

2m 11.2663.1

Université de Montréal

Appropriation par les jeunes d'un site Internet jeunesse

Par

Audrey Martin

Département de communication

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures

En vue de l'obtention du grade de

Maître ès sciences (M.Sc.)

En communication

Août 1998

© Audrey Martin, 1998



1.533.156

P
90
U54
1998
V.010

Université de Montréal

Appréciation par les jurés d'un site Internet

Par

André Marin

Département de communication

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures

en vue de l'obtention du grade de

Maîtrise en sciences (M.Sc.)

en communication

Avril 1998

© André Marin 1998



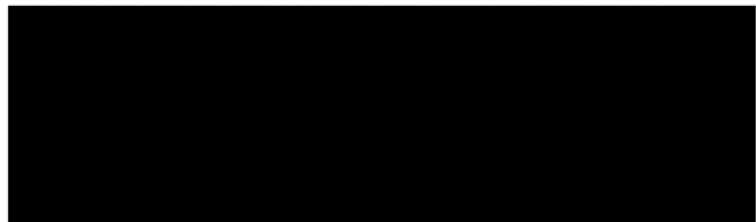
Université de Montréal
Faculté des Études supérieures

Ce mémoire intitulé

Appropriation par les jeunes d'un site Internet jeunesse

Présenté par
Audrey Martin

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes :



Mémoire accepté le : 20. 10. 1998

Sommaire

Lorsque des enfants s'intéressent à une nouvelle technologie comme l'Internet, il arrive souvent que l'on s'inquiète des effets néfastes qu'elle pourrait entraîner. La présente recherche ne vise pas à évaluer l'impact du *Net* sur la vie des enfants, mais plutôt à comprendre ce qu'ils y font et pourquoi ils y vont; particulièrement lorsqu'ils consultent des sites jeunesse comme celui de la SRC.

La nouveauté du phénomène Internet, a imposé le choix d'une approche qui tienne compte des différents aspects de cette innovation; ce qui fait que l'on a construit le cadre théorique en s'inspirant à la fois des recherches faites sur la télévision et sur l'ordinateur puisque le *Net* est à la fois tributaire de l'informatique pour fonctionner et qu'il est aussi un médium de masse. Les données requises pour l'étude ont été recueillies de deux façons : par le biais d'un questionnaire informatisé sur le site des émissions jeunesse pour le volet quantitatif et par le biais d'entrevues pour le volet qualitatif.

En tout, après avoir effectué un filtrage¹, 333 questionnaires ont été retenus et de ce nombre une dizaine de jeunes et leur famille ont été choisis afin de participer aux entrevues. L'âge moyen des répondants était 12 ans, la scolarité moyenne des jeunes était la sixième année du primaire, la majorité avaient au moins un frère ou une sœur et la moitié des jeunes disaient habiter la grande région du Montréal métropolitain. La période d'administration du questionnaire s'est déroulée du 9 décembre 1996 au 6 janvier 1997 et les entrevues ont été réalisées entre le 28 mars et le 6 mai 1997.

On est conscient que les jeunes interrogés ne sont pas vraiment représentatifs de l'ensemble des enfants québécois du même âge. En fait, ils sont des adopteurs précoces; il reste que les données recueillies à leur sujet sont valables sans toutefois être applicables à tous les jeunes du Québec. L'analyse des résultats a tout de même

¹ Pour des détails concernant les modalités de filtrage, veuillez vous référer au chapitre de méthodologie.

permis de saisir que la principale raison qui pousse les jeunes à fréquenter le *Net* est le divertissement que cette activité leur procure. Si on se fie aux dires des répondants, il semblerait que leurs parents ne leur donnent pas vraiment de consignes strictes sur l'emploi du *Net* et qu'ils ne les surveillent pas pendant la navigation. Toutefois, le «laissez-faire» permis par les parents est accompagné d'une contrainte simple; les jeunes sont avertis qu'ils ne doivent pas accéder à certains sites, sous peine plus ou moins explicite de punition.

Cette étude se voulait exploratoire et se concentrait uniquement sur les usagers du *Site Internet des émissions jeunesse de la SRC*. On ne peut donc pas étendre les résultats obtenus à l'ensemble des jeunes internautes québécois. Toutefois, il s'agit tout de même d'un premier pas dans un univers qui jusqu'à maintenant avait été peu étudié.

Table des matières

Sommaire	iii
Table des matières	v
Liste des tableaux	viii
Liste des figures	xi
Remerciements	xii
Dédicace	xiii
Introduction	1
Qu'est-ce que l'Internet ?	6
Le <i>Net</i> en chiffres au moment de l'étude	9
Chapitre 1 : Contexte théorique	13
Problématique	14
Revue de la littérature	16
Un médium largement étudié : la télévision	17
Le médium électronique par excellence : l'ordinateur	23
Cadre interprétatif	27
Chapitre 2 : Méthodologie	32
La méthode de recherche	33
Univers étudié : <i>le site des émissions jeunesse de la SRC</i>	34
Premier instrument de mesure : le questionnaire	35
Second instrument de mesure : l'entrevue	39
Chapitre 3 : Analyse des données	44
1 - Le questionnaire	45
1.1 – Profil socio-démographique	47
1.2 – Profil de l'écoute télévisuelle	50

1.3 – Profil de l'utilisation de l'ordinateur	53
1.4 – Profil de l'utilisation de l'Internet	55
1.5 – Intérêt envers l'Internet	61
1.6 – Appréciation du <i>site des émissions jeunesse de la SRC</i>	64
2 – Les entrevues	71
2.1 – Les intérêts et les occupations	72
2.2 – Le niveau des connaissances technologiques	77
2.3 – La relation Internet-plaisir-motivation	81
2.4 – La conception et la perception de l'Internet	82
2.5 – Le contexte entourant l'utilisation coutumière de l'ordinateur familial et de l'Internet	84
2.6 – Le contexte social et familial	87
2.7 – Le contexte scolaire	91
Chapitre 4 : Discussion	97
Montant de consommation	99
La place des médias dans le temps libre des jeunes	99
Contexte de consommation des médias	102
L'environnement familial	102
L'environnement social des jeunes	108
L'environnement scolaire des jeunes	110
Le type de contenu préféré	111
Le type de relation au contenu	112
Le <i>Net</i> comme outil d'apprentissage	114
La situation des filles sur le <i>Net</i>	115
Chapitre 5 : Conclusion	117
Bibliographie	124
Annexe	xiv

Figures reliées à l'analyse des résultats	xv
Structure du site des émissions jeunesse de la SRC	xvii
Protocole téléphonique de recrutement	xx
Protocole d'entrevue	xxi
Portrait des familles et plans de la pièce où se trouvait l'ordinateur familial	xxiii
Exemplaire du questionnaire utilisé sur le site	xxviii

Liste des tableaux

Tableau 1.1.1 – Répartition de l'échantillon selon le nombre de frères et sœurs	48
Tableau 1.1.2 – Répartition de l'échantillon selon le lieu de résidence	49
Tableau 1.2.1 – Répartition de l'échantillon selon la fréquence d'écoute des émissions jeunesse de la SRC	50
Tableau 1.2.2 – Répartition de l'échantillon selon les trois émissions jeunesse que les répondants disent regarder le plus souvent à la SRC	51
Tableau 1.3.1 – Répartition de l'échantillon selon les lieux possibles d'accès à un ordinateur	54
Tableau 1.3.2 – Répartition de l'échantillon selon le lieu d'accès à l'ordinateur le plus souvent utilisé	54
Tableau 1.4.1 – Répartition de l'échantillon selon les lieux possibles d'accès à l'Internet	55
Tableau 1.4.2 – Répartition de l'échantillon selon le lieu d'accès à l'Internet le plus souvent utilisé	56
Tableau 1.4.3 – Répartition de l'échantillon selon l'accompagnement lors de la navigation sur le <i>Net</i>	57

Tableau 1.4.4 – Répartition de l'échantillon selon la période écoulée depuis l'abonnement à un service Internet	57
Tableau 1.4.5 – Sites Internet préférés les plus souvent cités.....	59
Tableau 1.4.6 – Répartition de l'échantillon selon les sujets des sites Internet préférés	60
Tableau 1.4.7 – Raisons d'appréciation pour les trois premiers sites identifiés comme étant préférés	61
Tableau 1.5.1 – Répartition de l'échantillon selon la préférence à naviguer sur le <i>Net</i> plutôt que de regarder la télévision	62
Tableau 1.5.2 – Répartition de l'échantillon selon la raison de navigation sur le <i>Net</i>	62
Tableau 1.5.3 – Changements les plus intéressants que les jeunes voudraient voir apporter à l'Internet	63
Tableau 1.6.1 – Répartition de l'échantillon selon le moyen ayant révélé l'existence du site de la SRC	64
Tableau 1.6.2 – Répartition de l'échantillon selon ce que les répondants disaient préférer sur le site jeunesse de la SRC	65
Tableau 1.6.3 – Répartition de l'échantillon selon ce que les répondants disaient aimer le moins sur le site jeunesse de la SRC	66

Tableau 1.6.4 – Répartition de l'échantillon selon ce que les répondants disaient vouloir retrouver sur le site jeunesse de la SRC	67
Tableau 1.6.5 – Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de signets pour accéder au site jeunesse de la SRC	68
Tableau 1.6.6 – Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de signets pour accéder directement à une des huit émissions du site jeunesse de la SRC	68
Tableau 1.6.7 – Résultats de tous les compteurs pour toute la période d'administration du questionnaire	69
Tableau 2.1 – Distribution familiale des familles interviewées	71
Tableau 2.2 – Plans des pièces où se trouvait l'ordinateur familial	89

Listes des figures

Figure 1.1.1 – Répartition de l'échantillon selon le niveau de scolarité 48
Figure 1.2.1 – Répartition de l'échantillon selon le taux d'écoute télévisuelle du lundi au vendredi 52
Figure 1.4.1 – Distribution du temps accordé à l'Internet pour l'ensemble des répondants 58
Figures en annexe	
Figure 1 – Répartition de l'échantillon selon l'âge xv
Figure 2 – Répartition de l'échantillon selon le taux d'écoute télévisuelle durant la fin de semaine xv
Figure 3 – Répartition de l'échantillon selon le temps accordé à l'ordinateur xvi

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier le directeur de ce mémoire, M. André H. Caron, pour ses judicieux conseils et la confiance qu'il a su montrer tout au cours de l'élaboration de ce projet.

Il me faut aussi souligner la précieuse collaboration qu'a apporté la Société Radio-Canada, en la personne de Michel Lavoie qui m'a proposé dès le lancement du site des émissions jeunesse son aide et son encouragement afin de réaliser une étude sur ce nouvel attribut de la société d'État. Je tiens aussi à remercier Chantal Rousseau et Marc Sabongui qui se sont investis dans cette recherche et qui n'ont pas ménagé les heures supplémentaires pour me rendre service.

Enfin, cette étude n'aurait pu être réalisée sans l'aide de Stéphane Roy qui s'est dévoué à la programmation du questionnaire de façon bénévole.

À Stéphane qui m'a supportée tout au long de mes études,
À Marie-Jeanne qui m'a encouragée tout au long de ma vie.

Introduction

L'an 2000 est à nos portes et lorsqu'on regarde en arrière sur le siècle qui se termine, plusieurs personnes voient surtout cette période comme un moment privilégié, particulièrement riche en développements technologiques de toutes sortes. On n'a qu'à penser au télégraphe, à la voiture, à l'avion, à la radio, à la télévision, à l'ordinateur, etc. Chacune de ces inventions a, à sa façon, changé le quotidien de bien du monde, spécialement en ce qui a trait à la vitesse des échanges communicationnels.

La plupart de ces innovations, mais plus particulièrement les médias de masse, ont fait l'objet de recherches assez approfondies par des scientifiques. Parmi ces recherches, on en retrouve un bon nombre qui se sont penchées sur le rôle des médias dans la vie des enfants. Au cours des dernières décennies, plusieurs études ont été réalisées sur l'influence de la télévision sur l'enfant (Dorr, 1986; Rosengren et Windhal, 1989; Signorielli, 1991), l'interaction enfant et ordinateur (Chen et Paisley, 1985; Elkjaer, 1992; Fife-Shaw et al., 1986; Giacquinta et Lane, 1990; Simonson et Thompson, 1990; Turkle, 1984), l'usage de l'ordinateur en classe (Carey et Gall, 1985; Deringer, 1986; Kirkman, 1993; Papert, 1994), etc. On s'interroge de manière générale sur la capacité de ces médias à influencer l'enfant, l'aider dans sa compréhension du monde, occuper son quotidien, et ainsi de suite. Mais, depuis environ cinq ans, une application informatique fait particulièrement parler d'elle, il s'agit de l'Internet¹.

L'arrivée d'une nouvelle application ou d'une nouvelle technologie semble toujours inquiéter certains parents qui ont peur de son potentiel à influencer négativement les enfants; l'Internet n'y échappe pas. Lors des débuts des ordinateurs domestiques, Turkle (1984) expliquait que les parents se méfiaient de ces machines car leur présence venait modifier la symbolique habituelle de ce que représente l'enfance. La

¹ On l'appelle aussi le *Net*. En fait, c'est depuis l'arrivée du *World Wide Web* (ou *WWW*) qu'on entend parler de l'Internet. Il arrive souvent qu'on confonde les deux. Le *WWW* n'est qu'une des nombreuses facettes du *Net* puisque ce dernier offre une variété d'autres services (courriers, babillards, discussions, etc.). Lorsqu'on navigue sur le *Web* on peut accéder à des sites où le contenu est présenté à l'aide de graphiques, de sons, de vidéos, etc. et on peut se déplacer en cliquant simplement sur un mot ou sur une icône (hyperliens).

vision traditionnelle de l'enfance, ce sont des enfants qui jouent à l'extérieur avec des amis et qui n'apprennent à lire qu'en débutant l'école. Lorsqu'il y a un ordinateur à la maison et que les enfants s'y intéressent, il arrive qu'ils passent plus de temps à l'intérieur que leurs prédécesseurs qui n'avaient pas accès à cette technologie. De plus, s'ils veulent utiliser l'appareil, ils doivent apprendre les rudiments de l'écriture afin d'arriver à interagir avec ce qui se passe à l'écran. Ces changements de comportements étaient à l'origine des inquiétudes des parents lors de l'apparition des ordinateurs; il est possible que les parents d'aujourd'hui conservent les mêmes appréhensions.

Lorsqu'on se penche sur l'Internet comme champ de recherche, on se retrouve devant un problème quant au type d'approche théorique à adopter. La tradition de recherche en communication de masse s'est souvent penchée sur les journaux, la radio et la télévision comme objet d'étude que ce soit sous des angles politiques, sociaux ou économiques. Mais, comme certains chercheurs le font remarquer, à mesure que la technologie change et que les médias convergent, les catégories de recherches doivent devenir plus flexibles (Morris et Ogan, 1996). Ce qui revient à dire que les méthodes traditionnelles de recherche doivent être revues de façon à développer des méthodes de travail qui tiennent plus compte du contexte entourant l'utilisation du média. Si l'on reprend la pensée de Morris et Ogan, il serait plus profitable pour l'étude de l'Internet de concevoir une recherche intégrée qui tiendrait compte de ses différents aspects.

Poole et Jackson (1993) font aussi remarquer que :

“ the emergence of new technologies...which combine aspects of both interpersonal interaction and mass media, presents something of a challenge to communication theory. With new technologies, the line between the various contexts begins to blur, and it is unclear that models based on mass media or face-to-face contexts are adequate” (dans Morris et Ogan, 1996, p.40).

On a supposé, en regard de ces observations, qu'un cadre théorique qui tient compte de plusieurs champs d'études connexes serait un bon point de départ pour réaliser une recherche sur l'Internet.

Pour les besoins de la cause, on a pensé s'inspirer des études faites sur la télévision et sur l'ordinateur afin de créer un cadre théorique tenant compte des divers aspects de ce médium. L'Internet partagerait plusieurs caractéristiques avec ces deux technologies; et puisqu'elles ont été largement étudiées par le passé, elles présentent une bonne base de départ pour tenter de comprendre ce qui attire les jeunes vers cette innovation.

L'ordinateur est généralement utilisé sur une base individuelle; c'est le jeune face à la machine. Il y a donc une relation plus personnelle au contenu. Mais l'ordinateur ne donne pas un contrôle complet à ses jeunes utilisateurs; ils sont limités dans leurs choix aux programmes enregistrés sur leur ordinateur ou sur les disquettes et cédéroms. Toutefois, le choix d'un logiciel parmi ceux offerts sur l'ordinateur familial, ainsi que le choix du moment de l'utilisation représentent une certaine forme de contrôle, prise en charge par les jeunes. Lorsqu'ils utilisent l'ordinateur, les jeunes doivent être proactifs, ce sont eux qui initient l'action; s'ils veulent jouer à un jeu particulier, ils doivent aller chercher le programme en question et le mettre en marche.

L'Internet utilise l'ordinateur comme plate-forme d'accès et donc, il est en partie tributaire des caractéristiques de son hôte. Le *Net* comme l'ordinateur, permet d'avoir un certain contrôle sur le contenu désiré et requiert l'interaction des jeunes pour fonctionner; si le jeune ne fait pas de recherche, rien ne se passe à l'écran. Toutefois, en ce qui concerne le choix, le *Net* se distingue de l'ordinateur en présentant un océan de possibilités; presque tous les sujets y sont disponibles, il suffit de demander. En fait, par son mode de fonctionnement, le *Net* ressemble surtout aux innovations venues se greffer à l'ordinateur au cours des dernières années, comme les cédéroms, le multimédia, etc., mais il s'en distingue en étant, en quelque sorte, un média de masse, comme la télévision.

“La communication de masse... se réfère à l'utilisation de la technologie par des spécialistes pour répandre de grandes quantités d'informations à une masse physiquement dispersée” (Lang, Kurt and Lang - dans Hénot, 1978). Cette définition met en valeur le grand point commun qu'ont l'Internet et la télévision; les deux médias permettent de transmettre à plein de gens des informations à distance. Toutefois, là s'arrête la comparaison. La télévision est un média qui ne permet pas à ses usagers de véritablement choisir ce qu'ils veulent regarder; le choix des téléspectateurs doit se faire parmi une grille établie à l'avance. Même si les spectateurs ont accès à plus d'une centaine de canaux, il reste que le contrôle est plus entre les mains des diffuseurs que des spectateurs; ce sont les stations qui décident quelle émission va passer à quel moment et non pas ceux qui regardent.

Le niveau d'activité ou d'interaction avec la télévision est toujours un sujet de controverse. Certains chercheurs comme Lazarsfeld et Katz ou Katz, Gurevitch et Haas (respectivement les auteurs de la théorie du *two-steps flow* et de l'approche des « *Usages et Gratifications* ») disent que les téléspectateurs sont très engagés, actifs dans la relation d'écoute alors que d'autres chercheurs comme Lasswell (auteur du modèle de l'aiguille hypodermique) disent qu'il n'en est rien. Souvent, il arrive que l'on caricature les gens qui regardent souvent la télévision comme étant des “*couch potatoes*” ou des légumes de salon, donc des gens qui sont peu actifs face au média. L'image qu'on se fait des utilisateurs d'ordinateurs n'est pas la même; ils semblent plus dynamiques. Cette différence entre leurs degrés d'implication porte à pencher quelque peu en faveur d'une perception plus passive des téléspectateurs comparativement aux utilisateurs d'ordinateurs.

Donc, contrairement à la télévision, le *Net* permet à l'utilisateur de choisir tout à sa guise le sujet qui lui plaît et ce n'est pas l'émetteur qui choisit le temps où aura lieu la consultation, mais bien l'utilisateur. De plus, sur le *Net* les gens peuvent être à la fois le producteur du message s'ils créent leurs sites personnels ou les usagers lorsqu'ils consultent les autres sites; alors qu'avec la télévision ce sont seulement les stations qui émettent des messages.

On peut donc concevoir le *Net* à la fois comme une extension de l'ordinateur et comme un autre média de masse, toutefois, il s'agit d'une technologie un peu plus complexe. Dans la partie qui suit, on tentera d'expliquer ce qu'est plus exactement le *Net*, d'où il vient, etc.

Qu'est-ce que l'Internet ?

Le *Net* est né en 1969 avec le projet de la Défense américaine ARPANET (*Advanced Research Project Agency*) qui visait à développer un système de communication ininterrompu entre les autorités (Guédon, 1996). Ce phénomène n'est donc pas récent, contrairement à ce que certaines personnes peuvent penser. "Le réseau des réseaux" a donc commencé lorsqu'on a relié avec succès - en 1970- les différents laboratoires répartis dans quatre universités (SRI, UC-Los Angeles et Santa Barbara- et Utah). Mais la véritable arrivée de l'Internet a eu lieu en 1974 : "avec la publication des protocoles de base IP (Internet Protocol) et TCP (Transmission Control Protocol) Cerf et Kahn avaient signé l'acte de naissance de l'Internet"(Guédon, 1996, p.40). Avec le temps, le réseau s'est peu à peu démocratisé et c'est cette ouverture qui lui a permis de prendre un peu plus d'expansion.

Le réseau, dans un premier temps, a grandi tranquillement; en 1983 il n'y avait que 500 "hôtes" (*host*) et en 1987 il s'était étendu jusqu'à 28 000 hôtes. Depuis, l'Internet a connu une rapide évolution. Aujourd'hui on compte plus de 4,8 millions d'hôtes dans le monde (*The Economist*, 1995). Tous les chiffres que l'on peut produire ne sont en fait que des approximations, car il est virtuellement impossible d'évaluer le nombre exact de personnes qui se trouvent sur le réseau tant son étendue est vaste.

On parle de l'Internet presque à tout vent dès qu'il est question de communication impliquant un ordinateur relié à d'autres par le biais d'une ligne téléphonique; il y a pourtant des nuances à faire. L'Internet est en fait une appellation qui regroupe un ensemble de services (de réseaux); il chapeaute notamment : le *World Wide Web* (WWW) qui permet d'accéder aux documents (souvent multimédias) à l'aide de fureteur (*browser*); les *Newsgroups* qui sont en fait des babillards électroniques; l'IRC (*Internet Relay Chat*) ou le *Talk* qui permettent aux utilisateurs de "dialoguer" par écrit en temps réel; le FTP (*File Transfert Protocol*) qui agit un peu comme les fureteurs et donne la chance de rapatrier des logiciels et fichiers; et aussi le *E-mail* (courrier électronique). Le *Net* comprend d'autres services un peu moins connus ou utilisés tels que le *CU-seeme* qui permet par le biais d'une petite caméra fixée à l'ordinateur de communiquer par vidéoconférence avec d'autres usagers; ou encore les MUD (*Multi-User Dungeons*), MOO (*Multi-User Object-Oriented Environnement*) qui sont des espaces de conversations où l'utilisateur joue un rôle ou se retrouve dans un endroit spécial (p. ex. : grotte, palais, toilettes, etc.) (Guédon, 1996).

