

Numéro sous la direction de
Katherine Labrecque, Nicole Gallant
et Mélanie Millette

BULLETIN
D'INFORMATION
VOL. 19, NO 1
AUTOMNE 2022

Pratiques numériques et appartenances des jeunes

KATHERINE LABRECQUE

Doctorante en sociologie de la jeunesse et du numérique
Institut national de la recherche scientifique

NICOLE GALLANT

Professeure
Institut national de la recherche scientifique

MÉLANIE MILLETTE

Professeure
Université du Québec à Montréal

Les textes de ce bulletin abordent divers thèmes relatifs aux pratiques numériques et aux appartenances des jeunes : la visibilité des identités LGBTQIA+ (Millette et Maillard), les sociabilités liées au visionnement de séries télévisées (Labrecque), la construction en ligne des univers de référence et d'appartenance socio-politiques (Gallant, Gaudreau et Pitre-Vézina) l'appropriation des usages numériques (Weirich) ou de YouTube comme espace socionumérique (Duque), la circulation des pratiques alimentaires sur Instagram (Caron-Bouchard) et les usages des médias sociaux par les jeunes croyants concernant les pratiques et représentations de la sexualité (de Repentigny-Corbeil et Bourassa-Dansereau).

Ces contributions ont initialement été préparées dans le cadre du symposium

sur la recherche en cours « Pratiques numériques et appartenances des jeunes » organisé par le Laboratoire sur la communication et le numérique (LabCMO) et la Chaire-réseau de recherche sur la jeunesse du Québec (CRJ). Tenu le 12 mars 2020 à l'Institut national de la recherche scientifique à Montréal, ce symposium a permis de faire le point sur des travaux récents et en cours au Québec concernant l'expression culturelle et citoyenne des jeunes dans le Web participatif, et d'analyser les relations entre les pratiques numériques – tant sociales que culturelles (locales, régionales, nationales ou, souvent, transnationales) – et la construction identitaire des jeunes. La conférence inaugurale de l'ethnologue et sociologue Madeleine Pastinelli, maintenant disponible en balado, a permis de mettre en relief les spécificités des communautés en ligne, qui représentent une modalité d'affiliations importante des jeunes sur Internet.

La formule « recherche en cours » avait été pensée pour laisser place à la présentation de projets de recherche à divers stades d'avancement menés dans différentes disciplines, et ce, tant par des étudiantes ou diplômées récentes que des chercheuses chevronnées. Ce format a

ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO...

Katherine Labrecque, Nicole Gallant et Mélanie Millette	1
Mélanie Millette et Anaïs Maillard	4
Katherine Labrecque	7
Nicole Gallant, Alice Gaudreau et Laurence Pitre-Vézina	9
Nina Duque	11
Monique Caron-Bouchard	12
Anna-Christine Weirich	15
Mylène de Repentigny- Corbeil et Catherine Bourassa-Dansereau	17

permis aux conférencières d'exposer librement les rouages internes de leur projet, ainsi que de présenter des résultats en cours d'analyse. Faire part de recherches non entièrement abouties a donné l'occasion de réfléchir collectivement à des enjeux conceptuels, méthodologiques, et surtout, à la place importante de la sociologie de la jeunesse et de la sociologie du numérique dans la compréhension des pratiques numériques et des appar-

tenances des jeunes. Cet événement a eu lieu, *in extremis*, un jour avant la fermeture massive des universités au début de la pandémie. Les équipes de la CRJ et du LabCMO sont ravies d'avoir organisé conjointement ce symposium et reconduiront l'expérience dans les années à venir.

Nous tenons à remercier chaleureusement les participantes d'avoir rendu cette journée riche et stimulante en se prêtant au jeu de faire part de leurs travaux récents ou en cours, et d'avoir également accepté de contribuer à ce bulletin.

À la croisée de la sociologie de la jeunesse et de l'étude du numérique

Quelques constats et pistes émergent de manière transversale, tant de la journée que de ce bulletin. Premièrement, on remarque à quel point les scientifiques dans le champ des pratiques numériques des jeunes usent chacun créativement d'une variété de techniques et méthodes de collecte des données pour saisir la complexité dans les manières dont les jeunes investissent et s'approprient de multiples façons divers espaces

socionumériques. Pour relever ces défis méthodologiques, les conférencières et auteures du bulletin mobilisent l'entretien classique ou sur traces, l'observation classique ou participante, l'analyse de contenu ou thématique, etc.; cette multiplicité des méthodes témoigne de cette exigence de diversification des approches dans la réalisation des recherches sur le numérique. À ce propos, est paru aux Presses de l'Université de Montréal (PUM) un ouvrage collectif disponible en libre accès et codirigé par Millette au sujet des méthodologies de la recherche sur le numérique (Millette et al., 2020), livre auquel ont d'ailleurs contribué plusieurs auteures de ce bulletin.

Deuxièmement, la complémentarité de ces diverses méthodes de cueillette d'informations (par exemple, observation et entretien) permet de repérer des divergences entre *ce que les jeunes nous disent* de leurs pratiques numériques et *ce qu'on observe*. Or, malgré cette multiplicité des entrées d'enquête, certaines pratiques échappent à l'observation et restent difficilement saisissables, notamment celles des non-usagers et des *lurkeurs* (ou usagers « passifs », c'est-à-dire ceux qui ne

laissent pas de traces apparentes de leur passage dans les espaces numériques collectifs ou sociaux, même lorsqu'ils les consultent activement).

Troisièmement, le symposium a aussi mis en lumière un phénomène qui traverse presque toutes les problématiques des projets de recherche présentés, à savoir l'influence des algorithmes, tel qu'abordé plus directement ici dans les textes de Millette et Maillard et de Gallant et al., ainsi que, dans une moindre mesure, celui de Caron-Bouchard. Certes, la sociologie du numérique privilégie aujourd'hui l'idée que les plateformes, applications et autres dispositifs numériques (tels que Facebook, Instagram ou TikTok) ne *déterminent* pas « ce que les gens font »; néanmoins, il demeure que l'étendue des possibles qu'offrent (ou non) ces plateformes joue un rôle majeur pour structurer les pratiques numériques des jeunes, en favoriser certaines et en limiter d'autres, de sorte que la recherche sert justement à observer ce que les jeunes choisissent de faire au regard de ces possibles. Les algorithmes font partie intégrante des dispositifs et, à ce titre, ils figurent, de façon parfois saillante, parmi les facteurs qui orientent les pratiques mises en œuvre par les



De gauche à droite: Madelaine Pastinelli, Mélanie Millette, Anaïs Maillard. Photos: Katherine Labrecque

individus (jeunes et moins jeunes) en ligne. Cerner ce rôle des algorithmes dans les pratiques – et leurs effets sur les dynamiques sociales et d'appartenances – représente l'un des principaux défis actuels de la recherche en sciences sociales dans le champ du numérique.

Enfin, quatrième, dans un contexte qui peut laisser croire aux intervenants sociaux que les jeunes sont tous semblablement connectés, aptes et habiles à utiliser le Web et ses plateformes, les contributions du bulletin rappellent que la diversité de la jeunesse est aussi perceptible dans ses pratiques numériques. Celles-ci sont éclatées, tant en termes de goûts, représentations sociales et pratiques (par exemple dans les textes de Caron-Bouchard et de Repentigny-Corbeil et Bourassa-Dansereau) que de capacités (littératie numérique) et d'accès. Ainsi, les inégalités liées à la fracture numérique existent toujours, ce qu'on voit notamment dans les contributions de Weirich et de Gallant et al.

Plus globalement, ce bulletin – tout comme le symposium qui l'a précédé – permet de mettre à profit les apports complémentaires de la sociologie du numérique (notamment la sociologie des usages des technologies et les études de l'Internet) et ceux de la sociologie de la jeunesse pour aborder ces enjeux en insistant à la fois sur les usages et les personnes en contexte. En particulier, les deux branches classiques de la sociologie de la jeunesse apportent chacune un éclairage porteur pour aider à mieux comprendre les pratiques numériques des jeunes, comme l'a fait remarquer Gallant dans le mot de clôture du symposium. La principale branche de la sociologie de la jeunesse – chère à l'Observatoire Jeunes et Société (OJS) –

s'intéresse aux transitions marquant le passage à l'autonomie de l'âge adulte (telle que la décohabitation, la fin des études, l'insertion professionnelle ou le début de la parentalité). Les auteurs de ce courant ont constaté ces dernières décennies un « allongement » de la jeunesse, engendré pour beaucoup par l'allongement des études, et caractérisé par le « report » de certains seuils traditionnels du passage à l'âge adulte. Or, l'étude du numérique permet d'observer en parallèle une amorce hâtive de la sortie de l'enfance, au sens où l'on voit se dessiner une certaine autonomisation s'ancrant de manière « précoce » – tôt dans l'adolescence – dans certaines sphères de vie, notamment les pratiques culturelles, mais aussi politiques et identitaires. Dans les espaces siconumériques, et bien que ceux-ci soient circonscrits par le phénomène des « chambres d'écho », l'individu peut être exposé à diverses personnes, valeurs, représentations, productions culturelles et visions politiques, en dehors de celles mises de l'avant par les agents de socialisation plus classiques que sont la famille, l'école ou les pairs qu'il fréquente dans la vie hors ligne. Cette exposition contribuerait à ce que le jeune chemine plus tôt et peut-être de manière accélérée dans le processus de construction identitaire. En ce sens, des recherches au sujet de TikTok et autres plateformes numériques où l'expression identitaire entre pairs est favorisée seront à développer pour mieux saisir les processus qui animent cette dynamique, ses formes et ses retombées chez les jeunes. L'exploration de nouveaux mouvements ou genres culturels a d'ailleurs souvent été vue comme une dimension importante de la jeunesse, et un des traits marquants des différences entre les générations, si bien que la seconde branche de la sociologie de

la jeunesse – notamment anglo-saxonne – se consacre aux notions de « cultures jeunes » et de « sous-cultures ». Au temps de l'omniprésence du numérique, ces sous-cultures peuvent se nourrir d'un large éventail de contenus et d'informations offerts par des « carrefours » (Duque) numériques, tels que YouTube ou Instagram. Les jeunes qui fréquentent et se rejoignent dans ces espaces en viennent souvent à partager des référents culturels leur permettant de développer un sentiment d'appartenance à des collectivités de différentes échelles et de natures diverses.

