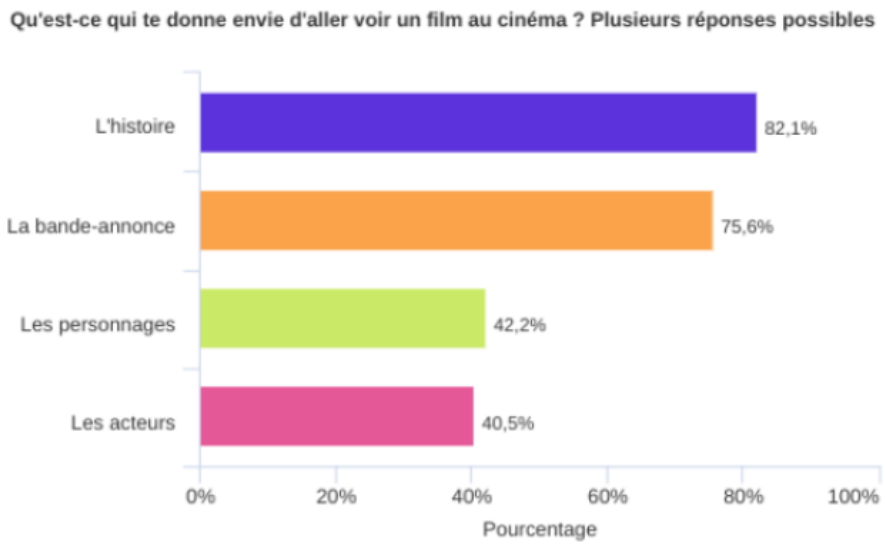
Par ailleurs, près d'**un jeune sur deux (48%) irait plus souvent au cinéma si le prix le lui permettait.** Parmi ces derniers, on retrouve majoritairement des **17-18 ans** qui doivent probablement plus souvent que les jeunes adolescents payer eux-mêmes leurs sorties au cinéma, et les enfants de personnes en recherche d'emploi qui sont 72% à citer le prix comme un frein à leurs sorties au cinéma.

32% des jeunes citent les **horaires** des séances comme facteur empêchant d'aller plus souvent au cinéma. Parmi eux, les jeunes des villages sont surreprésentés. Les parents sont également cités par 32% des jeunes, parmi lesquels on trouve principalement des jeunes âgés de 11 à 14 ans. Enfin les **transports** sont cités par 19% des jeunes pour évoquer ce qui les empêche d'aller plus souvent au cinéma, et dans cette catégorie les 15-17 ans ainsi que les jeunes des villages et les enfants d'agriculteurs sont surreprésentés.

Dans le champ de réponse libre à cette question (le 9% ayant coché « autre »), il ressort un manque d'intérêt pour les films proposés en salle, et les relations familiales ou amicales qui empêchent ou ne facilitent pas les sorties au cinéma.
Une sélection des réponses[11] : les films à l'affiche ; mon petit frère à faire garder ; pas de films bien ; travail des parents ; Ma petite sœur est vraiment trop petite ; les devoirs ; La flemme de sortir ; les films qui sortent aux cinémas ne sont pas toujours intéressant ; solitude ; Travail de mon père ; les film pas ouf ; le manque de choix de film ; argent ; Pas souvent de bons films dans le cinéma local ; si j'ai envie ou pas ; trop loin ; films peu intéressants, trop de publicités ; les film ne m'intéresse pas trop car il sont trop nian nian ; je ne veux pas y aller tout seul et mes ami(e)s ne peuvent pas se permettre d'y aller tout le temps ; Les films sont souvent nuls ; rien spécialement, je pense pas souvent à y aller mais j'aimerai bien y aller plus souvent ; parce c'est un peu trop loin et que chez moi les film sont nul car il y'a que 3 salles de cinéma ; les films a l'affiche ; Disponibilité des amis ; Les film proposés ; je n'ai personne avec qui y aller ; Bcp d'entraînements sportifs ; Les films sont pas terribles ; Horaire des amis ; la disponibilité de certain amis qui n'habite pas forcément dans la ville ou ce trouve le cinéma ; la pêche ; ma mère qui n'aime pas le cinéma ; peur du monde ; personne n'aime les films que je regarde.

[10] *Nouveau portrait de la France. La société des modes de vie,* Jean Viard, Nouvelles éditions de l'Aube, 2012.

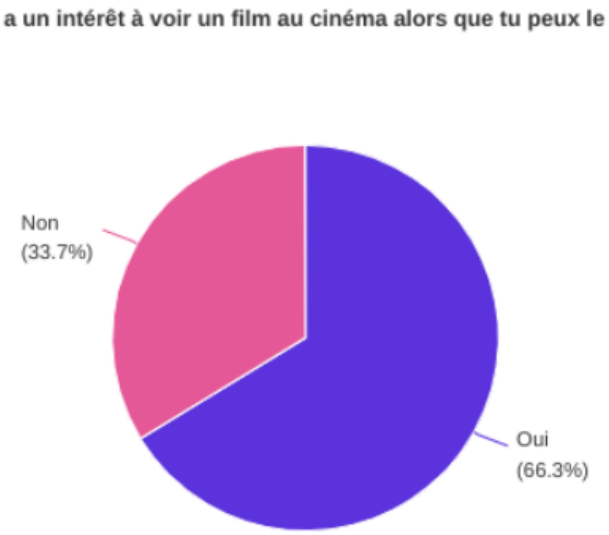
[11] Les verbatims sont cités tels qu'ils ont été écrits par les répondants dans le questionnaire.



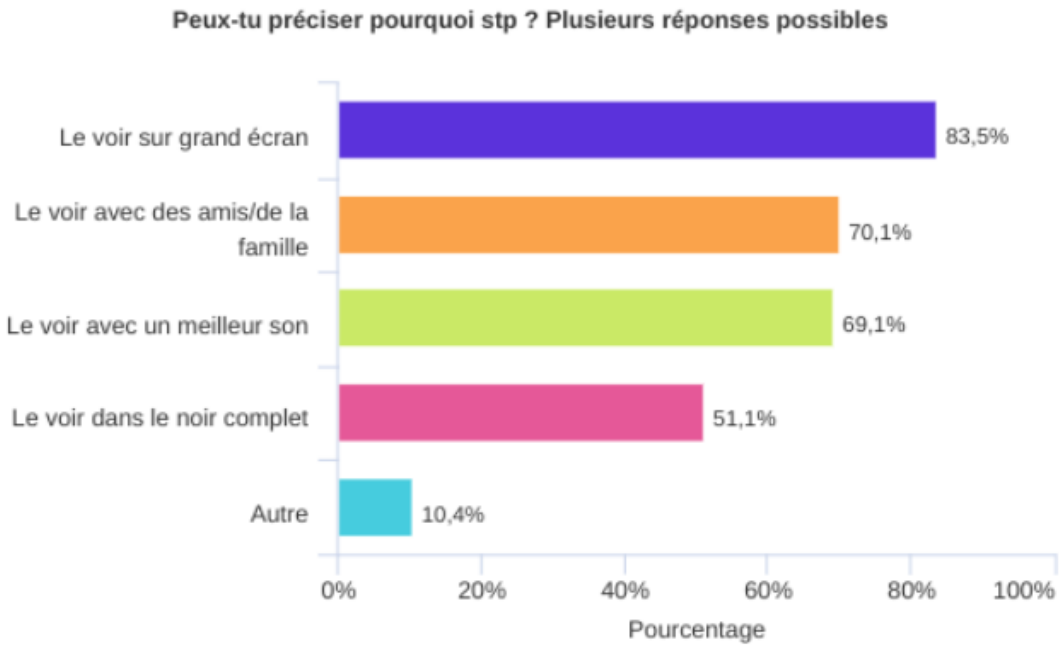
NB : parmi les 95% allant au cinéma

82% des adolescents plébiscitent l'histoire racontée dans les films comme moteur de leur sortie au cinéma. 76% citent la bande-annonce comme leur ayant donné envie d'aller voir un film, 42% des jeunes vont voir un film pour les personnages et 41% les acteurs.

- **2 jeunes sur 3 pensent qu'il y a un intérêt à voir un film au cinéma alors qu'ils peuvent le voir à la maison**



66% des adolescents manifestent un **intérêt appuyé pour le cinéma**, puisque même s'ils peuvent voir un film à la maison, ils aimeraient le voir au cinéma. **Malgré la multiplication contemporaine des possibilités de créer une expérience cinématographique à la maison, la volonté de se rendre au cinéma persiste, y compris chez les jeunes générations.**



NB : parmi les 66% qui trouvent un intérêt à voir un film au cinéma alors qu'ils peuvent le voir à la maison.

Pour expliquer leur envie d'aller au cinéma, le plaisir de voir un film sur grand écran est cité par 84% des adolescents, le plaisir de la sortie entre amis ou en famille est cité par 70% d'entre eux, tout comme le fait de le voir avec un meilleur son (69%). Enfin l'ambiance liée au noir complet qui règne dans la salle est cité par 51% des jeunes.

Par ailleurs, ce qui ressort des champs de réponse libre à cette question (ceux ayant répondu à 10% « autre »), c'est la possibilité d'une attention accrue et d'un moment unique vécu physiquement, en sortant de chez soi, avec du confort et une certaine ambiance (y compris le fait de pouvoir manger pendant ou après). Voir un film au cinéma favorise l'immersion, les émotions, le collectif, la qualité de l'image et du son et permet de voir des films qui ne sont pas encore sur les plateformes de streaming.

Une sélection de verbatims des personnes ayant répondu "autre" à la question[12] : Le plaisir du lieu ; Partager les émotions ; Immersion totale, c'est different de faire la démarche de sortir de chez soi pour aller voir un film plutôt que le regarder chez soi. On s'en souvient plus, on est plus attentif, l'oeil est aux aguets ; Le voir avec ta copine ; Le voir en grand ; Le cinéma est art il mérite d'être valorisé (surtout dans l'éducation ou il n'y a que des livres à lire....mais bon...) ; Le voir plus tôt ; Le voir plus tôt ; regarder le film et ne rien faire d'autre, aucune distraction ; les film d'horreur font plus peur ; Voir si le film est bien avant de l'acheter en DVD ; ptn c'est cool ; Chez nous l'ambiance

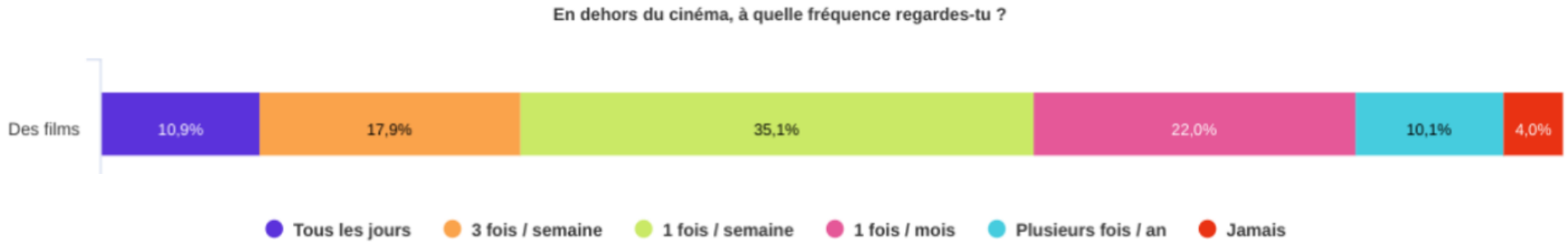
[12] Les verbatims sont cités tels qu'ils ont été écrits par les répondants dans le questionnaire.

ne seras jamais là meme que dans un cinéma sa nous permet de bouger rencontrer des personnes et la qualité du film serra plus agréable à la vue et au sons que chez nous ; Le voir plus tôt qu'à la télé ; Films disponibles bien plus tôt par rapport au streaming ; Plus profiter de l'instant présent ; Être sûr (e) de voir tout le film sans problème ; être totalement immergé dans le film, ne pas se laisser distraire : Qualité ; Le voir avant ceux qui le regardent à la maison car le DVD ou Blu Ray et le streaming sortent forcément après la sortie au cinéma. On peut donc les spoilers ; avec toute la famille qui regarde sans leurs telephone ; parce que tu sort de chez toi ; je suis seul avec mon copain ; L'éxpérience 3D etc … ; le voir sur une grande salle avec beaucoup de gens ; Parce que je suis impatient ; En amoureux ; Le voir sans distraction, pour pouvoir se détendre sans aucun stimulus externe ; Être beaucoup et pas serré ; Ne pas être enfermé chez soi ; Mes parents m achètent des pops corns ; on entend les gens crier pendant les films d'horreur ; Passer tout simplement du temps avec sa copine❤️ ; manger au mcdo juste apres ; Le voir en 3D et 4DX.

FILMS ET SÉRIES

- **Une fréquence de visionnage très élevée et des genres variés**

64% des jeunes regardent au moins un film par semaine



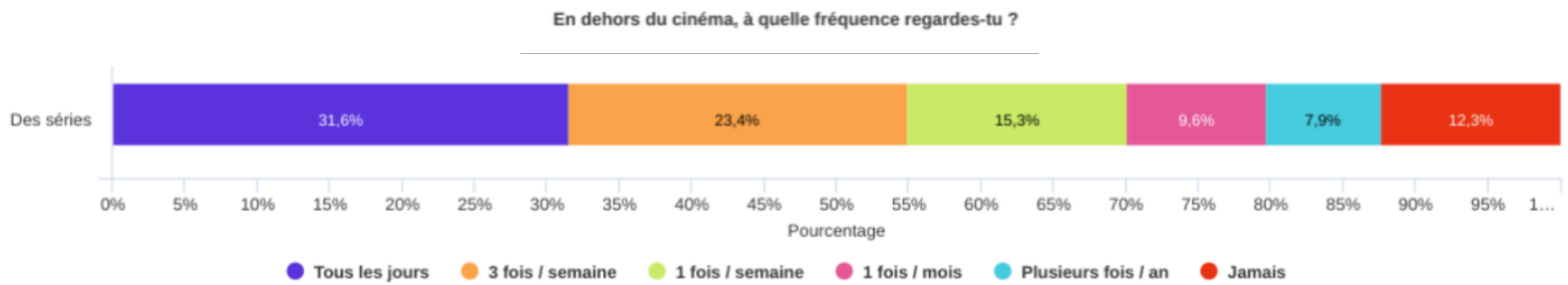
En dehors du cinéma, 11% des jeunes regardent des films tous les jours et 18% en regardent trois fois par semaine environ. Par conséquent, **29% des jeunes regardent au moins trois films par semaine.** 35% des adolescents des Hauts-de-France regardent un film par semaine, ce qui porte à **64% la part de jeunes qui regardent au moins un film par semaine.** 22% déclarent regarder des films une fois par mois. 10% regardent plusieurs films par an (mais moins d'une fois par an) et seuls 4% ne regardent jamais de films, ce qui porte à 14% la part de jeunes regardant très peu de films.

Parmi ceux qui regardent **au moins trois films par semaine** (29%), on constate une surreprésentation des **12-13 ans** et des enfants d'**agriculteurs,** d'**ouvriers** et de parent(s) en **recherche d'emploi**. Parmi ceux qui visionnent **un film par semaine** (35%), **les filles** sont surreprésentées (38% contre 32% pour les garçons), les **14-17 ans** (39%) et les enfants de **professions intermédiaires**. Parmi ceux qui regardent plusieurs **films par an** (30% entre un film par mois et plusieurs par an), les enfants de **cadres**

et **professions intermédiaires** sont surreprésentés (35%).

Par ailleurs, **ceux qui regardent le plus de films à la maison** (au moins une fois par semaine ou plus) **sont aussi ceux qui vont souvent au cinéma (**au moins une fois par mois) : ici encore l'**aspect cumulatif des pratiques culturelles** se fait jour (à l'exception de ceux qui regardent des films tous les jours, où sont effectivement surreprésentés ceux qui vont souvent au cinéma, mais aussi ceux qui n'y vont quasiment jamais : moins d'une fois par an).

32% des jeunes regardent des séries tous les jours



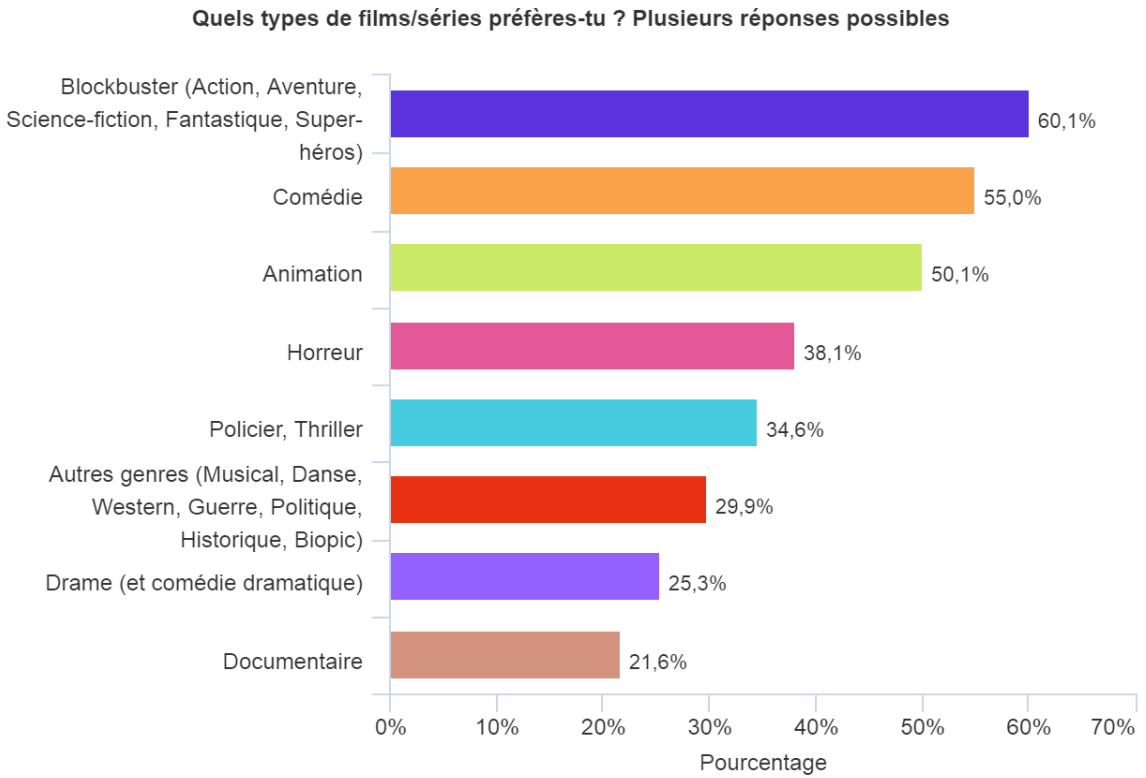
Près d'1 jeune sur 3 regarde des séries quotidiennement, 23% des jeunes en regardent trois fois par semaine. Par conséquent, **55% des 11-18 ans regardent des séries au moins trois fois par semaine**. Le visionnage de séries comporte dans la majorité des cas une **fréquence hebdomadaire très conséquente** puisque **plus d'1 adolescent sur 2 regarde des séries au moins trois fois par semaine**. 15% des adolescents des Hauts-de-France regardent au moins une série par semaine, ce qui porte à **70% la part de jeunes qui visionnent au moins un épisode de série par semaine**. 10% des jeunes déclarent regarder des séries une fois par mois, 8% en regardent plusieurs fois par an (mais moins d'une fois par mois) et **12% des jeunes ne regardent jamais de séries, soit une part trois fois plus élevée que celle des jeunes ne regardant jamais de films.** Cela porte à **20% la part de jeunes regardant très peu voire pas du tout de séries** (moins d'une fois par mois).