Comme on peut le voir, l'Internet est en fait un amalgame de fonctions diverses. Certaines personnes peuvent être portées à penser que des services commerciaux en ligne (ou COLS - *Commercial OnLine Services*) tels que *America On Line*, *CompuServe* ou *Prodigy* font partie de l'Internet alors qu'il n'en est rien. Il s'agit, en réalité, de réseaux privés qui offrent parmi une gamme de services, des accès à l'Internet (surtout pour le WWW).

December (1996) a tenté d'expliquer ce qu'est la communication sur le *Net*; il nomme cela "*Internet-based computer-mediated communication*". Il définit ce nouveau type de communication comme suit :

"Internet-based computer-mediated communication involves information exchange that takes place on the global, cooperative collection of networks using the TCP/IP protocol suite and the client-server model for data communication. Messages may undergo a range of time and distribution manipulations and encode a variety of media"

types. The resulting information content exchanged can involve a wide range of symbols people use for communication.”(p.24)

Cette définition peut sembler obscure pour quelqu'un qui ne connaît pas l'Internet. Lorsque December parle des réseaux globaux et coopératifs qui utilisent le protocole TCP/IP et le modèle client-serveur, il désigne par-là, l'ensemble des ordinateurs reliés entre eux par modems et qui fonctionnent tous selon un même langage véhiculaire (transmission des données) peu importe le « *operating system* » que les ordinateurs utilisent (p. ex. : UNIX, VAX, Windows, etc.) (Guédon, 1996).

Que les messages puissent subir des changements dans le temps, dans leur distribution et soient encodés par différents médias peut se comprendre assez facilement. En fait, l'Internet ne serait pas un média selon la définition ci-haut, mais des médias : “*the Internet cannot be considered to encompass a single medium, but consist of a range of media*”(December, 1996, p.17). Sur le *Net*, (par le biais du *WWW*) un peu comme sur les hypermédias, on peut encoder et décoder l'information en utilisant différents types de médias tels que le texte, les graphiques, les sons, la vidéo et les fichiers exécutables (December, 1996). Les “pages *Web*” qu'on retrouve sur le *Net* peuvent être mises à jour régulièrement - tous les jours (i.e. journaux) ou même plusieurs fois par jour (p. ex. : cotes de la Bourse) - d'où la manipulation temporelle permise par la technologie. La distribution de l'information, quant à elle, est traditionnellement fixe et statique (p. ex.: magazine), l'utilisateur ne peut que l'utiliser de façon linéaire; alors que sur le *Web*, grâce aux hyperliens “la structure des segments du texte est indéfiniment “réorganisable” en fonction des choix du lecteur”(Guédon, 1996, p.58).

Il y a aussi, selon December, un contexte culturel particulier sur le *Net* avec des traditions culturelles et des symboles. Il donne un bon exemple de ce que peuvent être des symboles utilisés pour communiquer quand il fait allusion aux *smilies* qui sont utilisés pour représenter des émotions (p. ex. : :-) heureux,):-(fâché).

On comprend maintenant un peu mieux ce qu'est l'Internet; on peut donc dire rapidement qu'il s'agit d'un système composé de réseaux d'ordinateurs reliés entre eux qui permettent de véhiculer de l'information par différentes routes et de les acheminer à l'adresse de l'utilisateur. On connaît maintenant la technologie qu'est le *Net*, mais que sait-on sur les gens qui y naviguent ? On tentera, dans la partie qui vient, d'évaluer l'étendue de l'utilisation de l'Internet et de cerner qui en sont les utilisateurs.

Le *Net* en chiffres au moment de l'étude

Le *Net* connaît actuellement une véritable expansion, il y a chaque jour de nouvelles personnes qui viennent rejoindre les rangs des internautes. Avancer des estimations pour l'ensemble de la population du *Net* reste une tâche plutôt approximative; on peut donner des ordres de grandeur, mais il serait difficile de compter un à un les utilisateurs. Quoiqu'il en soit, des chiffres sont avancés. Selon certains (Admedia, 1997), la population globale des internautes s'élevait à environ 102 millions de personnes à la fin de 1996; il s'agit d'un bond prodigieux depuis 1995 où l'on estimait à un peu plus de 20 millions le nombre de personnes qui utilisaient l'Internet à travers la planète (*The Economist*, 1995).

Il semblerait que ce soit aux États-Unis que la plus grande partie des usagers du *Net* se trouve. Environ la moitié de tous les internautes seraient Américains, car selon Nielsen (Admedia, 1997), le nombre de personnes utilisant l'Internet aux É-U tournerait autour de 50,6 millions. Ce chiffre est légèrement inférieur aux estimations du *Emerging Technology Research Group*, qui, à la suite de plusieurs centaines d'interviews, a évalué à environ 60 millions le nombre d'internautes adultes américains (ETRG, 1997). Il semblerait donc que, malgré sa diffusion à l'échelle mondiale, le *Net* reste d'abord et avant tout une technologie fréquentée par les Américains.

Le nombre de foyers américains reliés à l'Internet était évalué en 1997, à environ 22 millions permettant ainsi à 10 millions d'enfants de naviguer directement à partir de la maison. Toutefois, la population totale d'enfants américains allant sur le *Net* s'élèverait en tout à 20 millions (ETRG, 1997).

Les médias traditionnels (télévision, journaux, revues, etc.), par l'insistance qu'ils mettent à en parler, donnent souvent l'impression que l'Internet est fort répandu et que plusieurs personnes y ont accès. Toutefois, dans les faits, il n'y a, pour le moment, qu'une petite partie de la population canadienne qui est suffisamment équipée, du point de vue technique, pour pouvoir profiter de l'Internet.

Au Canada, le taux de pénétration de l'ordinateur dans les ménages (tous types confondus) était de 36% (ou 4,2 millions de foyers) en 1997, soit une hausse de 4% comparativement à l'année précédente. Statistique Canada estimait à 13 % (ou 1,5 millions de ménages) le nombre des foyers canadiens qui avaient accès à l'Internet à partir de la maison en 1997; alors qu'à la même période l'an dernier leur nombre était de 7,4% ou (844 000 foyers) (Statistique Canada-*Net*, 1997; Statistique Canada, 1996a).

Toujours selon Statistique Canada, en 1996, les familles ayant des jeunes de moins de 18 ans étaient plus nombreuses à posséder des ordinateurs. Dans les ménages unifamiliaux avec des enfants de moins de 18 ans, le taux de pénétration de l'ordinateur était de 44,6 % (ou 1,7 millions de foyers) et le branchement à l'Internet était été présent dans environ 9,4% des foyers (ou 355 000 ménages unifamiliaux avec enfants de moins de 18 ans) (Statistique Canada-*Net*, 1997; Statistique Canada, 1996b). Il semblerait donc que la présence des enfants dans les foyers canadiens incite les parents à se procurer des outils informatiques et ce, probablement, dans le but d'offrir de meilleures opportunités d'étude et de carrière à leur progéniture.

En ce qui à trait au taux de pénétration de l'informatique au Québec, il semble varier en fonction des sources que l'on consulte. Statistique Canada estimait à 719 000 le

nombre de foyers québécois qui possédaient un ordinateur en 1996, soit 24% des ménages de la province et évaluait le taux de pénétration de l'Internet dans les familles à 4% (ou 123 000 foyers) (Statistique Canada, 1996a). Pour sa part le Centre francophone de recherche en informatisation des organisations (CEFRIO), après avoir réalisé plus de 1 600 entrevues, indiquait que le nombre de ménages québécois possédant un ordinateur était aussi de 24 %, mais le nombre de familles branchées au *Net* s'élevait à 6% (CEFRIO, 1997). Statistique Canada et le CEFRIO avaient des estimations semblables qui pouvaient s'expliquer par le fait que la période de cueillette de données s'est déroulée en 1996 pour les deux études. Une autre étude présente des estimations différentes², mais la cueillette de données a eu lieu en février 1997. Le rapport du MIQ (Multimédia-Internet-Québec, 1997) qui regroupe plusieurs organismes tels que Bell Canada, le Ministère de la Culture et des Communications, Industrie Canada et plusieurs autres, - à l'aide d'un sondage téléphonique auprès de plus de 1000 personnes au début de 1997- a calculé que le pourcentage de foyers québécois ayant un ordinateur domestique était de 31,5% (ou 868 000) et qu'environ 9,3% (ou 256 000) des ménages du Québec étaient abonnés à l'Internet. Toutefois, ce qu'on remarque à travers ces données, c'est que presque toutes les études menées sur la population fréquentant l'Internet s'intéressent au plus de 15 ans. On délaisse souvent les enfants alors qu'ils représentent un segment de la population qui navigue lui aussi et dont il serait intéressant de suivre l'évolution.

La situation des internautes québécois serait particulière. De par sa nature majoritairement francophone, le Québec se distingue des autres provinces du pays et des États-Unis. La barrière de la langue serait une barrière à l'accès de l'autoroute de l'information. Les foyers anglophones québécois seraient deux fois plus nombreux à s'abonner à un service d'accès à l'Internet que les foyers francophones; 16,2% des familles anglophones seraient reliées au *Net* contre seulement 7,9% chez les ménages francophones (MIQ, 1997). Malgré la grande quantité de contenu anglophone qui se

² Toutes comparaisons seraient hasardeuses car les dates de publication des documents ne sont pas représentatives des dates de cueillette de données. La date où les réponses des répondants ont été recueillies est importante car il est fort possible que le parc informatique québécois et le nombre de foyers québécois branchés sur le *Net* aient augmenté entre 1996 et 1997.

retrouve sur l'Internet, il y aurait tout de même 25,8% de la population du Québec qui y aurait déjà navigué, ce qui représente environ 1,3 millions de personnes. Quant à l'utilisation qui est faite de l'Internet, Industrie Canada (1996) estimait que les utilisateurs canadiens et américains de 16 ans ou plus, passaient en moyenne, 5h28 par semaine à naviguer. Ce laps de temps serait largement supérieur au temps moyen passé par les internautes québécois sur le *Net*. Les Québécois consacraient environ 8,5 h par mois à l'utilisation de l'Internet ou un peu plus de deux heures par semaine (MIQ, 1997). Les différences des plages de temps accordées au *Net* s'expliquent difficilement, puisque les méthodes utilisées par les deux organismes semblent fiables, mais la prudence voudrait que l'on se fie un peu plus aux données de Statistique Canada qui a une bonne expertise dans ce domaine.

On peut maintenant mieux comprendre la place qu'occupe l'Internet dans l'univers social. En fait, il s'agit à peine des débuts de cette technologie, car il y a encore une majorité de gens qui n'y ont pas accès. Toutefois, il s'agit d'une manifestation technologique assez importante pour qu'on lui accorde une attention particulière.

Chapitre 1

Cadre théorique

Problématique

L'étude qu'on se propose de faire cherche à comprendre l'utilisation que les enfants peuvent faire d'un site qui leur est directement dédié, tel celui des *Émissions jeunesse de la SRC*³. **En fait, le but de cette recherche est double.** On désire d'une part, comprendre l'achalandage et l'utilisation de ce site particulier afin de mettre à jour l'usage que les enfants en font de façon à établir si la relation qu'il y a entre la télévision et l'Internet en est une de compétition ou de complémentarité. D'autre part, on tentera de comprendre et d'explorer les besoins et les motivations des enfants lorsqu'ils se servent d'une technologie telle que l'Internet. On essaiera en quelque sorte de circonscrire les caractéristiques qui peuvent influencer la consultation du site afin de dégager une image globale du type d'utilisateur qui y circule. Il existe plusieurs définitions différentes pour décrire les enfants, mais, dans le cas présent, on s'intéressera aux jeunes de la fin du primaire.

Au primaire, les jeunes ont appris à lire et à écrire ainsi qu'à collaborer et coopérer les uns avec les autres. L'environnement significatif des jeunes durant la scolarité primaire est formé par la famille, le voisinage, les professeurs et les compagnons de classe. À 11 ou 12 ans, les jeunes ne sont pas encore très sélectifs au chapitre de leurs amitiés; ils considèrent 50% de leurs pairs comme étant des "amis", 25% comme des "meilleurs amis" et 25% comme des "non amis" (Cloutier et Renaud, 1990).

Les enfants de 11-12 ans sont à un stade important de leur développement cognitif, ils terminent la période des opérations concrètes et s'apprentent à passer à celle des opérations formelles. C'est Piaget (Cloutier et Renaud, 1990; Santrock, 1989) qui a développé cette approche des stades successifs de la cognition après avoir observé

³ Le choix du *Site des émissions jeunesse de la Société Radio-Canada* qui a été inauguré en mars 1996, n'est pas fortuit. La division des émissions jeunesse a accepté de collaborer avec la chercheuse en lui permettant d'avoir accès directement au site et d'y recueillir des données auprès de ses usagers. Toute l'étude a été "chapeauté" par le *Groupe de Recherche sur les Jeunes et les médias* qui a bien voulu l'intégrer dans le cadre de ses activités de recherche.

des enfants et avoir noté les changements qui s'opéraient chez eux en grandissant. Le stade des opérations concrètes commence vers 6 ou 7 ans et se termine vers les 11 ou 12 ans. Pendant cette période, les jeunes développent progressivement leurs habilités de groupement d'opérations logico-arithmétiques (p. ex.: classification) et spacio-temporelles (p. ex. : distance), mais ils doivent toujours penser en s'appuyant sur du concret, une représentation perceptuelle du problème comme un dessin ou une photo (Cloutier et Renaud, 1990). Avec le temps, leur pensée deviendra plus abstraite et ils n'auront plus besoin de représentation, ils pourront alors passer au stade des opérations formelles (Santrock, 1989). On désirait rencontrer des jeunes de 11-12 ans parce qu'ils étaient capables de s'exprimer facilement, n'avaient pas encore de fortes allégeances à un groupe de pairs particulier et qu'ils avaient un bagage informatique assez solide.

Les jeunes qui consultent le *Site des émissions jeunesse de la Société Radio-Canada* ont accès à plus de 110 pages de contenu qui sont régulièrement mises à jour. Lorsqu'ils visitent le site jeunesse de la SRC, ils arrivent sur la page mère qui donne accès : à un mot de bienvenue audio-vidéo de l'animatrice vedette des émissions jeunesse de la station, à un raccourci qui permet d'avoir directement accès aux nouveautés de la semaine, ainsi qu'à huit émissions diffusées par la SRC (le site sera décrit plus en détail au chapitre suivant).

La Société d'État lors de son implication dans le projet avait des questions qu'elle désirait soumettre à ses jeunes navigateurs. Tout d'abord, la SRC voulait savoir qui étaient plus exactement les jeunes qui fréquentaient son site (i.e. âge moyen, scolarité, sexe, etc.). Évidemment, il était important de savoir si ces jeunes écoutaient leurs émissions et à quelle fréquence. Mais ce n'est pas seulement l'aspect radiodiffusion qui intéressait Radio-Canada; la société voulait aussi se renseigner auprès des jeunes sur leur appréciation générale du site et sur leur source d'information quant à l'existence même du site. En fin de compte, la SRC désirait avoir un portrait d'ensemble du public qui visite son site et un feed-back direct de son

auditoire ce qui lui permettrait de développer un contenu plus conforme aux attentes de ses visiteurs.

Si la SRC voulait avoir un portrait-robot des navigateurs fréquentant son site, la chercheuse et le *Groupe de recherche sur les jeunes et les médias* (GRJM) projetaient d'essayer de comprendre les raisons et les motifs poussant ces jeunes à aller sur le *Net*. On désirait identifier les facteurs qui influencent ou incitent la navigation en s'intéressant aux types de sites préférés par les jeunes, aux lieux d'utilisation de l'ordinateur et de branchement à l'Internet, à leur type d'écoute télévisuelle, etc. Mais, en plus d'évaluer les motivations des jeunes navigateurs, il semblait important d'établir si l'arrivée de ce nouvel outil informatique venait modifier l'importance de la télévision dans le cadre des activités quotidiennes des enfants.

On se doit de signaler que le *Net* pose quelques défis aux chercheurs. Par sa nouveauté et sa technicité, il soulève beaucoup de questionnements quant au type d'approche à privilégier pour l'analyser. La partie qui suit permettra de faire la lumière sur les considérations qui ont été prises en compte lors de la présente recherche.

Revue de la littérature

Il semble que parmi les gens qui s'intéressent à l'Internet, il y ait un bon nombre d'enfants. Les enfants et leur intérêt en ce qui touche les développements technologiques suscitent habituellement beaucoup d'attention de la part des chercheurs. Toutefois, en ce qui concerne les jeunes et l'Internet, on retrouve encore peu d'études publiées qui discutent ou analysent leurs comportements et leur utilisation de ce nouvel instrument informatique.

Au fur et à mesure que se développent de nouvelles technologies, les chercheurs semblent utiliser les modèles de recherche établis pour les technologies existantes

(télévision et ordinateur) pour expliquer les usages et les effets des nouveaux médias. Dans le cadre de la présente recherche, on tiendra compte de certaines considérations théoriques, mais sans se fier à un seul et unique modèle.

Un médium largement étudié : la télévision

Selon le *Groupe de recherche sur les jeunes et les médias* (1997), les jeunes d'âge scolaire passent en moyenne environ 20 heures par semaine devant le poste de télévision. Si l'écoute de la télévision est reconnue comme étant l'une des activités les plus importantes des jeunes, on en sait peu par contre sur la place qu'occupe la navigation sur le *Net*. On peut se demander si le temps alloué à la télévision sera écourté pour faire place à l'Internet ou encore si c'est le temps passé habituellement sur l'ordinateur qui en écoperà.

L'écoute télévisuelle est relativement stable depuis les cinq dernières années (GRJM, 1997). Mais, étant donné l'augmentation des activités connexes reliées à la télévision (p. ex. : consoles de jeux vidéo, rubriques interactives sur « Vidéoway », etc.), il devient plus difficile de suivre les déplacements temporels entre les différentes composantes. On a une estimation du nombre d'heures d'écoute de la télévision mais non celle de son utilisation totale en tenant compte de tous les appareils qui y sont branchés. Toutefois, on sait déjà, que l'usage de l'ordinateur a déplacé le temps alloué à l'écoute télé (Chen et Paisley, 1985; Roger, 1986; Deringer, 1986) et une étude réalisée par le "*Emerging Technologies Research Group*" le confirme en révélant que les enfants écoutent moins la télévision dans 64% des maisons équipées d'ordinateurs et ce pourcentage passe à 75% lorsqu'il y a un équipement multimédia et à 88% lorsqu'il y a un accès à l'Internet (Lieberman, 1996). La présence du *Net* influera-t-elle sur le temps accordé à l'ordinateur ? Quel est le type de consommation médiatique habituelle des jeunes ? Les jeunes navigateurs d'Internet sont-ils des plus grands consommateurs de médias en général que leurs confrères non-branchés du

même âge ? Ce sont là quelques-unes des questions auxquelles on tentera de répondre.

La télévision n'est pas seulement un médium technologique qui permet de transmettre des informations d'une institution impersonnelle vers un public anonyme; la télévision est aussi un médium social (Lull, 1988).

“According to modern conception, “uses” of media are observable evidences of the audience’s control over the content and receptive instrument of mass communication...mass media can also be viewed as important and uniquely employed social resources in interpersonal communication systems. They are handy expedients which can be exploited by individuals and family units to serve their personal needs, create practical relationships and engage the social world” (Lull, 1990, p.29).

Les membres de l'auditoire peuvent reprendre à leur compte le contenu qu'ils regardent et s'en servir pour partager un nouveau savoir entre eux et construire des stratégies pour réaliser différents objectifs personnels et sociaux.

Cette perspective sociale permet de voir la télévision comme un outil de développement pour l'enfant, puisqu'elle peut l'aider à comprendre le monde dans lequel il vit en lui montrant ce qui s'y passe (i.e. le petit journal, les débrouillards) ou tout simplement lui apprendre à lire et à écrire en lui présentant des mots et les illustrations correspondantes (i.e. *Sesame Street*, *Passe-Partout*). Le message télévisuel ne veut donc rien dire tant qu'il n'a pas été interprété par les jeunes téléspectateurs et cette interprétation du message est leur et ils en font ce qu'ils veulent.

Toutefois, l'écoute de la télévision ne serait pas automatiquement gage d'apprentissage. Schram, Lyle et Parker (Signorielli, 1991) ont postulé que les enfants à qui l'on avait présenté la télévision comme étant un médium de fantaisie avaient plus de difficulté à concevoir son apport éducationnel. Les jeunes peuvent apprendre de la télévision, mais encore faut-il qu'ils en perçoivent la possibilité. Le contenu doit alors être présenté de façon à ce que les enfants sachent qu'il y a des choses à apprendre. Le contenu est spécialement susceptible d'augmenter ou de

diminuer l'intérêt des jeunes (Dorr, 1986). Si les jeunes ont accès à des sujets qui les intéressent particulièrement, on peut penser que leur intérêt sera soutenu.

Il est possible que le *Net* soit un aussi bon agent de socialisation que la télévision. De par sa forme, qui se plie à tous les modes d'apprentissage (visuels, auditifs ou même kinésiques), l'Internet représente un outil qui peut évoluer au rythme de l'enfant et se modeler à sa façon de consulter les informations; il n'est pas linéaire et rigide, ce qui pourrait permettre à l'enfant d'apprendre plus rapidement. En plus, le *Net* offre une multitude de sujets à consulter et donne la possibilité aux jeunes de communiquer entre eux; ce qui leur permet d'explorer le monde sans quitter la maison. Les jeunes navigateurs peuvent avoir des correspondants tout autour de la planète et apprendre de première main comment se déroule la vie dans un pays étranger; leur socialisation ne serait plus locale; elle deviendrait planétaire.

À travers leur consultation de l'Internet, il serait intéressant de découvrir si les jeunes cherchent avant tout des contenus qui leur permettent de s'informer et d'apprendre quelque chose de nouveau ou s'ils préfèrent simplement naviguer en n'ayant aucun but spécifique en tête, tout simplement pour s'évader.

Quoiqu'il en soit, Signorielli (1991) souligne que le principal usage que les enfants font de la télévision est relié à l'amusement, au divertissement. Mais il y aurait en fait, six raisons pour lesquelles les enfants regardent la télévision : pour passer le temps, pour relaxer, pour s'exciter, pour avoir de la compagnie, pour apprendre et pour oublier (Rubin- dans Signorielli, 1991). Les enfants utilisent-ils l'Internet pour les mêmes raisons qu'ils regardent la télévision ? Et si c'est le cas, le principal usage qu'ils font du *Net* est-il aussi de nature ludique ? On tentera de le savoir.

La famille et sa relation avec les médias électroniques de divertissement ont été au centre d'une étude réalisée par un groupe de chercheurs australiens. Le but de l'étude visait notamment à cerner les activités durant le temps libre des jeunes, les

inquiétudes parentales par rapport aux médiums électroniques ainsi que les habitudes et règles familiales entourant leur utilisation. Cupitt et Stockbridge (1996), ont réalisé leur étude en deux volets; d'une part, ils ont fait des focus groups avec 80 parents, enfants et adolescents pour le volet qualitatif de la recherche et d'autre part, ils ont réalisé un sondage auprès de 743 parents et autant d'enfants et d'adolescents pour le volet quantitatif. Les chercheurs, lors de cette étude, ont notamment découvert que la télévision accaparait environ 33% du temps libre des jeunes.