Ce partage de référents chez la jeunesse est justement l'un des fils conducteurs des contributions (notamment chez Labrecque, Duque et Gallant et al.). Qu'ils soient culturels, politiques ou autres, ces référents renforcent appartenance et cohésion. Dans sa conférence d'ouverture, Madeleine Pastinelli rappelait que les référents communs partagés permettent de se reconnaître, de se distinguer, et d'identifier ceux qui font partie du « nous » et ceux qui n'en font pas partie (Pastinelli, 2020), et ce, à diverses échelles : groupes d'amis, communautés virtuelles, communautés abstraites. Les plateformes numériques soutiennent notamment la création par les jeunes de carrefours où se rassemblent des communautés d'individus autour d'un intérêt commun. Le numérique facilitant la naissance de tels carrefours ciblés sur des aspects parfois très précis, cela engendre la création d'espaces d'appartenance multiples et potentiellement fragmentés. C'est ainsi que les contributions de ce bulletin se concentrent sur une multiplicité de thèmes, allant des séries de science-fiction aux pratiques alimentaires, en



Pour écouter la conférence d'ouverture de Madeleine Pastinelli, *Pour une sociologie des communautés. Pratiques numériques et appartenances des jeunes* : <https://labcmo.ca/2020/04/04/conference-douverture-de-madeleine-pastinelli-du-symposium-de-la-crj-et-du-labcmo/>

passant par les représentations des couples LGBTQIA+ et la pratique religieuse. Le fait de les rassembler ici permet de mettre en lumière une diversité de pratiques numériques chez les jeunes, mais aussi la diversité dans la jeunesse.

Références

Millette, M., Millerand, F., Myles, D. et Latzko-Toth, G. (dir.). (2020). *Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative*, Presses de l'Université de Montréal.

Pastinelli, M. (2020, 12 mars). Pour une sociologie des communautés. *Pratiques numériques et appartenances des jeunes* [symposium]. Chaire-réseau jeunesse (CRJ) et Laboratoire sur la communication et le numérique (LabCMO). Montréal, Québec, Canada.



Méthodes de recherche en contexte numérique

Une orientation qualitative

Millette, M., Millerand, F., Myles, D. et Latzko-Toth, G. (2020). *Méthodes de recherche en contexte numérique : une orientation qualitative*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal. <https://bit.ly/3oT3RPq>

En accès libre:

https://www.pum.umontreal.ca/catalogue/methodes_de_recherche_en_contexte_numerique/fichiers

Visibilité des identités LGBTQIA+ au prisme de l'hégémonie : enquête sur les chaînes YouTube canadiennes

MÉLANIE MILLETTE

Professeure agrégée
Université du Québec à Montréal

ANAÏS MAILLARD

Candidate au doctorat en communication
Université du Québec à Montréal

YouTube est une plateforme extrêmement populaire chez les jeunes, tant au Canada qu'au Québec. Plusieurs études ont montré le potentiel de YouTube pour l'expression identitaire (Lange, 2007) et de genres (Banet-Weiser, 2011; Wotanis et McMillan, 2014; Balleys, 2017). Ces travaux montrent des tensions entre le potentiel de YouTube et ses limites, notamment pour les femmes et personnes en posture minoritaire. Par exemple, les vidéos produites par des femmes reçoivent davantage de commentaires négatifs (Wotanis et McMillan, 2014). Malgré ces écueils et la persistance en ligne de logiques d'oppression, l'usage des médias sociaux offre des possibilités

aux minorités sociales afin de se faire entendre dans l'espace public (Millette, 2015; Goyette, 2016), notamment en rendant visibles des identités et des expériences hors des cadres normatifs dominants.

Pour cette enquête, nous avons étudié les chaînes YouTube LGBTQIA+ au Canada afin de voir si elles contribuent (ou non) à la mise en visibilité d'identités LGBTQIA+ non hégémoniques, c'est-à-dire qui dérogent du carcan normatif habituel en termes de genre et d'orientation sexuelle.

Notre corpus est constitué de 19 chaînes YouTube canadiennes s'identifiant LGBTQIA+. Dans un premier temps, nous avons analysé les contenus descriptifs de ces chaînes et compilé leurs données quantitatives (nombre de vues, de commentaires, etc.). Ces étapes ont permis de brosser un tableau d'ensemble des vidéos offertes et de discerner leur

portée en termes de réception. Nous avons ensuite réalisé une analyse thématique des 50 vidéos les plus récentes de chacune des chaînes (ces étapes se sont déroulées à l'été et à l'automne 2018). Ce sous-corpus de 941 vidéos a été codifié à la main, de manière qualitative.

Hégémonie et hétéronormativité

Selon Gramsci (1975), l'hégémonie décrit les logiques dominantes dans une société donnée, le développement de normes en découlant, notamment par le biais des contenus médiatiques, et la manière dont ces normes contribuent à maintenir des relations de pouvoir. Ainsi, les médias mettent de l'avant certains modèles, par des textes et des images, ce qui, à la longue, les instituent comme « la normalité » et l'horizon souhaitable pour les individus dans cette société. Pour notre enquête, nous nous sommes penchées sur un aspect de

l'hégémonie qui touche particulièrement les personnes LGBTQIA+ : l'hétéronormativité.

Lorsqu'il est question d'identité hégémonique liée au genre et à l'orientation sexuelle, la dominance observée est celle du couple hétérosexuel, monogame et productif. Il découle de cette norme une hiérarchisation des genres et des sexualités qui pose comme dominante l'orientation hétérosexuelle vécue dans un cadre binaire, par un homme et une femme cisgenre (dont le genre est conforme au sexe biologique). Ce modèle hétéronormatif est valorisé et abondamment reproduit dans les médias sociaux et les médias traditionnels, qui posent ce modèle comme « normal », « naturel », et « bon ».

Résultats

Nous avons donc investigué les chaînes YouTube LGBTQIA+ canadiennes afin de voir comment la diversité identitaire et les représentations non hégémoniques des réalités LGBTQIA+ y sont visibles.

Ainsi, l'identité LGBTQIA+ déclarée dans le descriptif de la chaîne sera plus ou moins visible et incarnée dans les vidéos de cette chaîne selon ce qui est montré et dit. Cet aspect a été codifié dans le corpus à partir de critères liés à la manière dont la youtubeuse ou le youtubeur présente son identité, sa vie affective et sexuelle, ainsi que les expériences qui relèvent de sa spécificité identitaire.

De même, afin de calibrer la présence de contenus hégémoniques dans une chaîne, les vidéos ont été analysées par rapport aux sujets abordés et à la manière dont ils le sont. Les chaînes peuvent proposer tantôt des contenus non hégémoniques, qui rompent avec la norme, qui sont alternatifs, critiques ou politiques, et tantôt diffuser des contenus qui reprennent ou même renforcent la norme hégémonique, tant sur le plan du style de vie, que des activités et valeurs proposées. En croisant ces deux dimensions, nous obtenons une matrice en deux axes qui permettent de positionner les chaînes.

Ainsi, il ressort de l'enquête qu'aucune des chaînes analysées ne met en visibilité une identité LGBTQIA+ tout

Figure 1: Matrice croisant la/l'(in)visibilité identitaire et le contenu (non)hégémonique



en présentant du contenu qui soit non hégémonique – comme le démontre le cadran en haut à gauche, qui est vide. Ce résultat est cohérent avec la logique de monétisation de YouTube (Abidin, 2019; Lovelock, 2017). Ainsi, les personnes qui ne produiraient que des contenus non hégémoniques, donc perçus comme moins attrayants pour une large audience, seraient discréditées par l’algorithme. Le cadran en haut à droite rassemble des chaînes où l’identité LGBTQIA+ est visible et mise de l’avant dans les vidéos, mais avec une approche normative. Par exemple, la chaîne de Kristen McKenzie présente la vie quotidienne d’un couple de lesbiennes, en reproduisant des logiques hégémoniques, comme les vidéos de sa routine matinale, de son excursion hors de la ville pour la Saint-Valentin, etc., ce qui en fait un cas d’homonormativité (Croce, 2015), soit une adaptation du modèle hétéronormatif aux réalités gaies.

Le cadran en bas à gauche regroupe des chaînes qui mettent de l’avant du contenu non hégémonique, qui rompt avec le modèle hétéronormatif et les normes sociales dominantes, mais tout en conservant l’identité LGBTQIA+ et l’expérience identitaire de la youtubeuse ou du youtubeur effacées. Par exemple, la chaîne d’Amanda Wan aborde des thématiques politiques, sans nécessairement évoquer sa propre identité ou son vécu. En bas à droite, le dernier cadran présente les chaînes où l’identité LGBTQIA+ est peu abordée dans les vidéos et qui présentent du contenu reprenant ou renforçant les normes hégémoniques. Par exemple, PL Cloutier propose du contenu souvent humoristique et grand public en n’évoquant que rarement son identité ou les réalités LGBTQIA+.