Parmi les jeunes qui regardent des séries **tous les jours** (32%), on compte **plus de filles que de garçons** (34% contre 29%) ; l'âge et le lieu de vie n'ont pas d'influence significative, en revanche les enfants de personnes sans activité professionnelle sont largement surreprésentés (39%).

Parmi les 23% de jeunes qui regardent des séries **trois fois par semaine**, les **filles** sont à nouveau surreprésentées (26% contre 21%), tout comme les 16-17 ans (28%) ainsi que les enfants de **cadres et d'ouvriers** (respectivement 30% et 27%) **et ceux qui vont au cinéma au moins une fois par mois** (25%). Parmi les jeunes qui regardent des séries une fois par semaine (15%), le genre n'a pas de conséquence et les jeunes de 11 ans sont surreprésentés (19%).

Parmi ceux qui regardent des séries **une fois par mois ou plusieurs fois par an**, les **garçons** sont surreprésentés ainsi que les enfants **d'employés** ou de **professions intermédiaires**. Enfin parmi les jeunes qui ne regardent jamais de série (12%), les garçons sont surreprésentés (15% contre 9% de filles), les 11-13 ans (18% en moyenne) et les enfants d'agriculteurs (25%).

Blockbusters, comédies et films d'animation sont les genres préférés des jeunes



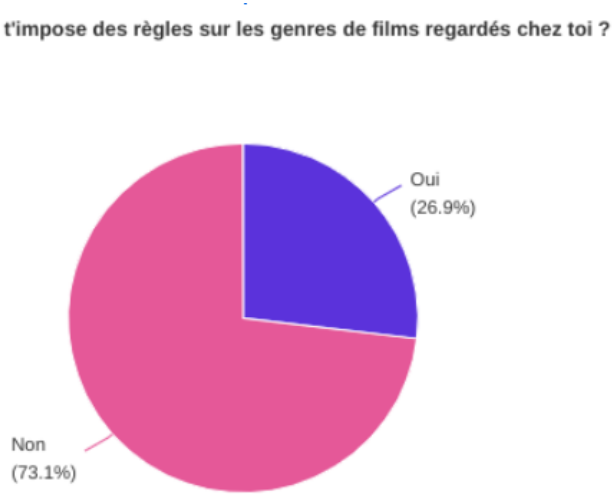
Les jeunes de la région Hauts-de-France ont été questionnés sur les genres de films et séries qu'ils préfèrent (les modalités de réponse à cette question sont volontairement identiques à celles de l'étude nationale de Médiamétrie[13]). 60% des adolescents citent les blockbusters, autrement dit les grosses productions de l'industrie

[13] *Année cinéma,* Médiamétrie, 2018

cinématographique, principalement en provenance des États-Unis, qui proposent aussi bien des films d'action que d'aventure, de science-fiction, fantastiques ou encore de super-héros. 55% des jeunes citent les comédies parmi leurs genres préférés, 50% indiquent les films d'animation, 38% apprécient les films d'horreur, 35% les films policiers et thrillers, 30% les autres genres, à savoir les films musicaux, de danse, les westerns, les films de guerre ou de politique, les films historiques ou encore les biographies. Seuls 25% des jeunes plébiscitent les drames et les comédies dramatiques et 22% aiment les documentaires.

Les filles préfèrent les drames, les autres genres de films et les comédies. Les garçons privilégient les blockbusters, les documentaires et les films d'animation. Les 12-13 ans évoquent plus souvent les films d'animation ainsi que les films d'horreur. Les 14-15 ans citent prioritairement les films d'horreur, les policiers/thrillers et les blockbusters. Enfin, les 16-18 ans indiquent majoritairement les drames, les autres genres, les policiers/thrillers et les documentaires.

Hormis le fait que les jeunes des villages sont moins nombreux que les autres à citer les blockbusters, les lieux de vie ont relativement peu d'impact sur les préférences de genres de films.

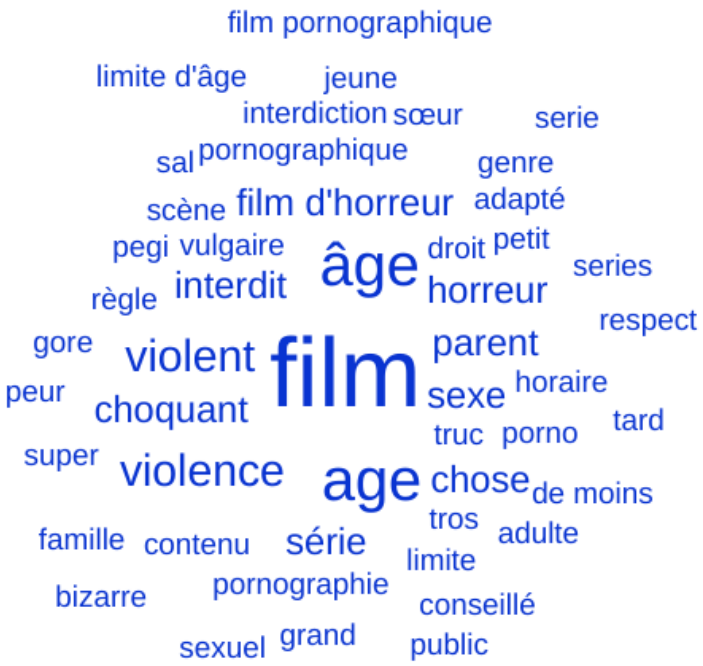


NB : parmi les 96% regardant des films

Seuls 27% des adolescents se voient imposer des règles quant aux genres de films regardés à la maison. En l'occurrence il s'agit plus souvent de garçons, de jeunes de 11-13 ans, et d'enfants dont les parents ont des professions intermédiaire. Les parents employés et ouvriers sont plus nombreux à ne pas imposer de règles, de même que ceux vivant dans de grandes agglomérations.

En l'occurrence ces règles concernent majoritairement le fait de ne pas avoir le droit de regarder des films pour lesquels une limite d'âge est fixée lorsque l'adolescent n'a pas atteint cet âge, c'est notamment le cas des films aux contenus pornographique, érotique ou violent.

Peux-tu préciser quelles sont ces règles ?

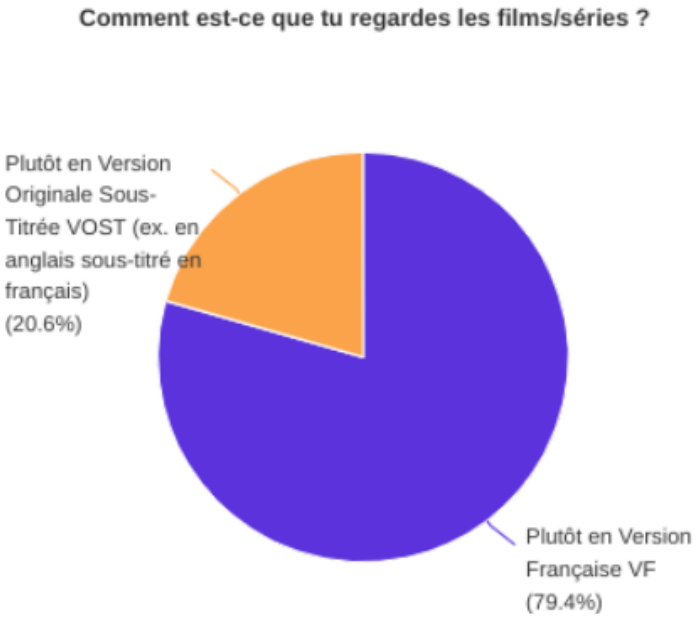


Pas de violence ni de sexe dans les films
fait attention à l'age sur les films ou série
L'âge
Âge limite
Lorsqu'il y a des scènes trop violentes où érotiques
Pas de porno ni violence
Pas le droit de regarder des films considérés comme trop choquant
Pas de film violent
il faut qu'ils soient pas trop violent
Mon père monopolise la télé, alors je peux rarement regarder des émissions ou des films.
Ne pas regarder des films pornographiques
Les horaires
-18
Les films de moins de 18ans
Pas de films pornographique. Pas de films d'horreur avant 16 ans

NB : Les verbatims sont cités tels qu'ils ont été écrits par les répondants dans le questionnaire. À gauche est représenté un nuage de mots illustrant les termes les plus utilisés par les jeunes dans ce champ de réponse libre relatif aux règles imposées sur les genres de films regardés à la maison. À droite un extrait des 931 verbatims écrits par les adolescents.

- **Modalités de visionnage des films et séries**

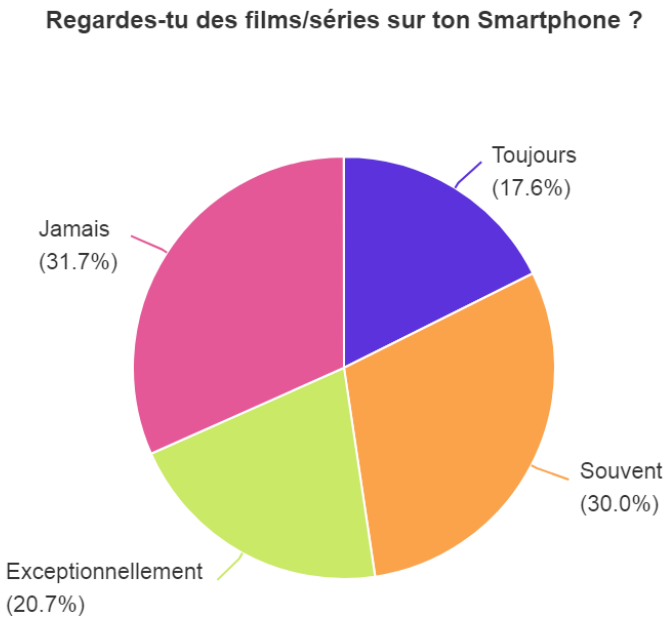
21% des adolescents regardent leurs films et séries en version originale sous-titrée



NB : parmi ceux regardant des films (96%) et des séries (88%)

79% des adolescents regardent les films et séries en version française, 21% préfèrent les regarder en version originale sous-titrée (VOST). Parmi ces derniers on trouve **bien plus de filles** (23% contre 18% de garçons), des adolescents de **plus de 14 ans** (24% des 14-15 ans et **34% des 16-18 ans)**, des jeunes vivant dans des **villes densément peuplées** (29% pour ceux des villes moyennes, **44% de ceux vivant dans de grandes agglomérations,** contre 18% de ceux vivant dans des villages ou petites villes), des enfants **socialement privilégiés** (enfants de cadres 28%, de professions intermédiaires 26% et d'indépendants 25%). On retrouve également plus d'assidus du cinéma parmi les jeunes choisissant la VOST.

48% des jeunes visionnent régulièrement des films sur Smartphone, y compris ceux qui vont souvent au cinéma



NB : parmi ceux regardant des films (96%) et des séries (88%)

Au total, 68% des adolescents ont déjà regardé un film sur leur Smartphone (32% ne l'ont jamais fait) dont 18% qui le font très régulièrement et 30% qui le font souvent : **48% des jeunes regardent régulièrement des films sur Smartphone.** 21% en revanche regardent des films sur Smartphone de façon exceptionnelle.

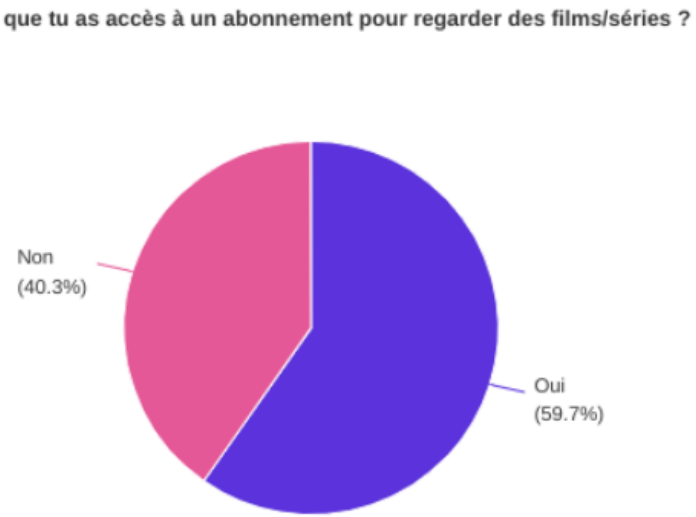
Les **filles** sont plus adeptes du visionnage de films sur Smartphone que les garçons : **53%** le font régulièrement contre 42% des garçons. Les 14-18 ans et plus particulièrement les **14-16 ans sont 59% à visionner régulièrement des films sur leur Smartphone** (56% pour les 16-18 ans). Les jeunes vivant dans de grandes agglomérations regardent un peu plus que les autres des films de cette façon (50%) contre 43% des jeunes issus de petites villes.

Toutes les catégories sociales sont concernées par un visionnage régulier sur Smartphone, mais l'on note que **parmi les jeunes ne regardant jamais de films sur Smartphone** (32% dans l'ensemble) **on en compte davantage étant issus de familles socialement favorisées** : c'est le cas de 42% des enfants de professions intermédiaires et 36% des enfants de cadres.

Enfin, **les jeunes allant régulièrement au cinéma** (au moins une fois par mois) **figurent aussi parmi les plus adeptes du visionnage de films sur Smartphone** (55% le font

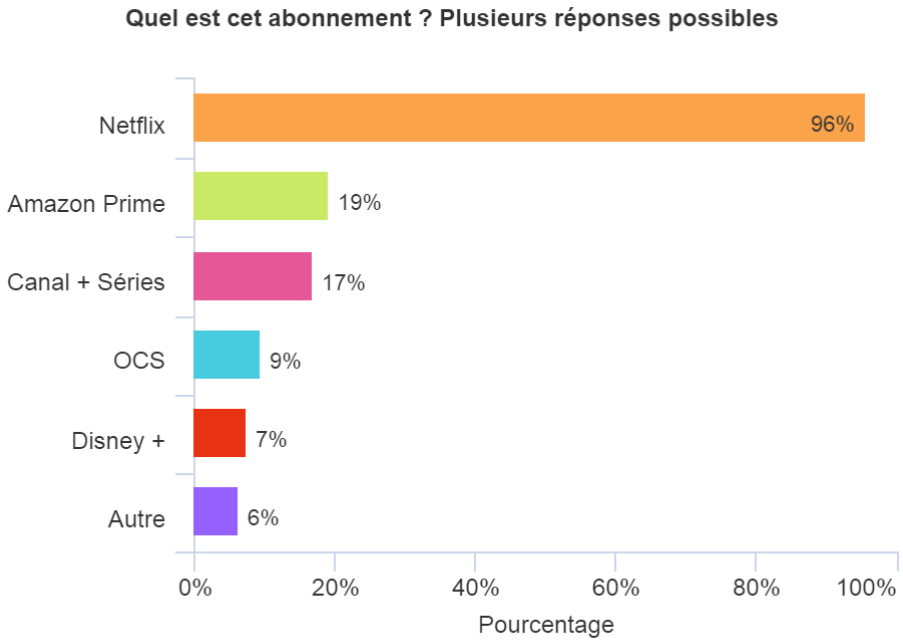
contre 48% dans l'ensemble). Cela suppose que chez les adolescents, aimer regarder des films s'affranchit en partie des catégorisations adultes liées aux supports (pour qui regarder un film sur Smartphone peut sembler une aberration) : **ceux qui aiment souvent regarder des films, le font aussi bien au cinéma que sur Smartphone**.

60% des adolescents ont accès à un abonnement pour regarder des films et séries



NB : parmi ceux regardant des films (96%) et des séries (88%)

60% des jeunes bénéficient d'un abonnement en ligne leur permettant d'accéder à des séries et films, que ce soit un abonnement familial ou personnel. Dans ce groupe, on trouve plus de **filles** que de garçons (66% contre 54%), bien plus de **14-18 ans (**69%), plus de jeunes vivant dans de **grandes agglomérations** que de jeunes des villages (66% contre 58%), plus de parents **indépendants (**artisans, commerçants, chefs d'entreprise) et **employés (**67% et 64%) et moins de **professions intermédiaires** et **agriculteurs** (54% et 49%).



NB : parmi les 60% ayant un abonnement

Pour la très grande majorité des adolescents ayant un abonnement, il s'agit d'un abonnement à Netflix. Cette plateforme est en effet la plus utilisée dans le monde et en France : elle est leader mondial du streaming vidéo avec plus de 158 millions d'abonnés payants (+30 millions en 2 ans) et compte pas moins de 6,7 millions d'abonnés en France (+1,7 million en un an), soit un Français sur dix (sachant que 90% des abonnés partagent leurs comptes, cela touche possiblement une très grande partie de la population)[14].

[14] Chiffes communiqués par Netflix, janvier 2020

- **Les films et le cinéma en temps scolaire**

72% des jeunes des Hauts-de-France voient des films en milieu scolaire

72% des adolescents des Hauts-de-France voient des films, au moins occasionnellement, sur le temps scolaire, dont 5% en regardent assez souvent. 28% des jeunes ne visionnent cependant aucun film avec leur établissement. Ces projets peuvent s'inscrire dans différents cadres pédagogiques, parmi lesquels les dispositifs nationaux initiés par le CNC **Collège au cinéma** et **Lycéens et apprentis au cinéma** qui permettent chaque année à près de 800 000 collégiens, lycéens et apprentis de découvrir l'art du cinéma à travers la projection de films d'auteurs en salles. En Hauts-de-France, 66 000 jeunes sont concernés chaque année[15].

Parmi les jeunes qui voient des films avec leur école, on retrouve particulièrement les 14-15 ans : 76%, contre 69% des 12-13 ans, et 70% des 16-18 ans. Les lieux de vie et professions des parents n'ont évidemment et heureusement aucun impact ici.