L'étude du temps libre des jeunes est une variable qui serait importante puisque selon Morley (1988) on doit essayer de comprendre l'usage qui est fait de la télévision en considérant les activités de détente qu'elle complète ou contre lesquelles elle entre en compétition. Selon Cupitt et Stockbridge (1996) à part l'écoute de la télévision, les jeunes participaient surtout à sur des activités de divertissement non-électroniques, ils préféraient passer plus de temps à aller se promener (11% du temps libre), à faire leurs devoirs (11%), à jouer en général (10%), à faire du sport (8%) ou à écouter de la musique (7%). Les auteurs concluent que les divertissements électroniques n'ont pas totalement remplacé les activités traditionnelles que les jeunes font pour passer leur temps libre. Il serait donc sage d'en faire autant avec le *Net* et d'évaluer l'importance que cette technologie revêt aux yeux en la mettant face aux autres activités pratiquées et préférées par les jeunes.

Les activités que les jeunes accomplissent ainsi que l'usage qui est fait des médias, sont souvent soumis à des règles. Les règles familiales déterminent partiellement les relations interpersonnelles entre les différents membres de la famille. L'écoute de la télévision est souvent autoritairement permise ou interdite comme forme de récompense ou de punition. *“Rules for viewing may involve at least the amount of television viewed at home, the time when television is viewed, program content, program selection process, activities which accompanies viewing, reward or punishment...(Lull, 1990, p.68)”*. On peut classer les règles familiales en trois classes différentes. Premièrement, il y a les règles habituelles; ce sont celles que les parents imposent d'emblée, qui sont rarement discutées et sur lesquelles les enfants ont peu

d'influence. En second lieu, il y a les règles paramétriques qui permettent aux enfants de prendre des décisions personnelles, mais à l'intérieur de limites établies à l'avance par les parents. Il y a finalement les règles tactiques qui sont développées par l'ensemble de la famille pour réaliser des objectifs personnels ou interpersonnels qui existent au-delà du contexte de la consommation média (p. ex. : un couple qui utilise la télévision pour maintenir une relation satisfaisante). On peut penser que les règles familiales entourant l'usage du *Net* seront surtout du type habituelles ou paramétriques dans la mesure où ce sont souvent les parents qui prennent les décisions lorsque les jeunes vont encore à l'école primaire.

À propos des règles familiales, on apprend dans l'étude de Cupitt et Stockbridge (1996) qu'il y a autant de directives quant au contenu et au temps pouvant être accordé à la télévision, tandis que pour l'ordinateur, il y a plus de règlements sur le temps que sur le contenu. Les raisons les plus souvent citées pour les limites de temps sont que les jeunes doivent d'abord avoir fini leurs devoirs avant d'accéder à l'appareil et qu'ils ne peuvent plus l'utiliser après une certaine période. Si les parents imposent ces limites temporelles c'est pour encourager leur enfant à pratiquer d'autres activités et pour décourager un usage abusif des médias de divertissement domestiques. Les parents qui limitent l'usage des médias à cause de leur contenu le font surtout pour contrer les mauvais effets que ces derniers pourraient engendrer chez leur progéniture (tels que les mauvaises habitudes, les abus de langage et les idées néfastes) par la violence et le niveau de contenu sexuel qui les accompagnent.

Toutefois, l'adoption et l'intégration d'une innovation à l'intérieur d'un foyer ne se font pas toujours facilement. Lull (1988) a remarqué à propos de l'arrivée du lecteur de vidéo cassette que "*the machine becomes part of the "media ensemble" requiring families to adapt and to construct a new "media world", where the new option is incorporated into the existing patterns of media activity and into daily life generally*" (p.254). L'addition de la vidéo amènerait donc plus de contrôle sur l'écoute ce qui changerait l'expérience de l'écoute elle-même. Les nouvelles possibilités viennent compliquer la dynamique des relations interpersonnelles; l'arrivée du nouvel appareil

peut amener des conflits quant à l'enregistrement et à l'écoute d'émissions ou encore à la location de cassettes. Parfois, il arrive qu'il n'y ait qu'une seule personne qui sache faire fonctionner la vidéo, alors toute la famille doit faire appel à l'expert en titre pour enregistrer une émission. Lorsqu'il n'y avait que la télévision, les choix disponibles étaient limités; et c'était la possession de la télécommande ou encore l'autorité d'une personne qui décidait de la chaîne à regarder. Avec la vidéo, il peut y avoir des conflits sur l'émission à regarder, celle à enregistrer, sur les cassettes à louer et sur leur ordre de diffusion. Les membres de la famille apprennent à s'entendre, à faire des compromis ou usent de leur autorité pour imposer le mode d'utilisation de la nouvelle technologie. On peut penser que la situation sera peut-être semblable avec l'arrivée du *Net*, le contrôle de l'utilisation de l'ordinateur viendrait probablement modifier les relations interpersonnelles entre les membres de la famille.

Dans l'environnement familial, la télévision occupe souvent une place centrale, le poste est habituellement situé de façon à ce que toute la famille puisse en bénéficier; on le retrouve souvent dans la salle familiale au premier plancher. L'appareil est généralement placé dans un coin ou contre un mur, face à l'entrée la plus utilisée (Lindlof et al., 1988). Toutefois, en ce qui concerne le *Net*, il est fort possible qu'il n'occupe pas une place aussi centrale. Après tout, il s'agit d'un appareil coûteux auquel il faut donc faire attention; de plus, il sert souvent comme outil de travail pour les parents. Il est possible qu'il soit installé dans une pièce un peu plus isolée où il y a moins de bruit et de distraction, comme un bureau ou encore une chambre. Mais, il est aussi possible que l'appareil soit placé dans une pièce plus passante de façon à ce que les parents puissent voir ce qui se passe à l'écran et intervenir le cas échéant.

Il demeure que malgré les ressemblances qu'il y a entre la télévision et le *Net*, ce dernier est avant tout un média dépendant entièrement de l'informatique. On verra donc maintenant certaines des particularités de l'ordinateur qui sont peut-être applicables à l'Internet.

Le médium électronique par excellence : l'ordinateur

L'usage de l'ordinateur par des enfants n'est pas aussi simple qu'on voudrait bien le croire; contrairement à la radio ou à la télévision, il n'y a pas d'apprentissage sans une base minimale d'alphabétisation. L'apprentissage se fait lorsqu'on peut raccrocher un savoir nouveau à ce qui nous passionne déjà; les régions froides de l'esprit se réchaufferaient au contact des régions chaudes (Papert, 1994). Si les enfants se passionnent un tant soit peu pour l'ordinateur, il y a fort à parier qu'ils s'efforceront d'apprendre tout ce qu'ils peuvent afin de pouvoir utiliser l'appareil comme ils le désirent.

En fait, il semblerait que les enfants qui sont exposés aux médias interactifs tôt dans leur développement, pourraient être motivés à acquérir les habilités cognitives et les connaissances nécessaires, incluant la lecture et les principes d'utilisation de l'ordinateur, à un âge plus hâtif (Chen et Paisley, 1985). Ce qui revient à dire que si un enfant découvre l'ordinateur en bas âge, l'intérêt que le médium susciterait chez lui serait suffisant à l'encourager à "s'alphabétiser" plus tôt que les jeunes du même âge. De plus, étant donné que plusieurs jeunes qui utilisent l'ordinateur trouvent qu'il s'agit d'une expérience intrinsèquement plaisante (Chen et Paisley, 1985), il est possible qu'ils soient plus disposés et qu'ils aient plus de facilité à apprendre que les jeunes qui n'ont pas accès aux ordinateurs ou ceux qui n'aiment pas en utiliser. L'ordinateur en lui-même, de par les usages qu'il permet, serait en quelque sorte une invitation à l'apprentissage.

On dit souvent que les enfants ont une grande soif de savoir et ceux qui utilisent l'ordinateur considèrent que la connaissance (informatique et générale) touchant à ce médium leur appartient à eux, tout autant qu'à leurs parents, professeurs, aînés, etc.; et les jeunes partagent leurs découvertes entre eux, ce qui leur permet de faire profiter les autres de leur savoir (Turkle, 1984). Il est possible que les enfants partagent aussi leurs connaissances sur l'Internet en signalant quels sont les sites qui valent la peine

d'être visités ou non, qui contiennent des renseignements intéressants, etc.; il sera important de le vérifier.

Les variables techniques du *Net* ont été discutées dans une partie précédente (voir *Qu'est-ce que l'Internet ?*), les motifs entourant l'utilisation du *Net* restent, quant à eux, inexplorés. Si on fait un parallèle avec l'ordinateur, Chen et Paisley (1985) disent que les jeunes seraient motivés à l'utiliser par 4 caractéristiques qui sont : le défi, le contrôle, la fantaisie et surtout le succès. L'ordinateur permet donc aux jeunes de se prendre en main, ce qui leur permet d'avoir la maîtrise d'un domaine de leur vie et une meilleure opinion d'eux-mêmes. Il est concevable que ces 4 caractéristiques auront aussi un impact en ce qui concerne l'utilisation de l'Internet.

On perçoit souvent les enfants comme des personnes actives qui aiment interagir et l'ordinateur le leur permet; dans la mesure où ils peuvent écrire, dessiner, jouer à volonté, alors qu'en comparaison, d'autres médias tels que la télévision sont un peu plus passifs. Le *Net* peut être fort intéressant pour les jeunes puisqu'ils peuvent directement interagir avec ce qui se passe à l'écran. Au toucher du clavier ou de la souris, les enfants déclenchent une avalanche de réponses qui viennent sous forme de texte, de sons, d'images, etc., mais plus encore, ils peuvent instantanément être en contact avec des milliers de gens; ils peuvent converser avec presque n'importe qui et leur réponse est immédiate. Il sera important de vérifier auprès des jeunes si le contact avec d'autres personnes et la facilité à consulter l'information est pour quelque chose dans leur plaisir d'aller naviguer sur le *Net*.

Le *Net*, permet à ses usagers d'interagir à leur guise avec le contenu; toutefois, le concept d'interactivité va un peu plus loin que la simple communication entre deux personnes ou deux parties. "Le concept d'interactivité comprend deux éléments, soit la variable technique du médium qui permet cette interactivité et la variable "motivationnelle" qui fait référence à "la volonté de l'utilisateur de s'impliquer dans le fonctionnement bi-directionnel du système" (Bélanger, dans Van der Maren, 1993, p.11).

Si on en sait encore peu sur les motivations qui poussent les jeunes à aller sur le *Net*, on a une idée de l'utilisation qui est faite de l'ordinateur à l'intérieur des foyers. Kirkman (1993), a fait une étude sur des jeunes et leur utilisation de l'ordinateur familial. Après avoir réalisé un sondage auprès de 200 élèves britanniques de 8ème année, il a découvert que 93% d'entre eux utilisaient l'ordinateur familial pour s'amuser avec des jeux, 25% l'utilisaient pour faire du traitement de texte, 21% pour programmer, 9% pour s'exprimer artistiquement (i.e. dessiner) et 2% pour faire de la publication et autant pour la musique. Environ 60% des jeunes interrogés par Kirkman ont même dit utiliser l'ordinateur uniquement pour s'adonner aux jeux. Le divertissement serait donc le principal motif qui pousse les jeunes à se servir de l'ordinateur familial.

Dans une recherche faite au début des années 90', portant sur 51 familles américaines (Giacquinta et Lane, 1990), les chercheurs ont remarqué que même si les jeunes de ces foyers avaient accès à des logiciels académiques, ils utilisaient surtout l'ordinateur pour s'amuser avec des jeux, ils ne s'en servaient que rarement à des fins scolaires. D'autres études (Fife-Schaw et al., 1986; Carey et Gall, 1986; Schall et Skeele, 1995) vont dans le même sens et tendent à statuer que l'ordinateur serait surtout pour les jeunes un objet de divertissement. On peut supposer qu'il en va de même avec l'Internet et que l'usage premier vise l'amusement. Néanmoins, on est en droit de se demander, quel est le type d'usage que les jeunes feront de l'Internet en tant que tel. Utiliseront-ils le *Net* pour faire des recherches de type scolaire, rechercher des renseignements sur des sujets qui leurs sont chers ou tout simplement pour s'amuser ?

Il est possible que l'utilisation du *Net* varie en fonction du sexe des internautes. Certaines recherches tendent à démontrer que les filles sont enclines à utiliser l'ordinateur comme un outil productif plutôt que comme un divertissement. Les filles utiliseraient davantage l'ordinateur pour faire du traitement de texte alors que les garçons sont plus intéressés à s'amuser à des jeux ou à programmer (Kirkman, 1993;

Shashaani, 1994). Il est pensable que les filles utilisent avant tout l'Internet de façon plus utilitaire, pour s'informer ou comme un outil de recherche supplémentaire, et que les garçons y naviguent pour s'amuser et s'évader.

La différenciation sexuelle est très perceptible dans le domaine informatique et les stéréotypes avancent que ce territoire est un jouet pour les hommes, comme le sont la plupart des médias de divertissement (Lull, 1988). Un chercheur danois s'est intéressé au problème du peu de représentation féminine dans les classes d'informatique. Dans sa recherche exploratoire, Elkjaer (1992) a d'abord trouvé que les jeunes des deux sexes choisissaient de prendre le cours pour les mêmes raisons (intérêt dans la matière, pour un emploi futur), puis que les filles n'avaient pas plus de problèmes avec la matière que les garçons, mais elles étaient plus portées à poser des questions; ensuite qu'elles concevaient la classe comme une scène où les garçons interagissaient, ils avaient besoin de se montrer et elles non. Le chercheur en arrive à la conclusion que ce sont les stéréotypes qui retiennent les filles hors des cours d'informatique, car elles ont autant les capacités que les garçons pour y réussir. D'autres chercheurs emboîtent le pas en disant qu'il y a moins de filles en informatique aussi à cause du manque de mentor (*role model*) féminin, du fait que les jeux vidéo sont avant tout développés pour les garçons et que ces derniers ont plus d'accès aux ordinateurs et reçoivent plus d'encouragements (Chen et Paisley, 1985). Il faudra vérifier sur le *Site des émissions jeunesse de la SRC* si la situation est la même que celle décrite par les chercheurs ou si on fait face à une nouvelle tendance qui voit autant de filles que de garçons s'intéresser à la navigation sur l'Internet.

Toutes les interrogations soulevées durant cette revue de la littérature nous obligent à trouver un cadre interprétatif qui permette d'articuler la recherche autour de certains thèmes qui seront à la fois utiles pour poser les questions et pour en analyser les réponses.

Cadre interprétatif :

“The Net and its uses are likely to be the venue for a rejuvenation of the uses-and-gratifications type of study...because of the Internet’s chameleon-like character, I do agree that uses-and-gratifications offers a vehicle to lay out a taxonomy of just what goes on in cyberspace”(Morris et Ogan, 1996, p.10-11). L’un des modèles théorique dont on s’inspirera dans la présente étude est celui des *“Uses and Gratifications”* (usages et gratifications ou *U n 'G*) qui a été amplement utilisé surtout dans les études traitant de l’usage télévisuel. Katz, Gutevitch et Haas ont réalisé une étude sur l’utilisation que les gens faisaient des médias en laissant de côté le contenu pour se concentrer sur la relation que les auditeurs développaient avec le média. Les chercheurs ont analysé les paramètres personnels comme les croyances, les comportements, les différences individuelles et sociales. Ils ont conclu que les individus choisissent de s’exposer à certains messages en fonction de leurs besoins et que les gens retirent une satisfaction des messages auxquels ils s’exposent (Katz et al. 1973; Willet, 1992).

La logique de l’approche des *“Uses and Gratifications”* est basée sur une analyse des besoins psychologiques et sociaux et la capacité d’identifier les sources de satisfaction qui génèrent des choix et des usages différenciés de médias et d’autres moyens pour combler des attentes et satisfaire des besoins en partie ou en totalité (Willet, 1992; Katz et al., 1974; Rosengren et al., 1985; Heath et Bryant, 1992; Morris et Ogan, 1996).

Bien qu’elle soit fort utile, la théorie des *“Uses and Gratifications”* a certaines faiblesses. On reproche souvent aux *“U and G”* d’être trop individualistes; à tenter de vouloir cerner les gens d’un peu trop près, on se trouve à s’éloigner de la possibilité de transposer le diagnostic à un plus grand nombre de personnes. L’approche est aussi souvent perçue comme trop mentale, car on fait appel à des états d’âme pour effectuer de la recherche empirique. En utilisant cette théorie, on assume que le comportement médiatique est basé sur des choix rationnels et consciencieux ce qui va

à l'encontre de plusieurs recherches qui tendent à avancer que l'utilisation des médias est habituelle et non-sélective. Une dernière critique faite à cette approche est qu'elle est peu sensible à la substance et à la nuance des contenus du média lui-même (Windahl, 1981).

Une critique dont on tiendra compte est celle du contenu puisqu'il est possible qu'il ait un impact quant aux motifs menant à la navigation sur le *Net*. Si les "Usages et Gratifications" laissent de côté les médias et leur contenu, c'est pour se concentrer sur les gens et leurs motivations. Selon la formule consacrée de Katz : "il faut concentrer l'attention moins sur ce que les médias font aux gens que sur ce que les gens font aux médias"(Balle, 1988, p.30).

Si l'on transpose la pensée de Katz à la recherche sur les enfants et sur l'Internet : on doit moins se poser la question à savoir ce que l'Internet fait aux enfants, mais bien ce que les enfants font de l'Internet. Aimée Dorr a fait un parallèle intéressant à propos des enfants et de la télévision :

" the ("U n'G") approach assumes that children have needs and seek gratifications, that they have experienced certain gratifications from their use of media, that they can and do choose to use media so as to obtain gratifications and that they can reliably report on the gratifications obtained from their use of media... Uses and gratifications that includes children and television has provided some support for the validity and utility of the approach. Children seem to obtain different gratifications from using different media." (Dorr, 1986, p.44).

En fait, la théorie suppose que les enfants ont des besoins (information, divertissement, etc.), conscients ou non, et qu'ils peuvent les satisfaire en utilisant les médias et que ces satisfactions sont susceptibles d'orienter leurs choix quant au média à utiliser.

En utilisant le modèle des "Usages et Gratifications", on suppose donc que **les jeunes sont actifs** face au média (à l'Internet); étant donné que **les enfants sélectionnent leurs messages**, ils tendent à s'exposer à ceux auxquels ils sont préalablement favorables ou à ceux qui éveillent leur curiosité; et cela **en fonction de leurs besoins**

et de leurs intérêts particuliers (Piette 1988). Les besoins et les intérêts des jeunes seront un des points sur lesquels on mettra le plus d'accent. On tentera de savoir quel type d'informations ils cherchent sur le *Net*, quels sont les types de sites qu'ils préfèrent, quelles sont les émissions de télévision qu'ils aiment le plus, etc. On veut comprendre les motivations qui sous-tendent l'utilisation de l'Internet; on désire découvrir les raisons qui les poussent à naviguer plutôt que de pratiquer une autre activité ou d'utiliser un autre média pour y arriver. La relation étroite qui semble exister entre les motifs et l'utilisation des médias permet de supposer que si l'on connaît les motivations qui poussent les enfants à agir, on a de bonnes chances de prévoir ce qu'ils feront du média. En ayant des renseignements sur les motifs et les usages, on est à même de pouvoir développer des formules et des contenus susceptibles de mieux convenir et de plaire aux jeunes.

Un emprunt théorique fait auprès des *Un'G*, est relatif aux trois dimensions de l'activité des jeunes face aux médias (Rosengren, 1989). La première dimension est la **sélectivité**; le jeune choisit une émission en particulier ou regarde tout simplement ce qui passe à ce moment-là, selon l'option qu'il prend, il s'implique plus ou moins dans le cheminement. La seconde dimension est la **participation**; si le jeune regarde simplement l'écran, s'il joue en même temps ou s'il répond aux questions d'un animateur, il fait preuve d'un degré d'implication différent. La dernière dimension est **l'usage actif du contenu médiatique**; l'enfant sera particulièrement actif s'il arrive à utiliser le contenu des médias pour apprendre quelque chose.

Il y aurait, d'ailleurs, quatre dimensions particulièrement importantes à ne pas oublier lorsqu'on fait une étude sur les médias traditionnels et qui pourraient être aussi fort utiles lors de recherches sur de nouveaux médias. Rosengren et Windhal (1989) suggèrent de concevoir la recherche en se basant principalement sur les quatre variables suivantes : le **montant de consommation** du média (en terme de temps ou de contenu), le type de **contenu préféré** et consommé, le **type de relation au contenu** (motivation) consommé et le **type de situation de consommation** (contexte). Ces variables sont importantes car elles permettent de comprendre la

place qu'occupe le média dans la vie de la personne, quels sont ses goûts et ses intérêts, quels sont les motifs de la consommation ainsi que la situation où elle se déroule.

Il reste que l'Internet, en tant que nouveau média, n'a pas fait l'objet de beaucoup de recherches. Comme Morris et Ogan (1996) le font remarquer :

“Until recently, mass communication researchers have overlooked not only the Internet, but the entire field of computer-mediated communication, staying instead with the traditional form of broadcast and print media that fit much more conveniently into models for appropriate research topics and theories of mass communication”(p.39).

Ils vont plus loin en affirmant que si les chercheurs ignorent le potentiel de recherche de l'Internet, ce sont leurs théories sur la communication qui deviendront inutiles et que ce serait rater une bonne opportunité d'explorer et de repenser certaines des questions centrales de la recherche sur les médias de masse.

Il semble important, à ce moment-ci, de souligner que ces millions de jeunes qui naviguent sur le *Net* évoluent dans un contexte familial un peu différent de leurs congénères, car ils ont accès à un médium auquel encore peu de foyers sont abonnés. Ces jeunes navigateurs font partie de familles que Rogers (1995) appellerait innovatrices ou adopteurs précoces. Les familles du type innovatrices sont composées de membres qui ont un certain goût du risque, ils aiment la nouveauté. Ces familles sont souvent bien nanties et vivent dans des environnements assez cosmopolites. De plus, les membres de ces familles innovatrices sont généralement capables d'appliquer et de comprendre un savoir technique complexe. Les familles d'adopteurs précoces, pour leur part, ressemblent sensiblement aux précédentes sauf qu'elles sont plus intégrées au système social local. Les membres des familles d'adopteurs précoces mettent un peu plus de temps à accepter une innovation, mais ils représentent le succès de l'usage discret de nouvelles idées.

Cette recherche, se veut avant tout exploratoire ce qui fait que les données recueillies représenteront une catégorie de jeunes et non pas l'ensemble de la population des

jeunes navigateurs. Étant donné le type de la présente recherche, il semble prudent de ne pas se cantonner à une seule hypothèse centrale. En fait, tout au cours de ce chapitre, on a tenté d'extrapoler sur la nature de l'usage de l'Internet en se basant sur les études réalisées pour la télévision et l'ordinateur; on a pour ainsi dire présenté plusieurs hypothèses.