« Ainsi, les personnes qui ne produiraient que des contenus non hégémoniques, donc perçus comme moins attrayants pour une large audience, seraient discréditées par l’algorithme. »

Conclusions et réflexions

Notre étude va dans le même sens que d’autres enquêtes (Abidin, 2019; Lovelock, 2017; Balleys, 2017) et montre une reproduction de normes hégémoniques hétéronormatives dans YouTube. Malgré un grand potentiel pour une mise en visibilité des personnes LGBTQIA+ qui serait moins contrainte par l’hétéronormativité, YouTube vient paradoxalement renforcer des cadres hégémoniques, comme les binarismes de genres et la création d’un soi entrepreneur et productif, qui reprennent les normes hétéronormatives sur le plan du style de vie et des valeurs (Abidin, 2019; Lovelock, 2017). L’algorithme de recommandation de YouTube est susceptible d’avoir un fort impact en ce sens, étant donné la discrimination qu’il opère à l’endroit de contenus dont on estime la portée limitée.

Références

Abidin, C. (2019). Yes Homo: Gay influencers, homonormativity, and queerbaiting on YouTube. *Continuum*, 33(5), 614-629.

Balleys, C. (2017). L’incontrôlable besoin de contrôle. Les performances de la féminité par les adolescentes sur YouTube. *Genre, sexualité & société*, 17. <https://doi.org/10.4000/gss.3958>

Banet-Weiser, S. (2011). Convergence on the street: Rethinking the authentic/commercial binary. *Cultural Studies*, 25(4-5), 641-658.

Croce, M. (2015). Homonormative dynamics and the subversion of culture. *European Journal of Social Theory*, 18(1), 3-20.

Goyette, E. (2016). « La référence lesbienne »? étude des formes d’(auto)reconnaissance sur le blogue *Lezspreadtheword.com* [mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. <https://archipel.uqam.ca/8847/1/M14487.pdf>

Gramsci, A. (1975). *Gramsci dans le texte* (F. Ricci, trad.). Éditions sociales.

Lange, P. G. (2007). Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 361-380.

Lovelock, M. (2017). ‘Is every YouTuber going to make a coming out video eventually?’: YouTube celebrity video bloggers and lesbian and gay identity. *Celebrity Studies*, 8(1), 87-103.

Millette, M. (2015). *L’usage des médias sociaux dans les luttes pour la visibilité : le cas des minorités francophones au Canada anglais* [thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal]. <https://archipel.uqam.ca/8847/1/M14487.pdf>

Wotanis, L. et McMillan, L. (2014). Performing gender on YouTube: How Jenna Marbles negotiates a hostile online environment. *Feminist Media Studies*, 14(6), 912-928.

« Ça donne comme envie de reconnecter socialement » : les séries de science-fiction comme catalyseur de sociabilités en ligne et hors ligne

KATHERINE LABRECQUE

*Doctorante en sociologie de la jeunesse et du numérique
Institut national de la recherche scientifique*

Le besoin de discuter et de se rassembler autour d'un intérêt commun pour des univers fictifs, tels que ceux relatifs aux séries télévisées, est un phénomène pas si récent et bien documenté (Thoër et al., 2016; Combes, 2014; Pasquier, 1999). Les événements dédiés spécifiquement à des univers de genre science-fiction, tels que les Comiccon, permettant de se réunir et d'échanger entre *fans*, remontent déjà aux années 1970. Or, dans le contexte actuel, la démocratisation de l'Internet, la diversité d'accès à du contenu sériel et la prégnance des médias sociaux transforment vraisemblablement les dispositions et la nature des interactions entourant le visionnement de séries. Qu'elles soient en ligne ou hors ligne, ces interactions avec des ami·e·s, de la famille, des connaissances ou des inconnus font partie d'un ensemble de sociabilités qui peuvent influencer le processus de socialisation, processus fortement influencé par les agents sociaux qui gravitent autour de l'individu. En outre, le processus de socialisation est particulièrement fort au moment de la transition vers l'âge adulte, moment qui peut concorder, pour certain·e·s jeunes, avec une pratique accrue de ce divertissement numérique.

Ce texte présente certains résultats préliminaires d'une ethnographie en ligne et hors ligne portant sur les sociabilités relatives au visionnement de séries de science-fiction de jeunes adultes du Québec (16 jeunes adultes de 19 à 35 ans et 4 adultes de 35 ans et

plus [7 femmes et 13 hommes]). Deux constats principaux émergent: premièrement, le visionnement est une pratique relativement individuelle, mais néanmoins rarement gardée uniquement pour soi et, deuxièmement, cette activité et les discussions qui en découlent imprègnent le quotidien et les autres sphères de la vie.

Un visionnement individuel mais partagé

Les pratiques de visionnement de séries de science-fiction sont diverses, notamment en ce qui a trait à l'espace, au moment et au dispositif de visionnement, au contenu visionné, à l'intention derrière cette activité et, ce qui nous intéresse particulièrement, aux personnes y participant. En fait, le visionnement de séries est une activité plutôt individuelle, comme l'avaient montré Thoër et al. (2016). Les raisons sont multiples. Premièrement, le rythme de vie de chacun·e fait qu'il est difficile de trouver quelques heures pour régulièrement suivre une série avec d'autres. En outre, quand un moment est trouvé pour se voir, on préfère discuter entre ami·e·s ou simplement s'adonner à une autre activité plus interactive. Deuxièmement, pour certain·e·s, l'envie d'écouter des séries avec d'autres personnes est inexistante, soit pour pouvoir écouter la série attentivement sans crainte de ruiner l'expérience par des discussions ou des « *spoilers* » (révélation d'une intrigue), soit pour ne pas avoir à attendre les autres pour poursuivre la série. Par conséquent, ceux et celles qui écoutent des séries à plusieurs le font principalement pour des séries qu'ils ont déjà vues. Ainsi, comme ils ou elles connaissent déjà l'histoire et

l'intrigue, il devient agréable d'en jaser au moment de l'écoute. Troisièmement, la vie amoureuse joue un rôle majeur dans le choix de visionner des séries seul·e ou accompagné·e. Lorsque l'individu est en couple, le visionnement de séries de science-fiction (et autres genres, dont le fantastique) devient un rituel de couple : ils ou elles estiment que les séries entamées et suivies conjointement doivent être visionnées ensemble, et qu'une entorse à cette règle est désagréable.

Même si le visionnement semble être une activité généralement solitaire, la volonté d'échanger sur les séries visionnées est bien existante. Certain·e·s souhaitent partager leur enthousiasme (ou l'inverse) pour une série en discutant notamment de son histoire, de ses personnages et de sa réalisation. Ces échanges ont le plus souvent lieu en personne plutôt qu'en ligne : les individus ne vont pas spécifiquement en ligne pour discuter des séries; ils ou elles le font plutôt en personne lors de rencontres ordinaires du quotidien. Cela dit, il peut arriver que des relations sociales liées à des séries soient entretenues presque exclusivement en ligne, notamment sur des groupes Facebook ou dans des discussions privées sur Messenger. Enfin, pour d'autres, tout ce qui entoure les séries est vécu de façon strictement personnelle (« *ce que les séries m'apportent* »), presque sans aucune forme d'échanges liés à celles-ci.

Des échanges qui collent au quotidien et aux sphères de vie

Pour les nombreux et nombreuses répondant·e·s qui ont des échanges sociaux liés aux séries, le visionnement numérique est collé au quotidien et les

sociabilités relatives à ce divertissement chevauchent souvent d'autres sphères de vie. Ainsi, d'une part, le visionnement s'insère dans une routine et il est modulable selon les rythmes de vie; la série accompagne l'individu chez lui le matin en déjeunant, durant ses pauses de télétravail, à l'heure du souper, puis en lavant la vaisselle et en soirée pour se mettre le « *cerveau à off* ». D'autre part, les sociabilités reliées aux séries peuvent être non seulement intégrées à la routine, mais en plus, elles sont susceptibles de s'insérer plus profondément dans différentes sphères de vie que le domestique. En effet, l'ethnographie montre que les échanges se mêlent à diverses relations sociales (ami-e, groupe de pairs, couple, famille, connaissances, collègues de travail), et divers espaces (à domicile, groupe Facebook, lieu de travail ou d'études), ainsi que, tout particulièrement, à d'autres univers (jeu vidéo, jeu sur table, « grandeur nature », cinéma). Dans les discussions entre ami-e-s, on observe un partage de référents tirés de divers univers fictifs associés à ce que l'on pourrait appeler la « culture geek ». Ces discussions sont teintées de références (personnages, histoires, *inside/private jokes*), qui agissent comme connecteur social : « Quand on se voit pour aller manger au restaurant ou *whatever*, bien on jase de ce qui nous rassemble ensemble. On est tous des geeks, on fait tous du GN [grandeur nature], on écoute tous des séries de science-fiction, des séries de fantaisie. Fait qu'on parle de ça ». (Charles¹, entretien 3). Les séries agissent alors comme des « catalyseurs de discussion » (Rémi, entretien 18). L'enquête suggère que, chez certain-e-s jeunes, ces référents partagés peuvent renforcer la complicité entre ami-e-s, la cohésion dans leurs relations et leur sentiment d'appartenance à un cercle social. De plus, les séries ou les univers « geeks » connexes peuvent mener à former de nouvelles relations ou bien à les entretenir, « parce que d'avoir quelqu'un avec qui en parler [...] bien ça

donne comme envie de reconnecter socialement via le jeu ou via des séries ou via des films » (Daniel, entretien 4). L'imbrication des séries dans le quotidien et les sphères de vie se traduit notamment par une difficulté des participant-e-s lors des entretiens à situer avec précision le contexte des échanges. Ceci s'explique aisément par le fait qu'il n'existerait pas de contexte propre; les échanges ont simplement lieu dans la quotidienneté de la vie et elles sont mêlés à plusieurs autres sujets et activités. Il existe évidemment divers niveaux d'intensité de cette imbrication des sociabilités dans la routine et les sphères de vie, mais pour la plupart des jeunes rencontré-e-s ayant un cercle social ancré dans ladite « culture geek », l'interpénétration est abondante.