[15] *Dispositifs scolaires d'éducation au cinéma en Hauts-de-France. Etats des lieux 2018 - 2019,* Acap - pôle régional image, 2020

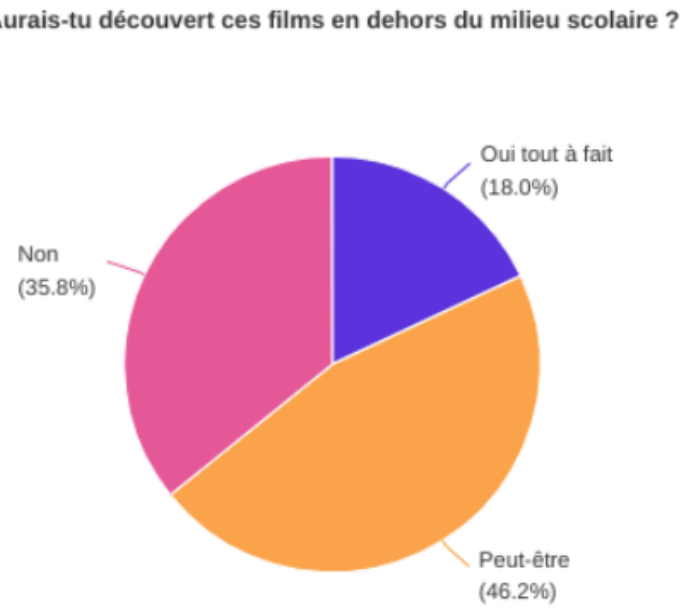
8 adolescents sur 10 trouvent la découverte de films en milieu scolaire intéressante

NB : parmi les 72% découvrant des films avec leur établissement scolaire

Pour une grande majorité des adolescents, découvrir des films en milieu scolaire est une activité intéressante : 79% trouvent cela intéressant parmi lesquels 24%, soit **près d'un jeune sur quatre, trouvent cela très intéressant.** 17% trouvent cela plutôt ennuyeux, et seuls 4% trouvent cela très ennuyeux.

82% des filles trouvent intéressant, contre 77% des garçons, de découvrir des films à l'école. Les **plus jeunes ainsi que les plus âgés** des adolescents sont plus nombreux à apprécier la démarche. Cela est possiblement lié à la fluctuation du degré d'intérêt accordé aux propositions des adultes selon l'âge des adolescents.

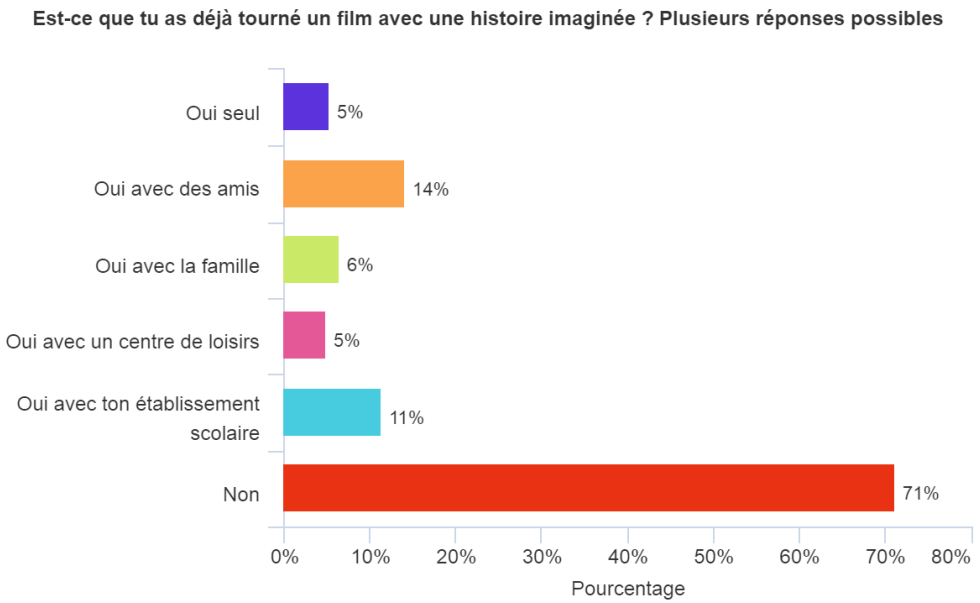
Seuls 2 adolescents sur 10 auraient assurément découvert ces films en dehors du milieu scolaire



NB : parmi les 72% découvrant des films avec leur établissement scolaire

Seuls 18% des adolescents sont sûrs qu'ils auraient découvert ces films en dehors du milieu scolaire. 46% pensent qu'ils auraient peut-être découvert ces films autrement, et 36% sont convaincus qu'ils n'auraient pas découvert ces films en dehors du milieu scolaire.

29% des jeunes ont déjà réalisé un film, principalement entre amis ou avec leur établissement scolaire



29% des jeunes ont déjà tourné un film, avec une histoire imaginée par eux-mêmes (ou une autre personne). La notion d'histoire imaginée était précisée, afin de ne récolter que des réponses liées au tournage de petits films et non à l'enregistrement par vidéo de situations quotidiennes. Sur l'ensemble des jeunes, 14% ont réalisé un film avec des amis, 11% en ont réalisé un avec leur établissement scolaire, 6% avec leur famille, 5% l'ont fait seul et la même proportion avec un centre de loisirs.

Parmi ces 29% de jeunes ayant tourné un film, on trouve un peu **plus de filles** que de garçons (32% contre 28%), plus de **14-18 ans,** 33% contre 26% des 11-13 ans. On trouve beaucoup plus de jeunes issus d'agglomérations denses : **42% issus de grandes agglomérations, 37% issus de villes moyennes**, contre 28% des jeunes des petites villes (moins de 20 000 habitants) et villages (2 000 habitants). **La fréquence de réalisation de films par les adolescents croît de manière proportionnelle à la densité urbaine de leur habitat.** La surreprésentation des **enfants de cadres et de professions intermédiaires** est nette également (35%), ce qui corrèle la surreprésentation des jeunes des milieux urbains, ces deux variables (lieu de vie et origine sociale) étant liées. Par ailleurs **ces réalisateurs en herbe font plus souvent partie des jeunes qui vont régulièrement au cinéma** : 34% de ceux qui vont au cinéma une fois par mois ont déjà réalisé un film, contre 26% de ceux qui y vont moins souvent.

En moyenne, **1 film réalisé sur 4 a été diffusé en ligne**. Autrement dit les jeunes sont relativement peu enclins à diffuser ces productions sur Internet, sachant que la majorité de ces films sont réalisés avec d'autres parties prenantes, qui peuvent aussi ne pas souhaiter leur diffusion.

61% des jeunes qui ont tourné un film ont déjà utilisé un **logiciel de montage**, ce qui représente **17% de l'ensemble de la population étudiée.** Enfin**, 21%** des jeunes réalisant aussi des « films » **à partir de jeux vidéo**.

VIDÉOS

- **Près d'1 adolescent sur 2 regarde très souvent des vidéos en ligne**

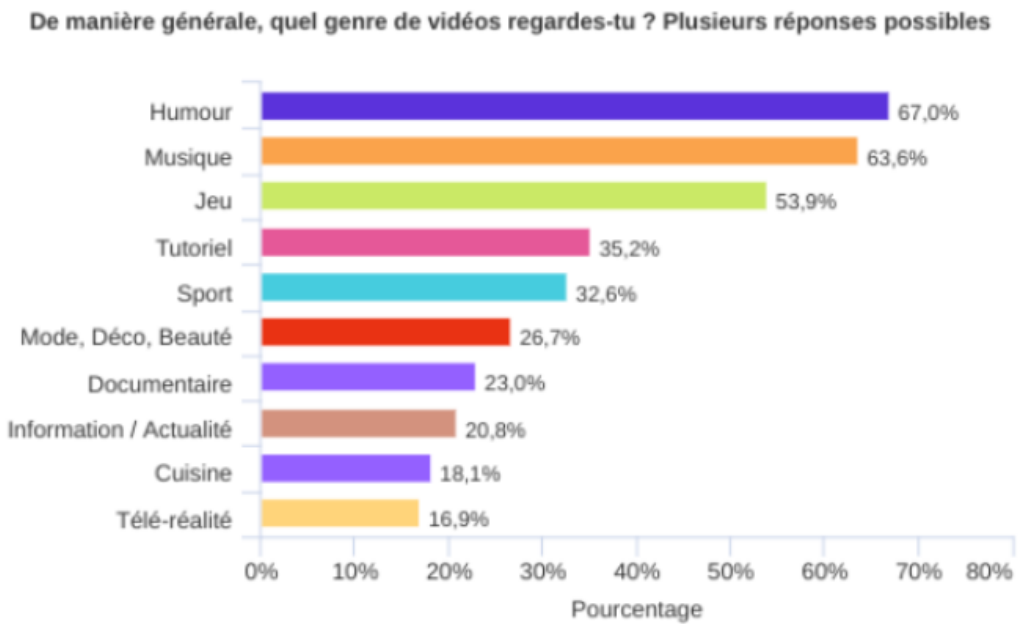
47% des adolescents regardent très souvent des vidéos sur Internet, 26% en regardent souvent. Au total, pas moins de **73% des jeunes regardent régulièrement des vidéos sur Internet,** soit près de 3 jeunes sur 4. Seuls 21% n'en regardent qu'occasionnellement, et 6% jamais.

Les **garçons** sont les plus nombreux à en regarder **très souvent** : 54% contre 40% des filles. C'est aussi le cas des **14-18 ans** (53% contre 40% pour les 11-13 ans). Parmi les plus gros visionneurs de vidéos, on trouve plus d'enfants dont les parents sont en **recherche d'emploi** (57%), **ouvriers et employés** (50%). Parmi ceux qui déclarent regarder souvent des vidéos (26% en moyenne), ce qui dénote une **consommation plus modérée**, on dénombre plus de **filles** (29% contre 23%), de jeunes des **grandes agglomérations** (31%) et d'enfants de **cadres (**29%).

Enfin, parmi ceux qui ne **regardent des vidéos que de temps en temps** (21%), on trouve à nouveau plus de **filles** (25% contre 17% de garçons), plus de jeunes âgés de **11 à 13 ans** (26% contre 17% des plus âgés), de jeunes des **petites villes** (24% contre 17% dans les villes moyennes et grandes agglomérations), et d'enfants de **professions intermédiaires** (25%). Quant au groupe de ceux qui ne regardent **jamais de vidéos** (6%), y sont surreprésentés les très jeunes (14% des 11-12 ans contre 3% des 14-18 ans) et les **enfants d'agriculteurs** (16%).

Différentes études nationales et internationales publiées en 2018 portent sur les habitudes de visionnage de vidéos[18]. Elles confirment le fait que le **public jeune**, est le **plus important consommateur** de contenus vidéos sur Internet. Les temps forts de la consommation de vidéos par les jeunes ont lieu l'après-midi et en fin de soirée sur Smartphone et au cours des temps de pause de la journée. **44% de l'ensemble des internautes regardent plus de cinq vidéos par jour,** Facebook et YouTube étant les principales plateformes de visionnage de vidéos. Aux États-Unis, il existe une augmentation considérable des contenus vidéo sur les plateformes digitales, notamment les vidéos faites sur mobile. Or les données de ce pays se révèlent souvent être des indicateurs des tendances à venir.

Humour, musique et jeux : les genres de vidéos que regardent les jeunes

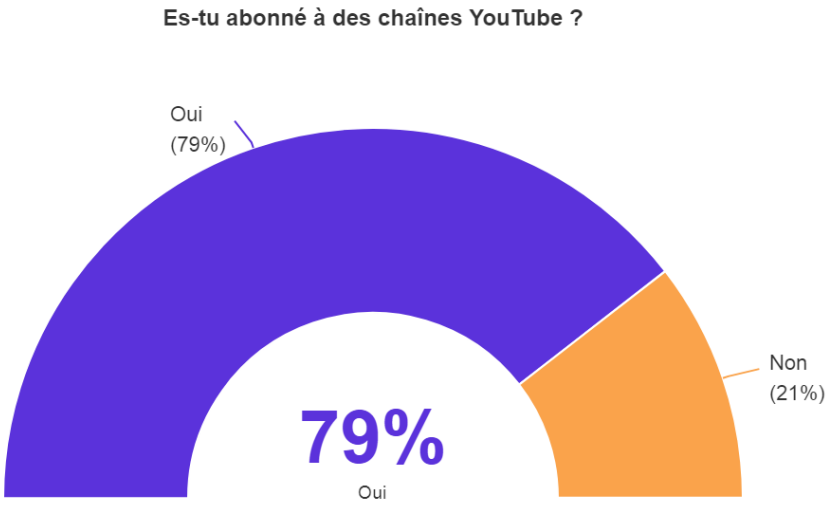


NB : parmi les 94% regardant des vidéos sur Internet

67% des jeunes aiment regarder des vidéos d'humour (influenceurs, compilations thématiques, etc.) : cela concerne plus encore les 14-18 ans. 64% regardent des vidéos liées à la musique (des clips musicaux, des compilations, des mix, des cours aussi éventuellement présentant la pratique d'un instrument). 54% des adolescents, soit plus d'1 sur 2, regardent des vidéos liées aux jeux, surtout les 11-13 ans.

35% des jeunes, soit plus d'1 sur 3, regardent des tutoriels en ligne qui leur permettent d'apprendre mille et une choses sur des thèmes très variés, (cf. chapitre suivant) : cela concerne plus encore les 11-13 ans. 1 jeune sur 3 (33%) regarde des vidéos liées au sport. 27% visionnent des vidéos liées à la mode, la décoration ou la beauté : cela concerne surtout les 14-18 ans. 23% visionnent des documentaires : cela concerne plus souvent les 16-18 ans, pourcentage qui fait écho aux 22% ayant répondu regarder des films documentaires. 21% suivent les informations et l'actualité en vidéos : cela concerne en premier lieu les 16-18 ans. 18% regardent des vidéos relatives à la cuisine, ce qui concerne plus souvent les 16-18 ans. Enfin, 17% seulement regardent des vidéos de télé-réalité, pourcentage qui concerne plus souvent les 12-13 ans.

De manière générale, les filles préfèrent la musique (72%), l'humour (70%), la mode/déco/beauté (49%), les tutoriels (40%) et les jeux (31%). Les garçons quant à eux préfèrent les jeux (76%), l'humour (65%), la musique (55%), le sport (43%) et les tutoriels (31%).



NB : parmi les 94% regardant des vidéos sur Internet

79% des adolescents des Hauts-de-France sont abonnés à des chaînes YouTube, soit presque 8 jeunes sur 10. Afin de réaliser l'ampleur de ce phénomène d'abonnement, notons que dans le classement des chaînes YouTube en France en 2019, les jeunes humoristes Cyprien et Norman étaient suivis par plus de 10 millions de followers chacun et Squeezie par plus de 14 millions.

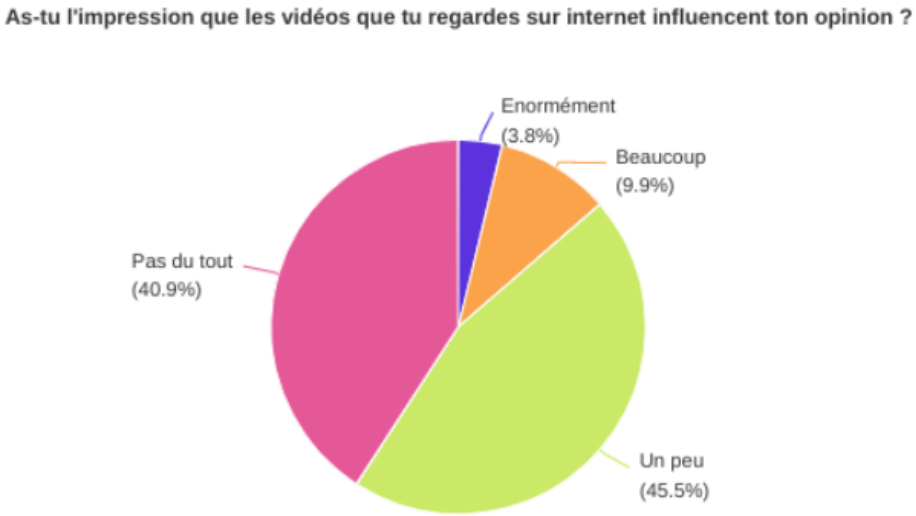
- **86% des jeunes apprennent des choses en regardant des vidéos**

NB : parmi les 94% regardant des vidéos sur Internet

28% des adolescents des Hauts-de-France déclarent qu'ils apprennent beaucoup de choses en regardant des vidéos : il s'agit plus souvent des 16-18 ans (35%) et de ceux qui regardent principalement l'actualité (47%), des documentaires (45%) et des tutoriels (34%).

58% déclarent qu'ils apprennent des choses au moins de temps en temps : il s'agit plus souvent de ceux qui ont tendance à regarder des vidéos de mode/décoration (64%) et d'humour (60%). Seuls 12% des adolescents pensent qu'ils n'apprennent pas vraiment de nouvelles choses en regardant des vidéos et 2% estiment qu'ils n'en apprennent jamais. Parmi ces derniers, on retrouve plus fréquemment de très jeunes adolescents.

59% des jeunes pensent que les vidéos influencent leur opinion



NB : parmi les 94% regardant des vidéos sur Internet

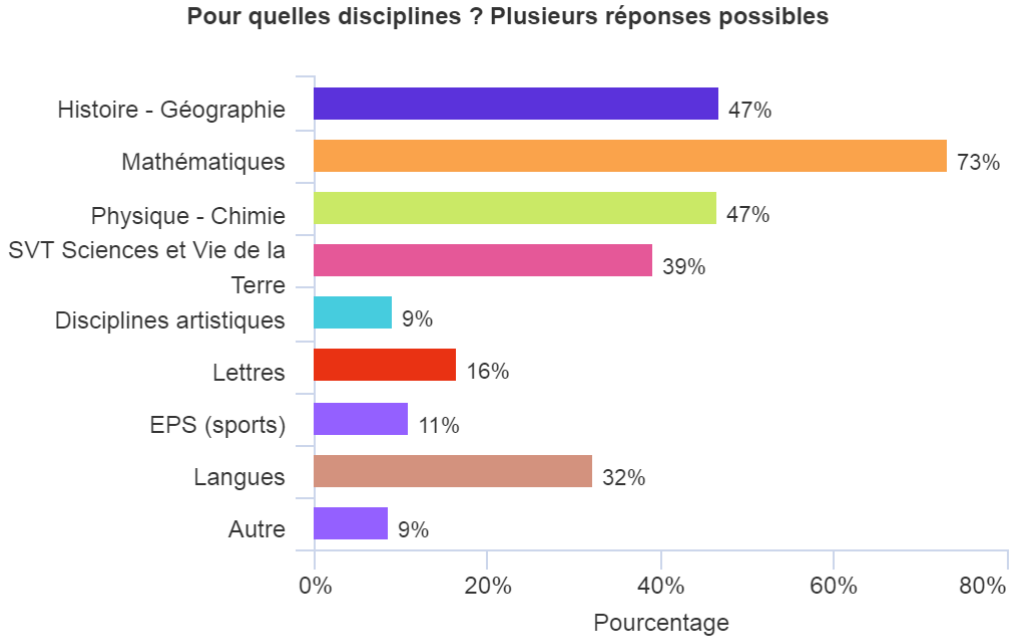
41% pensent que les **vidéos regardées n'influencent pas leur opinion**. Parmi ces 41%, on trouve beaucoup de **11-13 ans** (51%), un peu plus de jeunes issus de petites villes et d'enfants de cadres (43% respectivement), plus de jeunes qui regardent des émissions de **cuisine, télé-réalité, sport et musique**. Les jeunes qui déclarent **ne pas apprendre de choses** au travers des vidéos (70%) sont surreprésentés, de fait puisqu'ils n'apprennent rien de nouveau, ils n'ont pas l'impression que les vidéos influencent leur opinion.