Chapitre 2

Méthodologie

La méthode de recherche

Le but de cette recherche est de comprendre ce qui peut motiver des jeunes de la fin du primaire à utiliser un média comme l'Internet. Il faut rappeler que cette étude se veut avant tout exploratoire ce qui limite au minimum les généralisations; on désire plutôt cerner la relation que certains jeunes entretiennent avec la technologie de façon à éclairer les raisons susceptibles d'expliquer leur comportement.

Instruments de mesure

Pour y arriver, deux instruments de mesure ont été sélectionnés, l'un se voulant d'ordre quantitatif, l'autre qualitatif. Du point de vue quantitatif, on désirait pouvoir évaluer la fréquentation du *Site des émissions jeunesse de la SRC* ainsi que vérifier certaines variables auprès des jeunes, c'est pourquoi on a choisi le questionnaire informatisé couplé à des compteurs électroniques. Pour ce qui est de l'aspect plus qualitatif, on voulait comprendre un peu mieux ce qui attirait les jeunes et avoir plus de détails sur leurs intérêts envers le *Net*, voilà pourquoi on a procédé à une série d'entrevues en profondeur.

Validité des instruments de mesure

Le choix du questionnaire informatisé a été motivé par la difficulté à rejoindre les jeunes internautes. On désirait surtout centrer l'étude sur les enfants qui naviguent à partir du domicile familial puisqu'ils étaient susceptibles d'avoir un accès plus aisé au *Net* et que cela permettrait aussi d'étudier la dynamique familiale entourant ce nouveau médium. On aurait pu faire appel aux écoles et passer des questionnaires sur place, mais on aurait eu plus de difficulté à rencontrer la clientèle à laquelle on s'intéresse. On comprend bien que les données recueillies sur le *Net* puissent être

quelquefois considérées comme étant un peu incertaines, toutefois, on a imposé des critères stricts quant aux questionnaires admissibles. Les questionnaires ont été revus de façon systématique ce qui devrait permettre d'obtenir des résultats assez probants et représentatifs de la population jeunesse qui fréquente le site de la SRC. Cette impossibilité de vérifier les dires des répondants ainsi que le désir d'aller au-delà des interrogations du questionnaire a motivé l'adoption de l'entrevue comme seconde méthode de cueillette. En fait, les méthodes se veulent complémentaires. Dans les paragraphes qui suivent, on verra comment s'est déroulée l'élaboration de chacune de ces méthodes.

Univers étudié : Le Site des émissions jeunesse de la SRC

C'est en janvier 1996 que la Société Radio-Canada s'est lancée à l'assaut du cyberespace, en inaugurant son *Site Internet des émissions jeunesse*. Ce site regroupe huit émissions comptant plus de 110 pages de contenu qui sont régulièrement mises à jour. Les émissions choisies sont quotidiennes ou hebdomadaires et certaines sont réalisées par la SRC alors que d'autres sont le fruit de maisons de production indépendantes.

Lorsqu'on se branche sur le site des émissions jeunesse de la SRC, on accède à la page mère. Pour visiter l'une ou l'autre des émissions, on n'a qu'à appuyer sur l'icône correspondante : un hyperlien mène à la page principale de cette émission où l'on peut faire ensuite son choix parmi des menus plus ou moins détaillés. Certaines émissions profitent d'un contenu hautement varié comme *Bêtes pas bêtes+* qui compte plus de 35 pages avec des jeux, un questionnaire, une foule de renseignements sur les animaux; alors que d'autres comme *La bande à Frankie* n'ont que 2 pages, l'une décrivant l'émission et l'autre, les personnages.

L'interactivité avec le jeune public semble être encouragée, puisque ce dernier a accès à des courriers électroniques pour toutes les émissions afin de faire part de ses

commentaires, suggestions, questions, réponses, etc. Sur le site, les enfants peuvent trouver des renseignements sur les sujets abordés durant la semaine à leur émission préférée, des chroniques spéciales (p. ex. : jeux vidéo, vedettes, etc.), les modalités de participation à certains concours, des adresses de sites pouvant les intéresser, des adresses de jeunes voulant correspondre et ainsi de suite.

Il est facile de naviguer d'une émission à l'autre grâce à une barre placée au bas de chaque page principale d'émission. La barre est en fait l'ensemble des sigles des émissions placés les uns à côté des autres. Pour indiquer l'émission qui est consultée, le sigle apparaît courbé comme lorsqu'on plie le coin d'une page dans un livre. Pour changer d'émission on n'a qu'à appuyer sur l'icône de son choix.

Premier instrument de mesure : le questionnaire

Le *Net* offre la chance de développer de nouveaux outils de cueillette. Les questionnaires en ligne permettent d'interroger une population très diversifiée du point de vue géographique; le *Net* élimine toutes les frontières car on peut avoir accès à des sites à l'autre bout du monde. L'administration de questionnaires sur le *Net* élimine aussi partiellement les problèmes financiers habituellement reliés à une recherche portant sur un grand nombre de personnes; puisque la technologie permet de recueillir les données, de les filtrer et de les comptabiliser, ce qui demande un nombre moins important de personnes et économise du temps.

- *Test du questionnaire*

Le questionnaire a subi un pré-test à la SRC dans la semaine précédant sa mise en ligne officielle de façon à voir si tout fonctionnait bien. Le développement d'un tel instrument de cueillette ne va pas sans problème. La programmation requise pour mettre le questionnaire sous forme informatisée (en langage HTML) a demandé la

participation d'un professionnel. Le programmeur avait développé une fonction (de type JavaScript) qui demandait au jeune de revenir en arrière tant qu'il n'avait pas répondu à la question précédente; mais il a fallu s'en défaire après le pré-test car la majorité des jeunes n'avaient pas une version de "navigateur" suffisamment récente. Radio-Canada a aussi fourni une aide précieuse en la personne du responsable du site des émissions jeunesse; c'est lui qui a veillé à installer le questionnaire sur le site.

- *Échantillon recherché pour le questionnaire*

Le but principal du questionnaire était de rejoindre le plus grand nombre possible de jeunes navigateurs fréquentant le site Internet de la SRC, afin d'avoir un grand éventail de réponses. L'échantillon (non-probabiliste) que l'on visait était celui de tous les enfants visitant le site jeunesse de la SRC durant la période d'administration du questionnaire qui s'est déroulée du 9 décembre 1996 au 6 janvier 1997. Les dates pour l'administration du questionnaire ont été choisies car elles permettaient d'avoir des données durant une période scolaire normale et pendant une période de congé hivernal; ce qui donnait la chance de voir si la consultation du site changeait selon que les enfants partageaient leur temps avec l'école ou étaient seulement à la maison. Afin d'augmenter le taux de réponse au questionnaire, les responsables de la programmation jeunesse de Radio-Canada ont proposé d'inciter la participation en faisant du sondage une sorte de concours ouvert seulement aux jeunes internautes; pour les besoins de la cause, ils ont fait tirer quelques chandails parmi les répondants. Le concours n'a pas été annoncé en onde de façon à ne pas influencer sur les taux de visite des enfants.

- *Cueillette de données sur le Site des émissions jeunesse de la SRC*

L'accès au questionnaire était bien identifié sous le titre de "questionnaire-concours" sur la page mère du *Site des émissions jeunesse de la SRC*; l'entrée était située juste en dessous du lien vers les nouveautés. Les jeunes devaient consacrer une bonne dizaine de minutes pour répondre au questionnaire. L'administration du

questionnaire était très simple. Le programmeur et le responsable du site s'étaient entendus pour que chaque questionnaire soit envoyé dans un fichier à Radio-Canada et qu'une copie soit envoyée par courrier électronique au compte Internet de la chercheure.

Il y a eu environ 934 *hits* sur la page Web du questionnaire et 696 questionnaires remplis ou partiellement remplis ont été renvoyés. Les jeunes pouvant envoyer plusieurs exemplaires - en appuyant sur le bouton "envoie" et en revenant en arrière pour recommencer - il est vite devenu clair qu'il faudrait trier les questionnaires afin d'obtenir un seul exemplaire par répondant. Les enfants étaient surtout tentés d'envoyer plus d'une copie afin d'accroître leur chance pour gagner un des prix annoncés. Les jeunes devaient laisser leur numéro de téléphone ou leur adresse de courrier électronique afin que la direction des émissions jeunesse puisse les contacter s'ils gagnaient. Ces moyens de contact visaient aussi à pouvoir rejoindre les jeunes, s'ils acceptaient de participer à la seconde phase de l'étude. Afin de s'assurer que l'échantillon était représentatif de la population enfantine qui fréquente le site de la SRC, le programmeur a développé un outil de filtrage qui passait un à un les questionnaires et s'assurait de n'en garder qu'une seule copie et d'enlever les autres. Pour ce faire, le programme vérifiait les numéros de téléphone et les emails qui se répétaient plus d'une fois et les mettait de côté. Des 696 questionnaires envoyés, 188 ont été enlevés parce qu'ils se répétaient plus d'une fois et 175 autres ont été rejetés parce les jeunes n'avaient laissé aucun moyen de contact. Après ce filtrage, il restait 333 questionnaires.

- *Variables retenues pour développer le questionnaire*

Le questionnaire a beaucoup évolué au gré des versions successives. La septième et dernière version comptait 28 questions regroupées de façon à englober les six variables principales de l'étude. On interrogeait les jeunes sur leur provenance socio-démographique, leur type d'écoute télévisuelle, leur opinion du *Site des émissions jeunesse de la SRC*, leur utilisation de l'ordinateur, leur utilisation de

l'Internet et finalement sur l'intérêt qu'ils portent au *Net*. En fait, on a développé un questionnaire semblable en tout point à ceux faits sur papier avec des espaces pour les questions ouvertes et des boîtes à cocher, sauf qu'il était fait sous forme informatisée et qu'il était accessible directement sur le site de la SRC. L'ensemble du questionnaire se retrouve en annexe.

Le développement du questionnaire s'est fait de manière à pouvoir répondre à la fois aux attentes de la Direction des émissions jeunesse de la Société Radio-Canada et aux exigences de l'Université en matière de recherche et de démarche scientifique. Les questions socio-démographiques et les habitudes télévisuelles intéressaient la SRC et la chercheuse car on pouvait ainsi savoir plus exactement qui étaient les jeunes qui visitaient le site et s'ils étaient des téléspectateurs réguliers ou non. Les interrogations portant sur le Site des émissions jeunesse visaient à permettre à la SRC de savoir ce que les jeunes pensaient de son site et ce qu'ils aimeraient y voir. L'utilisation de l'ordinateur, de l'Internet et l'intérêt qu'ils portent à cette technologie étaient des points intéressants particulièrement la chercheuse.

L'analyse du questionnaire a été grandement facilitée par le programmeur qui a développé un outil d'analyse automatique pour les questions fermées. Une fois le fichier de réponse purgé, on obtenait tout en détail, comme le nombre de répondants à chaque question, la moyenne de l'ensemble des répondants, etc. Pour ce qui est des réponses ouvertes, il a fallu retourner à la méthode traditionnelle; en analysant un à un chacun des questionnaires. Comme il arrive souvent avec des questions ouvertes, on a développé des catégories à l'intérieur desquelles on regroupait les réponses semblables afin de pouvoir, ultérieurement, analyser ce qu'on avait découvert.

Par le biais des informations recueillies par les 333 questionnaires complétés, on peut avancer que les navigateurs sur le site ont en moyenne 12 ans et que la plupart sont en sixième année. Les jeunes qui fréquentent le *Site des émissions jeunesse de la SRC* rapportent en moyenne quatre heures d'écoute télévisuelle par jour en semaine et près de cinq heures par jour les fins de semaines. On doit pondérer ces résultats puisqu'ils

excèdent passablement les estimations réelles rapportées par les firmes de sondage qui évaluent à environ 20 heures le temps hebdomadaire consacré à la télévision alors que les jeunes de l'échantillon déclarent la regarder un peu plus de 30 heures par semaine. Au chapitre informatique, les jeunes répondants disent consacrer en moyenne cinq heures par semaine à l'ordinateur et ils passent en moyenne 3,5 heures de ce temps à naviguer sur le *Net*.

Mesure complémentaire au questionnaire : les compteurs

Afin de déterminer quelle était la fréquentation du site et quelles étaient les émissions les plus visitées, on a disposé une dizaine de compteurs. Ces derniers étaient placés sur la page mère, à l'entrée de chacune des huit émissions, à l'entrée de la section nouveauté ainsi qu'à l'accès du questionnaire. Les compteurs sont activés au passage, lorsque le jeune clique sur l'icône correspondant à son choix; une fonction du programme additionne ce passage aux précédents (compte le nombre de "hits").

Les compteurs étaient installés sur la page principale du *Site des émissions jeunesse*, ce qui fait que seuls les internautes passant par cette page ont été enregistrés; si le jeune avait une émission particulière dans ses signets (*bookmarks*), il y accédait directement et on n'avait pas de trace de son passage. Il y aurait environ 67% des jeunes qui ont l'adresse du *Site des émissions jeunesse de la SRC* dans leurs signets et de ce nombre seulement 37% ont des signets qui vont directement à des émissions. Il y avait donc peut-être près de 25% des jeunes qui pouvaient accéder directement à leur émission préférée sans passer par la page mère et on n'a donc pas la trace de tous les usagers du site. On désirait avant tout avoir une indication des émissions préférées afin de comprendre un peu mieux ce qui attirait les jeunes sur le site; on ne cherchait pas à avoir des estimations immuables. Les résultats des compteurs recueillis par le responsable du site étaient envoyés à la chercheuse sur une base hebdomadaire. L'analyse des résultats au prochain chapitre permettra de voir plus en détail ce que l'on a recueilli sur le site.

Second instrument de mesure : l'entrevue

Étant donné que les répondants que l'on cherchait étaient des mineurs et que l'on voulait les interroger à l'intérieur de leur foyer, il fallait d'abord obtenir le consentement parental. Pour ce faire, on a élaboré un protocole téléphonique de demande d'entrevue (on en trouve une copie en annexe). La plupart des parents ont accepté sur-le-champ après avoir consulté leur enfant pour lui demander s'il voulait participer.

- *Variables retenues pour le développement du protocole d'entrevue*

Les réponses du questionnaire allaient donner des indices généraux sur les jeunes et leurs intérêts envers l'Internet. Il semblait important d'aller plus loin et d'explorer plus à fond les motivations sous-jacentes à l'utilisation. On désirait savoir plus exactement le type de recherche que les enfants faisaient et pourquoi ils le faisaient. C'est pour cette raison qu'on a décidé de faire des entrevues auprès de certains jeunes qui avaient déjà participé à la recherche en répondant au questionnaire.

L'entrevue se voulait semi-dirigée, c'est-à-dire que l'on posait une question au jeune en lui laissant pleine latitude et qu'ensuite on revenait sur des points particuliers afin qu'il en parle plus en détail. Un protocole d'entrevue a été développé dans ce sens; et les questions abordaient sept variables. La première variable avait pour but de connaître les intérêts personnels et les occupations du répondant; la seconde visait à se renseigner sur le contexte entourant l'utilisation coutumière de l'ordinateur familial et de l'Internet; en troisième lieu, on voulait en savoir plus sur le contexte familial et social du jeune; la quatrième variable touchait le contexte scolaire; la variable suivante, la relation Internet-plaisir-motivation que le jeune entretient avec le *Net*; ensuite venait l'évaluation du niveau des connaissances technologiques; et

finalement la perception et la conception que l'enfant avait de l'Internet. On peut trouver une copie du protocole d'entrevue en annexe.

On interrogeait les jeunes, mais aussi leurs parents. On leur posait des questions relatives à leur emploi, l'acquisition de leur ordinateur et de l'Internet. Ces questions devaient permettre de vérifier certaines des réponses des enfants, mais aussi de comprendre la dynamique familiale d'adoption et d'utilisation de la technologie.

- *Échantillon des familles retenues pour les entrevues*

Afin de choisir les jeunes et leur famille, on a utilisé un programme qui a d'abord sélectionné, parmi tous les questionnaires filtrés, les jeunes ayant accepté de participer aux entrevues. Puis on a limité le fichier aux seuls enfants correspondant au profil du répondant moyen; soit les jeunes d'une douzaine d'années, qui sont en sixième année et qui naviguent principalement à partir de la maison. On voulait aussi interroger des jeunes du primaire car ils ne sont pas encore dans l'adolescence et sont généralement moins affiliés à un groupe de pairs particulier. En tout, 19 familles de la grande région de Montréal avaient été identifiées comme étant intéressées à participer aux entrevues. De ce nombre, 10 familles ont accepté de participer, une a refusé, une autre famille hésitait et les autres n'ont pu être rejointes. L'échantillon final était composé de cinq garçons et cinq filles qui avaient en moyenne 12 ans.

- *Test du protocole d'entrevue*

Afin de savoir si le protocole d'entrevue était bien adapté à la population que l'on désirait interroger, on l'a d'abord pré-testé sur trois jeunes de 10, 11 et 12 ans. Après ces premières entrevues, il est devenu clair que le niveau de complexité des questions ainsi que le sujet abordé convenaient mieux à des jeunes de 12 ans. C'est pourquoi, outre l'âge moyen découvert avec le questionnaire, on s'est intéressé surtout à des enfants d'une douzaine d'années.

- *Cueillette des données auprès des familles*

Afin de réaliser les entrevues, la chercheuse se rendait au domicile des répondants. Les entrevues duraient environ 30 à 35 minutes avec les enfants et tous les échanges étaient enregistrés sur cassette. Après avoir terminé l'entrevue, la chercheuse posait des questions à un des parents afin de savoir depuis quand ils avaient l'ordinateur et l'Internet et qui avait initié l'achat ou l'installation de ces équipements. Une fois de retour chez elle, la chercheuse reprenait l'enregistrement pour en faire un verbatim et en profitait aussi pour reporter les réponses des parents pendant que tout était encore frais dans sa mémoire. Les entrevues se sont déroulées du 28 mars au 6 mai 1997.

Mesure complémentaire à l'entrevue : la méthode non-réactive

Si les yeux sont le miroir de l'âme, on peut dire que l'aménagement du foyer est le miroir de la famille qui y vit. En regardant la disposition, la décoration, la luminosité des pièces, on peut mieux comprendre l'utilisation que les gens en font, l'importance que ce lieu a pour eux, etc. Cette observation du lieu de vie des répondants se veut une façon de découvrir des traces de leurs comportements. Comme le disent Webb et al.(1981), "*the physical arrangement of space will determine how it is used and what happens to the people who occupy it*" (p.219). En regardant l'endroit où se trouve l'ordinateur on peut donc trouver certaines indications quant à l'utilisation qui en est faite, la facilité d'accès et les personnes pouvant l'utiliser, etc. Si la pièce où se trouve l'ordinateur est bruyante et passante, on peut penser que tout le monde peut avoir accès à la machine sinon on l'aurait mis un peu plus à l'écart. C'est le but de cette méthode non-réactive : à partir de ce que l'on voit et de ce qu'on nous a dit, on peut comprendre la place qu'occupe l'ordinateur à l'intérieur du cadre familial.

D'un autre côté, le contenu de l'ordinateur lui-même peut renseigner la chercheuse sur la valeur qu'a ce médium aux yeux de ses propriétaires, "*people tend to acquire things, or symbols of things, they are interested in...thus, the extent of a person's*

acquisitions may be taken as an index of interest" (Webb et al., 1981, p.297). Alors, le nombre de logiciels, la présence de signets ou de plusieurs engins de recherche pour l'Internet sont autant de représentations de l'intérêt, du temps, de l'effort et des investissements monétaires que ces familles ont dû faire pour arriver à personnaliser l'ordinateur selon leurs désirs. L'observation de l'environnement devrait éclairer la discussion que l'on a eue avec le jeune; après avoir vu son ordinateur et la pièce où il se trouve, on peut mieux comprendre certaines des limites techniques et physiques qui lui sont imposées.

Les méthodes choisies visaient donc à éclairer l'usage que les enfants font de l'Internet et dans le chapitre qui suit, on verra les résultats qu'elles ont permis de mettre à jour.

Chapitre 3

Analyse des données

On a déjà établi que le but de la recherche était double : d'une part, on désirait connaître l'usage qui est fait du *Site Internet des émissions jeunesse de la SRC* et d'autre part, on voulait savoir quels étaient les besoins et les motivations qui mènent à l'utilisation du *Net*. On commencera tout d'abord en abordant les données quantitatives de la recherche en présentant les résultats obtenus à partir du questionnaire et des compteurs placés sur le site jeunesse de la SRC. Suite à quoi, on verra le volet qualitatif de l'étude qui résume l'ensemble des entrevues et des mesures non-réactives que la chercheuse a recueillies auprès des jeunes internautes.

1. Questionnaire (et compteurs)

Comme on l'a expliqué au chapitre précédent, outre le questionnaire, on avait installé sur le site de la SRC, un certain nombre de compteurs qui visaient à établir quelles étaient les émissions les plus visitées et connaître l'achalandage général du site. Les résultats obtenus par le biais de ces trappes informatiques seront exposés dans la partie qui suit.

Les compteurs étaient installés à l'entrée de chacune des émissions sur la page mère du site des émissions jeunesse de la SRC. Pendant la période d'administration du questionnaire qui s'est échelonnée sur quatre semaines, du 9 décembre 1996 au 6 janvier 1997, plus de 10 000 *hits*⁴ ont été notés sur le site. Toutefois, seuls les déplacements faits à partir de la page mère ont été enregistrés. La période d'administration du questionnaire chevauchait à la fois une période scolaire et un congé hivernal. Une remarque supplémentaire doit être faite sur un problème survenu durant la cueillette des données. Le compteur s'est remis à 0 tout seul dans la nuit du 1 au 2 janvier; il est passé de 110 à 44. On ne sait pas ce qui a pu causer ce problème, mais après vérification, on n'a rien noté d'anormal.

⁴ À chaque fois qu'un internaute clique sur un hyperlien qui l'amène à une nouvelle page, le compteur ajoute son passage aux précédents.

Chaque semaine, on enregistrait en moyenne plus de 2 500 passages (*hits*) pour l'ensemble du site. Le taux d'achalandage variait passablement d'une semaine à l'autre. Les deux premières semaines de l'administration des compteurs sont celles qui enregistrent le plus fort achalandage. On aurait pu penser que ce serait durant la période de Noël qu'il y aurait le plus de visiteurs sur l'ensemble du site puisque les jeunes sont tous en congé, mais il n'en est rien.

Avant de découvrir quelles étaient les émissions les plus visitées, on s'attardera d'abord au questionnaire pour expliquer l'achalandage qu'il a connu. Il y aurait eu, en tout, durant les quatre semaines, 934 visiteurs qui auraient pris la peine de regarder le questionnaire-concours; de ce nombre, 696 ont envoyé une réponse plus ou moins complète. Si le site de la SRC, dans son ensemble, a connu une plus forte fréquentation pendant la période scolaire, il n'en va pas de même pour le questionnaire. La fréquentation du questionnaire a été plus importante pendant le congé des Fêtes que pendant la période scolaire normale; au courant des deux premières semaines, il y a eu 316 *hits* alors que dans les deux semaines suivantes, il y en a eu 379.