Conclusion

Le rôle joué par Internet dans cette imbrication reste à être analysé plus en profondeur. Jusqu'ici, nous pouvons avancer que le Web ne change pas la nature intrinsèque des sociabilités, mais il semble donner plus d'occasions de se rejoindre et de créer des contextes de sociabilités en lien avec les séries. En effet, les plateformes de clavardage, les canaux Discord, les groupes Facebook et les *fanpages* offrent la possibilité de rehausser l'expérience sociale associée au visionnement. De plus, des groupes Facebook tels que Geek Québec peuvent contribuer à développer chez leurs

« L'enquête suggère que, chez certain-e-s jeunes, ces référents partagés de la culture geek peuvent renforcer la complicité entre ami-e-s, la cohésion dans leurs relations et leur sentiment d'appartenance à un cercle social. »

membres un sentiment d'appartenance à une communauté plus large, par la mobilisation de « différentes références leur permettant de se reconnaître comme faisant partie du même groupe et de se distinguer de ceux qui n'en sont pas » (Pastinelli, 2020, p. 46). Par ailleurs, dans ce type d'espace, les *fans* de séries sont exposés à des personnes véhiculant d'autres idées, valeurs et discours que ceux qu'ils ou elles rencontrent ailleurs dans leur quotidien. Ces personnes et ces espaces en ligne contribuent ainsi, en sus des relations en présentiel, au processus de socialisation des jeunes adultes. Par conséquent, beaucoup plus qu'un simple passe-temps, l'univers des séries de science-fiction peut mener à tisser des liens significatifs avec de nouveaux agents socialisateurs.

Références

Combes, C. (2014). Les jeunes amateurs à l'assaut des séries : Découverte et information à l'heure d'Internet. Dans M. Julier-Costes, D. Jeffrey et J. Lachance (dir.), *Séries cultes et culte de la série chez les jeunes. Penser l'adolescence avec les séries télé* (p. 177-192). Presses de l'Université Laval.

Pasquier, D. (1999). *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.

Pastinelli, M. (2020, septembre). Comment se constituent de nouvelles communautés? *Enjeux numériques*, 11, 45-49.

Thoër, C., Millerand, F., Vrignaud, C., Duque, N. et Gaudet, J. (2016). « Sur le web, je regarde des vidéos, des séries et des émissions » : catégorisation et sélection des contenus de divertissement visionnés en ligne par les jeunes de 12 à 25 ans. *Communication Social: Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies*, 2, 191-207.

Note

¹ Tous les prénoms utilisés dans cet article sont fictifs.

Comment les médias sociaux contribuent à la construction des univers de référence et d'appartenance des adolescents au Québec

NICOLE GALLANT

Professeure

Institut national de la recherche scientifique

ALICE GAUDREAU

Diplômée de la maîtrise

Institut national de la recherche scientifique

LAURENCE PITRE-VÉZINA

Candidate à la maîtrise

Institut national de la recherche scientifique

L'appartenance d'un individu à une collectivité quelconque se construit fondamentalement autour de l'impression de partager des références symboliques communes. En ces temps du numérique, la géographie des références que des individus peuvent partager s'élargit, non plus seulement pour les élites cosmopolites intellectuelles ou celles de la mondialisation, mais aussi pour tout un chacun qui se promène sur la toile (Gallant, 2013). Les individus appartiennent certes toujours de facto à des collectivités nationales (dont la centralité a été rappelée ces dernières années par les réponses différentes à la pandémie), mais leur univers symbolique – y compris en ce qui a trait aux personnages politiques et à l'actualité – transcende aujourd'hui largement les frontières, pour englober des figures transnationales (comme Greta Thunberg) ou provenant d'autres nations (tel l'incontournable Donald Trump). Sont également saillants des enjeux transversaux qui touchent l'humanité entière (l'environnement) ou des sous-ensembles non nationaux d'individus (collectivités racisées, de genre, etc.). Cet élargissement n'est pas sans effet sur les sentiments d'appartenance nationale des individus et sur leurs représentations concernant la nature et l'étendue de leur communauté politique.

Pour documenter ces nouveaux processus de socialisation politique, nous avons réalisé 15 entretiens qualitatifs en février et mars 2020 à Montréal, Québec et Trois-Rivières, auprès d'adolescents (15 à 17 ans), dans un projet mené à l'Observatoire Jeunes et Société (OJS) et à la Chaire-réseau de recherche sur la jeunesse du Québec (CRJ), pour le compte du Centre d'études sur les médias (CEM) (Gallant et al., 2021). D'une durée moyenne d'environ 1 h 45, les entretiens portaient sur divers aspects des pratiques numériques et informationnelles du participant, ainsi que sur celles de son milieu familial. Nous explorions aussi avec eux, exemples à l'appui, les frontières floues de ce qui « compte » – à leurs yeux et aux nôtres – comme un contenu politique ou relatif à l'actualité. Puis, dans une variante de l'entretien sur traces (Gallant et al., 2020), nous les invitons à examiner devant nous leurs fils d'actualité et historiques récents sur les diverses plateformes de médias sociaux et applications qu'ils utilisent, pour identifier la présence de contenus de ce type, qu'il s'agisse d'un même sur Donald Trump ou Justin Trudeau partagé par un ami, ou d'un lien proposé par un algorithme vers une page de nouvelles d'un média traditionnel. Dans la plupart des cas, nous conservons une capture (anonymisée) de chacun des items qu'ils choisissaient de nous montrer. Cette partie des entretiens visait aussi à documenter les chemins pris par ces contenus pour se rendre jusqu'au jeune et comment celui-ci y réagit. Nous avons discuté d'une foule de contenus avec les participants, dont 281 ont fait l'objet d'une analyse détaillée, ce qui a permis entre autres d'examiner l'échelle des contenus politiques vus en ligne par les adolescents québécois aujourd'hui.

Un univers de références éclaté – Des contenus politiques de toutes les échelles

Comme la plupart des jeunes, nos participants fréquentent régulièrement une diversité de plateformes socionumériques (Instagram, TikTok, etc.), lesquelles servent de multiples fonctions, surtout centrées sur le divertissement ou sur les interactions interpersonnelles soutenant les liens sociaux. Comme on pourrait s'y attendre, les contenus politiques ou liés à l'actualité ne représentent qu'une relativement petite proportion du paysage numérique de la plupart des jeunes que nous avons rencontrés, même si nous en avons une définition large.

Les contenus de ce type que voient nos participants en ligne peuvent être catégorisés de diverses manières. Sur le plan des thématiques, naturellement, le moment de la tenue des entretiens – juste avant le premier confinement au Québec – a généré l'apparition inévitable du nouveau coronavirus dans les actualités de tous les répondants. Pandémie à part, les contenus que nous avons analysés traitent d'une foule d'enjeux – l'environnement, le féminisme, les inégalités –, mais on trouve aussi certains items très ciblés sur des projets de loi ou programmes publics quelconques. Une part substantielle des contenus politiques est en fait orientée sur les personnalités publiques (Trump, Trudeau, Thunberg, etc.), avec un traitement plus souvent humoristique qu'orienté sur leurs postures idéologiques. Enfin, on rencontre aussi plusieurs items d'actualité liés à des faits divers ou encore aux célébrités.

Ces thématiques concernent diverses échelles, particulièrement intéressantes pour ce bulletin sur les appartenances. Certes, les contenus d'opinions sur les enjeux sociaux sont souvent abordés dans une perspective abstraite ou globale, mais nos répondants voient aussi des contenus plus ciblés liés à l'actualité et associés à une échelle géographique spécifique. Celle-ci est souvent transnationale (telle la pandémie), mais elle peut tout aussi souvent être située dans un pays spécifique. En particulier, lorsque ces contenus concernent un programme public (comme les fonds de pension), ils sont généralement à l'échelle québécoise ou canadienne (quoique parfois à une échelle nationale étrangère, notamment la France). Ainsi, plusieurs participants voient passer des contenus politiques ou d'actualité qui concernent le Québec ou le Canada; mais dans l'ensemble, les États-Unis et la scène internationale, de même que les enjeux sociaux plus abstraits, semblent collectivement les plus fréquents.

Les algorithmes comme agents de socialisation politique?

Les jeunes étant hétérogènes, la proportion ainsi que les échelles, les formes et la nature des contenus politiques et d'actualité qu'ils voient en ligne varient grandement d'un adolescent à un autre. Certes, nous avons trop peu de participants pour établir des liens clairs, mais nous reconnaissons néanmoins dans nos données les principaux facteurs classiques de la socialisation politique. Ainsi, la famille reste clairement un important agent de socialisation hors ligne, en particulier de l'intérêt pour le politique et l'actualité, donc de la saillance de ces

contenus dans le paysage numérique du participant. Quant au réseau de pairs, son rôle semble (évidemment) être amplifié par les médias sociaux. Toutefois, un nouvel agent de socialisation politique se profile distinctement dans nos résultats : les algorithmes de suggestions des plateformes numériques.