45% pensent que les **vidéos influencent modérément** « un peu » **leur opinion**. Parmi ces 45%, on trouve plus de **filles** que de garçons (48% contre 43%), plus de **14-18 ans** (51%), plus de jeunes issus des villes moyennes (51%), plus d'enfants d'indépendants[19] (54%), **plus de jeunes qui regardent l'actualité et des documentaires** et enfin une majorité de ceux qui déclarent **apprendre des choses de temps en temps (50%).**

10% pensent que les **vidéos** influencent **beaucoup** et 4% **énormément leur opinion**. Parmi ces 14%, il y a légèrement plus de **garçons** que de filles (15% contre 12%), plus de **14-18 ans** (16%), plus de jeunes des **grandes agglomérations** (19%), de jeunes qui **suivent l'actualité** (18%), et bien plus de ceux qui pensent **apprendre beaucoup de choses** au travers des vidéos (25%).

3 jeunes sur 4 âgés de 16 à 18 ans ont déjà regardé des vidéos pour expliquer leurs cours différemment

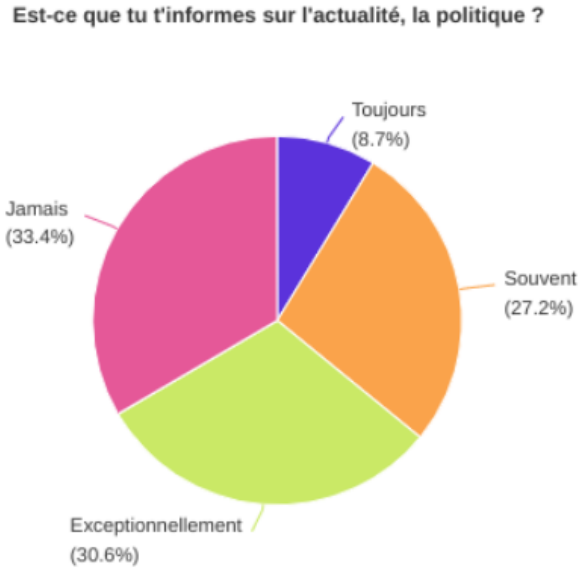
51% des adolescents, soit 1 jeune sur 2 en moyenne, ont déjà regardé des vidéos afin de mieux comprendre leurs cours scolaires. Parmi ces jeunes, on trouve plus de **filles** que de garçons (57% contre 45%), beaucoup plus de **16-18 ans (74%)** et de 14-15 ans (59%). Les enfants de **cadres** et **indépendants** sont surreprésentés (63% et 61% respectivement). Parmi eux, on trouve bien entendu une large représentation de ceux qui disent apprendre beaucoup de choses grâce aux vidéos (63%).



NB : parmi les 51% ayant déjà regardé des vidéos expliquant leurs cours différemment

73% des adolescents ayant déjà regardé des vidéos pour mieux comprendre leurs cours l'ont fait pour la discipline des mathématiques (soit 37% de l'ensemble des jeunes). Les deux disciplines suivantes, regardées en ligne par 47% des jeunes visionnant des vidéos pour approfondir leurs cours, sont l'**histoire-géographie et la physique-chimie.** La 4e discipline la plus visionnée en ligne par les adolescents est celle des **sciences de la vie et de la terre**, autrement dit la 3e discipline relevant des parcours **scientifiques**. Enfin, 32% des jeunes regardent des vidéos qui concernent les cours de langue (soit 16% de l'ensemble des jeunes), 16% les disciplines littéraires, 11% le sport et 9% la musique et le dessin. Pour les 9% citant d'autres matières, ils précisent (dans l'ordre du nombre d'occurrences) : la philosophie, la biologie, le français et l'économie.

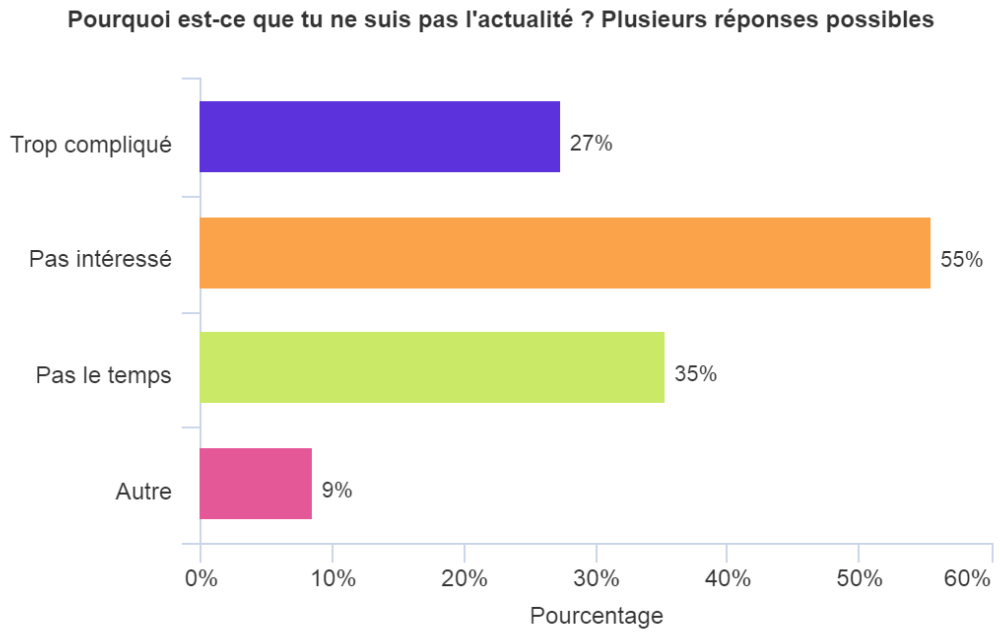
- **Suivre l'actualité**



36% des jeunes s'informent de l'actualité régulièrement (9% toujours et 27% souvent), 31% disent le faire occasionnellement et 33% déclarent ne jamais s'informer sur l'actualité ou la politique. Chacun de ces trois sous-groupes représente 1/3 des jeunes environ, on y trouve dans chacun **autant de filles que de garçons** et ils sont caractérisés de la façon suivante :

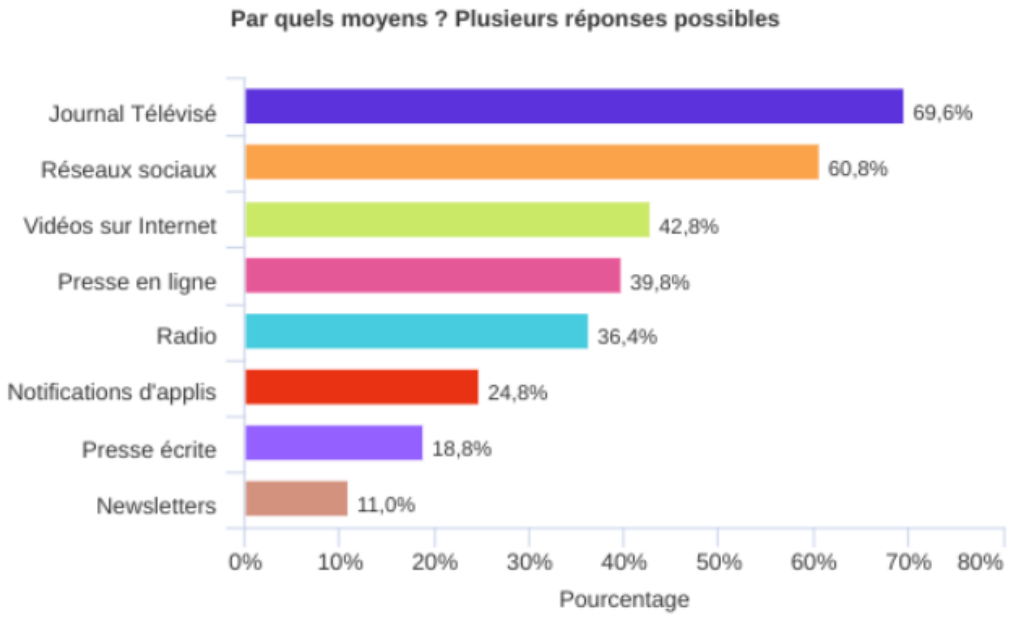
- parmi ceux qui s'informent **régulièrement (36%),** on trouve beaucoup plus de **16-18 ans** (51%) et de **14-15 ans** (42%), de jeunes des **grandes agglomérations (49%)** et **villes moyennes** (45%), d'enfants de cadres (46%), d'indépendantes (44%) et de professions intermédiaires (42%).
- parmi ceux qui s'informent **occasionnellement (31%)**, seuls les plus jeunes sont sous-représentés (25%), toutes les autres catégories ne présentent pas de variations statistiques suffisamment pertinentes pour être soulignées.
- parmi ceux qui ne s'informent **jamais (33%)**, on trouve principalement des 11-13 ans (45%), et des enfants de personnes en recherche d'emploi (44%).

On note une augmentation de l'intérêt pour l'actualité avec l'âge et une surreprésentation des enfants issus de milieux favorisés parmi ceux qui s'informent.



NB : parmi les 64% qui s'intéressent peu ou pas à l'actualité

Parmi ceux qui suivent peu l'actualité, 55% déclarent simplement ne pas être intéressés, 35% disent qu'ils n'en ont pas le temps (cf. explication liée au manque de temps pour se rendre au cinéma, p 77), 27% trouvent que cela est trop compliqué.

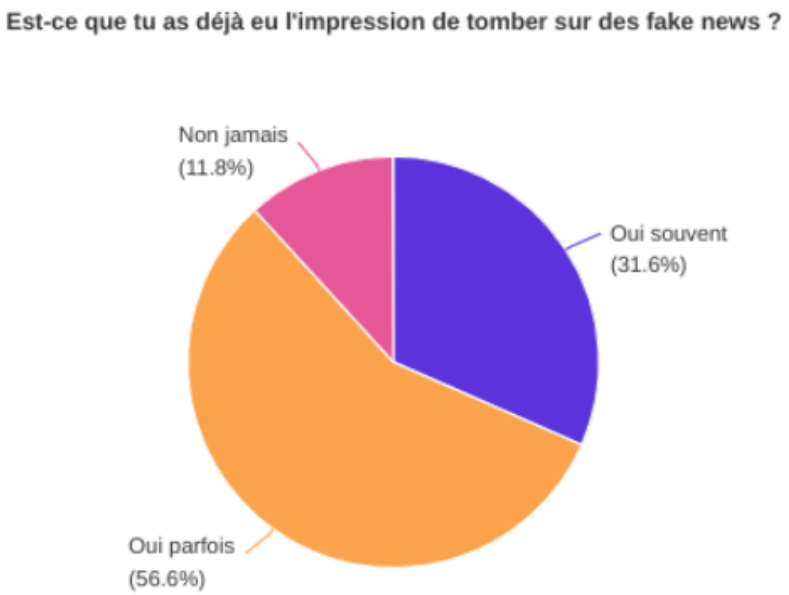


NB : parmi les 36% qui s'informent régulièrement

Parmi ceux qui s'informent régulièrement, **70%** le font au travers des **journaux télévisés**. Ces derniers gardent ainsi une influence certaine, même à l'heure d'Internet, et auprès de la nouvelle génération très connectée. **61%** utilisent les **réseaux sociaux** pour s'informer, à savoir que cet usage ne signifie pas qu'ils lisent des informations postées par des individus, mais plutôt qu'ils visionnent des vidéos informatives postées par des médias jeunes et généralistes largement suivis par les adolescents.

43% des jeunes qui s'informent le font au travers de **vidéos sur Internet** et **40%** par la **presse en ligne**. **36%** s'informent au travers de la **radio**, 25% utilisent pour cela les **notifications d'applications**. Seuls **19%** des jeunes s'informent au travers de la **presse écrite**. Les **newsletters sont loin de faire l'unanimité** auprès de la jeune génération puisque seuls 11% s'informent au travers d'elles et en l'occurrence il s'agit majoritairement des jeunes de 17 et 18 ans (16%).

88% des adolescents ont conscience d'avoir parfois affaire à des *fake news*



NB : parmi les 36% qui s'informent régulièrement

32% des jeunes ont conscience de tomber régulièrement sur des fake news et 57% ont conscience que cela leur arrive de temps en temps. Il est intéressant de constater que **les jeunes sont très au fait de la circulation des fausses informations sur Internet.**

Filles et garçons ont conscience de tomber sur des fake news souvent ou parfois, bien que les filles soient légèrement plus nombreuses que les garçons (90% contre 87% des garçons), les **16-18 ans** semblent plus avertis (38% disent que cela leur arrive « souvent » contre 21% des 11-13 ans), ce qui est aussi corrélé à leur fréquence d'usage d'Internet plus conséquente. Ceux qui **apprennent des choses au travers des vidéos visionnées sont** 90% à avoir conscience de tomber parfois ou souvent sur de fausses informations, alors que c'est le cas de 68% seulement de ceux qui n'apprennent pas ou peu de choses au travers des vidéos qu'ils visionnent.

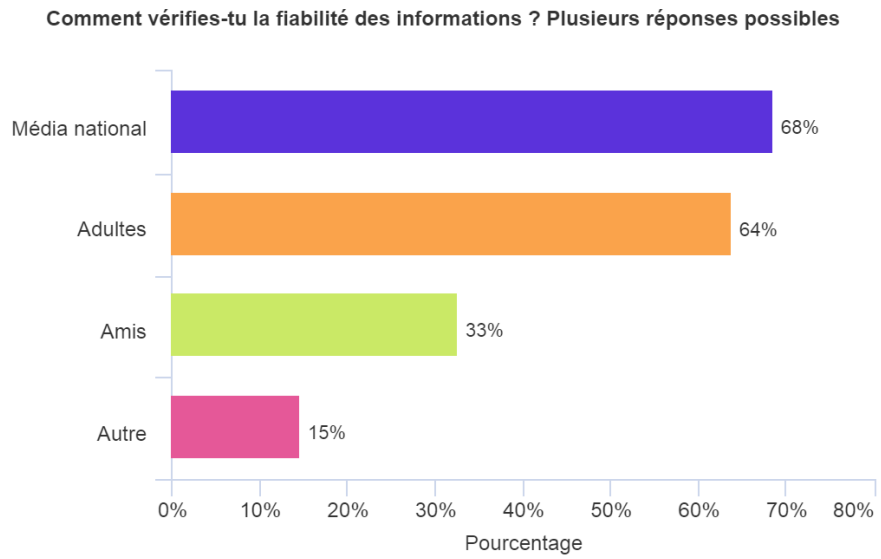
82% des jeunes vérifient les informations qu'ils lisent en ligne

NB : parmi les 36% qui s'informent régulièrement

Les jeunes sont amenés à vérifier les informations qu'ils lisent en ligne : 38% le font régulièrement et 44% le font occasionnellement (possiblement quand il leur semble tomber sur de fausses informations). La structure de cette sous-population ressemble à la précédente concernant les fake news : les filles sont un peu plus nombreuses que les garçons à vérifier les informations qu'elles lisent en ligne (83% contre 81%), les 16-18 ans sont plus nombreux à le faire régulièrement (45% contre 38% en moyenne) et les 14-15 ans sont plus nombreux à le faire occasionnellement (50% contre 44% en moyenne), tandis que les jeunes de 11 ans sont largement surreprésentés parmi ceux qui ne vérifient jamais leurs informations (33% contre 18% en moyenne). Les lieux de vie et origines sociales ont très peu voire pas d'influence.

En revanche, **la fréquence de vérification des informations en ligne est proportionnelle à l'impression d'apprendre des choses par les vidéos regardées en ligne** : 48% de ceux qui apprennent beaucoup de choses en ligne vérifient régulièrement leurs informations (contre 38% en moyenne), et 45% de ceux qui n'apprennent rien en ligne ne vérifient jamais leurs informations (contre 18% en moyenne).

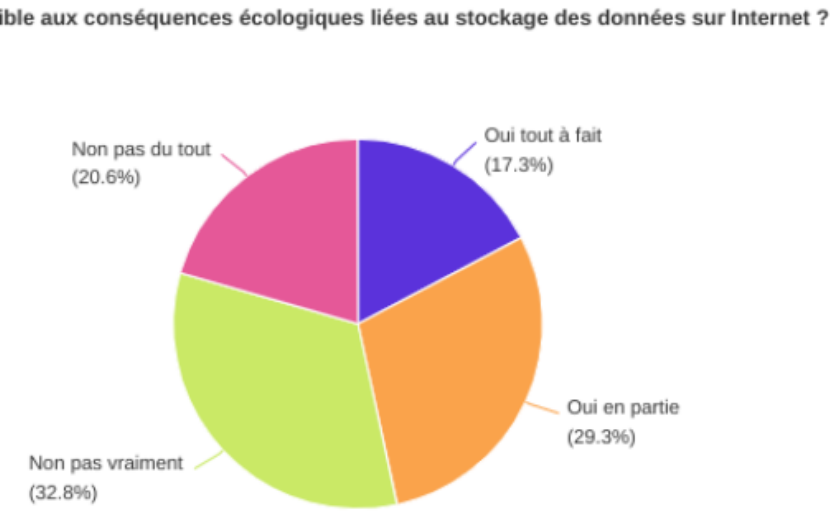
64% des jeunes interrogent les adultes pour vérifier la véracité des informations qu'ils ont vues/lues en ligne



NB : parmi les 36% qui s'informent régulièrement

Afin de vérifier la fiabilité des informations lues ou vues en ligne, 69% des jeunes se réfèrent aux **médias nationaux** reconnus, ce qui est plus **souvent le cas des filles** (72% contre 65% des garçons) et des 16-18 ans (79%). 64% des jeunes **questionnent les adultes** pour vérifier la véracité de ces informations, ce qui est bien plus **souvent le cas pour les filles** (71% contre 57% des garçons) et pour les 12-13 ans (81%). Dans une moindre mesure, 33% s'en réfèrent à **leurs amis**, ce qui est plus **souvent le cas des garçons** : 35% contre 31% pour les filles (l'âge n'a pas d'influence).

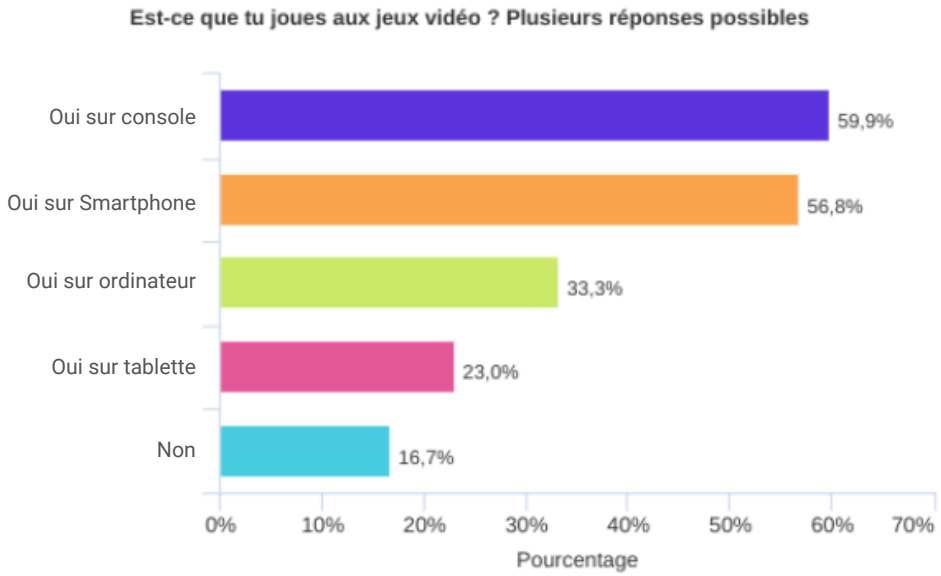
Près d'1 jeune sur 2 est sensible aux conséquences écologiques du stockage de données en ligne



17% des jeunes se disent tout à fait **sensible** aux conséquences écologiques du stockage de données sur Internet et c'est aussi le cas, au moins en partie, pour 29% de l'ensemble des jeunes, soit **46% au total**. 33% se disent peu sensibles à cette problématique et 21% n'y sont pas du tout sensibles. Les **filles** se montrent plus concernées que les garçons par les conséquences écologiques (51% contre 43% des garçons), les **16-18 ans** (55%), les jeunes **urbains** (52% issus des villes moyennes, 60% issus des grandes agglomérations), les enfants de **cadres et de professions intermédiaires** (53%) et ceux qui regardent souvent des vidéos (50%).