Lors du développement du questionnaire, certains objectifs avaient orienté le choix des questions. De façon à rendre la lecture de l'analyse plus aisée, on présentera les données en fonction des différentes variables que l'on voulait explorer. On verra d'abord le profil socio-démographique des répondants, puis leur type d'écoute télévisuelle, leur utilisation de l'ordinateur ainsi que de l'Internet, l'intérêt qu'ils portent au *Net*, et on terminera en exposant leur opinion en ce qui concerne le *Site Internet des émissions jeunesse de la SRC*.

Il faut rappeler au lecteur que l'analyse s'est faite seulement sur les questionnaires ayant été épurés. Avant de commencer à comptabiliser les réponses des jeunes, on a tout d'abord créé un premier programme informatisé qui filtrait et mettait de côté tous les questionnaires ne contenant aucun moyen de contact (téléphone, E-mail) et un

second programme qui comparait les moyens de contact et enlevait les multiples envois d'une même provenance en s'assurant de n'en garder qu'une seule copie. Si bien que des 696 questionnaires reçus, 333 ont été utilisés pour l'analyse.

1.1 - Profil socio-démographique

Il semblerait que le site jeunesse de la SRC intéresse surtout les enfants de 10 à 12 ans puisque plus de la moitié des répondants disaient avoir cet âge. En fait, l'âge moyen de l'ensemble des jeunes fréquentant ce site est de 12 ans (11,75). Les enfants de 5 à 9 ans sont relativement peu nombreux à fréquenter le site; ils représentent moins de 20% des usagers. Les adolescents de plus de 12 ans semblent aussi s'intéresser au site des émissions jeunesse même si une bonne part d'entre elles ne sont plus tout à fait de leur âge; ils comptent pour environ 30% de tous les répondants. (Pour plus de détails, voir la figure 1 en annexe.)

Il semble que le site soit fréquenté un peu plus par les filles que par les garçons. Les filles représentaient 55% de l'ensemble de tous les répondants au questionnaire contre 45% pour les garçons. Cette forte représentation féminine est assez surprenante, car elle va à l'encontre des tendances générales qui évoquent le *Net* comme étant avant tout une chasse gardée masculine. Peut-être que le site de la SRC est l'exception, mais il reste qu'il est intéressant de voir que ce site est fréquenté un peu plus par les filles. Toutefois, le sexe des répondants n'aurait pas une influence particulière sur les réponses des jeunes, puisque après avoir effectué des tests de Chi carré, on a remarqué qu'il n'y avait aucune relation significative sauf pour une question relative au taux d'écoute télévisuelle en semaine.

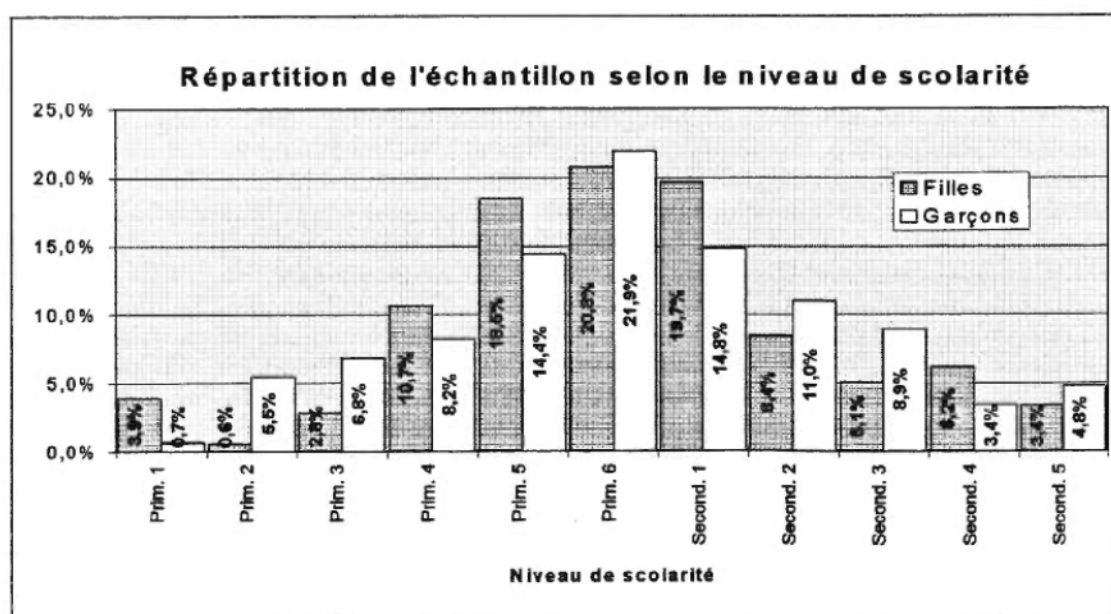
Pour ce qui est de la composition de l'unité familiale presque la moitié des répondants (48%) disaient avoir au moins un frère ou une sœur.

Tableau 1.1.1 - Répartition de l'échantillon selon le nombre de frères ou sœurs.

Nbre de frères ou sœurs	Total
Aucun	16%
1 en tout	48%
2 en tout	27%
3 en tout	7%
4 en tout	2%

Les enfants uniques, pour leur part, comptaient pour 16% de l'ensemble des répondants. Les jeunes ayant 2 frères ou sœurs et plus représentaient 36% de l'échantillon recueilli.

La scolarité moyenne des enfants ayant répondu au questionnaire est la sixième année du primaire. La scolarité moyenne est exactement la même chez les garçons et les filles. En fait, plus du tiers de l'ensemble des répondants disaient être en cinquième ou en sixième année. Les enfants de la première à la quatrième année du primaire comptent pour environ 20% de tous les répondants alors que les plus vieux du secondaire (1 à 5) représentent presque 43%.

**Figure 1.1.1**

Les jeunes qui ont répondu au questionnaire venaient de tous les coins du Québec et même de l'extérieur. Une bonne partie, toutefois, était établie dans des zones urbaines et surtout dans la grande région du Montréal métropolitain. Les lieux de provenance des enfants ont été catégorisés de façon à représenter les différentes régions administratives et touristiques telles qu'établies par le gouvernement provincial. Les Rives Nord et Sud ainsi que Laval sont généralement incluses lorsqu'on parle du Grand Montréal. Toutefois, dans le présent cas, il faut se fier aux régions administratives ce qui fait que la Rive Sud est représentée par la Montérégie, alors que la Rive Nord, elle, dépend des régions de Lanaudière et des Laurentides. Laval et Montréal sont considérées chacune comme des régions administratives en tant que telles.

Tableau 1.1.2 - Répartition de l'échantillon selon le lieu de résidence.

Lieu de résidence	Répartition
Grand Montréal (Montréal, Montérégie, Lanaudière, Laurentides, Laval)	48,1%
Centre du Québec (Chaudière-Appalaches, Cœur du Québec, Estrie)	16,7%
Québec	10,3%
Est du Québec (Côte-Nord, Gaspésie et les Îles, Bas St-Laurent, Saguenay-Lac St-Jean)	9,7%
Ouest du Québec (Outaouais, Abitibi-Témiscamingue)	7,9%
Autre (extérieur du Québec et non situés)	6,9%

Les enfants résidant dans le Grand Montréal représenteraient à eux seuls près de la moitié (48%) de l'ensemble des répondants. Les jeunes venant des régions aux extrémités de la province (Est et Ouest du Québec) étaient moins nombreux puisqu'ils comptaient pour près de 15% de l'ensemble des répondants alors que la proportion de leurs vis-à-vis des régions plus centrales (Centre du Québec et Québec) s'élevait à 27%.

1.2 - Profil de l'écoute télévisuelle

Le seconde partie du questionnaire visait à connaître un peu mieux les habitudes d'écoute télévisuelle des jeunes qui fréquentent le site et notamment à savoir s'ils sont des téléspectateurs réguliers de la SRC. Une majorité de jeunes, en fait plus de 82% d'entre eux, disait être des téléspectateurs fidèles de la station et la regardait plus de 3 à 4 fois par semaine. Très peu de jeunes déclarent ne jamais regarder les émissions jeunesse de la SRC, seul un faible 3% des répondants disaient ne jamais la faire.

Tableau 1.2.1 - Répartition de l'échantillon selon la fréquence d'écoute des émissions jeunesse de la SRC.

Fréquence d'écoute	Total
À tous les jours	54,6%
3 à 4 fois par semaine	28,0%
1 à 2 fois par semaine	14,3%
Jamais	3,0%

Les jeunes devaient identifier, le cas échéant, les trois émissions qu'ils préféreraient regarder à l'antenne de la SRC. Si on se fie au tableau qui suit, l'émission préférée des répondants est celle qui est présentée les fins de semaine *Bouledogue Bazar*; les animateurs y font des sketches, présentent des chroniques diverses et le tout est entrecoupé de plusieurs dessins animés.

Tableau 1.2.2 - Répartition de l'échantillon selon les trois émissions jeunesse que les répondants disent regarder le plus souvent à la SRC. (émissions citées plus de 10 fois)

Émissions	Nbre répétitions	% de l'ens. des réponses
Bouledogue Bazar	147	16,1%
Sur la piste	124	13,6%
Watatatow	100	11,0%
O340	98	10,8%
Les Mondes de Sismi	93	10,2%
La Bande à Frankie	91	10,0%
Bêtes pas Bêtes +	77	8,5%
Les Maîtres des Sortilèges	61	6,7%
Mission Top Secret	23	2,5%
Manigance	15	1,6%
Woof	10	1,1%

Afin de présenter les réponses les plus significatives, seules les émissions ayant eu 10 réponses et plus ont été retenues. Les émissions que les jeunes regardent le plus souvent sont de tout acabit. Certaines sont des télé-séries étrangères (*Les Maîtres des Sortilèges*, *Mission Top Secret*, et *Woof*) ou québécoises (*Watatatow*, *La Bande à Frankie*), d'autres sont des émissions à caractère plus éducatives (*Bêtes pas bête +*, *Sur la piste*), d'autres sont des jeux questionnaires (*Manigance*, *les Mondes de Sismi*) et il y a aussi des émissions de variété (*Bouledogue Bazar*, *0340*). Il est intéressant de remarquer que les émissions qui arrivent en tête sont toutes des productions québécoises. Pour ce qui est du contenu des émissions les plus souvent regardées, rien ne semble particulièrement émerger.

Lors de précédentes études, les chercheurs ont remarqué que plusieurs répondants avaient tendance à surestimer le temps qu'ils consacrent à l'écoute de la télévision. Il semble que les jeunes interrogés aient fait la même chose puisqu'ils ont estimé qu'ils consacraient en tout un peu plus de 30 heures à l'écoute de la télévision par semaine alors que la moyenne provinciale tourne autour de 20 heures par semaine.

Surestimation mise à part, il semble que les filles passent moins de temps devant l'écran de télévision puisque leur temps moyen d'écoute déclaré est de près de 4 heures par jour en semaine comparativement à un peu plus de 4 heures et demie par jour pour les garçons; ces derniers passeraient donc chaque jour près d'une demi-heure supplémentaire à regarder la télévision.

Il semble y avoir une différence significative reliée au sexe puisqu'on se retrouve avec une situation où trois filles sur cinq déclarent un temps d'écoute de 4 heures et moins par jour en semaine alors que les garçons sont dans la situation inverse; leur temps d'écoute estimé est concentré dans les intervalles de 4 heures et plus par jour en semaine. Les garçons seraient aussi plus polarisés dans leur écoute. D'une part, ils sont plus nombreux que les filles, à dire qu'ils regardent la télévision moins d'une heure par jour et ils sont aussi, d'autre part, plus nombreux à déclarer la regarder 5 heures et plus par jour durant la semaine; leur nombre est donc plus important aux deux extrémités du spectre.

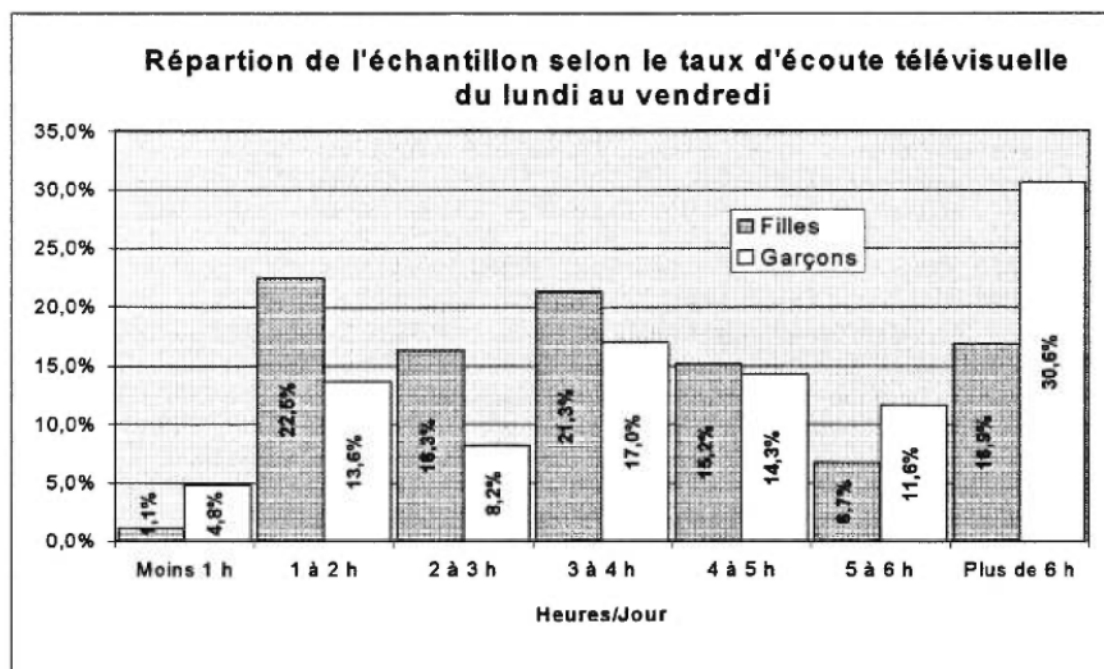


Figure 1.2.1

Les temps moyens d'écoute de fin de semaine sont plus élevés puisque les jeunes ont plus de temps libre. Le temps d'écoute moyen déclaré de l'ensemble des répondants est de presque 5 heures par jour le week-end. Ce montant de consommation télévisuelle semble représentatif de l'écoute normale, alors qu'il en allait autrement avec l'estimation d'écoute sur semaine. En fait, environ 60% des répondants disaient regarder la télévision 5 heures ou moins par jour pendant la fin de semaine. Le temps moyen d'écoute estimé des filles était de 4 heures et demie contre 5 heures pour les garçons. Toutefois, les différences observées entre les garçons et les filles sembleraient relever plus de la chance car aucune relation significative n'a été trouvée avec le test de Chi carré. (Pour plus de détails, voir la figure 2 en annexe.)

1.3 - Profil de l'utilisation de l'ordinateur

La navigation sur le *Net* est inséparable de l'utilisation d'un ordinateur. En apprenant où et combien sont utilisés les ordinateurs, on sera un peu mieux outillé pour entreprendre l'étude de l'usage de l'Internet. Le profil de l'utilisation de l'ordinateur est une étape préliminaire à franchir pour passer ensuite à l'ébauche du profil de l'utilisation du *Net*.

Lorsqu'on demande aux répondants quels sont les lieux où ils ont la possibilité d'accéder à un ordinateur, 90% répondent qu'ils ont un appareil à la maison. On pouvait s'attendre à un fort taux d'accessibilité aux ordinateurs, car le fait même de pouvoir répondre au questionnaire suppose qu'on ait accès à au moins un appareil. Il reste que les répondants du questionnaire ne sont pas représentatifs de la population générale puisque, au moment de l'étude, seulement 24% des foyers québécois, étaient équipés d'ordinateurs (Statistique Canada, 1996a).

Tableau 1.3.1 - Répartition de l'échantillon selon les lieux possibles d'accès à un ordinateur. (Plus d'une réponse possible)

Lieux d'accès possibles	Total
Maison	89,9%
École	42,1%
Ami	26,8%
Travail d'un parent	19,2%
Ailleurs	10,1%

Mais, en regardant le tableau, on voit que les autres lieux d'accès ont aussi une certaine importance; ce qui fait que la plupart des jeunes ont plus d'un lieu où ils peuvent travailler sur un ordinateur.

De tous les lieux nommés par les répondants pour accéder à un ordinateur, on désirait connaître celui le plus souvent utilisé. On a demandé aux jeunes de n'en cocher qu'un seul. Dans une proportion semblable à la précédente (88%), les répondants ont indiqué qu'ils utilisaient un ordinateur surtout à la maison. Les autres lieux d'accès semblent négligeables en comparaison.

Tableau 1.3.2 - Répartition de l'échantillon selon le lieu d'accès à l'ordinateur le plus souvent utilisé.

Lieux d'accès le plus souvent utilisé	Total
Maison	88,0%
École	4,6%
Ailleurs	3,4%
Ami	2,2%
Travail d'un parent	1,8%

Les jeunes déclarent passer en moyenne 5 heures par semaine à l'ordinateur, incluant le temps qu'ils passent sur le *Net*. Les filles passeraient moins de temps que leur contre partie masculine sur l'ordinateur puisque leur temps moyen d'utilisation est d'un peu plus de 4 heures et demie par semaine contre 5 heures et demie pour les garçons; soit une différence d'une heure entre les deux sexes. Mais les tests de Chi

carré n'ont révélé aucune relation significative reliée au sexe des répondants; les différences entre les deux sexes pourraient donc être dues au hasard. (Pour plus de détails, voir la figure 3 en annexe.)

1.4 - Profil de l'utilisation de l'Internet

Cette partie du questionnaire était la plus importante car elle permettait de recueillir des renseignements de base sur l'utilisation que les jeunes font de l'Internet. À travers les paragraphes qui suivent, on verra ce que l'on a pu découvrir sur le temps qu'ils y consacrent, ce qu'ils y font, etc.

On a demandé aux jeunes d'identifier les lieux où il leur était possible de naviguer sur le *Net*. Un grand nombre des répondants, 87% pour être exact, ont dit avoir la chance de naviguer à partir de leur domicile. Les répondants ne sont pas représentatifs de l'ensemble des Canadiens puisqu'on ne retrouve d'accès Internet que dans un peu plus de 7% des foyers du pays (Statistique Canada, 1996a). Cela tend à confirmer qu'on se trouve en présence de jeunes adopteurs précoces qui sont parmi les premiers enfants de leur âge à avoir accès à ce nouvel outil informatisé.

Tableau 1.4.1 - Répartition de l'échantillon selon les lieux possibles d'accès à l'Internet. (Plus d'une réponse possible)

Lieux d'accès possibles	Total
Maison	86,8%
Ami	23,3%
École	21,8%
Travail d'un parent	18,1%
Ailleurs	11,7%

Mais, une bonne partie des jeunes ont donné plus d'une réponse, en fait, la moitié des répondants auraient fourni au moins deux réponses à cette question. En regardant le tableau, on peut voir qu'il y a presque autant d'enfants qui disent pouvoir aller sur le *Net* chez des amis et à l'école. L'accès par l'intermédiaire du bureau des parents

n'est toutefois pas loin derrière. Lorsque les jeunes répondent qu'ils ont la possibilité d'accéder "ailleurs", il s'agit, le plus souvent, du domicile d'un membre de la famille comme un oncle, une tante, un cousin, etc.

Pour être à même de comprendre un peu mieux l'usage qui est fait du *Net*, on a demandé aux enfants de limiter leur choix au lieu le plus souvent fréquenté pour naviguer. Les répondants ont, encore une fois, majoritairement répondu dans une proportion de 85% qu'ils accédaient à l'Internet principalement à partir de la maison.

Tableau 1.4.2 - Répartition de l'échantillon selon le lieu d'accès à l'Internet le plus souvent utilisé.

Lieu d'accès le plus souvent utilisé	Total
Maison	84,8%
Ailleurs	5,9%
Ami	3,4%
École	3,1%
Travail d'un parent	2,8%

Les autres lieux les plus souvent utilisés pour accéder au *Net* sont, en comparaison, négligeables. Il semble que le milieu familial en général soit le plus propice pour la navigation puisque, si on relie la catégorie "ailleurs" qui est surtout représentative de la famille élargie (oncle, tante, etc.) à la famille immédiate, on se retrouve avec près de 91% de l'ensemble de l'échantillon.

Après avoir demandé aux répondants d'identifier le lieu d'accès à l'Internet le plus utilisé, on désirait savoir s'ils naviguaient seuls ou accompagnés puisque la présence d'une autre personne est susceptible d'influencer le type de navigation. Près des deux tiers (64,3%) des jeunes affirment aller sur le *Net* seuls.

Tableau 1.4.3 - Répartition de l'échantillon selon l'accompagnement lors de la navigation sur le *Net*.

Type d'accompagnement	Total
Seul	64,2%
Parent	14,5%
Ami	9,1%
Frère ou sœur	8,5%
Autre	3,5%
Professeur	0,3%

Lorsqu'il y a accompagnement, les parents sont les personnes qui le plus souvent naviguent avec les jeunes. Viennent ensuite presque à égalité les amis et les frères ou sœurs. La catégorie "autre" représente les membres de la famille élargie, mais aussi les jeunes disant que la présence d'une tierce personne varie selon les situations.

L'expérience avec la technologie est un autre facteur qui peut influencer le jeune dans son usage du *Net*. Il semble qu'au moment de l'administration du questionnaire, une bonne partie des répondants (71%) n'étaient abonnés au service Internet que depuis 6 mois ou moins.

Tableau 1.4.4 - Répartition de l'échantillon selon la période écoulée depuis l'abonnement à un service Internet.

Période écoulée depuis l'abonnement	Total
Moins de 3 mois	51,2%
de 3 à 6 mois	20,1%
de 6 mois à un an	11,4%
de 1 an à 1 1/2	9,3%
de 1 1/2 ans à 2 ans	4,3%
Plus de 2 ans	3,7%

En décembre 1996, un peu plus de 51% des répondants n'étaient abonnés que depuis 3 mois ou moins; c'est dire la nouveauté de la technologie dans les foyers. Si on

regroupe ensemble les trois premières classes, on se retrouve avec près de 83% des répondants qui ont l'Internet depuis moins de 1 an.

L'expérience de la technologie Internet varie aussi en fonction du temps qui lui est accordé. **Les jeunes disaient passer en moyenne trois heures et demie par semaine à naviguer sur le Net.** Les filles passeraient moins de temps que les garçons à naviguer puisqu'en moyenne elles déclarent 3 heures par semaine contre 4 heures semaine pour les garçons; une différence de près d'une heure. Mais cette différence entre les deux sexes serait probablement attribuable au hasard, car les tests de Chi carré n'ont indiqué aucune relation significative à ce chapitre.