La prochaine étape consistera à dégager des profils pour mieux cerner cet apport des algorithmes concernant les contenus politiques. Lorsque le jeune a d'autres agents de socialisation politique, les algorithmes sont secondaires, et tendent évidemment à agir comme amplificateurs, renforçant ce que le jeune fait déjà, en proposant le même type de contenus, à des échelles similaires. Toutefois, dans les cas où le jeune ne s'intéresse pas à la politique et à l'actualité, et que son réseau familial ou de pairs ne l'y expose pas particulièrement malgré lui en ligne, les sélections de suggestions faites par chaque algorithme occupent une place centrale dans le paysage informationnel de l'adolescent; les algorithmes peuvent devenir son principal agent de socialisation politique. Certes, la plupart du temps, ce ne sont pas des contenus politiques que les algorithmes proposent au jeune qui n'est pas porté à cliquer dessus, mais lorsqu'ils le font, il s'agit soit de contenus commandités – qui sont généralement locaux dans nos données –, soit des contenus d'actualité populaires – le plus souvent américains ou globaux, et rarement québécois ni même canadiens.

Ceci n'est peut-être pas différent de ce que la télévision avait ouvert comme accès au « village global » comme

« Toutefois, un nouvel agent de socialisation politique se profile distinctement dans nos résultats : les algorithmes de suggestions des plateformes numériques. »

l'appelait McLuhan. Néanmoins, cette exposition « accidentelle » (non activement recherchée par l'individu) pourrait subrepticement entraîner une représentation élargie ou éloignée (plutôt que locale et québécoise) de la communauté politique. Une enquête longitudinale permettrait de mieux le documenter.

Références

Gallant, N., Labrecque, K., Latzko-Toth, G., et Pastinelli, M. (2020). La visite commentée : documenter les pratiques numériques par l'entretien sur traces. Dans M. Millette, F. Millerand, D. Myles et G. Latzko-Toth (dirs.), *Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative* (p. 195-210). Presses de l'Université de Montréal.

Gallant, N. (2013). Regards sur...le rôle du regard d'autrui dans la construction identitaire des jeunes. Dans N. Gallant et A. Pilote (dirs.), *Regards sur la construction identitaire des jeunes*, (p.211-230). Presses de l'Université Laval.

Gallant, N. (2021, mars). Que voient les adolescents en ligne? Socialisation politique et pratiques numériques ordinaires des adolescents au Québec (avec la participation de Alice Gaudreau et Laurence Pitre-Vézina), *Rapport de recherche remis au Centre d'études sur les médias*.

« Chiller » sur YouTube : Une exploration d'espaces adolescents socionumériques

NINA DUQUE

Chargée de cours et doctorante
Université du Québec à Montréal

À ce jour, peu d'études québécoises s'intéressent aux adolescents et YouTube. Pourtant, les jeunes et YouTube forment un couple indéniable et grandir adolescent-e de nos jours, se fait autant dans des espaces numériques que physique. Regarder, partager ou produire des vidéos fait partie intégrante des pratiques quotidiennes adolescentes (Brisson-Boivin, 2018). Parmi tous les réseaux sociaux, YouTube est la plateforme numérique la plus utilisée par les adolescents québécois (86 %) (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations [CEFRIO], 2017). Dans le but de divertir, de maintenir et développer des liens sociaux ou de découverte de soi, les jeunes naviguent sur cette plateforme constituée de vidéos, d'émissions télévisuelles, de chaînes musicales, de youtubeurs ou de pages personnelles à contenus variés (Balley et al., 2020).

Pourquoi les jeunes aiment-ils tant YouTube? Que regardent-ils? Que produisent-ils? Quelles significations ont ces pratiques? Quelles dynamiques (relationnelles, sociales, d'appartenance, etc.) propres aux ados émergent de ces pratiques? C'est dans ce contexte que se situe notre article: une réflexion à l'intersection de la culture participative (Jenkins, 2006), de la sociologie des usages (Proulx, 2015), et de la sociabilité adolescente (Pasquier, 2005). D'ailleurs, l'une des grandes particularités (et intérêt) de YouTube est qu'elle est à la fois une plateforme permettant la diffusion (et le visionnement) de produits culturels et un espace numérique de participation culturelle permettant des modes de production marginales et sous-culturelles (Burgess et Green, 2018).

L'analyse présentée est issue de notre terrain doctoral en cours (recherche qualitative), qui porte sur le lien social à l'adolescence et les pratiques numériques de jeunes Québécois âgés de 12 à 15 ans, et nous permet d'observer l'appropriation d'une plateforme numérique. Nous remarquons que les pratiques adolescentes sur YouTube se déclinent dans des espaces numériques qui sont à la fois organisés et bricolés. Nous notons trois grands espaces d'usages soit 1) des espaces « macro » qui agissent comme lieux de découvrabilité (tels une télé, un magasin ou un disquaire), 2) des espaces « mezzo » où les frontières entre les pratiques professionnelles et les productions amateurs se confondent et, finalement, 3) des espaces « micro » plus sociaux qui présentent les traits d'une culture adolescente participative locale produite par et pour les ados.

Au niveau macro, YouTube se voit transformé en un espace de découvertes. Nos participant-e-s indiquent rechercher des contenus de type « officiel » et de qualité « professionnelle » le plus souvent visionnés sur des chaînes commerciales et promotionnelles dédiées. On visionne des vidéoclips, on consulte les chaînes de youtubeurs, et l'on « *binge* » sur des séries TV et des films. Le visionnement se fait généralement seul et habituellement dans la chambre. Regarder des vidéos en ligne constitue une pratique de retrouvailles avec soi-même, un moment pour découvrir qui ils et elles sont et ce qu'ils et elles aiment. Le visionnement seul leur donne l'occasion d'écouter des contenus sur un mode plus intime et de s'immerger dans l'univers culturel de leur choix.

Au niveau mezzo, YouTube fonctionne comme un carrefour où se crée des communautés adolescentes regroupées

autour d'intérêts communs. La distinction entre les activités et les rôles des récepteurs et des diffuseurs de contenus convergent et les frontières deviennent floues (van Dijck, 2013). Les pratiques se font en mode partage et échange où les ados agissent comme curateurs de contenus. Nos participant-e-s disent avoir le sentiment d'appartenir à une communauté d'ami-e-s (même ceux et celles qui ne font que regarder sans nécessairement participer activement aux discussions). Dans ces espaces, naissent également de nouveaux rôles spécialisés. Par exemple, les *fansubbers* qui sous-titrent des séries et des vidéoclips internationaux par passion pour les repartager (souvent de façon illégale) dans leurs communautés sur YouTube. Comme le soulignent nos participant-e-s, ces adolescents *fansubbers* permettent ainsi une circulation et un partage accru des contenus au profit d'une communauté spécifique de jeunes.

Le niveau micro, troisième et dernier niveau que nous avons identifié, est de nature locale et située où les participant-e-s ont tendance à se connaître, comme ils et elles le remarquent, « dans la vraie vie ». Le type de contenu visionné et partagé est amateur et généralement produit et diffusé par les ados eux-mêmes. Par exemple, ils et elles s'improvisent youtubeurs ou font des « *cover* » des vidéoclips de leurs artistes préférés. Si cette pratique est moins populaire (pratiquée chez les plus jeunes, elle tend à disparaître avec l'âge), les vidéos réalisées reposent sur un principe d'identification à une culture adolescente de groupes de pairs et s'apparentent à un exercice de « mise en communauté » (Jenkins, 2006). De plus, si le visionnement au niveau macro, et de façon moindre au niveau mezzo, se fait de façon intime, au niveau micro, il est

résolument collectif. On visionne des clips en groupe, on partage le plaisir de se voir et de se regarder ensemble. Ceci a comme effet de maintenir et développer un sentiment d'appartenance et de communauté de groupe entre ados.

« les pratiques adolescentes sur YouTube témoignent d'une dimension sociale et relationnelle numérique contemporaine qui repose sur une proposition d'identification à un vécu partagé et à une appartenance identitaire commune. »

L'appropriation adolescente de YouTube se présente de ce fait comme un espace de rassemblement (tel un carrefour) à triple entrée où se créent des communautés de jeunes regroupées autour d'intérêts communs. Pour les ados, YouTube constitue une plateforme d'affichage et revendication d'appar-

tenances sociales et identitaires qui se déclinent selon des pratiques distinctives. Les pratiques que nous avons observées sur cette plateforme s'intègrent dans une dynamique dialogique et participative (choix du visionnage, souscription d'abonnement, création et partage de contenu original, rédaction de commentaires, etc.). En effet, une grande partie de ce que les ados font sur YouTube est profondément influencée par leur vie quotidienne hors ligne et leurs groupes de pairs. Ils et elles s'approprient la plateforme à travers des pratiques diverses selon leurs besoins, mais aussi comme un système de référence et d'inscription culturel (Burgess et Green, 2018). Au final, les pratiques adolescentes sur YouTube témoignent d'une dimension sociale et relationnelle numérique contemporaine qui repose sur une proposition d'identification à un vécu partagé et à une appartenance identitaire commune.

Références

Balleys, C., Millerand, F., Thoër, C. et Duque, N. (2020). Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes. *Social Media + Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120909474>

Burgess, J. et Green, J. (2018). *YouTube. Online Video and Participatory Culture* (2^e éd.). Polity Press.

Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations. (2017). Quel usage du Web faisaient les jeunes québécois de 12 à 25 ans en 2017? CEFRIO.

Brisson-Boivin, K. (2018). Le bien-être numérique des familles canadiennes, HabiloMédias. <http://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/publication-report/full/numerique-familles-canadiennes.pdf>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*. Éditions Autrement.

Proulx, S. (2015). La sociologie des usages, et après? *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 6. <http://rfsic.revues.org/1230>

van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.