- **Jeux vidéo**

72% des filles jouent à des jeux (sur console, Smartphone, etc.), c'est le cas de 94% des garçons

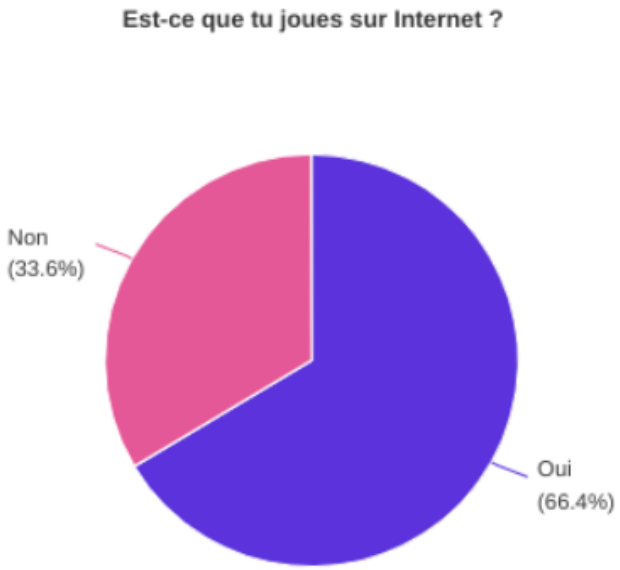


60% des jeunes des Hauts-de-France jouent aux jeux vidéo sur console. Il s'agit principalement de garçons : 75% contre 44% des filles. En somme près de **3 garçons sur 4 jouent sur console quand c'est le cas de près d'1 fille sur 2**. Les **11-13 ans** sont surreprésentés (72% contre 51% des plus âgés en moyenne).

57% des adolescents jouent sur Smartphone. C'est sur ce support que les **filles** sont les plus nombreuses (51%), de même que **les 14-15 ans** (62%). **33% des jeunes**, soit 1 sur 3, jouent **sur ordinateur** ; les **garçons** sont largement surreprésentés (45% contre 21% de filles). Enfin 23% jouent sur **tablette**, c'est notamment le cas des jeunes de **11 ans**.

Parmi ceux qui **ne jouent sur aucun support** (17%), les **filles** sont beaucoup plus représentées (28% contre 6% des garçons), les **16-18 ans** également (26%), et globalement les **jeunes urbains** des villes moyennes et grandes agglomérations (22% contre 15% de ceux des villages et petites villes). **Les professions des parents n'ont aucune influence significative sur le fait de jouer ou non aux jeux vidéo** et ce sur n'importe quel support.

2 jeunes sur 3 jouent sur Internet



NB : parmi les 83% jouant à des jeux vidéos

66% des jeunes jouent en étant connectés à Internet. C'est le cas de 55% des filles et 75% des **garçons.** Les jeunes des **grandes agglomérations** sont légèrement surreprésentés parmi ceux jouant en ligne (71%). C'est aussi plus souvent le cas de jeunes de milieux populaires : 77% des jeunes dont un parent est en recherche d'emploi et 69% des enfants d'ouvriers jouent en ligne.

1 joueur sur 2 joue tous les jours ou presque

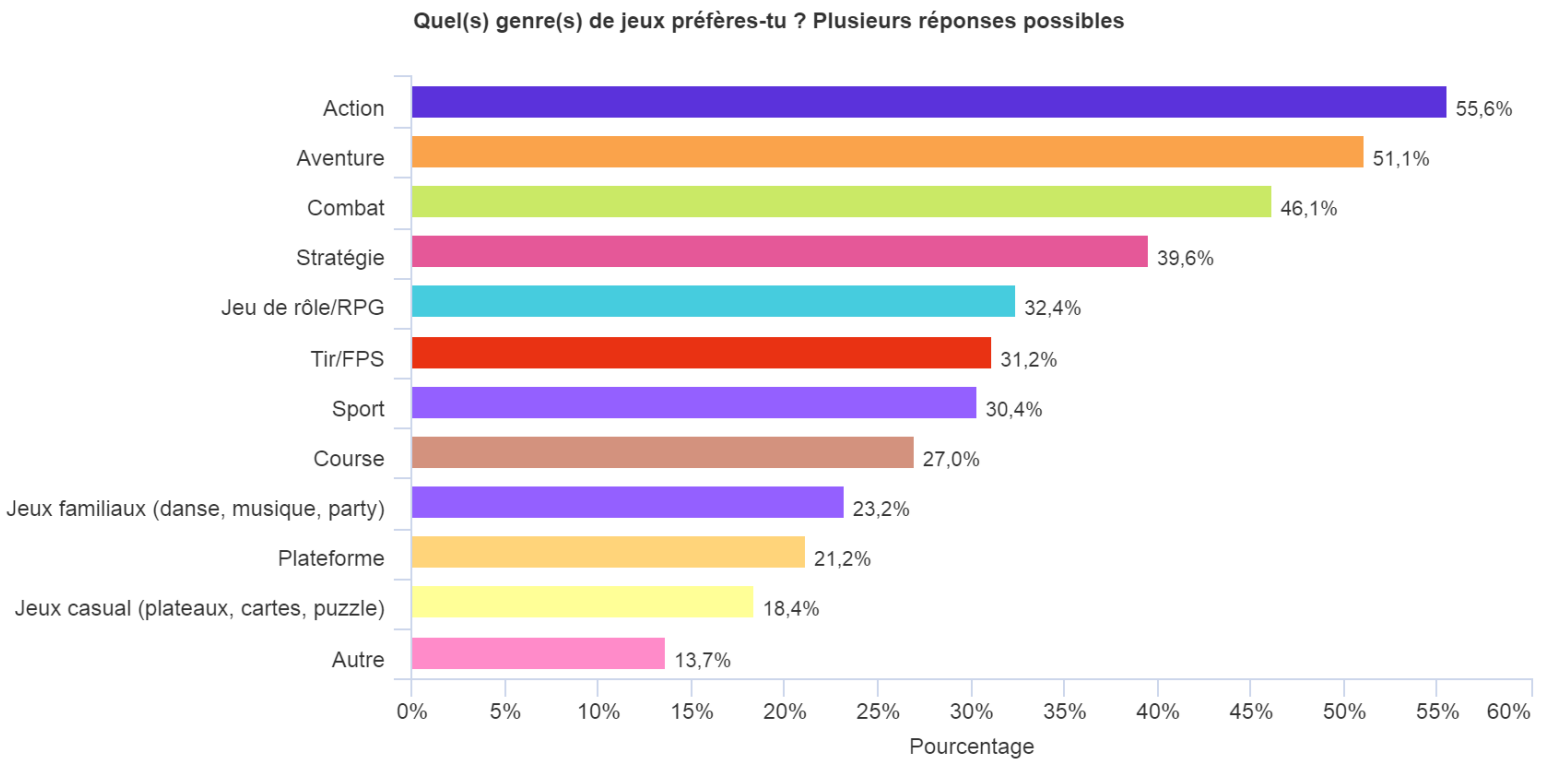
NB : parmi les 83% jouant à des jeux vidéos

48% des jeunes joueurs jouent de façon quasi **quotidienne** aux jeux vidéo, soit **40% de l'ensemble des jeunes.** C'est bien plus souvent le cas des **garçons** : 58% contre 35% des filles. Ceux qui passent le plus de temps à jouer sont les **12-13 ans** : 55% jouent tous les jours ou presque. Les jeunes des **petites villes et villages** sont un peu plus nombreux à jouer quotidiennement : 51% contre 45% des jeunes des villes moyennes et grandes agglomérations.

33% des adolescents jouent au moins une fois par semaine, soit 27% de l'ensemble des jeunes. Parmi eux, on trouve plus de **filles** (36%) que de garçons (31%) et plus d'enfants de cadres (41%).

10% ne jouent qu'une ou plusieurs fois par mois (mais moins d'une fois par semaine), parmi eux on trouve plus de filles (15%), de 14-18 ans (14%) et de jeunes de grands agglomérations (15%). Enfin 8% sont des joueurs très occasionnels et présentent des caractéristiques similaires aux précédents (plus de filles, des jeunes plus âgés, plus souvent urbains). **Globalement, lorsque les jeunes jouent aux jeux vidéo, ils en font une activité très régulière : 81% jouent au moins une fois par semaine**, soit **67% de l'ensemble des jeunes**.

Action, aventure, combat et stratégie : les types de jeux préférés des jeunes

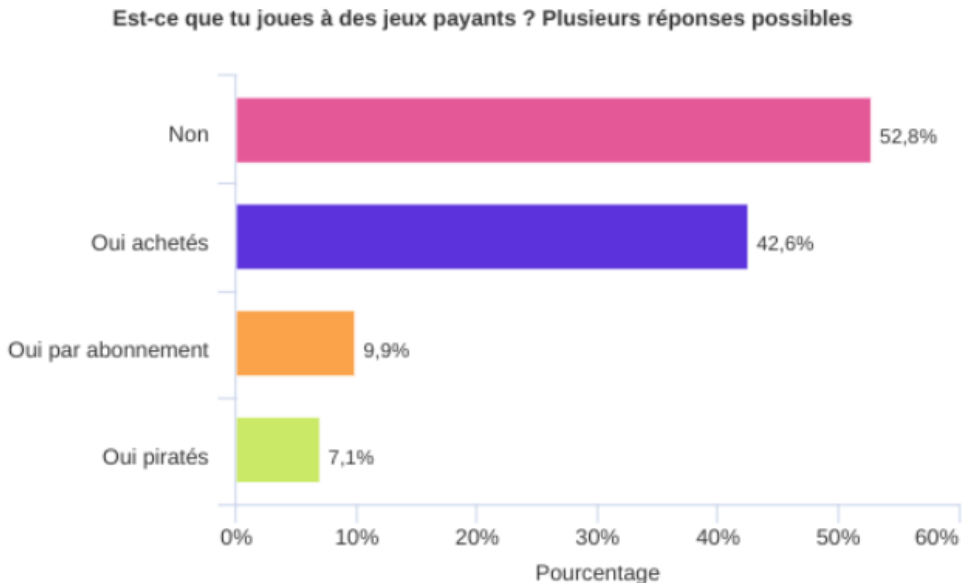


NB : parmi les 83% jouant à des jeux vidéos

56% des jeunes aiment les jeux **d'action** (c'est le cas de 66% des **garçons)**, 51% apprécient les jeux **d'aventure**, 46% aiment les jeux de **combat** (c'est le cas de 57% des **garçons**) et 40% apprécient les jeux de **stratégie** (c'est le cas de 46% des **16-18 ans)**.

En moyenne, 32% des jeunes apprécient les **jeux de rôle** (c'est le cas de 38% des **16-18 ans** et 44% des jeunes des **grandes agglomérations)**, 31% les jeux de **tirs** (45% des **garçons** et 12% de filles, 38% des **14-18 ans**), 30% les jeux de **sport** (35% des **garçons**, 33% des **petites villes** contre 25% des jeunes des grandes agglomérations).

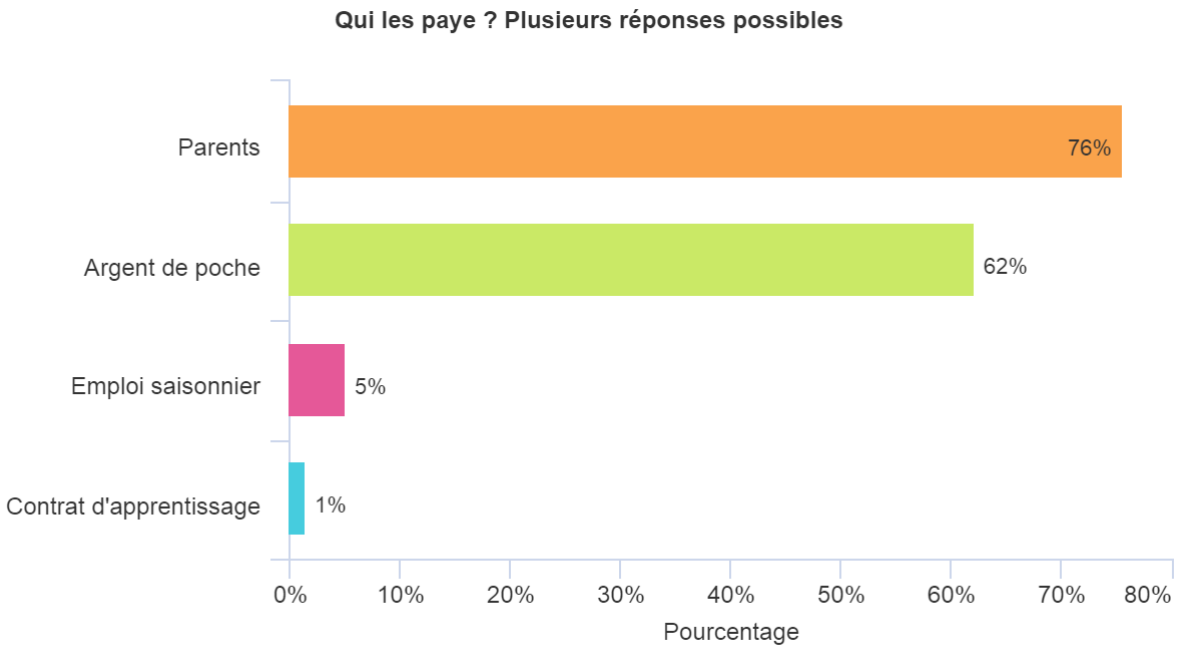
Près d'1 jeune sur 2 joue à des jeux payants



NB : parmi les 83% jouant à des jeux vidéos

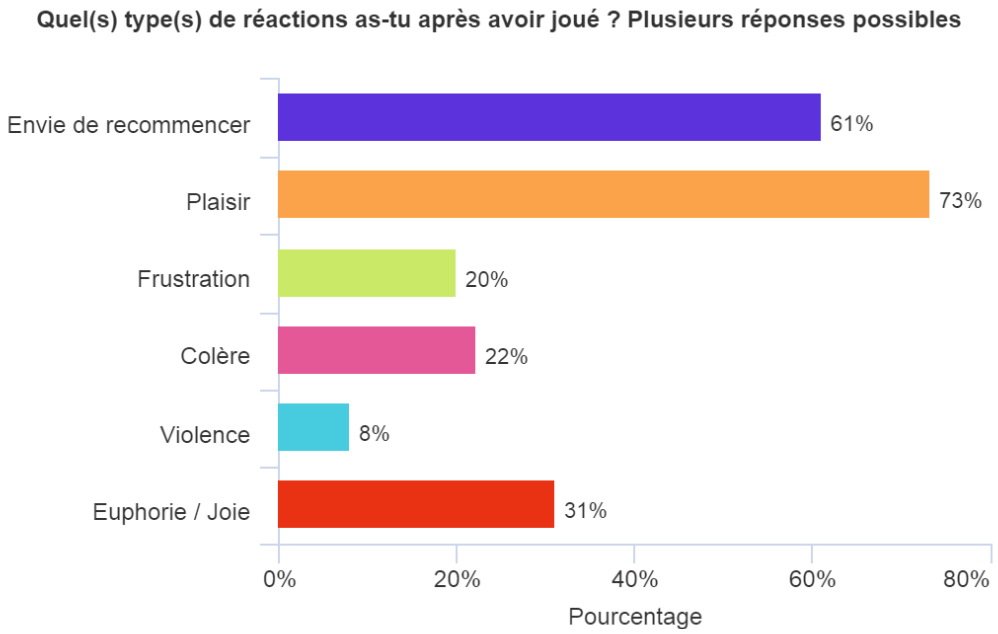
53% des jeunes ne jouent jamais à des jeux payants, dont 72% des filles et 39% des garçons. 43% jouent à des jeux qui ont été achetés, 10% sont abonnés et 7% les ont piratés. Que ce soit du piratage, de l'abonnement ou de l'achat, il s'agit majoritairement des 14-18 ans qui jouent à des jeux payants (55% contre 47% en moyenne).

Les enfants de cadres sont les plus nombreux à jouer à des jeux payants (55%) et achetés (52% contre 43% en moyenne) mais aussi parmi les plus nombreux à en pirater (11% contre 7% en moyenne), alors que les jeunes dont les parents sont en recherche d'emploi ne sont que 30% pour leur part à bénéficier de jeux achetés (contre 43% en moyenne).



NB : parmi les 47% jouant à des jeux payants

Pour 76% des jeunes jouant à des jeux payants, ce sont les parents qui les ont achetés (88% des 12-13 ans). À signaler que 62% utilisent aussi leur argent de poche pour se les procurer (74% des 16-18 ans). Seuls 5% payent leurs jeux avec la rémunération issue d'un éventuel emploi saisonnier (10% des 16-18 ans, 13% des enfants d'agriculteurs et de jeunes dont un des parents est en recherche d'emploi).

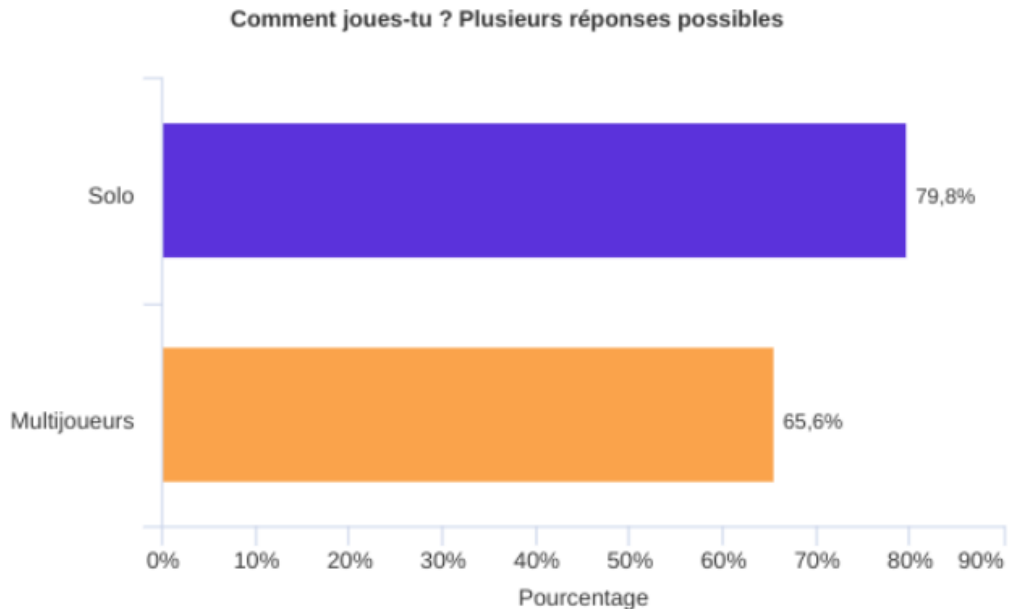


NB : parmi les 83% jouant à des jeux vidéos

Les principales **réactions** citées par les jeunes après avoir joué sont **positives** : 73% évoquent du plaisir, 61% l'envie de recommencer, 31% ressentent même de la joie.