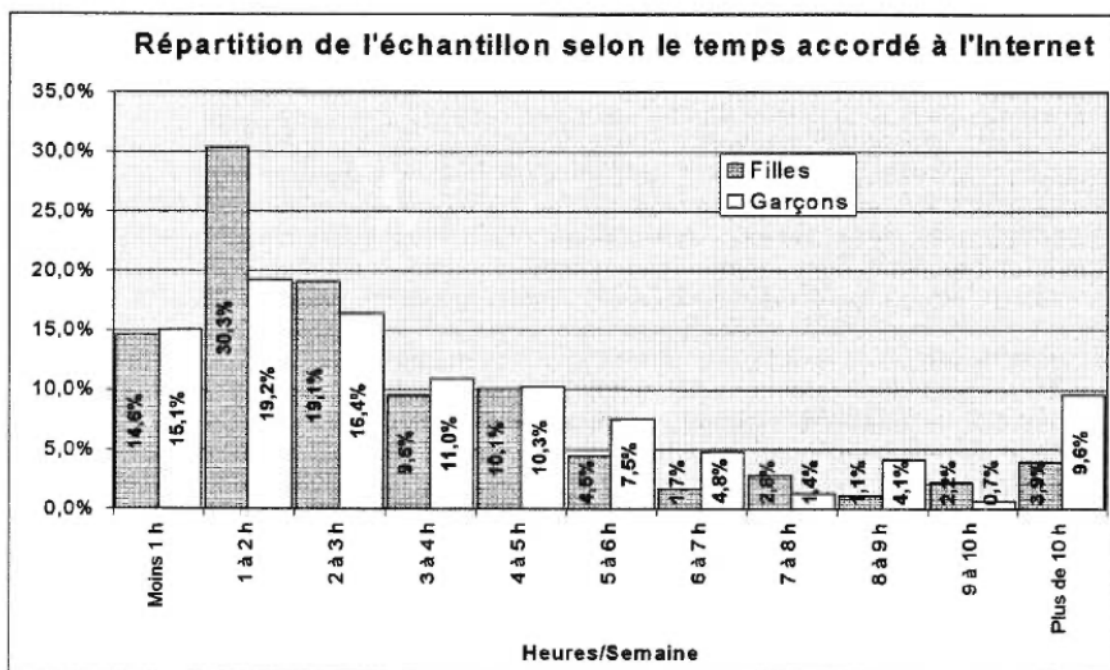


Figure 1.4.1

En observant la figure ci-haut, on peut voir qu'il y a, à peu de choses près, au moins un répondant sur cinq qui passe entre une et deux heures par semaine à naviguer. En fait, les intervalles de 3 heures et moins regroupent, au bas mot, la moitié de l'ensemble des répondants.

Afin d'avoir une idée de ce que les répondants fréquentent comme site, on leur a demandé de nommer les 10 sites qu'ils préféreraient. Le tableau qui suit regroupe les réponses les plus souvent mentionnées par les répondants. Il est important de noter à ce moment-ci que toutes les réponses des enfants à propos de leurs sites préférés concernaient uniquement des contenus disponibles sur le *Web*.

Tableau 1.4.5 - Sites Internet préférés les plus souvent cités. (Sites mentionnés au moins 10 fois)

Sites Internet	Nbre de mentions	Sites Internet	Nbre de mentions
Site jeunesse de la SRC	120	La Bande à Frankie	16
Radio-Canada.com	47	François Pérusse	16
Backstreet Boys	45	Safarir	14
Musique Plus	32	Tintin	13
Walt Disney	31	Nintendo	11
O340	28	RDS (chaîne de télé)	10
Bouledogue Bazar	25	Les Mondes de Sismi	10
Bêtes pas bêtes +	22	Sympatico	10
Premiers pas sur Internet	17	Ne sait pas	6
Yahoo	16	Aucun	1

On peut voir que Radio-Canada dans son ensemble est très populaire puisque la station remporte les deux premières positions et plusieurs autres avec les émissions présentées sur son site. Ce qui n'est pas surprenant puisque c'était l'endroit même où s'effectuait la cueillette des données. Les autres sites mentionnés sont de tous les horizons; on retrouve des chaînes de télévision spécialisées (*Musique Plus*, *RDS*), des sites d'artistes (*Backstreet Boys*, *François Pérusse*), des sites sur des revues, livres, BD (*Walt Disney*, *Safarir*, *Tintin*), sur les jeux vidéo (*Nintendo*), sur des fournisseurs Internet (*Sympatico*), sur des chercheurs (*Yahoo*) et sur l'Internet en général (*Premiers pas*). Les sites de ce tableau ne représentent que 46% de l'ensemble des sites nommés par les jeunes. Voilà pourquoi on a regroupé tous les sites selon le sujet qu'ils présentaient.

Encore une fois, les répondants ont été très nombreux à signaler le site de la SRC comme étant un de leur préféré, en fait un jeune sur quatre l'a fait.

Tableau 1.4.6 - Répartition de l'échantillon selon les sujets des sites Internet préférés.

Sujets des sites Internet préférés	Nbre de mentions	% de l'ens. des réponses
Site de la SRC (entier)	266	25,2%
Émission ou vedette télé	136	12,9%
Musique ou vedette musicale	104	9,9%
Informatique, Internet (chat, fournisseurs, pages personnelles, chercheurs)	98	9,2%
Sites pour enfants	80	7,6%
Cinéma ou vedette	75	7,1%
Livres, revues, publications	49	4,6%
Jeux (tous genres)	44	4,2%
Sport ou vedette sportive	42	4,0%
Sciences, culture, géographie, biologie	42	4,0%
Compagnies, marque de commerce, institution privée	36	3,4%
Humour	32	3,0%
Information générale (ex. Toile du Qc.)	32	3,0%
Inconnus	16	1,8%

Il semble que les jeunes accordent une certaine importance à tout ce qui entoure les médias et le vedettariat puisque parmi les cinq plus importantes catégories de sites quatre sont dédiés aux vedettes de tout acabit et aux industries cinématographiques, télévisuelles et musicales.

On comprend que les jeunes puissent aimer un site, mais on désire savoir pourquoi ils fréquentaient ces endroits. On a donc demandé aux répondants d'identifier les raisons qui les poussaient à visiter les trois premiers sites qu'ils avaient identifiés comme étant leurs préférés. En regardant les commentaires ci-dessous, on peut comprendre que les motifs de leur fréquentation sont multiples.

Tableau 1.4.7 - Raisons d'appréciation pour les trois premiers sites identifiés comme étant préférés. (Raisons mentionnées à au moins 10 reprises)

Raisons d'appréciation	Nbre de mentions	% de l'ens. des réponses
Pcq amusant, drôle, fun, intéressant	77	12,3%
Pcq vedette, animateur, etc., préféré	75	12,0%
Pcq informatif, apprend, renseigne	69	11,0%
Pcq communique avec d'autres	38	6,1%
Pcq émission préférée	37	5,9%
Pcq jeux, concours, quizz, etc.	36	5,8%
Pcq y a photos, images, graphisme	31	5,0%
Pcq livre, conte, BD préféré	18	2,9%
Pcq y a du choix, variété	16	2,6%
Pcq sport, activité qu'il aime	14	2,2%
Pcq trouve astuces, trucs, codes	13	2,1%
Pcq obtient extraits audio-vidéo	13	2,1%
Pcq aime animaux	12	1,9%

L'ensemble des remarques du tableau représente 71,8% de toutes les réponses enregistrées à cette question. On peut voir que les enfants semblent se diriger avant tout vers des sites qui leur permettent de se divertir ou vers ceux dont les sujets leurs sont déjà assez familiers (vedette préférée, émission préférée, livre préféré, etc.). La perception du site quelle soit visuelle (dessins, animation), perceptuelle (le jeune est amusé, intéressé) ou interactive (jeux, *Chat*) semble augmenter l'intérêt des jeunes.

1.5 - Intérêt envers l'Internet

Dans cette partie du questionnaire, les jeunes devaient exprimer quel était l'intérêt qu'ils portaient à l'Internet. Les interrogations visaient à mieux saisir les raisons derrière l'utilisation de la technologie. Toutefois, on doit avouer que la portée des questions est limitée, c'est pourquoi on verra plus en profondeur les intérêts et les besoins des jeunes internautes à travers les résultats obtenus aux entrevues.

Tout porte à penser que les jeunes préfèrent le *Net* (et surtout le *WWW*) aux autres médias. Le média habituel par excellence, la télévision, a été largement supplanté par

l'Internet puisque plus de deux tiers (68%) des répondants disaient préférer naviguer plutôt que de regarder la télévision. Toutefois, si la préférence des jeunes va à l'Internet, leurs déclarations signalent qu'ils regardent beaucoup plus la télévision; car si on se reporte aux intervalles de temps estimés, les répondants passeraient une trentaine d'heures devant la télévision par semaine alors qu'ils n'en passent que de trois à quatre à naviguer.

Tableau 1.5.1 - Répartition de l'échantillon selon la préférence à naviguer sur le *Net* plutôt que de regarder la télévision.

Préfèrent naviguer sur le <i>Net</i>	Total
Oui	68%
Non	32%

En sachant qu'ils aiment naviguer, on peut se demander pour quelle raison. À cette question, les répondants ont majoritairement révélé qu'ils allaient sur le *Net* surtout pour s'amuser; c'est le cas de près de 55% d'entre eux.

Tableau 1.5.2 - Répartition de l'échantillon selon la raison de navigation sur le *Net*.

Raison de la navigation	Total
S'amuser	54,9%
S'amuser et travailler	38,9%
Autre	5,6%
Travailler	0,6%

L'amusement semble important comme raison principale de la navigation puisque la seconde réponse la plus fréquente inclut aussi l'amusement comme étant l'un des motifs de l'usage de ce médium. Les réponses enregistrées à la catégorie "autre" faisaient référence à l'apprentissage, l'interaction avec d'autres usagers comme étant les raisons de l'utilisation du *Net*.

On a demandé aux jeunes d'identifier les changements qu'ils apporteraient à l'Internet s'ils en avaient le pouvoir. Un peu plus d'un répondant sur quatre (27%) ont fait des commentaires à l'effet qu'ils augmenteraient la vitesse d'échange des données; ils trouvent qu'ils passent trop de temps à attendre que l'information qu'ils ont demandée arrive.

Tableau 1.5.3 - Changements les plus intéressants que les jeunes voudraient voir apporter à l'Internet.

Changements désirés	Nbre de mentions	% de l'ens. des réponses
Augmenterait vitesse	89	26,7%
Augmenterait nbre sites francophones	39	11,7%
Changerait adresses compliquées	12	3,6%
Faciliterait l'accès	11	3,3%
Enlèverait pornographie	10	3,0%
Changerait prix (gratuit)	8	2,4%
Créerait carnet de toutes adresses <i>Net</i>	5	1,5%
Enlèverait trop plein d'information	4	1,2%
Placerait sites jeunesse ensemble	1	0,3%
Ne changerait rien	31	9,3%
Ne sait pas	13	3,9%

Les commentaires regroupés dans ce tableau sont ceux ayant été mentionnés le plus souvent et représentant les remarques les plus intéressantes; en fait, les deux tiers (66,9%) des réponses données par les jeunes entrent dans ce tableau. Lorsqu'on regarde les griefs que les enfants ont notés, on remarque que plusieurs de leurs commentaires vont dans le sens d'une facilitation de la navigation. Ils veulent rendre le processus plus facile et enlever toutes les sources d'interférences. Pour faciliter la navigation, ils veulent que tout aille plus vite; que les sites aient des adresses simples, trouvables dans un carnet; ils enlèveraient les informations inutiles, la pornographie; regrouperaient les sites par leur sujet d'intérêt et ils voudraient que tout le monde puisse y avoir accès en visant la gratuité du service. Il est intéressant de noter que près d'un jeune sur 10 (9,3%) déclare ne rien vouloir changer; ces répondants se contenteraient du statu quo.

1.6 - Appréciation du Site des émissions jeunesse de la SRC

Les responsables du site et la direction des émissions jeunesse de la SRC désiraient savoir ce qui intéressait les jeunes internautes lors de leur navigation. Pour répondre à leurs interrogations, on a soumis aux internautes un éventail de questions touchant uniquement le site jeunesse.

La première question touchait la source d'information qui avait révélé l'existence du site aux internautes. Les jeunes répondants avaient entendu parler de l'existence du site par l'entremise des émissions elles-mêmes dans une proportion de près de 80%.

Tableau 1.6.1 - Répartition de l'échantillon selon le moyen ayant révélé l'existence du site de la SRC.

Source de l'information	Total
Par les émissions	79,0%
Par un ami	6,9%
Par un professeur	2,1%
Par une revue	6,2%
Par autres	5,8%

Évidemment, un tel pourcentage laisse peu de place aux autres sources d'information. En regardant le tableau, on peut voir que les autres sources sont dans l'ordre : les amis, les revues, autres et finalement les professeurs.

Les questions portant sur l'appréciation du site étaient ouvertes, ce qui laissait toute la latitude possible aux jeunes pour s'exprimer. Les réponses ont été catégorisées, mais seuls les regroupements de 10 réponses et plus ont été retenus puisqu'ils sont les plus représentatifs de l'ensemble des commentaires des enfants. Les répondants, questionnés sur ce qu'ils préféraient sur le site, ont répondu, qu'en premier lieu, ils appréciaient consulter leur émission préférée.

Tableau 1.6.2 - Répartition de l'échantillon selon ce que les répondants disaient préférer sur le site jeunesse de la SRC. (Tous les regroupements de plus de 10 répétitions)

Éléments préférés	Nbre de répétitions	% de l'ens. des réponses
Consulter son émission préférée	56	13,8%
Questionnaire	39	9,6%
Images, photo, présentation	28	6,9%
Information	25	6,2%
Jeux	24	5,9%
Concours	22	5,4%
Renseignements sur les émissions	21	5,2%
Carnet d'adresse	15	3,7%
Interactivité (poser des questions)	10	2,5%
Aime tout	22	5,4%
Ne sait pas	12	3,0%

Le tableau ci-haut présente dans l'ordre les caractéristiques que les jeunes disaient aimer sur le site de la SRC. Les éléments préférés du tableau représentent 68% de l'ensemble des commentaires faits par les répondants à cette question. On peut remarquer que les navigateurs paraissent accorder une certaine importance aux aspects du site qui leur permettent de jouer, interagir avec le contenu comme les questionnaires, les jeux, le courrier pour poser des questions; en fait, ces aspects représentent 18% de l'ensemble des réponses. Dans une moindre mesure, les renseignements sur les émissions et l'information en général sont des points sur lesquels les jeunes accrochent, plus de 11% de toutes les remarques enregistrées en faisaient mention.

Si les répondants étaient nuancés dans leurs réponses sur ce qu'ils aiment, il n'en va pas de même sur ce qu'ils apprécient le moins sur le site. Si on considère seulement les regroupements comptant 10 mentions et plus, près de 29% des jeunes ne voient rien qui leur déplaie sur le site.

Tableau 1.6.3 - Répartition de l'échantillon selon ce que les répondants disaient aimer le moins sur le site des émissions jeunesse de la SRC. (Tous les regroupements de plus de 10 répétitions)

Éléments les moins aimés	Nbre de répétitions	% de l'ens. des réponses
Rien (positif = aime tout)	97	28,6%
Émission en particulier	41	12,1%
Image, graphisme, couleur	12	3,5%
Ne sait pas	18	5,3%

Les commentaires des répondants à cette question étaient moins nombreux et moins hétérogènes, ce qui fait que moins de regroupements ont pu être réalisés. Les catégories présentées ci-dessus comptent pour la moitié (50%) des réponses recueillies lors de l'administration du questionnaire. Curieusement, à la question précédente, les jeunes disaient d'abord aimer le site pour visiter leur émission préférée, mais il semble qu'il y ait des émissions qui ne soient moins appréciées puisque 12% des enfants disent qu'ils n'apprécient pas une émission particulière. Les enfants auraient un œil artistique et critique car certaines images, formes de graphisme, etc., les dérangerait; quoiqu'il devait y avoir quelques points positifs dans l'aspect général du site puisque les réponses de la même catégorie à la question précédente faisaient partie des parties préférées sur le site.

Sur ce qu'ils voudraient retrouver sur le site de la SRC, les jeunes répondent qu'ils voudraient qu'on élargisse son contenu. En considérant les réponses les plus significatives, toujours celles comptant 10 mentions et plus, on observe que les répondants désirent avant tout que l'on augmente le nombre des émissions présentées sur le site (p. ex. : ajouter *Watatatow*, *Mission Top Secret*).

Tableau 1.6.4 - Répartition de l'échantillon selon ce que les répondants disaient vouloir retrouver sur le site des émissions jeunesse de la SRC. (Tous les regroupements de plus de 10 répétitions)

Éléments désirés	Nbre de répétitions	% de l'ens. des réponses
Ajout d'émissions	49	13,7%
Ajout de documents audios-vidéo	44	12,3%
Ajout de jeux	26	7,3%
Ajout d'informations sur les émissions	20	5,6%
Ajout de photos	17	4,7%
Ajout de concours	14	3,9%
Ajout d'information sur artistes, animateurs	12	3,4%
Ne changerait rien	25	7,0%
Ne sait pas	19	5,3%

Les réponses significatives dans le tableau ci-dessus regroupent 63% de l'ensemble des remarques faites par les enfants. On peut regrouper ces réponses sous deux types de désirs, l'un se centrant sur l'information et l'autre sur l'interactivité. Les ajouts d'émissions, de documents audio-vidéos, de photos, de renseignements sur les émissions et sur les artistes seraient des représentations du désir d'information des jeunes (47% de l'ensemble des commentaires) et leur désir d'interaction pourrait être illustré par l'ajout de jeux et de concours (11,2% de toutes les réponses). Bien que plusieurs jeunes désirent des changements, il reste que 7% des remarques signalaient qu'on devrait conserver le statu quo et 5% démontraient l'incertitude des répondants à effectuer des changements sur le site.

Un peu plus des deux tiers (67%) des jeunes interrogés avaient le site des émissions jeunesse dans leurs signets (*bookmarks*) et pouvaient donc y accéder directement sans avoir à apprendre l'adresse par cœur ou passer par des chercheurs comme *Yahoo* ou *Alta Vista*.

Tableau 1.6.5 - Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de signets pour accéder au site des émissions jeunesse de la SRC.

Accès avec un signet	Total
Oui	67%
Non	33%

Pour approfondir la question des signets, on a demandé aux répondants d'identifier s'ils accédaient directement à une émission sur le site jeunesse de la SRC. Sur l'ensemble des répondants, environ 63% ont indiqué qu'ils n'accédaient directement à aucune émission en particulier.

Tableau 1.6.6 - Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de signets pour accéder directement à une des huit émissions du site jeunesse de la SRC.

Accès direct à une émission	Total
Aucun	63,1%
O340	15,0%
Bouledogue Bazar	11,5%
La Bande à Frankie	4,1%
Bêtes pas bêtes +	3,2%
Sur la piste	1,9%
Parcelles de soleil	0,6%
Manigances	0,6%
Les Mondes de Sismi	0%

Parmi les émissions auxquelles accédaient directement les jeunes, les deux les plus souvent mentionnées sont *O340* et *Bouledogue Bazar*. Le format de ces émissions est semblable, il s'agit d'animateurs qui présentent des chroniques, des entrevues, etc., et le tout est entrecoupé de dessins animés ou de télé-séries. L'accès aux autres émissions disponibles sur le site est bien moins important. Il est intéressant de noter que même si les *Mondes de Sismi* est une des émissions les plus souvent regardées (rapportez-vous au tableau 1.2.2) personne n'a dit l'avoir noté dans ses signets.

Il faut signaler au passage que les résultats des compteurs rapportent que les trois émissions les plus souvent visitées sont aussi celles qui recèlent le plus de contenu et qui sont mises à jour de façon hebdomadaire.

Tableau 1.6.7 - Résultats de tous les compteurs pour toute la période de l'administration du questionnaire.

Semaine/émission	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Total par émission
Bouledogue Bazar	651	737	545	330*	2263
0340	343	501	445	409	1698
Bête pas bête+	356	386	336	325	1403
Nouveautés	283	387	286	307	1263
La Bande à Frankie	252	298	216	167	933
Sur la piste	211	243	180	174	808
Les Mondes de Sismi	152	187	132	112	583
Parcelles de Soleil	61	85	67	52	265
Manigances	51	33	42	53	179
Questionnaire	199	279	226	230	934
Total par semaine	2360	2857	2249	1929	10329

Semaine 1 - du 9 au 15 décembre 1996

Semaine 2 - du 16 au 22 décembre 1996

Semaine 3 - du 23 au 29 décembre 1996

Semaine 4 - du 30 décembre 1996 au 6 janvier 1997

* remise à 0 inexplicée du compteur

Bouledogue Bazar contient au moins 16 pages différentes dont : les sujets abordés durant l'émission de la fin de semaine, la description des personnages, etc. L'émission *0340* contient tout autant de pages que la précédente, donne des renseignements sur l'animatrice, le nom de l'invité de la semaine et les adresses de fan club, etc. Ces deux émissions ont un format semblable; il s'agit d'animateurs faisant des sketches, des chroniques, des entrevues pour occuper les jeunes téléspectateurs entre d'autres émissions (p. ex. : bandes dessinées, télé-séries, etc.). *Bouledogue Bazar* joue seulement le samedi et dimanche matin alors que *0340* est une émission quotidienne de fin d'après-midi. *Bête pas bête +* est la partie la plus imposante du site, elle compte plus de 35 pages de contenu; il y a des jeux, des renseignements scientifiques sur la faune, des photos d'enfants et de leur animal familial et ainsi de suite. Cette émission dédiée aux animaux et à l'environnement joue toutes les semaines et reçoit l'assentiment de 8 écoles qui s'en servent comme

outil de recherche pour leurs cours; mais cette partie du site semble tout de même populaire puisque le nombre de *hits* n'a pas baissé plus que dans les autres émissions durant la période des Fêtes.

La catégorie "nouveau" arrive au quatrième rang; il ne s'agit pas d'une émission, mais d'un raccourci que les internautes peuvent emprunter pour aller chercher directement le contenu de la semaine en cours pour certaines émissions.

Les autres parties du site sont moins développées. Au sixième rang, *La Bande à Frankie* se limite à une description de l'émission humoristique quotidienne et des personnages. *Sur la piste* qui présente un contenu scientifique pour éduquer les jeunes, est renouvelé de façon hebdomadaire pour ce qui est du thème de la semaine; il a tout de même un carnet d'adresses et une description de l'émission. La huitième place est prise par *les Mondes de Sismi*, sur le site, on présente le but de ce jeu questionnaire, on décrit son animateur et les différents mondes. L'avant dernière place revient à l'émission qui fait partager aux enfants les expériences spéciales d'autres jeunes, *Parcelles de soleil*, sur le site, on présente son animateur et les découpages qu'il propose aux internautes. L'endroit le moins fréquenté du site est *Manigances*, il faut dire que le jeu dominical par couple parent-enfant en était à sa dernière année et que son contenu était limité à la description de l'émission et des modalités de participation. Le contenu Internet des émissions jeunesse est présenté dans le détail en annexe.