Instagram, les millénariaux et la santé : les mots-clics et la pratique alimentaire

MONIQUE CARON-BOUCHARD

Chercheure associée

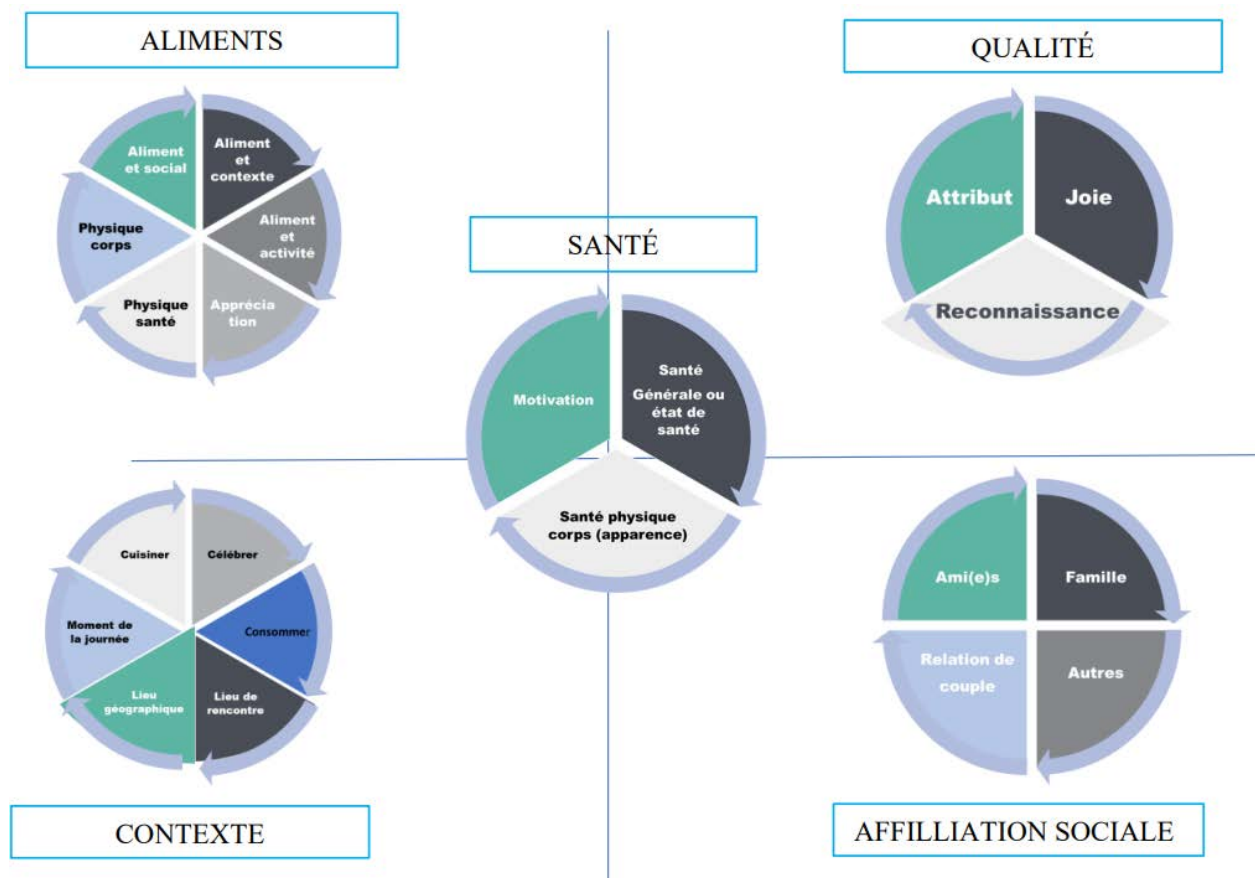
Université du Québec à Montréal

L'utilisation de la plateforme Instagram des millénariaux est très fréquente (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations [CEFRIO], 2019; Pew Research Center, 2019), notamment dans son rapport à la pratique alimentaire, la nourriture et aux plats (Holmberg et al, 2015). Notre recherche porte sur les mots-clics de la pratique alimentaire et la santé des publications Instagram. Le

vocabulaire et les expressions d'usage associés à l'expérience de la consommation alimentaire que présente l'image sont-ils porteurs d'une communication « santé »? Comment s'y exprime l'appartenance langagière des millénariaux? Interprétant le message de facture visuelle, les mots-clics prêtent une voix au non-dit, à l'émotion ressentie, à la motivation ainsi qu'à l'affiliation des protagonistes. Ils constituent un encadrement de lecture et invitent à une interaction intersubjective et à une certaine complexité entre pairs (Paillard, 2014).

« Interprétant le message de facture visuelle, les mots-clics prêtent une voix au non-dit, à l'émotion ressentie, à la motivation ainsi qu'à l'affiliation des protagonistes. »

Figure 1. Thèmes recensés et catégories lexicales



À la recherche de mots-clis

Instagram permet d'inscrire un contenu doublement contextualisé en fonction de la photo et de son annotation par les mots-clis (Jackiewicz et Vidak, 2014). Le contexte d'énonciation de mots-clis et de co-textes joue ainsi un rôle important dans l'interprétation du message. À l'aide d'un corpus de 525 publications Instagram évoquant la nourriture, les aliments ou leur consommation, 5358 mots-clis ont été découpés en champs lexicaux constitués des aliments et de leurs attributs, du contexte, des comportements sociaux, des relations sociales et de diverses composantes du bien-être physique, mental et social. La recension des mots-clis de chaque publication a été saisie avec SPSS 22 en fonction des codes attribués à chaque thème, tel que défini dans la description des composantes visuelles¹.

Le contenu de l'ensemble des mots-clis des publications a été analysé sur une base thématique puis lexicale.

Des mots pour communiquer la pratique alimentaire

C'est dans un hors circuit parental auprès de leurs pairs (Moschis, 2007, Gourmelen et Rodhain, 2016) que les jeunes tracent des instants de vie de leur pratique alimentaire sur Instagram, le lieu par excellence où être vu et le partage avec ses pairs offrent à l'internaute son propre circuit de pratique alimentaire (Stok, de Vet, de Ridder et de Wit, 2016). Le langage proposé par les millénariaux de leur expérience de pratique alimentaire se découpe en quatre thèmes : les aliments, l'affiliation, la qualité et la santé.

Aliments : Ce thème apporte peu de précisions sur le contenu. Il est possible que les composantes visuelles de la

publication Instagram illustrent suffisamment cette information, selon l'instagrammeur, et qu'il importe peu d'inscrire des précisions sur la composition des produits consommés. Les aliments des mots-clis sont les boissons et les légumes, soulignés plus souvent que les fruits. Les produits laitiers, les viandes et substituts sont peu étiquetés. Par ailleurs, le café, les aliments tels que la pizza, le burger et les desserts sont spécifiquement relevés ainsi que les produits végétariens. Les comportements hors-normes et normatifs se côtoient : *manger, choisir ses aliments, cuisiner*, mais aussi *être accro, tricher*.

Affiliation : C'est un thème rassembleur énoncé par de nombreux mots-clis. Il se démarque avec plus de précision et renforce l'affiliation contextuelle, géographique ou sociale des protagonistes. Ce thème propose

l'aspect festif, le plaisir entre pairs, la joie de vivre et la complicité de « l'entre-nous », « ensemble » tel que les mots-clics (#foodfriends #sydneyfood #polishvegan #fitnessgirl #myfitnesspal #teamfit #veganfoodshare). Les amis sont priorisés comme étant associés à ces événements de consommation alimentaire. Soulignons que l'affiliation parentale ou familiale est peu évoquée.

Qualité : Ce thème dénombre les occurrences les plus élevées de mots-clics en lien avec la santé et la vie, le plaisir et la qualité des aliments. On met en exergue ce qui est ressenti, l'expérience sensorielle et sociale. Le plaisir, la palatabilité, les qualités du gourmet et celles de l'aliment s'inscrivent comme suit : #foodporn #foodpornography #freshfood #foodcoma #instafoodie #vegansoulfood #déllicieux, #le meilleur, #cool, #agréable, #réel, #sain, #gourmet, #foodies, #frais.

Santé : Ce champ thématique comporte peu de mots-clics en lien avec la santé autre que corporelle. Ceux-ci privilégient l'aspect physique du corps, l'apparence : la force, le conditionnement physique, la perte de poids, la corpulence, le régime, la mise en forme et le modèle corporel. Le cholestérol, les protéines, les vitamines, les lipides, les glucides, le gluten ou autres nutriments et la terminologie médicale sont peu indiqués. En outre, les mots-clics jumelés aux aliments sont associés aux concepts #diète, #régime ou #veggie et #paleo, #mangersain, #healthychoices, #stayhealth, #healthyonthego, #healyoption, #healthyhabits, #healthylifestyle.

Façonnement de la norme langagière de la pratique alimentaire

Les millénariaux expriment par leurs mots-clics une transition du réel et du désiré de la pratique alimentaire. Ils cultivent surtout des référents sur la qualité du produit et l'expérience de la

consommation (Vaterlaus et al., 2015; Stok et al., 2016). Les mots-clics sur la consommation alimentaire dans lesquels la santé est privilégiée et en lien direct sont peu nombreux. En revanche, ceux-ci présentent d'une façon voilée plusieurs renvois aux saines habitudes de vie, telles que se nourrir sainement, notamment valoriser les fruits et légumes, la diversité des plats traditionnels, culturels, la palatabilité du savoureux et du délice. De plus, la qualité générale de nourriture alléchante et de raffinement est fortement indiquée (#foodporn, #foodies, #clean, #vegan, #foodgasm).