22% déclarent de la **colère** (27% des **garçons**), 20% de la **frustration** (24% des **garçons** et 26% des **14-18 ans**, 31% des enfants de cadres contre 17% des enfants d'ouvriers) et 8% de la **violence** (11% des **garçons**, 12% des jeunes des grandes **agglomérations**).

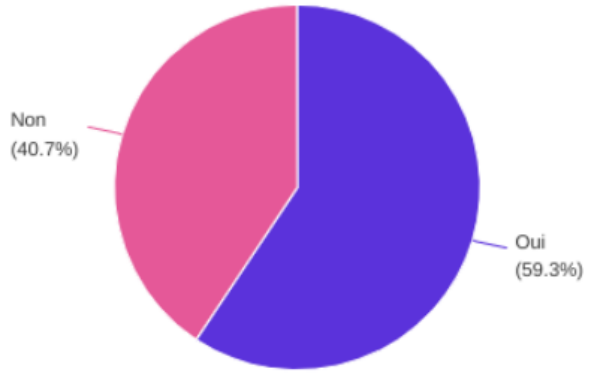
2 jeunes sur 3 jouent en multijoueur



NB : parmi les 83% jouant à des jeux vidéos

80% des jeunes jouent en solo (86% des filles) et 66% jouent en multijoueur (78% des garçons). **62% des jeunes jouant en multijoueur se sont déjà fait des amis en jouant en réseau.** En l'occurrence c'est plus souvent le cas des garçons, des jeunes de 16-18 ans, des jeunes vivant dans des villages.

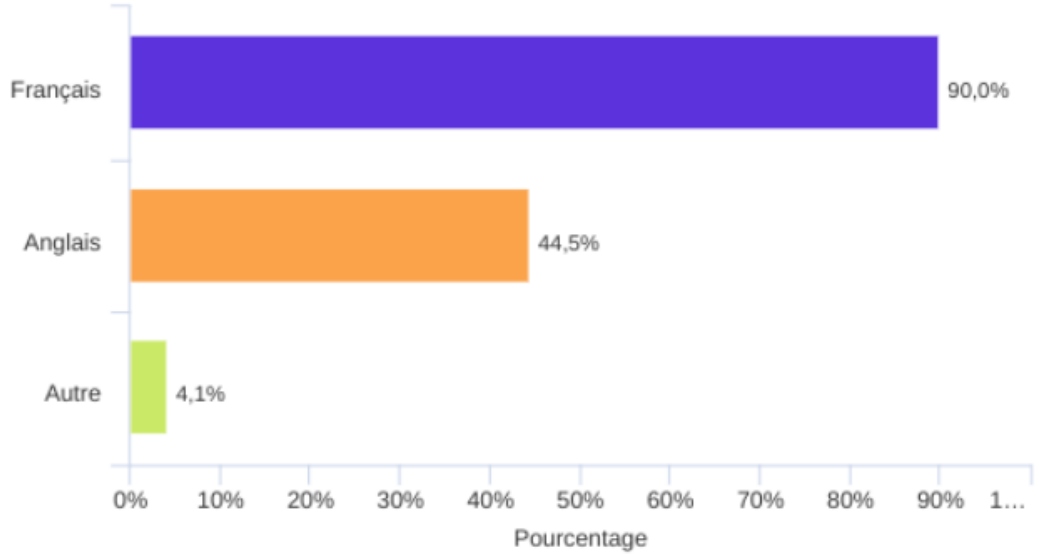
As-tu déjà cherché des tutoriels (vidéos/écrits) pour te former ou trouver des solutions ?



59% des joueurs ont déjà cherché des tutoriels pour trouver des solutions à des jeux. C'est plus souvent le cas des 14-18 ans (65%) et des jeunes des grandes agglomérations (68%).

30% de l'ensemble des jeunes communiquent en anglais pour jouer

En quelle langue sont ces tutos en général ? Plusieurs réponses possibles



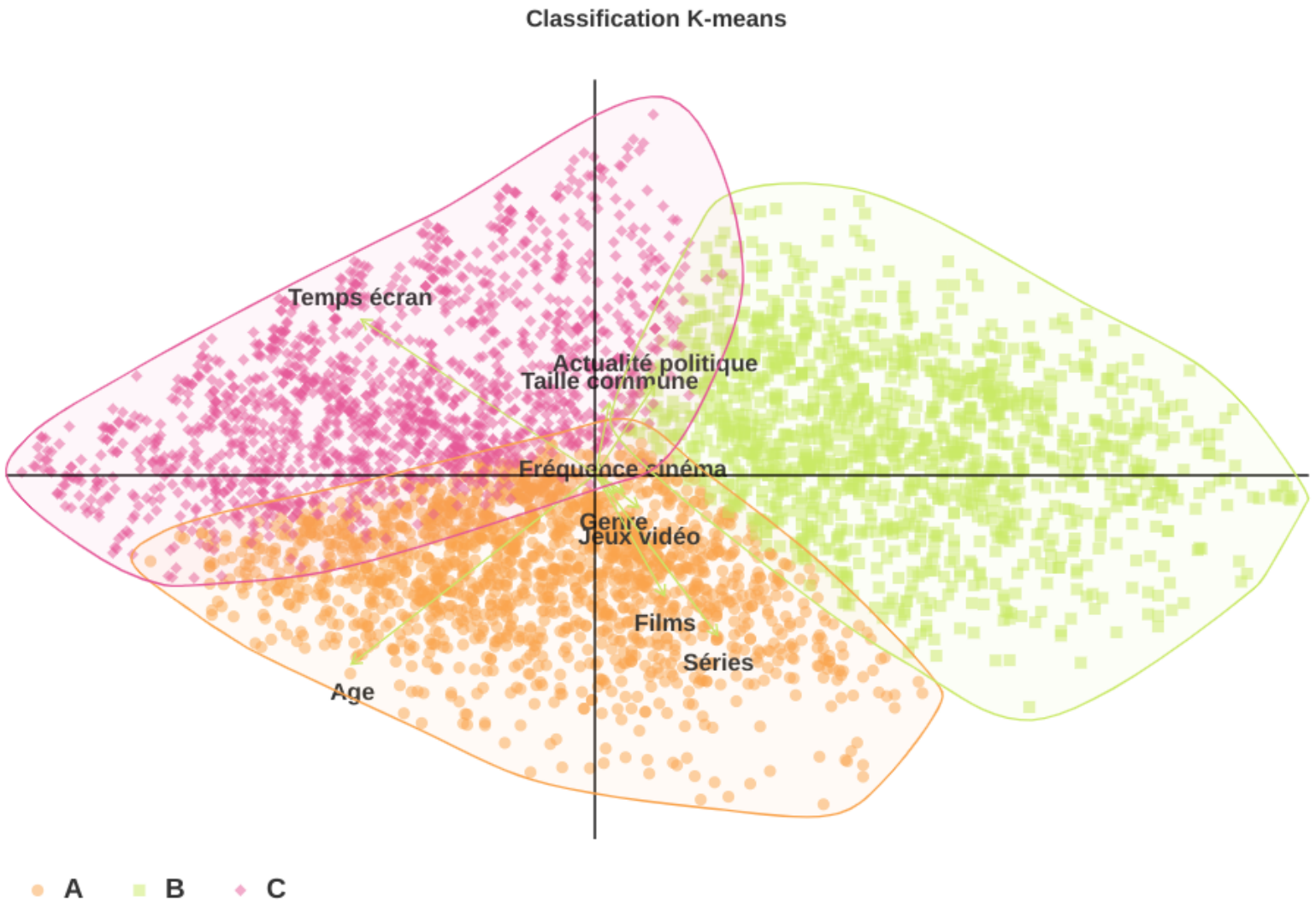
NB : parmi les 66% jouant en multijoueur

Au cours de ces jeux multijoueurs en ligne, 96% communiquent en français et **48% en anglais** (c'est le cas de 61% des 16-18 ans), ce qui représente 30% de l'ensemble des jeunes. Et 11% communiquent dans d'autres langues, l'espagnol étant le plus citée.

Dans 45% des cas, les tutoriels sont en anglais, ce qui pousse une fois de plus les jeunes joueurs à se confronter à la langue de Shakespeare au travers des jeux vidéo.

Au-delà des caractéristiques de fréquence et type des jeux auxquels s'adonnent les jeunes, on comprend au travers des données relatées ici, que les jeux vidéo développent souvent des émotions positives, ainsi que des capacités de coopération, de sociabilité et d'apprentissages (historiques ou de langues).

SYNTHÈSE DES DONNÉES


Classification K-means
Temps écran
Actualité politique
Taille commune
Fréquence cinéma
Genre
Jeux vidéo
Films
Séries
Age
A
B
C

- **Classification de la population en 3 profils-types**

La classification de la population qui suit s'appelle K-means, c'est une méthode d'analyse statistique avancée qui permet de regrouper les individus d'une population en classes homogènes. Ce regroupement s'effectue à partir des différentes variables prises en considération en vue de la construction de la classification. Ici nous avons retenu les variables socio-démographiques : de genre, d'âge et de taille de la commune d'habitation ; et des variables comportementales : le temps passé sur les écrans, la fréquence de visionnage de films et séries, la fréquence de sortie au cinéma, l'intérêt à suivre l'actualité mais aussi le fait de jouer ou non aux jeux vidéo et si oui à quelle fréquence.

Le calcul, permettant la classification, est généré par un algorithme qui affecte les individus dans des sous-groupes en vue de créer une homogénéité au sein de ces sous-groupes (classes). La visualisation de la classification K-means est la suivante : les points représentent les milliers d'individus étudiés, regroupés dans des classes selon la proximité de leurs caractéristiques et comportements.

Ce modèle de classification permet de générer trois classes distinctes. La classification s'apprécie notamment par la répartition des effectifs qu'elle permet entre des classes distinctes (qui ne se superposent pas trop). En l'occurrence il s'agit ici trois classes de tailles relativement similaires (et non pas une classe très importante en nombre et une toute petite par exemple), et homogéne. Cette homogénéité est calculée et assurée par les distances moyenne, écarts-type et concentration (représentés par les vecteurs reliant les différentes variables, la position des variables n'a pas de signification par rapport aux groupes mais par rapport à la dispersion à la moyenne). Les trois classes générées se caractérisent comme suit :

- **la classe A** (en orange) synthétise les caractéristiques et comportements de **31%** de la population, elle se compose comme suit : une sur-représentation des adolescents plus âgés (**16 à 18 ans**), aussi bien des filles que des garçons (et la taille de la commune a peu d'influence). Ces derniers regardent un peu moins de films et **peu de séries** (leur fréquentation des salles de cinéma ne présente pas de distinction). En revanche ils suivent **beaucoup l'actualité**, et jouent nettement moins souvent aux jeux vidéo que la moyenne. En somme 31% d'adolescents, filles ou garçons avancés en âge (bientôt adultes ou jeunes adultes), qui délaissent les séries et jeux vidéo pour leur préférer l'actualité / les informations sur les écrans.

- **la classe B** (en vert) représente **40%** de la population, elle se compose d'un peu **plus de garçons** que de filles, plutôt de jeunes adolescents (**11-13 ans**), vivant plus souvent dans de **petites communes**, regardant un peu moins de films et de séries que la moyenne, allant **peu au cinéma**, suivant **très peu l'actualité**, mais jouant aux **jeux vidéo** plus souvent que la moyenne. En somme 40% de jeunes, plus souvent des garçons ruraux ou péri-urbains, jouant aux jeux vidéo.

- **la classe C** (en rose) représente **29%** de la population étudiée, elle se compose d'un peu **plus de filles**, plus de jeunes âgés de **14 à 16 ans**, qui regardent **beaucoup de films et de séries**, qui vont souvent au **cinéma**, qui passent **beaucoup de temps sur écran** et jouent un peu plus que la moyenne aux jeux vidéo (la taille des communes et le rapport à l'actualité ressemblent à la moyenne de la population étudiée). En somme majoritairement des filles en milieu d'adolescence (14-16 ans) qui développent de nombreuses activités liées aux écrans : films, séries, cinéma et même jeux-vidéo et par conséquent y passent beaucoup de temps.

Cette classification synthétise les données, par conséquent elle comporte immanquablement une réduction de l'information, mais ceci s'effectue en vue de faciliter l'appréhension de l'ensemble de la population étudiée. Elle n'est ni plus ni moins que cela : on ne peut tout dire avec elle mais elle permet de proposer une approche globale.

SYNTHÈSE DE L'INFLUENCE DES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES (ÂGE, GENRE, LIEUX DE VIE ET ORIGINES SOCIALES) SUR LE RAPPORT AUX ÉCRANS

• L'évolution linéaire des pratiques avec l'avancée en âge

Toutes **les pratiques et expériences des jeunes** en rapport aux écrans semblent inexorablement aller dans le même sens avec l'**avancée en âge**, c'est à dire vers des taux d'équipement qui augmentent, des pratiques qui se diversifient considérablement, concomitamment à des **temps d'usage en augmentation**, ainsi que des prises de conscience. Les points de rupture s'échelonnent entre 12 et 15 ans selon les types d'équipements ou de pratiques.

Les taux d'équipement en Smartphone et en ordinateur personnel augmentent inexorablement avec l'**avancée en âge** : les âges pivot étant respectivement de **12 ans pour le Smartphone et 15 ans pour l'ordinateur**. L'équipement en **tablette et console** de jeu prend le chemin inverse : en **avançant en âge** les adolescents en ont **de moins en moins**, c'est très net pour les tablettes qui diminuent dès l'âge de 13 ans et notable pour les consoles à partir de 16 ans. **La télévision** quant à elle semble agir comme **le socle des écrans**, familial par essence et très largement présente quelque soit l'âge, avec un léger sur-équipement personnel pour les plus âgés.

1 jeune sur 2 commence à utiliser internet avant l'âge de 11 ans et 2 sur 3 utilisent les écrans avant 11 ans. Ce sont les plus jeunes au jour de l'enquête qui sont les plus nombreux à avoir commencé à utiliser internet et les écrans très tôt, ce qui indiquerait **un usage de plus en plus précoce des écrans par les nouvelles générations**. L'accès à internet la nuit et le fait de dormir avec son téléphone augmentent avec l'âge, en revanche c'est surtout au commencement de ces pratiques (autour de 13-14 ans) qu'elles sont le plus intenses (consultation quasi systématique du téléphone la nuit) avant de diminuer légèrement en fréquence. **La diversité des activités menées en ligne augmente nettement avec l'âge** : publier et partager du contenu, acheter en ligne, écouter des podcasts et s'informer sur l'actualité viennent avec les années. La possession d'une adresse mail augmente très nettement avec l'avancée en âge, l'âge pivot étant de 13 ans. L'usage simultané de plusieurs écrans augmente également avec l'avancée en âge, l'âge charnière est ici de 14 ans.

Les plus jeunes des adolescents passent moins de temps en semaine sur les écrans, mais l'évolution du temps d'usage du Smartphone est très rapide entre 11 et 13 ans puis 14 ans incarne l'âge charnière du changement de comportement. Les plus jeunes (11-13 ans) sont aussi moins concernés par les durées considérables sur écrans le weekend, alors que l'intensification des pratiques le weekend est spectaculaire chez les les 15-17 ans. Les 13-15 ans quant à eux sont les plus avertis par les adultes concernant le temps qu'ils passent sur écran.

Concernant leur expérience des réseaux sociaux et d'internet, **70% des adolescents qui ont un compte sur les réseaux sociaux l'ont créé avant l'âge légal de 13 ans**. Les 15-18 ans sont plus nombreux proportionnellement à avoir déjà supprimé des photos ou nettoyé leur mur sur les réseaux sociaux. Les 17-18 ans sont bien plus nombreux à avoir déjà reçu des commentaires les mettant mal à l'aise. De la même manière, les 16-18 ans ont plus souvent à faire à des gens malsains / des haters en ligne. Bien que

moins confrontés, les 11-13 ans parlent plus fréquemment aux adultes des propos choquants qu'ils peuvent rencontrer. Par ailleurs c'est pour les moins de 13 ans que les écrans sont le plus systématiquement interdits à table, enfin **les 11-13 ans sont aussi plus souvent contraints à des règles de durée d'usage du Smartphone en comparaison des 15-18 ans.**

Les jeunes de 15 ans vont plus souvent au cinéma que les autres, les 16-18 ans quant à eux vont au cinéma plusieurs fois par an en moyenne, enfin **les 11-13 ans vont peu au cinéma** : moins d'une fois par an. Les 17-18 ans déclarent qu'ils iraient plus souvent au cinéma si le prix le leur permettait. Les jeunes de 14 ans quant à eux évoquent plus souvent leurs parents comme frein les empêchant d'aller plus souvent au cinéma. Enfin, les 15-17 ans citent souvent les transports pour évoquer ce qui les empêche d'aller plus souvent au cinéma. Les 12-13 ans sont nombreux à regarder 3 films ou plus par semaine, quand les 14-17 ans visionnent en moyenne 1 film par semaine. Les 16-17 ans sont nombreux à regarder des séries plusieurs fois par semaine quand les 11-13 ans en regardent quelques fois par an seulement. Les 12-13 ans aiment plus souvent les films d'animation et d'horreur. Alors que les 14-15 ans citent prioritairement les films d'horreur, les policiers/thrillers et les blockbusters. Enfin, les 16-18 ans préfèrent les drames, les autres genres, les policiers/thrillers et les documentaires. **Les adolescents de 15 ans et plus sont plus nombreux à regarder les films et séries en VOST.**

Les 14-18 ans et particulièrement les 14-16 ans sont nombreux à visionner des films sur Smartphone. Cette même tranche d'âge est plus nombreuse à bénéficier d'un abonnement permettant d'accéder à des films et séries. Les 14-15 ans sont les plus nombreux à voir des films avec leur école. Les 14-18 ans sont les plus nombreux à avoir déjà tourné un film et ce sont aussi les plus nombreux à regarder très régulièrement des vidéos sur internet. Les 14-18 ans toujours, préfèrent les vidéos d'humour, quand les 11-13 ans préfèrent des vidéos liées aux jeux-vidéo. Les 16-18 ans enfin préfèrent les documentaires, l'actualité et les vidéos liées à la cuisine. Ils sont à cet égard les plus nombreux à déclarer apprendre beaucoup de choses grâce aux vidéos qu'ils regardent en ligne.