On désire comprendre ce que les jeunes pouvaient faire d'une technologie comme le *Net* et quels étaient les motifs menant à cette utilisation. Le questionnaire visait à rejoindre l'échantillon le plus large possible afin de recueillir un nombre optimum de réponses. Toutefois, avec un questionnaire on ne peut aller dans le détail et saisir toutes les nuances qui sont susceptibles d'influencer les jeunes. Les entrevues faites avec certains jeunes pourront remédier à ce problème puisqu'on peut aller plus en profondeur pour découvrir ce qui motive les jeunes à utiliser une telle technologie.

2. Entrevues (et méthode non-réactive)

On aimerait rappeler au lecteur que la sélection des jeunes et de leur famille pour les entrevues s'est faite à partir des questionnaires sur lesquels les répondants avaient indiqué qu'ils acceptaient de participer à la seconde phase de l'étude. Les familles venaient toutes de la grande région du Montréal métropolitain. Le groupe de jeunes interviewés comprenait cinq garçons et cinq filles âgés de 11 à 13 ans qui fréquentaient tous la sixième année du primaire sauf un qui était en cinquième.

La moitié des familles des répondants comptent en tout deux enfants, en incluant le jeune interviewé.

Tableau 2.1 - Distribution familiale des familles interviewées.

Nombre d'enfants (total)	Nombre de familles
1 enfant	2
2 enfants	5
3 enfants	2
4 enfants	1

Les parents des jeunes interrogés viennent de tous les horizons professionnels, mais il y en a six qui travaillent directement dans le domaine informatique (concepteur de programme, technicien en télécommunication, propriétaire-vendeur d'ordinateurs, etc.). Les autres œuvrent dans le secrétariat (commis de bureau, sténographe, secrétaire de direction, etc.), la finance (contrôleur financier, étudiante en comptabilité, homme d'affaires, etc.), dans des entreprises de transport (cadre chez VIA Rail, technicien en aviation, chauffeur d'autobus) et dans la vente (conseillère en parfum, vendeur d'éclairages industriels).

Afin de rendre la lecture plus aisée, on présentera les données en fonction des variables que l'on voulait aborder. On verra d'abord les intérêts personnels et les occupations des répondants, puis viendra le niveau des connaissances technologiques

des répondants, la relation Internet-plaisir-motivation, la conception et la perception de l'Internet, le contexte entourant l'utilisation de l'ordinateur familial et de l'Internet, le contexte social et familial, le contexte scolaire. On ne présentera pas dans le détail chacune des entrevues; on cherchera plutôt à montrer les différences ou les similarités que l'on aura trouvées au cours des entrevues de manière à dégager un portrait d'ensemble de tous les commentaires faits par les jeunes.

Étant donné que les entrevues étaient du style semi-dirigées, on a commencé par poser les questions en cherchant à avoir d'abord les réponses spontanées des jeunes de façon à savoir ce qui leur venait en tout premier lieu à l'idée. Par la suite, on a essayé d'explorer plus à fond les activités dans lesquelles les répondants disaient s'impliquer afin de raffiner les réponses qu'ils avaient données à prime abord.

2.1 - Les intérêts personnels et les occupations

On désirait débiter la discussion en mettant à l'aise les répondants, c'est pourquoi on a décidé de commencer l'entrevue en leur demandant de parler d'eux-mêmes. Ces questions visaient à connaître mieux les interviewés et ainsi savoir quels étaient les sujets, les choses qui leur tenaient à cœur. Avant de leur demander ce qu'ils pensaient de l'Internet, il semblait important et logique de commencer par leur demander ce qu'ils aimaient faire et pourquoi. Les réponses obtenues permettront de savoir la place que les différentes activités qu'ils pratiquent occupent dans leur vie et quelle part l'informatique joue dans celle-ci.

2.1.1 - Le temps libre

Dans un premier temps, on voulait que les enfants expriment spontanément quelles étaient les activités qu'ils pratiquaient durant leur temps libre, par la suite, on irait cerner de plus près leurs goûts en matière de cinéma, de littérature, etc.

Les commentaires spontanés des répondants revenaient plus souvent qu'autrement sur les jeux à l'extérieur avec des amis et sur la pratique des sports. Dans une moindre mesure, certains faisaient des remarques à l'égard de l'écoute de la télévision et de la lecture.

Intervieweuse: "Qu'est-ce que tu aimes faire durant tes temps libres ?"

Fille, 12 ans : "Je vais pratiquer des routines que je fais à la poutre en gymnastique, ou des fois je lis ou j'écoute la télé."

Garçon, 12 ans : "J'aime lire, aller jouer dehors et pis, j'aime beaucoup le hockey et le base-ball."

Fille, 12 ans : "Le plus souvent je fais du patinage artistique, pis je lis et je joue avec mes amis."

Garçon, 13 ans : "Aller jouer avec mes amis dehors."

La moitié des interviewés ont indiqué l'ordinateur de manière spontanée comme l'une des activités qu'ils pratiquaient durant leur temps personnel. La faible priorité que semblent accorder les répondants à l'ordinateur est peut-être due à un effet saisonnier. Au printemps, les jeunes recommencent à jouer plus longtemps à l'extérieur et il est possible que leur attention ait été tournée vers ces activités plutôt que celles pratiquées à l'intérieur.

La moitié des interviewés avaient indiqué, dès le départ, la lecture comme l'une des activités qu'ils pratiquaient lors de leur temps libre, mais une fois interrogés, tous les jeunes ont dit s'adonner à la lecture. La bande dessinée est le genre littéraire qui recueille la faveur de la majorité des répondants, puis suivent les romans jeunesse, les romans d'aventure, les romans policiers et les revues. Tous les jeunes sauf un ont dit avoir des passe-temps (l'écoute de musique, la lecture, la philatélie, le modélisme, la peinture, le théâtre, l'ordinateur et les jeux vidéo).

En les interrogeant un peu plus, on a découvert que tous les répondants avaient déjà été en voyage et que plus de la moitié d'entre eux avaient été à l'étranger. Comme on l'a dit auparavant, les sports semblent occuper une place importante dans la vie des jeunes puisqu'une majorité d'entre eux se sont empressés de les mentionner dès le

début de l'entrevue. Les sports d'équipe semblent les plus populaires (hockey, baseball, volley-ball, basket-ball, soccer et jouer au ballon).

Pour ce qui est des films, presque tous les répondants se sont entendus pour dire que "l'action" était leur genre cinématographique préféré. Les jeunes ont aussi majoritairement indiqué les "comédies" comme type de films favoris.

Plus de la moitié des professions souhaitées par les jeunes requièrent des études universitaires. Si on regroupe leurs réponses par champ d'intérêt, on remarque que le secteur des sciences (vétérinaire, biologiste marin, ingénieur, orthodontiste) est celui qui intéresse le plus les répondants, puis suit le domaine sportif (athlète professionnel), le domaine social (comédienne, professeur, travailleuse sociale), le domaine judiciaire (avocat, policier) et finalement l'informatique. Les ambitions professionnelles des jeunes interrogés sont le reflet des rêves habituels des enfants issus des classes sociales moyennes à élevées. Il est curieux de constater que même si plusieurs parents œuvrent dans le domaine informatique, seule une minorité de répondants disent vouloir suivre leurs traces.

2.1.2 - *L'emploi du temps*

Établir l'horaire journalier des jeunes est une étape charnière pour saisir l'importance de chacune des activités qu'ils pratiquent, afin de pouvoir évaluer la place que l'Internet et l'informatique y occupent. Un regroupement des commentaires a été fait de façon à donner une image globale de ce que les répondants font la semaine, dans un premier temps, et de ce qu'ils font la fin de semaine dans un second temps.

• La semaine

"J'aime ça regarder la télé en revenant de l'école parce que j'aime ça relaxer. Après ça je fais mes devoirs, j'étudie ou des fois je vais jouer chez des amis...Des fois je mets le souper au four." Garçon, 12 ans.

Les enfants se lèvent entre 6h et 8h, font un brin de toilette, déjeunent et partent pour l'école entre 7h30 et 8h30. Les cours débutent entre 8h15 et 8h45. Sur les dix jeunes interviewés quatre disent rester à l'école pendant l'heure du midi. Pour les six autres qui retournent à la maison ou chez la gardienne, il y en a trois qui déclarent ne pas regarder la télévision durant le dîner. Les trois autres jeunes profitent de l'heure du repas pour regarder la télévision; ils regardent *Poivre et sel*, *Allô prof*, *Gillian*, *les Pierrafeux* et *les Schtroumpfs*. Les cours se terminent entre 14h30 et 15h30 et les enfants arrivent à la maison ou chez la gardienne entre 15h et 16h40. Avant le souper, huit des répondants disent faire leurs devoirs; les autres activités par ordre d'importance sont : l'écoute de la télévision qui est mentionnée six fois, les jeux avec des amis avec trois mentions puis suivent, avec une seule mention, aller sur le *Net*, préparer le souper, prendre une collation, jouer dehors et jouer à l'ordinateur. Durant la soirée, presque tous les répondants sauf un ont dit qu'ils regardaient la télévision; trois autres ont indiqué qu'ils faisaient ou terminaient leurs devoirs et leçons et deux jeunes ont dit qu'ils allaient voir des amis ou jouer avec eux. Les interviewés ont déclaré plus d'une activité pour la soirée si bien qu'on retrouve aussi comme occupation : la lecture, l'écoute de musique, les jeux à l'extérieur, le cyclisme, le jeu à l'ordinateur, la navigation sur le *Net* et la prise de cours; mais elles n'ont été notées que par un répondant. Les jeunes vont se coucher au plus tôt à 20h et au plus tard à 22h.

- La fin de semaine

“Je regarde les émissions du matin, à *Bouledogue Bazar*, pis à 9h30 j'ai mes cours de peinture... (en après-midi) J'appelle mes amis. Je vais jouer chez eux ou ils viennent jouer ici. Des fois je fais d'autres choses.” Fille, 11 ans.

“...Je dîne. J'appelle mes amis voir s'ils sont là. S'ils y sont pas, je fais des activités avec ma mère. Si elle est pas là je m'arrange, je fais des activités toute seule dans la maison ou j'appelle mes amis qui habitent à côté.” Fille, 12 ans.

Certains des répondants semblent se lever quand même assez tôt la fin de semaine puisque l'ensemble des réveils se feraient entre 6h et midi, mais plusieurs des répondants disaient se lever vers 9h. Pour ce qui est de ces deux journées, les jeunes disaient faire plusieurs choses différentes durant une même période de la journée, c'est pourquoi on peut retrouver de multiples activités soulignées par peu de répondants. En avant-midi, huit interviewés disaient regarder la télévision, deux appelaient des amis; les autres activités indiquées étaient : jouer à l'ordinateur, jouer avec des amis, passer la balayeuse, aller à des cours et faire les devoirs. L'après-midi, l'activité la plus populaire est celle de jouer avec des amis qui a été nommée par tous les répondants, puis vient l'écoute de la télévision qui recueille quatre mentions, ensuite *ex aequo* les sorties en famille et les appels faits à des amis avec trois mentions ainsi qu'aller sur l'ordinateur cité à deux reprises. Les autres activités pratiquées en après-midi, mais n'étant exposées que par un jeune sont : aller à des cours, jouer du piano, faire du sport, aller au cinéma, se promener, faire du ménage et bricoler. En soirée, la télévision occupe une place centrale puisque huit jeunes disent la regarder. De plus, cinq mentions ont été faites en rapport à la location de films, ce qui requiert l'utilisation du poste de télévision. À part l'écoute de la télé et la location de films, on retrouve aussi en soirée comme activité les jeux de société, les jeux avec des amis et les appels téléphoniques aux copains. Les jeunes se couchent plus tard les fins de semaine soit entre 21h et minuit.

- L'écoute télévisuelle

Parmi la programmation que les répondants disent écouter, on retrouve évidemment des émissions jeunesse, mais encore plus d'émissions qui passent aux heures de grande écoute. Les programmes jeunesse les plus souvent mentionnés sont dans l'ordre : *Radio-Enfer* cité par la moitié des répondants, puis *Bouledogue Bazar*, et finalement les *Intrépides* cité à deux reprises. D'autres émissions ont été nommées à une seule reprise, il s'agit de : *la Bande à Frankie*, *0340*, *les Débrouillards*, *Sur la piste*, *Watatatow*, *La première fois*, *Télépirate*, *Allô Prof*. Un seul répondant disait regarder à l'occasion des bandes dessinées anglophones, mais il n'y en avait aucune

qu'il aimait particulièrement. On doit noter au passage que toutes les émissions jeunesse indiquées par les jeunes sont diffusées par seulement deux stations, Radio-Canada et le Canal Famille.

Les jeunes ont fait environ 27 mentions relatives à des émissions qui passent en soirée alors qu'ils n'en avaient fait qu'une vingtaine pour ce qui est des émissions jeunesse; il semblerait donc que les répondants accordent une importance comparable à la programmation en période de forte écoute. Les deux émissions les plus souvent énoncées par les enfants étaient *Urgence* qui recevait l'appui de cinq jeunes et *Virginie* avec l'appui de quatre. Certaines émissions arrivaient sur un pied d'égalité puisque *Place Melrose*, *La petite Vie*, *Bungalow Blues*, *Beverly Hills 90210* et les films recueillaient l'endossement d'au moins deux des interviewés. D'autres émissions telles que *Moi et l'Autre*, *l'Écuyer*, les parties de hockey, de base-ball, *Piment fort*, *le Retour*, *les Simpson* et *Ces enfants d'ailleurs* n'ont été signalées que par un seul répondant. Plus de la moitié des mentions, en fait 16 d'entre elles, étaient relatives à des émissions présentées à l'antenne de la Société Radio-Canada et 11 autres mentions sont des émissions de la grille de programmation de TVA. Il y a seulement la catégorie des films dont on ne peut établir la provenance puisque les jeunes n'ont nommé aucun programme particulier.

2.2 - Le niveau des connaissances technologiques

Le but de cette partie de l'entrevue visait à évaluer le niveau de connaissance informatique des répondants afin de savoir s'ils étaient très versés sur le sujet ou s'ils avaient certaines difficultés. Pour débiter, on peut indiquer que le niveau d'expérience des interviewés avec l'ordinateur était très variable. Un des enfants tenait à jour une base de données corporatives pour ses parents et, à l'inverse, un autre jeune ne pouvait rien faire à l'ordinateur sans le demander à ses parents.

2.2.1 - *Ordinateur familial*

La majorité des ordinateurs utilisés par les jeunes étaient des compatibles IBM assez récents, ils avaient presque tous moins de deux ans; sauf un qui datait de 1986 et qui servait comme appareil de secours. L'achat de l'ordinateur a été une décision prise dans trois familles par le père, dans trois autres par les deux parents et finalement dans trois autres foyers, l'acquisition venait d'un consensus de l'ensemble des membres de la famille. Seule une famille se distingue, puisque c'est la mère qui a dû s'équiper d'un ordinateur pour son travail.

Le temps moyen accordé à l'ordinateur par les jeunes interviewés est évalué à 5 heures par semaine soit exactement le même que pour l'ensemble des répondants du questionnaire. La moitié des répondants que l'on a questionnés ont dit utiliser l'ordinateur depuis un an ou moins. Le reste des jeunes a un peu plus d'expérience; trois enfants disent qu'il s'est écoulé au moins deux ans depuis leur première utilisation de l'ordinateur, alors que les deux derniers interviewés déclarent avoir respectivement trois et quatre ans d'expérience. Le père de famille serait, le plus souvent, la personne ressource à qui les jeunes s'adressent lorsqu'ils éprouvent des difficultés avec l'ordinateur familial; seulement quatre des répondants vont s'adresser à leur mère. Toutefois, plus de la moitié des enfants affirment se débrouiller tout seuls et ne vont voir l'un de leurs parents qu'en cas d'absolue nécessité.

L'ordinateur domestique servirait principalement pour jouer à des jeux et aller sur le *Net* selon 8 répondants. Les enfants mentionnent aussi se servir de traitements de textes à six reprises. La fabrication de bases de données, l'organisation du temps et l'enregistrement de son seraient aussi des activités que les jeunes accomplissent grâce à l'ordinateur.

Les jeunes ont dit connaître plusieurs logiciels; ils ont mentionné des programmes utilitaires et ludiques. Parmi les logiciels utilitaires on retrouve des traitements de textes, des bases de données, des programmes de dessins, des feuilles de calcul, etc.

Presque tous les types de logiciels de ce genre ont été nommés à l'exception de ceux visant à faire de la programmation (p. ex. : HTML, Perl, C++). Les logiciels de divertissement indiqués par les jeunes étaient de toutes sortes, on retrouvait des jeux de cartes, des jeux d'aventure, des jeux de guerre, des jeux sportifs et des logiciels à vocation éducative.

2.2.2 - *L'Internet*

Pour ce qui est de l'abonnement à un service Internet, le processus de décision était sensiblement le même que pour l'achat de l'ordinateur familial. La décision dans quatre cas était l'œuvre du père, dans trois, le fait de l'ensemble de la famille, dans deux le choix des parents et, en dernier lieu, on retrouve la mère qui a eu son abonnement pour son travail. La période écoulée depuis l'abonnement au service Internet oscillait entre 1 mois et deux ans. Le répondant qui est branché depuis seulement un mois a expliqué qu'il avait pu remplir le questionnaire à la SRC durant la période de Fêtes alors que son frère avait apporté son ordinateur personnel pour la durée de son séjour dans la famille. En fait, sept des familles n'avaient accès à l'Internet que depuis un an ou moins; les trois foyers restants étaient branchés depuis deux ans.

L'existence de l'Internet a été révélée aux jeunes par diverses sources :

“J'en avais entendu parler par ma sœur à la maison” - Garçon, 13 ans.

“Un de mes amis l'avait... il m'avait dit c'était quoi” - Garçon, 11 ans.

“J'en avais entendu parler à la télé” - Garçon, 12 ans

Sur les dix jeunes, trois ont entendu parler du *Net* à la maison et autant chez de la parenté ou des amis, les quatre enfants restants ont été mis au courant par les médias. Mais si une majorité de répondants ont entendu parler du *Net* pour la première fois à l'extérieur du domicile familial, il en va autrement avec la première expérience de navigation puisque sept jeunes ont dit avoir été introduits au cyberspace à partir de chez eux. Des trois autres enfants interviewés, deux ont commencé à aller sur

l'Internet lors d'une visite chez une connaissance alors que le dernier jeune indique que son premier contact a eu lieu au bureau d'un de ses parents. Comme pour l'ordinateur familial, les pères sont les principales personnes ressources lors de l'utilisation de l'Internet; les mères ne sont nommées qu'à deux reprises. Il y a au moins quatre jeunes qui font leur possible pour tout faire eux-mêmes et ne consultent leurs parents que lorsqu'ils ont épuisé toutes les autres options.

Le logiciel de navigation *Netscape* serait l'outil le plus souvent utilisé par les jeunes pour aller sur le *Net* puisque six répondants déclarent s'en servir. Les moteurs de recherche nommés par les enfants sont : *Yahoo*, *Alta Vista*, *Sympatico* (section recherche), *Excite*, *InfoSeek*, *WebCrawler*, *GoMontréal* et *Francité*. Toutefois, les deux plus souvent mentionnés étaient *Alta Vista* et *Yahoo*; ce dernier a remporté la palme en recueillant l'appui de six répondants qui l'ont désigné comme étant leur engin de recherche préféré. Les signets n'étaient pas très utilisés par les répondants puisque six d'entre eux n'en avaient pas; ils apprenaient certaines adresses par cœur ou les notaient sur une feuille de papier. Les signets des quatre autres répondants menaient à des sites de référence (*Canada 411*, *Office de la langue française*, *National Geographic*, etc.), d'humour (*Safarir*, *la page d'humour à Mario*, *la page atroce de Céleri*, etc.), des médias (*CKOI*, *Radio-Canada*), d'engins de recherche (*Yahoo*, *Alta Vista*), et d'artistes (*Backstreet Boys*, *François Pérouse*, *Noir Silence*).

Les connaissances des répondants sur les différentes composantes de l'Internet étaient plus ou moins importantes. Tous les enfants savaient ce qu'était le courrier électronique sans qu'on ait à décrire son fonctionnement et six d'entre eux avaient déjà eu l'occasion de l'utiliser. Le second service le plus reconnu spontanément par trois répondants était l'*IRC*, les sites de *Chat*. Après qu'on leur ait expliqué ce qu'était l'*IRC*, neuf répondants ont dit en avoir entendu parler, mais, il y en avait à peine un tiers qui s'y était déjà rendu. La troisième composante la plus souvent connue par son nom est le *World Wide Web* qui a été identifié par quatre répondants; après en avoir reçu une brève description, l'ensemble des jeunes affirmait comprendre ce dont on parlait et tous sans exception y étaient allés. Les groupes de

discussion (*Newsgroups*) étaient les endroits les moins connus de l'Internet, puisque la moitié des répondants ont déclaré ne pas être informés à leur sujet; seulement deux jeunes les connaissaient de nom et trois autres enfants ont indiqué suite à une description savoir ce qu'ils étaient. Sur tous les répondants, un seul les avait visités par le passé. Un enfant semblait être un peu plus à l'affût de ce qui se passe sur le *Net* puisqu'il était capable d'utiliser le protocole de transfert de fichiers *FTP* qui permet aux utilisateurs d'aller chercher des programmes sur des sites de partagiciels et de les installer sur leur ordinateur personnel.

2.3 - La relation Internet-plaisir-motivation

Cette partie de l'entrevue visait à mettre en évidence les motivations sous-jacentes aux choix des sites que les répondants fréquentaient le plus souvent et ce qui les attirait vers ces endroits. Avant d'exposer les raisons invoquées par les jeunes pour aller sur l'Internet, on verra d'abord, dans un premier temps, les genres de sites qu'ils disent préférer puis on passera, dans un second temps, aux raisons motivant leurs choix.

Les réponses spontanées des jeunes à la question «Pourquoi tu vas sur le *Net* ?» étaient les suivantes :

Garçon, 11 ans : «J'y vais pour trouver des documents, faire des recherches, mais la plupart du temps c'est pour naviguer pour voir de quoi les sites ont l'air.»

Fille, 12 ans : «Pour apprendre des choses, jouer. Des fois me distraire comme je disais.»

Garçon, 12 ans : «J' aime pas faire des recherches pour trouver des documents; les chercheurs Yahoo, et Alta Vista ne donnent pas assez de renseignements, faut aller voir chaque site; c'est mélangeant et souvent pas ce que tu recherches.»

Garçon, 11 ans : «C'est pour découvrir des choses, m'amuser aussi.»

Fille, 11 ans : «J'y vas pour voir les invités à Musique Plus, pour voir ce qu'il y a de nouveau sur mes idoles les Backstreet Boys, voir à quelle heure les émissions jouent, la documentation sur les animaux des fois ou sur l'astronomie.»

Fille, 11 ans : «J'y vais pour m'amuser».

Garçon, 11 ans : «Pour me divertir ou avoir des renseignements...»