Conclusion

Instagram contribue à la circulation des pratiques alimentaires qui sous-tendent les relations de soi à autrui et d'autrui à soi. Le langage des mots-clics fixe des normes de l'expérience et ce qu'elle sanctionne dans cette relation. Le jeune internaute s'y découvre, s'identifie auprès de pairs, développe un sentiment d'appartenance et se rassure dans le partage d'un mode de vie et d'un langage. Les résultats de cette recherche exploratoire permettent de connaître le langage entre pairs ainsi que les tendances de consommation des produits et de la pratique alimentaire, et les commentaires qui y sont associés. Des recherches plus exhaustives pourraient favoriser des interventions « santé » adoptant une proximité linguistique avec les jeunes.

Références

Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (2019). Quel usage les Québécois font-ils des médias sociaux en 2018? CEFRIO NETendances.

Gourmelen, A. et Rodhain, A. (2016). *Comportement alimentaire du jeune adulte: une compréhension par la théorie du parcours de vie* [conférence]. Actes du 32^e congrès de l'Association française du Marketing, Lyon.

Holmberg, C., Chaplin, J., Hillman, T. et Berg, C., 2015. Adolescents' presentation of food in social media: An explorative, *Appetite*, 99, 121-129.

Jackiewicz, A. et Vidak, M. (2014). Études sur les mots-dièse. *Congrès mondial de linguistique française, Berlin, Allemagne*, 2033-2050. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01839605/document>

Moschis, G. (2007, mai). Life Course Perspectives on Consumer Behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 295-307. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0027-3>

Paillard, J. (2014) La « photo ordinaire » : récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur Instagram. *Sciences de l'information et de la communication*.

Pew Research Center (2019). Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/>

Stok, F. M., de Vet, M., de Ridder, D. T. D. et de Wit, J. B. F. (2016). The potential of peer social norms to shape food intake in adolescents and young adults: a systematic review of effects and moderators, *Health Psychology Review*, 10(3), 326-340. <https://doi.org/10.1080/17437199.2016.1155161>

Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C. et Young, J. A. (2015). #Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, 45, 151-157. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.013>

Note

¹ À table avec Instagram : tendances normatives de l'alimentation proposées par des adolescents et des adolescentes et des jeunes adultes. 85^e Congrès de l'ACFAS, 2017 (<https://www.slideshare.net/grmsmedias/ante/table-avec-instagram-tendances-normatives-de-l'alimentation-proposes-par-des-adolescentes-et-des-jeunes-adultes>)

L'appropriation des usages numériques des jeunes en rétrospective. Le cas des immigrant-e-s d'origine moldave à Montréal

ANNA-CHRISTINE WEIRICH

Conseillère en droit de travail

Centre de conseil Faire Mobilität, Frankfurt am Main, Allemagne

Les « technobiographies » sont des histoires de vie par rapport aux technologies (Kennedy, 2003). En tant qu'instruments de recherche, elles aident à comprendre le rôle que les technologies jouent dans la vie quotidienne. Le projet de recherche « Migration et pratiques plurilingues écrites – La communication électronique des immigrant-e-s moldaves à Montréal » (CEIMM 2020)¹ s'intéresse aux pratiques langagières écrites en ligne des personnes plurilingues en contexte de migration. La République de Moldavie est un pays d'environ 3 millions d'habitant-e-s situé en Europe de l'Est entre la Roumanie et l'Ukraine. Avec l'arrivée de plus de 500 personnes moldaves par an depuis 2007, les immigrant-e-s moldaves au Québec constituent un groupe significatif.

Pour la génération née pendant les années 1970 et 1980, les différences de parcours d'appropriation des usages numériques sont particulièrement visibles, car les ordinateurs et téléphones mobiles n'étaient pas encore répandus et faisaient progressivement leur entrée dans les vies respectives des individus à des vitesses inégales. Plutôt que de généraliser ces inégalités comme « *digital divide* » (Prensky, 2001), l'approche technobiographique permet de faire ressortir la variété des connaissances et des expériences et le fait que ces dernières sont dynamiques et toujours en changement (Barton et Lee, 2013, p. 10; Kennedy, 2003). Ainsi, les intersections des facteurs comme le genre, la race, l'âge et les moyens

économiques peuvent être prises en compte ainsi que les aspects subjectifs qui mènent à différents degrés de « technoconfiance » (Kennedy, 2003).

Le témoignage d'un-e des participant-e-s à notre recherche montre qu'en contexte de mobilité, des différences géographiques et socioéconomiques peuvent créer des inégalités d'accès à l'usage de l'ordinateur :

« Quand j'ai commencé mon diplôme en 2007, j'écrivais à la main. Mais j'ai vu que tous les autres tapaient, alors j'avais honte d'être la seule à écrire à la main. [...] Je n'étais pas si vite, mais eux, ils sont très rapides. Encore une fois, nous sommes un pas en arrière parce que nous, à l'école, nous n'avons pas commencé avec l'ordinateur à un âge très jeune. J'ai commencé avec l'ordinateur quand j'avais 21 ans, quand j'étais à Chişinău ». (Participant A8, 38 ans)

« Plutôt que de généraliser ces inégalités comme "*digital divide*" (Prensky, 2001), l'approche technobiographique permet de faire ressortir la variété des connaissances et des expériences et le fait que ces dernières sont dynamiques et toujours en changement »

Comme indiqué par la participante, la situation historique en Moldavie était particulière, notamment à cause de l'effondrement de l'Union soviétique et

de la situation politique et socio-économique très difficile, spécialement pendant la crise économique des années 1990.

Notre approche méthodologique privilégie la combinaison de différentes méthodes de collecte de données : un sondage en ligne (n = 61), des entretiens semi-structurés biographiques (n = 16) qui portent sur le parcours de migration, les biographies langagières, les technobiographies et les pratiques numériques actuelles. Ensuite, les participant-e-s ont été invité-e-s à documenter leurs activités quotidiennes pendant deux semaines et à nous revoir pour un deuxième entretien rétroactif. Pour arriver aux réflexions présentées dans ce texte, nous avons analysé les parties des entretiens portant sur les premiers usages des ordinateurs, les conditions dans lesquelles ces contacts avaient lieu et l'appropriation des compétences d'utilisation de ces moyens de communication. Les 16 participant-e-s aux entretiens sont nés entre 1974 et 1992 et immigré-e-s au Québec entre 2005 et 2016. L'âge déclaré du premier contact avec un ordinateur varie entre 7 et 28 ans. Parmi les participant-e-s, 15 personnes ont suivi des études (dont deux en informatique). Elles et ils travaillent dans des domaines très variés, mais seulement les deux hommes avec des études en informatique travaillent dans leur premier domaine de spécialisation après leur arrivée au Québec.

Quels étaient les « points d'entrée critiques vers la technologie » (« *critical entry points to technology* ») (Hawisher et Selfe, 2004) dans ces biographies?

Le premier accès à l'ordinateur a eu lieu pendant les années 1990 et 2000 en République de Moldavie, une période qui était marquée par de grandes difficultés économiques. En raison des prix élevés des ordinateurs et des salaires minimes, l'achat d'un ordinateur était très difficile, voire impossible. Plusieurs personnes racontent qu'elles ont épargné de l'argent pendant une période de temps significative, que les parents sont partis travailler à l'étranger ou que c'était leur propre migration de travail qui a finalement permis d'acheter un ordinateur. Pour trois personnes, la possibilité d'acheter la technologie à l'étranger était décisive. D'autres ont acheté leur premier propre ordinateur au Canada où cela semblait indispensable pour répondre aux besoins administratifs de l'organisation de leur séjour.

Comme lieux de premier contact avec l'ordinateur, tou-te-s mentionnent l'école et des cours d'informatique (plutôt théoriques) équipés d'ordinateurs peu puissants et peu nombreux. Les cafés Internet ont été fréquentés, entre autres comme lieu de travail pendant les études sous des conditions de travail très difficiles (et dispendieuses). Les études étaient marquées par des asymétries entre exigences et infrastructure où il était obligatoire de taper le mémoire à l'ordinateur sans avoir toutefois accès à un poste de travail avec ordinateur pour accomplir cette tâche. Les études étaient alors le moment décisif pour plusieurs de se procurer un ordinateur, mais d'autres se partageaient un

ordinateur avec des collègues ou ami-e-s. D'autres fréquentaient des cafés Internet ou devaient payer d'autres personnes pour taper leur travail de fin d'études. Pour ceux et celles qui avaient le privilège de posséder leur propre ordinateur ou qui avaient les connaissances pour en utiliser un, cela présentait un avantage qui pouvait être commodifié – sous forme de vente de services ou comme avantage sur le marché de travail. Pendant les entretiens, certain-e-s participant-e-s ont fait le lien entre leur biographie par rapport aux technologies et les circonstances socioéconomiques. L'un des participant-e-s décrit comment son intérêt pour l'informatique s'est développé, notamment dans des conditions économiquement difficiles, qui l'obligeaient à réparer son ordinateur :

« Après 6 mois, l'ordinateur est tombé en panne. Mon père était très fâché avec nous, mon frère et moi, parce que du point de vue financier, cela avait été énormément d'argent, à cette époque, autour de 1 000 dollars. Pour cette somme, tu pouvais acheter un appartement au village. Par peur ou par volonté de récupérer notre faute, nous avons pris l'initiative, nous avons appelé des gens et nous avons commencé à réparer. À la fin, nous avons réparé l'ordinateur et avec cela est venu l'intérêt de faire ceci, d'essayer cela... » (Participant A2, 33 ans)

Ces exemples montrent comment certain-e-s participant-e-s ont réussi à transformer les circonstances sociales et historiques en apprenant et en obtenant accès aux technologies, même sous des conditions difficiles. Leur succès dépend des « passerelles » ouvertes vers la technologie comme les écoles, les lieux de travail et les familles : « plus les gens ont ouvert de passerelles vers elles, plus ils sont susceptibles, au cours de leur vie, d'acquérir et de développer des bagages efficaces de compétences en littératie numérique et de valoriser ces connaissances technologiques » (« *the more gateways people have open to them, the more likely they are, over their lifetimes, to acquire and develop effective sets of digital literacy skills and to value these literacies of technology* ») (Hawisher et Selfe, 2004, p. 670).