Si la moitié des adolescents ont déjà regardé des vidéos pour expliquer leurs cours différemment, c'est le cas de trois quarts des 16-18 ans. Ces derniers sont aussi les plus avertis concernant la possibilité de tomber sur des fake news en ligne, et sont plus nombreux à vérifier les informations qu'ils lisent, notamment en passant par les médias nationaux. Enfin, les 16-18 ans sont aussi les plus concernés par les conséquences écologiques du stockage des données.

Les 11-13 ans sont sur-représentés, quant à eux, parmi les adolescents qui jouent le plus aux jeux vidéo, notamment sur tablette pour ceux de 11 ans. Les 16-18 ans qui jouent préfèrent les jeux de rôle et de stratégie quand les plus jeunes préfèrent les jeux d'action, d'aventure et de combat. Les plus âgés sont aussi plus nombreux à jouer en mode multijoueurs. Pour acheter des jeux payants les plus jeunes comptent sur leurs parents, quand les 16-18 ans sont plus nombreux à utiliser leur argent de poche. **Si nombre de jeunes communiquent en anglais pour échanger lors de leurs jeux en ligne, c'est encore plus prégnant chez les 16-18 ans.** Enfin, les adolescents de 14 à 18 ans sont parmi les plus nombreux à chercher des tutoriels en ligne.

Plus la multiplicité des pratiques et usages des écrans s'intensifie avec l'avancée en âge, plus les comportements responsables de protection des données, de recherche et de vérification des informations, d'apprentissages en ligne ou encore de conscience écologique s'amplifient également.

- **Certaines pratiques deviennent moins genrées mais il existe des marqueurs comportementaux et des expériences différenciées entre filles et garçons**

Quant au statut du **genre** (fille/garçon), on dénote quelques expériences traditionnelles moins genrées mais des différences notables concernant la diversité et la fréquence des pratiques.

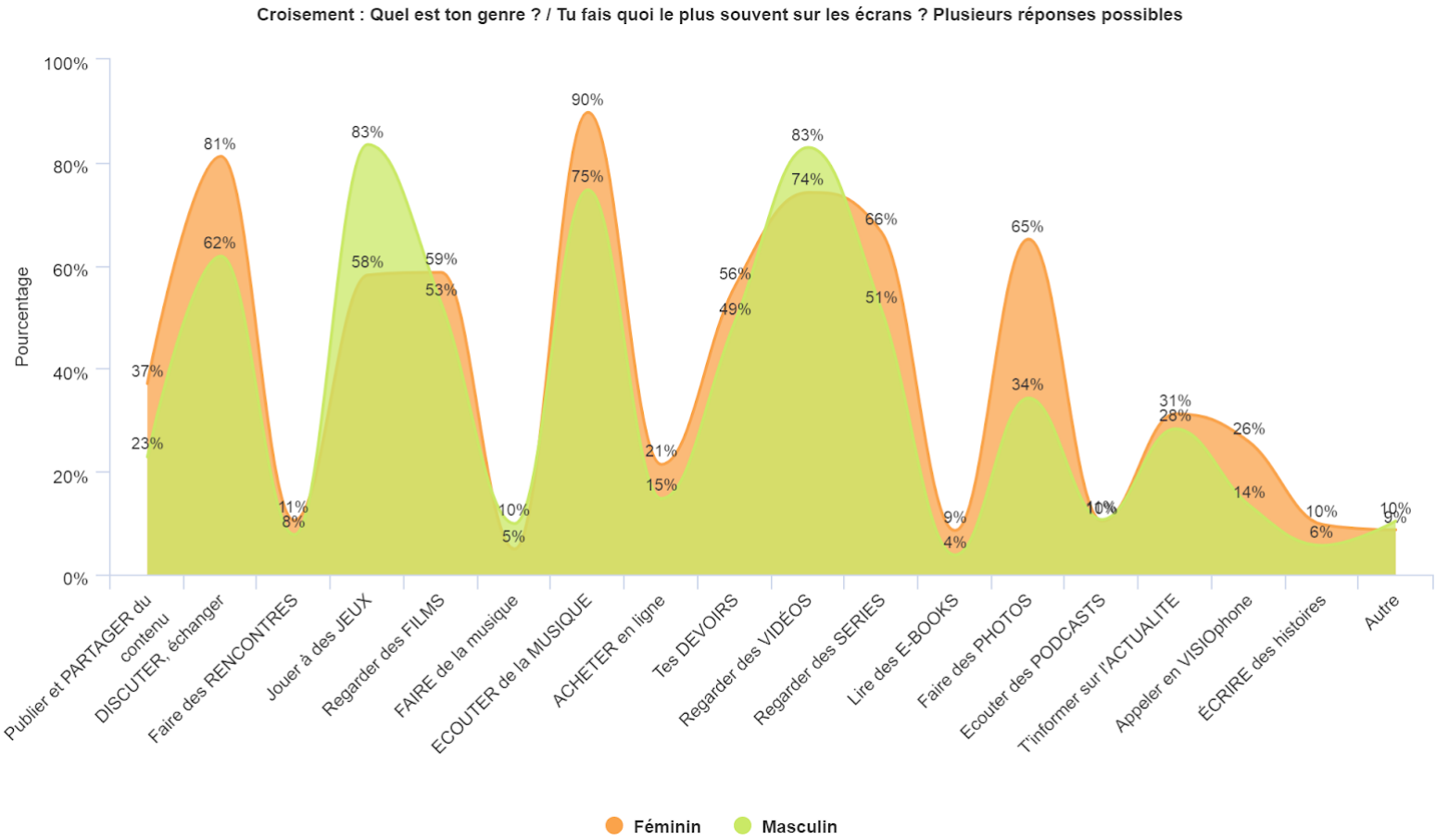
Les filles comparées aux garçons :

- sont plus souvent équipées en Smartphone ;
- se servent un peu plus souvent des ordinateurs ;
- sont une sur trois a avoir une console de jeu personnelle. ;
- sont plus nombreuses, notamment celles de plus 15 ans, à avoir accès à internet sur leur Smartphone la nuit, cependant elles ne le consultent pas systématiquement ;
- font plus de choses diversifiées sur les écrans : musique, échanges, séries et photos en premier lieu, mais encore partages de contenus, films, achats, devoirs, etc. De la sorte elles passent plus de temps sur les écrans y compris sur Smartphone ;
- sont plus nombreuses à avoir une adresse mail ;
- font plus attention à la protection de leurs données personnelles, notamment en supprimant des photos ou nettoyant leur mur sur les réseaux sociaux alors même qu'elles ne sont pas plus mises en garde que les garçons quant aux photos qu'elles publient en ligne ;
- sont beaucoup plus souvent confrontées aux insultes, propos choquants et haineux ou encore à recevoir des commentaires qui les mettent à l'aise ou à avoir affaire à des gens malsains ;
- sont proportionnellement plus nombreuses à être proactives en signalant ces propos haineux ;
- ont tendance en moyenne à préférer les drames, les genres de films alternatifs et les comédies au cinéma ;
- regardent plus souvent des films sur Smartphone ;
- sont plus nombreuses à trouver intéressant le fait de découvrir des films à l'école ;
- regardent moins de vidéos que les garçons en moyenne mais elles sont bien plus nombreuses à regarder des vidéos pour mieux comprendre leurs cours scolaires ;
- sont plus souvent en recherche d'informations en ligne que les garçons et pour vérifier ces informations elles s'en réfèrent plus souvent aux médias nationaux et aux adultes ;
- se montrent plus concernées que les garçons par les conséquences écologiques du stockage des données ;
- jouent près de 3 sur 4 à des jeux sur écran (y compris sur Smartphone), mais lorsqu'elles jouent elles présentent des fréquences de jeux plutôt modérées.

Les garçons comparés aux filles :

- ont plus souvent des consoles de jeux personnelles et une télévision personnelle ;
- découvrent internet et les écrans plus tôt, de même que les réseaux sociaux ;
- jouent bien plus souvent aux jeux vidéo et regardent bien plus de vidéos en ligne ;
- consultent plus souvent leur téléphone la nuit lorsqu'ils y ont accès ;
- reçoivent plus souvent de remarques de la part de tiers quant au temps qu'ils passent sur les écrans ;
- se font imposer plus souvent des règles d'usage du Smartphone ;
- préfèrent les blockbusters, les documentaires et les films d'animation au cinéma ;
- jouent quasiment tous à des jeux sur écrans et plus d'un garçon sur deux joue de façon quotidienne aux jeux vidéo ;
- sont plus nombreux à jouer à des jeux payants, des jeux en ligne et en mode multijoueurs.

- **Les filles font plus de choses diversifiées sur les écrans**



Les quatre activités principales des **filles** sur les écrans sont : **la musique, les échanges, le visionnage de séries et la réalisation de photos.** Elles sont plus nombreuses que les garçons à écouter de la musique sur les écrans (90% contre 75% des garçons), à discuter et échanger (81% contre 62% des garçons), à faire des photos (64% contre 35% des garçons) et à regarder des séries (66% contre 51% des garçons) mais encore à partager du contenu, à regarder des films, à acheter en ligne, à faire leurs devoirs, à lire des ebooks, à s'informer sur l'actualité, à appeler en visio, à écrire des histoires.

Les quatre activités principales des **garçons** sur les écrans sont : **jouer à des jeux vidéo et regarder des vidéos, écouter de la musique, et discuter/échanger**. Toutes activités confondues, les deux choses que les garçons font plus que les filles sont le fait de jouer à des jeux vidéo (83% contre 58%) et regarder des vidéos (83% contre 74%) et dans une moindre mesure jouer de la musique (10% contre 5%).

Concernant le type d'activités menées sur les écrans et l'âge, on note des différences notables concernant certaines d'entre elles : publier et partager du contenu concerne nettement plus les 15-18 ans (40% contre 19% pour les 11-13 ans), à l'inverse jouer aux jeux-vidéos concerne plus les 11-13 ans (82%) que les 15-18 ans (61%). Acheter en ligne concerne évidemment bien plus les 17-18 ans (30%) que les 10-13 ans (9%). Ecouter des podcasts ne concerne quasiment que les 17/18 ans (20%), 4% des 11-13 ans. S'informer l'actualité enfin est l'apanage des 16-18 ans (46%) quand cela ne concerne que 18% des 11-13 ans.

De manière générale les filles font plus de choses diversifiées sur les écrans, et en dehors des jeux vidéo elles ont des pratiques plus intenses que les garçons, y compris pour l'écoute de musique par exemple. Hélas, les filles sont bien plus souvent confrontées aux propos choquants, insultes, sexisme ou encore aux gens malsains. Les garçons quant à eux ont surtout une pratique intense des jeux vidéo et du visionnage de vidéos.

- **Les lieux de vie et origines sociales, de même que les règles parentales, fonctionnent concomitamment et influencent les expériences**

Les lieux de vie et l'origine sociale des jeunes étudiés, comme de l'ensemble de la population, sont deux marqueurs sociaux bien souvent corrélés (de manière générale en France on trouve plus de cadres dans les centres des grandes agglomérations, et plus d'ouvriers et d'employés dans les centres péri-urbains et petites villes. A l'instar des centres-villes, le statut des communes dites rurales connaît un sort spécifique avec une forme de gentrification, au travers de la rurbanisation en l'occurrence). Aussi nous découvrons dans cette enquête que **l'existence de règles parentales est fortement corrélé à l'origine sociale : les parents issus de catégories sociales plus aisées se montrent globalement plus prompts à poser des cadres d'usage des écrans au travers de règles parentales.**

L'origine sociale et les lieux de vie ont un influence notable concernant la création de comptes sur les réseaux sociaux bien avant l'âge légal, les enfants d'ouvriers et de personnes en recherche d'emploi y étant plus exposés. Globalement, les origines sociales des jeunes ont très peu d'influence sur leurs taux d'équipement en écrans, en revanche l'existence de règles parentales quant à l'usage de ces écrans, notamment du Smartphone, est très corrélée à l'origine sociale. Les enfants de cadres et professions intermédiaires (à l'intermédiaire entre les cadres et les employés) sont bien plus nombreux à se voir interdire le Smartphone à table lors des repas par exemple.

C'est aussi le cas quant à la durée d'utilisation du Smartphone. Résultat, les enfants de cadres et professions intermédiaires passent moins de temps sur les écrans ; quand les enfants de demandeurs d'emploi ou sans activité professionnelle, de même que, dans une mesure légèrement moindre les enfants d'ouvriers et d'employés, passent beaucoup de temps sur les écrans. En un mot, les parents de milieux sociaux favorisés contrôlent plus souvent le temps d'écran de leurs enfants. Par ailleurs, **il existe une corrélation entre l'existence de ces règles d'usage des écrans et la fréquence de confrontation à des propos choquants en ligne : ceux qui ont des règles d'usage sont moins souvent confrontés à des contenus choquants que ceux n'ayant pas de règles.** Les enfants de professions intermédiaires se voient aussi plus souvent imposer des règles quant aux genres de films regardés à la maison.

L'origine sociale a une forte influence concernant la fréquentation du cinéma. La variable du lieu d'habitation entre aussi grandement en considération quant au taux de fréquentation des salles de cinéma par les jeunes : **plus ils vivent dans des villes denses, plus ils ont de probabilité de fréquenter régulièrement le cinéma et inversement, plus ils vivent dans des communes peu denses, plus ils ont de probabilité de fréquenter le cinéma de façon occasionnelle**. Parmi les jeunes qui vont au cinéma moins d'une fois par an et ceux qui ne vont jamais au cinéma, les enfants dont l'un des parents est sans activité professionnelle ou en recherche d'emploi de même que les enfants d'ouvriers sont surreprésentés. **Parmi les jeunes qui ont déjà réalisé des films, on trouve beaucoup plus de jeunes issus de grandes agglomérations** que de petites villes/villages. Ainsi la fréquence de réalisation de films par les adolescents croît de manière proportionnelle à la densité urbaine de leur habitat. **La surreprésentation des enfants de cadres et de profession intermédiaires est également très nette.** Qui plus est les jeunes ayant déjà expérimenté la réalisation de films font aussi plus souvent partie de ceux qui vont régulièrement au cinéma. Ces données dénotent une connexion plutôt qualitative aux écrans de la part des jeunes urbains (réalisation de films, fréquentation de cinémas), ces derniers étant aussi souvent préservés des excès par l'existence de règles familiales concernant l'utilisation des écrans.

En somme en matière de rapports aux écrans comme dans le reste des expériences sociétales, les origines sociales et lieux de vie (eux-mêmes corrélés) influencent amplement les pratiques. Les principales inégalités perceptibles aujourd'hui chez les jeunes, ne concernent pas tant l'accès aux écrans, que leurs modalités d'usage.

ANNEXE

Etude sur les 11-18 ans et les écrans en Hauts-de-France

Cette étude réalisée par l'Acap - Pôle régional image, vise à mieux connaître les pratiques que les adolescent·es ont des écrans : ce qu'ils font, le temps qu'ils y passent, ce qu'ils regardent, mais aussi ce qu'ils créent. Le questionnaire s'adresse aux jeunes des Hauts-de-France, âgés de 11 à 18 ans. Si c'est ton cas, il te faudra environ 10 minutes pour le remplir. Les réponses sont anonymes et les résultats de l'étude seront disponibles en juin 2020. Merci d'avance pour ta participation.

Rapport aux écrans

© Gaël Clariana

A quels écrans as-tu accès ? *Plusieurs réponses possibles*

	Personnel·le	Familial·e	Non
Smartphone	☐	☐	☐
Ordinateur	☐	☐	☐
Télévision	☐	☐	☐
Tablette	☐	☐	☐
Console de jeu	☐	☐	☐

Est-ce que tu te sers des ordinateurs disponibles dans ces lieux ?

	Oui souvent	Oui occasionnellement	Non jamais
Etablissement scolaire	○	○	○
Bibliothèque / Médiathèque	○	○	○
Bars-gaming	○	○	○
Autres lieux	○	○	○

A quel âge as-tu commencé à utiliser des écrans ? *Hors TV*

○ Moins de 5 ans ○ Entre 5 et 10 ans ○ Après 10 ans ○ Je n'utilise aucun écran

Y a-t-il Internet chez toi ?

- ○ Oui et je l'utilise
- ○ Oui mais je ne l'utilise pas
- ○ Non

A quel âge as-tu commencé à utiliser Internet ?

- ○ Moins de 5 ans
- ○ Entre 5 et 10 ans
- ○ Après 10 ans
- ○ Je n'utilise pas Internet

Tu te connectes à Internet sur...? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Smartphone
- ☐ Ordinateur
- ☐ Tablette
- ☐ Je ne me connecte jamais

Et le plus souvent sur...?

- ○ Smartphone
- ○ Ordinateur
- ○ Tablette

Ton téléphone est-il connecté à Internet ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Oui avec du wifi
- ☐ Oui avec un abonnement
- ☐ Non

Est-ce que les écrans sont autorisés pendant les repas chez toi ?

- ○ Toujours
- ○ Souvent
- ○ Exceptionnellement
- ○ Jamais

Quel(s) écran(s) est(sont) autorisé(s) pendant le repas? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Télévision
- ☐ Smartphone
- ☐ Tablette

Est-ce que tu as accès à Internet chez toi la nuit ?

- ○ Oui
- ○ Non

Est-ce que tu dors avec ton smartphone à côté de toi la nuit ?

- ○ Oui
- ○ Non

Est-ce que tu consultes ton smartphone la nuit ?

○ Toujours (ou presque) ○ Souvent ○ Exceptionnellement ○ Jamais

Y a-t-il des règles chez toi sur la durée d'utilisation du smartphone?

○ Oui ○ Non

Combien de temps passes-tu en moyenne devant les écrans un jour de semaine ? *Tel, PC, TV...*

○ Moins d'1H ○ 1H ○ 2H ○ 3H ○ 4H ○ 5H ○ 6H ○ 7 H et +

Et combien de temps en moyenne un jour de week-end ?

○ Moins d'1H ○ 1H ○ 2H ○ 3H ○ 4H ○ 5H ○ 6H ○ 7 H et +

Combien de temps passes-tu en moyenne sur smartphone un jour de semaine ?

○ Moins d'1H ○ 1H ○ 2H ○ 3H ○ 4H ○ 5H ○ 6H ○ 7 H et +

Et combien de temps en moyenne sur smartphone un jour de week-end ?

○ Moins d'1H ○ 1H ○ 2H ○ 3H ○ 4H ○ 5H ○ 6H ○ 7 H et +

Tu fais quoi le plus souvent sur les écrans ? ***Plusieurs réponses possibles***

As-tu une adresse mail personnelle ?

- ○ Oui une
- ○ Oui plusieurs
- ○ Non

Est-ce que tu la/les consultes régulièrement ?

- ○ Oui tous les jours ou presque
- ○ Environ une fois par semaine
- ○ Moins souvent

Est-ce qu'il t'arrive d'utiliser plusieurs écrans en même temps ? ***Smartphone, TV, PC...***

- ○ Oui souvent
- ○ Oui parfois
- ○ Non

Quels écrans sont utilisés le plus souvent en même temps ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Smartphone
- ☐ PC
- ☐ TV
- ☐ Console
- ☐ Tablette

As-tu l'habitude de...? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Regarder une série / un film toujours avec la même personne
- ☐ Mettre en place des rendez-vous pour jouer aux jeux-vidéo
- ☐ Envoyer des flammes sur Snap
- ☐ Se retrouver en ligne après l'école
- ☐ Non aucune
- ☐ Autre

As-tu l'impression de passer trop de temps devant les écrans ?