Références

Barton, D. et Lee, C. (2013). *Language online: Investigating digital texts and practices*. Routledge.

Hawisher, G. E. et Selfe, C. L. (2004). Becoming Literate in the Information Age: Cultural Ecologies and the Literacies of Technology, *College Composition and Communication*, 55(4), 642-692.

Kennedy, H. (2003). Technobiography: Researching Lives, Online and Off. *Biography* 26(1), 120-139.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.

Note

¹ Le projet est financé par la Fondation Volkswagen (Allemagne).

Pratiques numériques et appartenances des jeunes croyant-e-s

MYLÈNE DE REPENTIGNY-CORBEIL

Directrice générale de l'organisme Les 3 sex*
et diplômée de la maîtrise
Université du Québec à Montréal

CATERINE BOURASSA-DANSEREAU

Professeure
Université du Québec à Montréal

Les recherches récentes portant sur les technologies numériques montrent que les jeunes les intègrent dans toutes les sphères de leurs vies. Certain-e-s chercheur-e-s, tels que Todaro et al. (2018), Davis (2016) et Bui (2013) se sont penchés sur les usages de ces jeunes concernant la sexualité pour la recherche d'informations, pour certaines pratiques sexuelles ou en matière de prévention et d'intervention. Parallèlement, différentes recherches ont mis en lumière le rôle des technologies dans l'intégration sociale des immigrant-e-s, notamment concernant la place d'Internet et des médias sociaux dans leurs trajectoires identitaires (Wang et Abosag, 2019; Agbogli et al., 2013; Millette et Proulx, 2013). Ces enjeux ont constitué l'une des thématiques majeures de notre projet de recherche portant sur la sexualité et les stratégies de négociation identitaire chez les jeunes montréalais-e-s de deuxième génération d'immigration. Nous nous sommes notamment posé la question suivante : comment les réseaux sociaux numériques permettent-ils la création de liens d'appartenance pour les jeunes croyant-e-s de deuxième génération d'immigration? Cet article présente quelques résultats des entretiens individuels et groupes de discussion que nous avons menés auprès d'une cinquantaine de jeunes âgé-e-s de 18 à 30 ans.

Partage d'expériences, discussions et débats

Les réseaux sociaux numériques permettent aux jeunes croyant-e-s de deuxième génération d'immigration de discuter, d'échanger et de se « rassurer » concernant les questionnements d'ordre sexuel. Ils peuvent favoriser la mise en place de discussions et de débats relatifs aux démarches, motivations et interprétations religieuses articulées à leurs représentations ou pratiques sexuelles. Il y est également possible d'entamer ou de participer à des débats ou des discussions sur des sujets houleux, comme l'épanouissement sexuel des femmes, le féminisme et l'islam, l'importance différenciée de la sexualité selon le genre, etc. Les réseaux sociaux peuvent également être les terrains de débats et de discussions quant aux interprétations des textes religieux, entre personnes de même confession ou entre confessions différentes :

« Des fois, j'ai des débats de théologie avec des protestants. [Par exemple, j'ai discuté avec une personne] sur un site qui s'appelle gotquestions.org qui est un site, dans le fond, qui essaie d'expliquer certains passages de la bible ». (Diego¹, 25 ans, homme, chrétien)

Selon les participant-e-s, même si les débats s'enveniment parfois, ils permettent tout de même de s'informer et de faire avancer ou de réaffirmer leurs idées. Christine, participante aux entretiens individuels, mentionne notamment démarrer régulièrement des discussions sur des sujets religieux sur ses réseaux sociaux. Quant à Hussein et Sophie, également participant-e-s aux entretiens, ils ont témoigné de l'importance des échanges et partages

sur les réseaux particulièrement pour les personnes LGBTQ+ croyantes. En effet, les témoignages de personnes musulmanes LGBTQ+ ont notamment aidé Hussein à accepter son homosexualité :

« Je voyais des gens qui partageaient leurs expériences et je voyais qu'on était tous similaires, qu'il y avait plein de gens qui disaient "tu peux être homosexuel et religieux quand même" ». (Hussein, 22 ans, homme, musulman)

À travers les témoignages de jeunes pouvant vivre des expériences similaires, les participant-e-s peuvent alors engager une réflexion identitaire à la suite de ces liens d'appartenance positifs. Lire, partager et participer à ce type de témoignages permettent de mieux comprendre, d'accepter, voire de s'affirmer sur certains enjeux touchant la sexualité.

« Les réseaux sociaux peuvent ainsi mener à la création de liens de solidarité et de soutien entre personnes croyantes, issues de l'immigration et parfois membres des communautés LGBTQ+. »

Création de liens de solidarité

Les réseaux sociaux peuvent ainsi mener à la création de liens de solidarité et de soutien entre personnes croyantes, issues de l'immigration et parfois membres des communautés LGBTQ+. Dans l'ensemble, ils peuvent aider et apporter des conseils, en plus de contrer

un sentiment de solitude et d'isolement, notamment à travers la création de liens, de groupes ou de communautés.

« Il y a un site Reddit qui s'appelle AskReddit. C'est quelqu'un qui pose des questions, puis toute la communauté qui répond. Il y a des questions comme "comment t'as fait ton coming out?" ou "quelle est ta technique préférée?" ». (Ilyes, 21 ans, homme, musulman)

Nos participant-e-s mobilisent ces réseaux d'appartenance pour explorer les façons de concilier leurs éléments identitaires différenciés ou contradictoires (notamment liés à leur religion et à leur sexualité) et valider des pratiques sexuelles ou religieuses en lien avec ces réflexions.

Éducation sexuelle et religieuse: recherche d'informations

En raison du partage et de la divulgation d'informations relatives à la sexualité, les réseaux sociaux peuvent compléter les cours d'éducation sexuelle habituels pour les croyant-e-s de deuxième génération d'immigration. Lorsque la sexualité est difficilement abordée au sein des familles et communautés, notamment religieuses et culturelles, ils peuvent être particulièrement utiles. Les participant-e-s ont mentionné avoir trouvé des informations en lien avec la sexualité sur ce qui est permis et interdit dans la religion qu'ils et elles pratiquent et avoir obtenu de l'information jugée

fiable par l'intermédiaire de contenus publiés par des personnalités religieuses se prononçant sur des enjeux divers. Ainsi, selon la grande majorité des participant-e-s des groupes de discussion et des entretiens individuels, Internet et les réseaux sociaux peuvent être utiles afin de s'informer sur des sujets liés à la santé, à la religion et/ou à la sexualité : réflexions féministes, enjeux et réalités des personnes LGBTQ+, contraception et consentement, positions et pratiques sexuelles, etc. Cette recherche d'information prend place à travers les différents groupes et communautés en ligne, où les participant-e-s se sentent à l'aise de s'informer.

Conclusion

Les pratiques et représentations de la sexualité des jeunes adultes s'arriment à diverses conceptions, injonctions et pressions sociales. Fortement influencées par la culture populaire, mais également par des mouvements sociaux mettant en exergue notamment les pluralités de parcours et de croyances, les conceptions et compréhensions de la sexualité des jeunes adultes semblent être en constante évolution. Cette évolution s'articule notamment aux réseaux sociaux numériques. En effet, les jeunes croyant-e-s de deuxième génération d'immigration peuvent les utiliser à des fins informatives et de partage d'expériences, mais surtout afin de trouver des groupes et commu-

nautés qui leur ressemblent et au sein desquels ils et elles peuvent échanger sur différents aspects de leur sexualité.

Références

- Agbobli, C., Kane, O. et Hsab, G. (2013). *Identités diasporiques et communication*. Presses de l'Université du Québec.
- Buhi, E. R., Klinkenberger, N., Hughes, S., Blunt, H. D. et Rietmeijer, C. (2013). Teens' Use of Digital Technologies and Preferences for Receiving STD Prevention and Sexual Health Promotion Messages, *Sexually Transmitted Diseases*, 40(1), 52-54.
- Davis, M. J., Powell, A., Gordon, D. et Kershaw, T. (2016). I Want Your Sext: Sexting and Sexual Risk in Emerging Adult Minority Men, *AIDS Education and Prevention*, 28(2), 138-152.
- Millette, J. et Proulx, S. (2013). Médias et transnationalité: le rôle des médias et d'Internet dans la trajectoire identitaire de jeunes (18-25 ans) issus de l'immigration. Centre d'études sur les médias.
- Todaro, E., Silvaggi, M., Aversa, F., Rossi, V., Nimbi, F.M., Rossi, R. et Simonelli, C. (2018). Are Social Media a problem or a tool? New strategies for sexual education, *Sexologies*, 27(3), e67-e70.
- Wang, W. et Abosag, I. (2019). Do immigration and social media facilitate or inhibit cognitive acculturation? The role of individual dialecticism in dual-focused cultural stimuli evaluation, *Technological Forecasting & Social Change*, 145, 523-531.

Note

¹ Les prénoms indiqués dans cet article ont été modifiés par des pseudonymes à des fins de préservation de l'anonymat et de confidentialité.