○ Oui c'est sûr ○ Oui peut-être ○ Non pas vraiment ○ Non pas du tout

Quelqu'un t'a-t-il déjà dit que tu passais trop de temps sur les écrans ? *Plusieurs réponses possibles*

☐ Oui un adulte ☐ Oui un ami ☐ Non personne

As-tu déjà sauté des repas pour rester devant les écrans ?

○ Oui souvent ○ Oui occasionnellement ○ Non

Réseaux sociaux

© Gaël Clariana

Est-ce que tu utilises ? *Plusieurs réponses possibles, si aucun ne clique rien*

Facebook | Flickr | Instagram | MeetUp | Messenger
Pinterest | Snapchat | Snow | Tik Tok | Tumblr
Twitch | Twitter | WhatsApp | Whisper

Pourquoi tu n'utilises pas certains réseaux ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Tu n'en as pas besoin
- ☐ Tu as des problèmes de connexion
- ☐ Autre
- ☐ Tes amis n'y sont pas
- ☐ Tes parents/ta famille y sont
- ☐ Tu n'as pas envie
- ☐ Tu manques de stockage

A quel âge as-tu eu un compte sur les réseaux sociaux ?

- ○ Moins de 10 ans
- ○ 10 ans
- ○ 11 ans
- ○ 12 ans
- ○ 13 ans
- ○ 14 ans
- ○ 15 ans
- ○ Après 15 ans

Est-ce que tu suis des gens connus, stars, footballeurs, etc. sur les réseaux sociaux ?

- ○ Oui
- ○ Non

Fais-tu attention à la protection de tes données personnelles sur Internet ? *Informations sur toi, photos, vidéos...*

- ○ Toujours
- ○ Souvent
- ○ Exceptionnellement
- ○ Jamais

As-tu déjà supprimé des photos/nettoyé ton mur sur les réseaux sociaux ?

- ○ Oui
- ○ Non

Est-ce que quelqu'un t'a déjà mis en garde sur les photos que tu mets en ligne ?

- ○ Oui
- ○ Non

Est-ce que tu utilises les Maps (Snapchat, Messenger,..) pour savoir où sont les gens ?

- ○ Toujours
- ○ Souvent
- ○ Exceptionnellement
- ○ Jamais

Et que penses-tu de cette pratique de suivre les gens sur la map ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Bizarre / étrange
- ☐ Utile / Intéressant

Est-ce que tu te rends visible sur ces réseaux ?

- ○ Toujours
- ○ Souvent
- ○ Exceptionnellement
- ○ Jamais (mode fantôme)

Est-ce que tes parents / éducateurs sont au courant de tous tes comptes sur les réseaux ?

- ○ Oui
- ○ Non

Contenus choquants

© Gaël Clariana

Est-ce que tu as déjà reçu des commentaires qui t'ont mis mal à l'aise ?

- ○ Oui
- ○ Non

As-tu déjà eu affaire à des gens malsains, des haters ?

- ○ Oui
- ○ Non

As-tu déjà vu sur Internet... ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Insultes sur la religion (propos anti-musulmans, antisémites, etc.)
- ☐ Propos sexistes, homophobes, etc.
- ☐ Scènes de torture, de violence ou de bagarre
- ☐ Aucun de ces contenus
- ☐ Insultes sur l'apparence physique (poids, couleurs de cheveux, etc.)
- ☐ Propos racistes (anti-noir, anti- asiatique, anti-blanc, etc.)
- ☐ Pornographie

En général comment réagis-tu ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ J'en parle à un adulte (parents, professeurs, etc.)
- ☐ Je ne fais rien
- ☐ Je réponds à l'auteur des propos
- ☐ J'en parle à un.e ami.e / mon frère / ma sœur
- ☐ Je partage avec mes amis
- ☐ Je signale les propos / l'auteur sur le site / le réseau

Si tu ne fais rien en voyant ces propos, dis-nous pourquoi ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Parce ce n'est pas mon problème
- ☐ Parce que je ne sais pas quoi/comment répondre
- ☐ Autre
- ☐ Parce que je n'ai pas le temps
- ☐ Parce que je pense que c'est inutile

Comment es-tu tombé·e sur ces contenus ou propos choquants ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Un post sur les réseaux sociaux
- ☐ Dans un jeu vidéo
- ☐ Autre
- ☐ Sur un site de téléchargement/streaming
- ☐ Dans un message

Cinéma, films et séries

© Gaël Clariana

A quelle fréquence vas-tu dans une salle de cinéma ?

- 1 fois / semaine environ
- Au moins 1 fois / an
- Jamais
- Au moins 1 fois / mois
- Moins souvent

Qu'est-ce que tu aimes au cinéma ? *Plusieurs réponses possibles*

- Le lieu
- Le confort
- L'ouverture au monde
- Les bonnes histoires
- Les émotions
- Le plaisir de parler des films vus
- Les petites salles de cinéma
- Les grands multiplexes
- Les confiseries / le Pop-corn
- Se retrouver en couple
- Le sortie entre amis
- La sortie en famille

Est-ce que tu aimerais aller plus souvent au cinéma ?

- Oui
- Non

Qu'est-ce qui t'empêche d'aller plus souvent au cinéma ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Les transports
- ☐ Le prix
- ☐ Les horaires
- ☐ Le temps disponible
- ☐ Les parents
- ☐ Autre

Comment prends-tu connaissance des films que tu vas voir au cinéma ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Affiche du film
- ☐ Bande-annonce au cinéma
- ☐ Internet
- ☐ Pub ou émission à la radio
- ☐ Bande-annonce à la TV
- ☐ En parlant avec des amis/de la famille
- ☐ Pub ou article dans la presse

Qu'est-ce qui te donne envie d'aller voir un film au cinéma ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ La bande-annonce
- ☐ Les personnages
- ☐ Les acteurs
- ☐ L'histoire

Trouves-tu qu'il y a un intérêt à voir un film au cinéma alors que tu peux le voir à la maison ?

- ○ Oui
- ○ Non

Peux-tu préciser pourquoi stp ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Le voir sur grand écran
- ☐ Le voir avec des amis/de la famille
- ☐ Autre
- ☐ Le voir dans le noir complet
- ☐ Le voir avec un meilleur son

En dehors du cinéma, à quelle fréquence regardes-tu ?

	Tous les jours	3 fois / semaine	1 fois / semaine	1 fois / mois	Plusieurs fois / an	Jamais
Des films						
Des séries						

Est-ce qu'on t'impose des règles sur les genres de films regardés chez toi ?

- ○ Oui
- ○ Non

Peux-tu préciser quelles sont ces règles ?

Quels types de films/séries préfères-tu ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Animation
- ☐ Blockbuster (Action, Aventure, Science-fiction, Fantastique, Super-héros)
- ☐ Comédie
- ☐ Documentaire
- ☐ Drame (et comédie dramatique)
- ☐ Horreur
- ☐ Policier, Thriller
- ☐ Autres genres (Musical, Danse, Western, Guerre, Politique, Historique, Biopic)

Comment est-ce que tu regardes les films/séries ?

- ○ Plutôt en Version Française VF
- ○ Plutôt en Version Originale Sous-Titrée VOST (ex. en anglais sous-titré en français)

Est-ce que tu vois des films avec ton établissement scolaire ?

- ○ Oui assez souvent
- ○ Oui occasionnellement
- ○ Non jamais

Selon toi découvrir des films en milieu scolaire c'est... ?

- ○ Très intéressant
- ○ Plutôt intéressant
- ○ Plutôt ennuyeux
- ○ Très ennuyeux

Aurais-tu découvert ces films en dehors du milieu scolaire ?

- ○ Oui tout à fait
- ○ Peut-être
- ○ Non

Est-ce que tu as déjà tourné un film avec une histoire imaginée ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Oui seul
- ☐ Oui avec des amis
- ☐ Oui avec la famille
- ☐ Oui avec un centre de loisirs
- ☐ Oui avec ton établissement scolaire
- ☐ Non

Est-ce que ce(s) film(s) a(ont) été diffusé(s) en ligne ?

- ○ Oui
- ○ Non

As-tu déjà utilisé un logiciel de montage de film ?

- ○ Oui
- ○ Non

As-tu déjà créé un film à partir d'un jeu vidéo ? *Exemple Machinima*

- ○ Oui
- ○ Non

Regardes-tu des films/séries sur ton smartphone ?

- ○ Toujours
- ○ Souvent
- ○ Exceptionnellement
- ○ Jamais

Est-ce que tu as accès à un abonnement pour regarder des films/séries ?

- ○ Oui
- ○ Non

Quel est cet abonnement ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Amazon Prime
- ☐ Canal + Séries
- ☐ Disney +
- ☐ Netflix
- ☐ OCS
- ☐ Autre

Vidéos

Est-ce que tu regardes des vidéos sur Internet ?

- ○ Oui très souvent
- ○ Oui souvent
- ○ Oui de temps en temps
- ○ Non jamais

De manière générale, quel genre de vidéos regardes-tu ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Cuisine
- ☐ Documentaire
- ☐ Humour
- ☐ Information / Actualité
- ☐ Jeu
- ☐ Mode, Déco, Beauté
- ☐ Musique
- ☐ Sport
- ☐ Télé-réalité
- ☐ Tutoriel

Est-ce que tu apprends des choses par les vidéos que tu regardes en ligne ?

- ○ Oui beaucoup
- ○ Oui de temps en temps
- ○ Non pas vraiment
- ○ Non jamais

Es-tu abonné·e à des chaînes YouTube ?

- ○ Oui
- ○ Non

As-tu l'impression que les vidéos que tu regardes sur internet influencent ton opinion ?

- ○ Enormément
- ○ Beaucoup
- ○ Un peu
- ○ Pas du tout

As-tu déjà regardé des vidéos expliquant tes cours scolaires différemment ?

- ○ Oui
- ○ Non

Pour quelles disciplines ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Disciplines artistiques
- ☐ EPS (sports)
- ☐ Histoire - Géographie
- ☐ Langues
- ☐ Lettres
- ☐ Mathématiques
- ☐ Physique - Chimie
- ☐ SVT Sciences et Vie de la Terre
- ☐ Autre

Est-ce que tu fais toi-même des vidéos ?

- ○ Souvent
- ○ Parfois
- ○ Jamais

Sur quels thèmes portent ces vidéos ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Danse
- ☐ Musique
- ☐ Humour
- ☐ Tutoriels
- ☐ Le quotidien (ami·es, famille, événements)
- ☐ Autre

Est-ce que tu diffuses ces vidéos ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Par message à tes amis (Snap, SMS,..)
- ☐ Sur les réseaux sociaux
- ☐ Sur une chaîne YouTube
- ☐ Sur un Vlog
- ☐ Non
- ☐ Autre

Pourquoi diffuses-tu ces vidéos sur Internet ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Avoir des followers, être populaire
- ☐ Gagner de l'argent
- ☐ Partager ta passion
- ☐ Partager tes connaissances

Est-ce que tu t'informes sur l'actualité, la politique ?

- ○ Toujours
- ○ Souvent
- ○ Exceptionnellement
- ○ Jamais

Pourquoi est-ce que tu ne suis pas l'actualité ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Trop compliqué
- ☐ Pas intéressé·e
- ☐ Pas le temps
- ☐ Autre

Par quels moyens ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Newsletters
- ☐ Notifications d'applis
- ☐ Journal Télévisé
- ☐ Radio
- ☐ Réseaux sociaux
- ☐ Presse écrite
- ☐ Vidéos sur Internet
- ☐ Presse en ligne

Est-ce que tu as déjà eu l'impression de tomber sur des fake news ?

- ○ Oui souvent
- ○ Oui parfois
- ○ Non jamais

Est-ce que tu vérifies les informations que tu lis en ligne ?

- ○ Oui souvent
- ○ Oui parfois
- ○ Non jamais

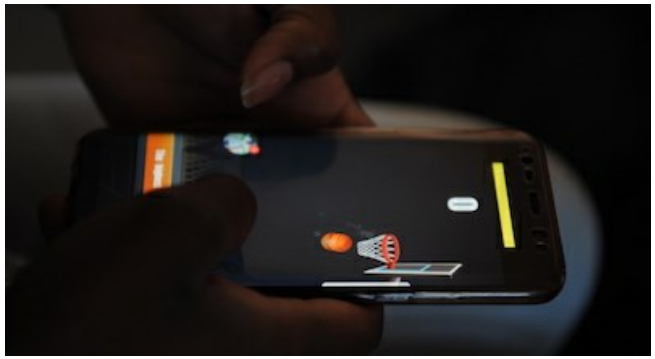
Comment vérifies-tu la fiabilité des informations ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Média national
- ☐ Adultes
- ☐ Ami·es
- ☐ Autre

Es-tu sensible aux conséquences écologiques liées au stockage des données sur Internet ?

- ○ Oui tout à fait
- ○ Oui en partie
- ○ Non pas vraiment
- ○ Non pas du tout

Jeux-vidéo



© Gaël Clariana

Est-ce que tu joues aux jeux vidéo ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Oui sur console
- ☐ Oui sur PC
- ☐ Oui sur smartphone
- ☐ Oui sur tablette
- ☐ Non

Est-ce que tu joues sur Internet ?

- ○ Oui
- ○ Non

A quelle fréquence joues-tu ?

- ○ Tous les jours ou presque
- ○ Au moins une fois par semaine
- ○ Au moins une fois par mois
- ○ Moins souvent

Comment joues-tu ? *Plusieurs réponses possibles*

- ☐ Solo
- ☐ Multijoueurs

Quelle langue parles-tu sur les jeux multijoueurs en ligne ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Anglais
- ☐ Français
- ☐ Autre

Quel(s) genre(s) de jeux préfères-tu ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Action
- ☐ Tir/FPS
- ☐ Sport
- ☐ Course
- ☐ Combat
- ☐ Plateforme
- ☐ Jeux familiaux (danse, musique, party)
- ☐ Jeu de rôle/RPG
- ☐ Aventure
- ☐ Stratégie
- ☐ Jeux casual (plateaux, cartes, puzzle)
- ☐ Autre

Est-ce que tu joues à des jeux payants ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Oui achetés
- ☐ Oui par abonnement
- ☐ Oui piratés
- ☐ Non

Qui les paye ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Parents
- ☐ Argent de poche
- ☐ Emploi saisonnier
- ☐ Contrat d'apprentissage

As-tu déjà cherché des tutoriels (vidéos/écrits) pour te former ou trouver des solutions ?

- ○ Oui
- ○ Non

En quelle langue sont ces tutos en général ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Anglais
- ☐ Français
- ☐ Autre

Est-ce que tu t'es déjà fait des amis en jouant en réseau ?

- ○ Oui
- ○ Non

Quel(s) type(s) de réactions as-tu après avoir joué ? ***Plusieurs réponses possibles***

- ☐ Colère
- ☐ Envie de recommencer
- ☐ Euphorie / Joie
- ☐ Frustration
- ☐ Plaisir
- ☐ Violence

Quelques informations sur toi

© Gaël Clariana

Quel est ton genre ?

- ○ Féminin
- ○ Masculin
- ○ Autre

Quel âge as-tu ?

- ○ 10 ans
- ○ 11 ans
- ○ 12 ans
- ○ 13 ans
- ○ 14 ans
- ○ 15 ans
- ○ 16 ans
- ○ 17 ans
- ○ 18 ans

Dans quel département résides-tu ?

- ○ Aisne
- ○ Nord
- ○ Oise
- ○ Pas-de-Calais
- ○ Somme

Quelle est la taille de ta commune ?

- ○ Village - de 2000 habitants
- ○ Petite ville de 2000 à 20 000 habitants
- ○ Ville moyenne de 20 000 à 100 000 habitants
- ○ Grande agglomération + de 100 000 habitants
- ○ Je ne sais pas

Profession des parents

- ☐ Agriculteur (éleveur, viticulteur...)
- ☐ Ouvrier (industrie, bâtiment, agricole...)
- ☐ Employé (secrétaire, commercial, serveur, vendeur...)
- ☐ Enseignant, santé (infirmier, kiné...), social (éducateur...)
- ☐ Cadre (avocat, médecin, notaire, comptable, architecte, ingénieur...)
- ☐ Indépendant, artisan, commerçant, chef d'entreprise
- ☐ En recherche d'emploi
- ☐ Sans activité professionnelle (au foyer)
- ☐ Ne sais pas
- ☐ Ne souhaite pas répondre

Ou celle qu'ils exerçaient si décédé ou retraité

Quelle est ta situation?

○ Vis à la maison en famille ○ Vis en foyer d'accueil ○ Vis seul·e ○ Autre

Quelle est ta situation?

○ Élève / Etudiant·e ○ En contrat d'apprentissage ○ En recherche d'emploi ○ En emploi

Fréquentes-tu un de ces établissements ?

○ Collège ○ Lycée ○ Autre établissement ○ Non scolarisé·e

Nous remercions l'ensemble des jeunes ayant participé à cette enquête, les équipes des établissements impliqués, les membres du comité de pilotage : les Rectorats des Académies d'Amiens et de Lille ; la Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt Hauts-de-France ; la Direction régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale Hauts-de-France ; la Direction régionale des affaires culturelles Hauts-de-France ; la Région Hauts-de-France ; le réseau EMI'cycle ; la Maison des adolescents d'Amiens ; la Mutuelle générale de l'Éducation nationale.

Retrouvez la synthèse de l'étude sur www.acap-cinema.com

UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR

SoCo Études
Claire Hannecart
www.soco-etudes.com
06 50 93 94 87

Acap - pôle régional image
Effervescente et exigeante, l'aventure construite par l'Acap explore les territoires d'expression artistique propres au cinéma et aux images et s'inscrit résolument du côté de leur partage auprès des publics les plus divers. En collaboration avec des artistes, des salles de cinéma, des acteurs sociaux, éducatifs et culturels, le Pôle régional image déploie sur les Hauts-de-France, une programmation culturelle marquée par le goût de l'expérimentation, le choix de la diversité et la volonté de faire vivre aux publics, grands et petits, l'expérience des images sous toutes leurs formes.

Acap - pôle régional image
8 rue Dijon - BP 90322
80003 Amiens cedex 1
03 22 72 68 30
info@acap-cinema.com
www.acap-cinema.com

UNE PUBLICATION

Acap - pôle régional image

Directrice de publication
Pauline Chasserieau

Coordination de l'étude
Dorien Heyn Papousek

Coordination des publications
Mélanie Ohayon

Mise en page
Reynald Violier

Crédits photos
Gaël Clariana©Acap - pôle régional image, Getty Images

ACAP - PÔLE RÉGIONAL IMAGE
8, rue Dijon - BP 90322
80003 AMIENS cedex 1
03 22 72 68 30
info@acap-cinema.com
www.acap-cinema.com

L'Acap - pôle régional image reçoit le soutien du Ministère de la Culture – DRAC Hauts-de-France, de la Région Hauts-de-France, du Conseil départemental de l'Oise et du Centre national du cinéma et de l'image animée.