Fille, 11 ans : «Pour me renseigner sur mon animal préféré, le dauphin.»

Fille, 12 ans : “Souvent pour me renseigner pour mes recherches, puis pour lire le journal, pour tout, pour des photos sur mon groupe préféré les Backstreet Boys.”
 Garçon, 13 ans : “C’est pour communiquer avec d’autres personnes, faire des recherches, savoir plus de choses.”

Les genres de sites les plus souvent nommés sont, dans l’ordre, ceux relatifs aux chaînes de télévision, aux artistes et chanteurs, aux animaux, puis viennent *ex aequo* les sites sur les jeux vidéo, les jeux en général et les sports. D’autres lieux de navigation reçoivent au moins deux mentions, il s’agit des sites sur la météo, sur la correspondance, sur l’humour, sur la science, et sur la littérature. Dans les commentaires faits par les jeunes, on retrouve aussi des genres de sites indiqués uniquement par un seul d’entre eux, c’est le cas pour les sites de cinéma, de sondages, d’automobiles, de marques de commerce, de radio et de pays étrangers.

Pour résumer, on peut dire que la raison la plus souvent invoquée par les répondants pour se servir de l’Internet est qu’il leur permet de se renseigner et de trouver des documents intéressants. La seconde motivation serait de s’amuser et de se divertir puis viennent sur un pied d’égalité, le plaisir de faire des recherches et d’apprendre de nouvelles choses. En fait, les répondants semblent apprécier les sites qui les aident à acquérir des connaissances tout en les divertissant. D’un point de vue plus personnel, deux autres raisons ont été nommées, chacune par un jeune, il s’agit de pouvoir découvrir l’aspect des sites eux-mêmes et de découvrir de nouveaux sites inconnus ou spéciaux. On abordera cette question des motifs de navigation avec plus de détails au prochain chapitre.

2. 4 - La conception et la perception de l’Internet

On voulait essayer de saisir l’image que les jeunes se font du *Net* dans leur tête pour comprendre comment ils l’envisageaient et pouvaient le comparer à quelque chose plus près d’eux.

Intervieweuse: "Pour toi, c'est quoi l'Internet ?"

Fille, 12 ans : "C'est un endroit où on peut jouer à des jeux, s'informer, apprendre des choses. Des fois je me promène dans le site jeunesse, puis je vois ce qui m'intéresse. Admettons un site qui parle d'écriture, de livre; ben je clique dessus puis je m'en vais voir, me distraire, apprendre des choses."

Fille, 11 ans : "C'est de la documentation. C'est les sites, tu peux trouver tout ce que tu veux sur un sujet. Tu peux voir à quelle heure ton émission préférée joue, quelles activités vont avoir lieu cet été ou cet hiver. C'est de la documentation en gros..."

Fille, 12 ans : "C'est pour trouver un site spécifique...pour moi, dans ma tête c'est comme un gros, gros livre avec plein de photos, plein de renseignements, ça c'était avant. Aujourd'hui je vois ça comme un gros dictionnaire de tout ce qui existe ou presque."

Pour ce qui est de la conception qu'ils ont du *Net*, ils le comparent à : un voyage autour du monde sans sortir de chez soi; un endroit où on peut jouer à des jeux, s'informer et apprendre des choses; une grosse encyclopédie ou dictionnaire interactif accessible en tout temps (mentionné trois fois); une grosse bibliothèque, un jeu informatif; un grand réseau où on trouve plein de pays, les gens sont rassemblés et vivent à travers les ordinateurs; une base de renseignements; et finalement un outil de recherche.

Un jeune voyait le *Net* comme un autre monde où on peut consulter une information de meilleure qualité, en plus grande quantité, à son rythme. Un répondant considérait le *Net* comme une encyclopédie mise à jour quotidiennement; un autre le regardait comme un endroit où on a le monde au bout des doigts. L'investissement de beaucoup de temps et d'effort pour trouver une information était la perception qu'avait un des jeunes lorsqu'il pensait à l'Internet alors qu'un autre le voyait comme un outil de recherche et de communication. Un seul répondant a dit qu'il ne savait pas exactement ce que la technologie représentait pour lui. Mais, si on regroupe l'ensemble de leurs commentaires, on voit que d'une part ils conçoivent le *Net* comme une forme d'encyclopédie, d'une banque de données, etc., mais qu'ils l'utilisent surtout à la manière d'une sorte de divertissement, de terrain de jeux électronique.

2.4.1 – *Que ferais-tu si tu n'avais plus accès à l'Internet ?*

S'ils n'avaient plus le *Net* quatre des répondants ont dit qu'ils reporteraient sur l'ordinateur, le temps qu'ils accordent actuellement à l'Internet. Un enfant semblait entretenir une relation de dépendance avec le *Net*, puisqu'il disait ne pouvoir vivre sans son lien. Les contenus et les différents modes de présentation (son, vidéo, images) offerts par le biais de l'Internet ne sont souvent disponibles par aucun autre média. Dans un tel cas, il est concevable que le jeune tienne absolument à garder sa source de renseignements surtout s'il considère que c'est le moyen le plus aisé pour recueillir les informations qu'il désire et qu'il s'amuse ce faisant. Un autre enfant a indiqué que si le *Net* venait à disparaître, il reporterait son temps de navigation sur sa famille et ses amis. Il semble possible que l'Internet modifie les relations interpersonnelles. La navigation sur le *Net* est une activité qui demande un certain investissement temporel ce qui fait que ses usagers doivent réorganiser leur horaire afin de lui aménager une place; ce qui suppose que d'autres activités devront être déplacées, écourtées ou éliminées. Il est possible que ce soient les activités familiales ou sociales qui écopent lorsque l'accès à l'Internet devient possible. Les répondants restants ont indiqué qu'ils iraient à la bibliothèque à la place de se rendre sur l'Internet; qu'ils reporteraient ce temps sur la lecture et sur des jeux et un dernier a fait remarquer qu'il saurait moins de choses.

2.5 - Le contexte entourant l'utilisation coutumière de l'ordinateur familial et de l'Internet

Cette partie de l'entrevue visait à mettre en évidence les règles que les parents avaient mises en place pour ce qui est de l'utilisation de l'ordinateur et de la navigation sur l'Internet. On voulait voir si les parents étaient très impliqués dans l'utilisation de l'informatique à la maison ou si les jeunes se débrouillaient par eux-mêmes. On verra séparément les différentes prescriptions relatives à l'ordinateur et à l'Internet. Toutefois, on doit conserver à l'idée que les observations faites sur l'utilisation du

Net sont en partie tributaires des règles entourant l'ordinateur puisque ce dernier est l'outil qui permet d'avoir accès au cyberspace.

2.5.1 - Les règles entourant l'utilisation de l'ordinateur familial

Intervieweuse: "À la maison est-ce qu'il y a des règles à suivre quand tu utilises l'ordinateur ?"

Fille, 12 ans : "On a pas le droit de sauter dans le bureau, pas le droit d'arriver une grosse gang... de jouer. On n'a pas le droit de boire de quoi à côté de l'ordi, y faut pas jouer en même temps. Y faut s'éloigner, boire, puis continuer."

Fille, 11 ans : "Pas le briser. Pas aller n'importe où. Pas ouvrir les dossiers de ma mère. De juste aller où je vas, ne pas aller chercher quelque chose d'autre sans lui demander. Pas mettre de disquette sans lui demander. Ne pas me servir de l'imprimante sans lui demander, la même chose pour le cédérom."

Garçon, 11 ans : "Pas le droit de déplacer des icônes. Pas le droit d'effacer des icônes. Quand tu quittes la salle, tout doit être en ordre, pas de disque qui traîne, des enveloppes de CD."

Selon ce qu'ont dit les répondants, il semblerait que les parents ne leur donnent pas vraiment de restriction temporelle pour utiliser l'ordinateur; tous les jeunes peuvent l'utiliser tous les jours aussi longtemps qu'ils le désirent (les enfants ne l'utilisent pas assez pour que les restrictions soient nécessaires). Toutefois, plus de la moitié des interviewés, soit sept sur dix, ont indiqué que leurs parents avaient priorité, c'est-à-dire que les jeunes doivent leur céder la place lorsqu'ils le demandent ou attendre qu'ils aient terminé avant de pouvoir accéder à la machine. Deux autres répondants ont mentionné qu'ils n'avaient aucune limite de temps ou d'accès, mais qu'ils devaient d'abord avoir terminé leurs devoirs et leurs leçons avant d'utiliser l'ordinateur. Sans avoir aucune limite temporelle établie, un répondant a confié devoir attendre que l'ordinateur se libère pour y avoir accès; il y a deux autres enfants qui ont fait des commentaires supplémentaires semblables, ils doivent s'entendre avec leurs frères et sœurs pour établir un ordre et une durée d'utilisation.

Les parents y vont tout de même de certaines recommandations lors de l'utilisation de l'ordinateur. Par exemple, par rapport à l'environnement de travail,

les jeunes ne doivent pas mettre le son trop fort, pas le droit de sauter dans la pièce, pas trop de monde, pas le droit de boire à proximité, ne rien laisser traîner et ne pas déranger l'utilisateur de l'ordinateur. Les recommandations relatives à l'usage de l'ordinateur comme tel vont comme suit : on n'installe pas de programme, on ne touche pas aux documents parentaux, on ne déplace pas les icônes, on n'efface aucun document, on ferme l'ordinateur comme il faut, on appelle un parent lorsqu'il y a un message en anglais. Un parent demande même à son enfant de ne mettre aucune disquette, ni cédérom et de n'utiliser l'imprimante qu'après lui avoir demandé la permission. Curieusement, le parent d'un jeune demande qu'il ne passe pas trop de temps sur la machine et ce sans lui donner aucune limite de temps ou d'accès précise. Ces recommandations ressemblent beaucoup à celles qu'on fait dans d'autres domaines de la vie familiale : « laisse ta sœur tranquille ! », « Range ta chambre ! », « Ne touche pas aux papiers sur le bureau de ton père ! », etc.

2.5.2 - Les règles entourant l'utilisation de l'Internet

Sur les dix jeunes questionnés, tous ont indiqué qu'ils pouvaient aller sur le *Net* peu importe la journée et huit ont même indiqué qu'ils pouvaient y passer autant de temps qu'ils le souhaitaient. Les deux répondants restants ont dit qu'ils étaient limités à une heure par jour dans un cas et à trois heures par jour dans le second. Comme pour ce qui est de l'utilisation de l'ordinateur, les commentaires sont relatifs à la présence des parents dans 70% des cas. Les autres jeunes ont indiqué qu'ils devaient partager l'appareil et le lien Internet avec les autres membres du foyer, couper la connection à une certaine heure ou encore s'assurer que personne n'attend d'appel téléphonique et que les parents aient quitté le bureau avant de s'y brancher.

Lorsqu'ils naviguent sur le *Net*, la grande majorité des jeunes interviewés, soit huit sur les dix, signalent être toujours seuls alors que deux répondants disent être la plupart du temps accompagnés, l'un par un parent et l'autre par un ami. Les enfants doivent suivre certaines directives supplémentaires. Il y a des genres de sites que

les jeunes ne doivent pas fréquenter comme les sites à caractères pornographiques (six mentions), ou payants (deux mentions); un seul jeune a dit n'avoir aucune limitation quant au contenu qu'il peut consulter. Les recommandations suivantes ont été rapportées chacune par un enfant : ne pas parler à une personne de plus de 16 ans dans les sites de *Chat*, ne pas enregistrer trop de signets (*bookmarks*), demander à un parent de faire la connexion au réseau Internet et pour changer de site, demander à un parent d'initier les recherches sur *Yahoo*, vérifier avec un parent lorsqu'un message apparaît.

Intervieweuse: "Est-ce qu'il y a des règles quand tu vas sur l'Internet ?"

Garçon, 11 ans : "Oui. Pas plus qu'une heure (par jour). Aussi des fois, les sites essaient d'envoyer des données, mais des fois les données peuvent faire planter l'ordinateur, fait que il faut pas accepter les données des fois Ha nous cause des problèmes...(pas le droit d'aller sur...) Les sites protégés par des cartes de crédit. Les sites pour savoir comment monter des armes B feu, des bombes; des choses dangereuses."

Garçon, 11 ans : "Non plus. Bien faut pas que j'aïlle sur les sites trois X, même si j'y vas pareil."

Garçon, 13 ans : "Quand je fais quelque chose de pas correct faut que j'avertisse mon père, quand y a une icône, faut qu'il voit c'est quoi... non, y pas de sites interdits."

2. 6 - Le contexte social et familial

Posséder une innovation technologique comme l'Internet est une chose, mais il est nécessaire d'établir quelles relations les jeunes et leur entourage entretiennent avec la technologie. On peut se demander qui en fait dans la famille et dans quel but. De la même façon, on peut se demander comment les enfants branchés communiquent avec leurs amis selon qu'ils sont branchés ou non. Voyons d'abord les informations recueillies à l'aide des mesures non-réactives.

2.6.1 - *Les mesures non-réactives*

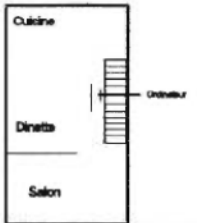
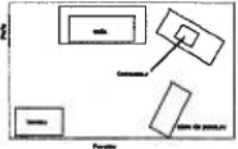

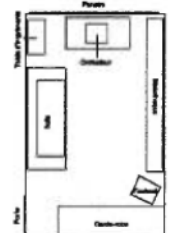
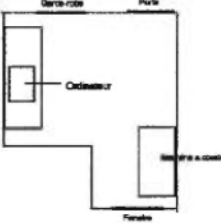

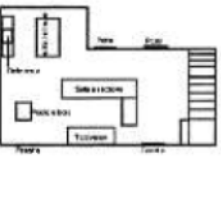
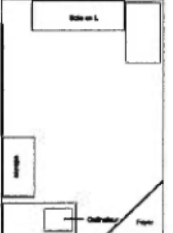
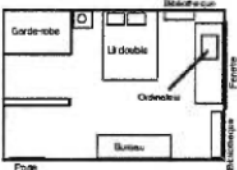
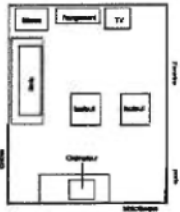
La méthode des mesures non-réactives se voulait une tentative de comprendre les répondants à travers l'environnement dans lequel ils évoluent. En regardant le lieu où ils naviguent, on est en mesure d'amasser des informations qui viennent compléter les renseignements que les familles ont bien voulu révéler.

L'ordinateur familial était placé au second étage de la maison chez quatre des familles rencontrées, dans trois autres l'appareil était au rez-de-chaussée et au sous-sol chez les trois dernières. Dans la moitié des cas, l'ordinateur était placé dans une pièce dédiée principalement à son utilisation alors que dans quatre autres cas, l'appareil se trouvait dans une pièce commune où plusieurs activités pouvaient se dérouler simultanément. Un seul ordinateur se trouvait dans une pièce moins conforme à son usage puisqu'il était placé dans une chambre d'amis qui faisait aussi office de bureau. Pour résumer, on peut dire que la majorité des ordinateurs étaient disposés à l'écart puisque six appareils étaient placés dans des pièces dédiées à leur utilisation (bureau) alors que les quatre autres étaient dans des lieux plus achalandés.

On peut dire que les jeunes naviguaient surtout à partir de pièces où le niveau sonore était plutôt faible et où ils risquaient peu d'être dérangés puisque la majorité des répondants étaient installés dans des bureaux. Il en va autrement pour les jeunes qui doivent être dans des lieux plus publics, ils doivent s'accommoder du bruit et des déplacements des autres membres du foyer. des pièces

La disposition des ordinateurs était somme toute assez homogène car sept appareils étaient appuyés contre le mur; deux étaient face à des fenêtres et l'autre était placé dans un coin. À part deux familles, l'ensemble des ordinateurs des répondants étaient placés à l'endroit le plus éloigné de la porte ou de l'entrée de la pièce. Le fait que les ordinateurs soient aussi loin dans la pièce et qu'ils sont souvent à un autre étage oblige les parents à devoir se déplacer considérablement pour observer ce qui se déroule à l'écran.

Tableau 2.2 – Plans des pièces où se trouvait l'ordinateur familial.

<p>Plan entrevue #1 Salle à manger Rez-de-chaussée</p>		<p>Plan entrevue #6 Bureau Second étage</p>	
<p>Plan entrevue #2 Bureau Rez-de-chaussée</p>		<p>Plan entrevue #7 Bureau Second étage</p>	
<p>Plan entrevue #3 Bureau Second étage</p>		<p>Plan entrevue #8 Bureau Sous-sol</p>	
<p>Plan entrevue #4 Salle familiale Sous-sol</p>		<p>Plan entrevue #9 Salle familiale Sous-sol</p>	
<p>Plan entrevue #5 Chambre/bureau Second étage</p>		<p>Plan entrevue #10 Salon (1 seul plancher)</p>	

2.6.2 - La famille et l'Internet

On a demandé aux jeunes de dire si les autres membres de leur famille allaient sur le *Net* et s'ils savaient quel genre de recherche ils effectuaient. Étant donné qu'il y avait deux enfants dont les parents étaient séparés, on n'a tenu compte que du parent chez qui le jeune était pendant l'entrevue ce qui fait qu'on a neuf pères et mères.

Tous les pères des répondants navigueraient, mais seulement cinq des mères en feraient autant. Les pères chercheraient notamment : des *drivers* (pilote de périphérique) pour les programmes; des sites hispanophones; des sites sur l'aviation, le nautisme, les recettes de cuisine, le soccer, le Chili; mais ils utiliseraient aussi le *Net* pour rapatrier les documents du bureau et téléphoner à l'étranger. Parmi les répondants, trois avouent ne pas savoir ce que leur père recherche.

Les cinq mères qui naviguent s'intéressent à trouver des *drivers*; s'informer sur la météo, l'horaire cinéma, la disponibilité des hôtels pour les vacances, à trouver des recettes de cuisine et à se brancher au système informatique de l'école. Seulement deux jeunes disaient ne pas savoir ce que leur mère faisait quand elle était sur le *Net*.

Pour ce qui est des frères et sœurs des répondants, on en compte dix pour l'ensemble des familles interrogées. Les réponses fournies par les enfants questionnés établissent qu'il y aurait six frères ou sœurs qui navigueraient sur les dix. Le but de la navigation serait de trouver des renseignements sur des artistes pour deux d'entre eux, de s'informer sur les jeux vidéo et de participer à un jeu pour d'autres; il reste que deux des répondants étaient incertains quant au type de recherches faites par leur frère ou sœur.

2.6.3 - *Les amis et l'Internet*

Tous les enfants que l'on a interrogés, sauf deux, disent avoir des amis branchés sur l'Internet; il y a même un jeune qui affirme ne pas avoir d'ami qui ne l'est pas. Les échanges communicationnels entre les interviewés et leurs amis se font le plus souvent en personne puisque seulement deux répondants disent utiliser le courrier électronique pour envoyer des messages. Mais les enfants qu'on a rencontrés en entrevue ont aussi, pour la majorité, des amis non-branchés. Il semblerait que les amis non familiers avec le *Net* trouvent que leurs copains branchés sont chanceux d'avoir cette technologie à la maison et "à l'école y trouvent ça ben le fun...une de mes amies me demande toujours comment c'est." (Fille, 12 ans). La moitié des répondants ont admis avoir déjà invité des amis à venir à la maison pour voir ce qu'était l'Internet. Si on écarte les deux jeunes qui disent ne pas parler du tout du *Net* à leurs amis non-branchés, on se retrouve avec une majorité de répondants qui communiquent ce qu'ils trouvent à leurs amis et font parfois même des recherches pour eux. Selon les dires de 50% des interviewés, leurs amis non-branchés trouveraient la technologie amusante.

2.7 - Le contexte scolaire

Afin d'avoir une image plus juste de l'environnement informatisé dans lequel évoluent les enfants, il semblait normal de s'enquérir auprès de ces derniers de ce qui se passait à l'école dans ce domaine. Les enfants passent beaucoup de temps à l'école et on désirait connaître l'importance que les établissements scolaires mettaient sur l'apprentissage de l'informatique. De la même manière, on désirait aussi savoir si les jeunes utilisaient le *Net* comme un outil de recherche pour leurs travaux ou s'ils préféraient s'en tenir aux méthodes traditionnelles.

Pour amener les enfants à parler de ce qu'ils faisaient à l'école, on a commencé par leur demander ce qu'ils aimaient y faire. La majorité des jeunes, sept, ont répondu

qu'ils aimaient aller à l'école pour rencontrer des amis. Les matières préférées des répondants sont dans l'ordre : les mathématiques, l'éducation physique, l'anglais, le français et les sciences humaines. Un des interviewés a fait une remarque à l'effet qu'il appréciait aussi l'école car c'est là qu'il faisait ses pratiques de troupe musicale. Trois autres jeunes ont fait des commentaires à propos de l'école, l'un disait qu'il aimait y aller car son professeur était "super gentil", l'autre avouait apprécier discuter avec ses parents de ce qu'il y avait appris et le dernier indiquait s'y rendre pour apprendre et obtenir éventuellement un bon emploi.

2.7.1 - L'ordinateur à l'école

Le lieu d'utilisation de l'ordinateur scolaire est variable. Selon les dires des répondants, quatre d'entre eux se rendent dans une classe dédiée à l'informatique, trois autres ont l'ordinateur à l'intérieur de leur classe régulière, et deux ont à la fois accès à une classe d'informatique et disposent d'un ordinateur dans la salle de cours. Toutefois, un des répondants déclarait que le programme scolaire de cette année n'incluait aucune utilisation de l'informatique. Le nombre d'appareils présents variait d'un seul à trois à l'intérieur même des classes et entre sept et quinze dans les écoles équipées de locaux spécialement aménagés pour l'informatique.

• Règles d'utilisation

Les règles mises de l'avant par les établissements d'enseignement et les professeurs semblent peu nombreuses si on se fie aux dires des interviewés. Il y a deux des répondants qui affirment n'avoir aucune règle spéciale à suivre lorsqu'ils vont à l'ordinateur, par exemple :

Intervieweuse: "Puis quand vous allez sur l'ordinateur (à l'école), est-ce qu'il y a des règles à suivre ?"

Garçon, 11 ans : "Non."

Intervieweuse: "Vous pouvez faire ce que vous voulez ?"

Garçon, 11 ans : "Oui."

Un troisième dit à peu près la même chose sauf qu'il rajoute qu'il y a une certaine priorité accordée aux élèves qui ont une tâche plus importante à terminer; les travaux passent avant les distractions. Toutefois, il y a quatre jeunes qui signalent des professeurs plus exigeants qui demandent aux étudiants le silence complet durant la période d'informatique et de suivre leurs instructions à la lettre : "faut attendre... pis si on fait un dessin par exemple... c'est chacun notre tour... le professeur surveille pis faut pas que ça parle fort"(Garçon, 12 ans). Les règles peuvent varier selon le lieu d'utilisation; c'est ce qu'expliquait un des enfants, dans la classe ils n'ont le droit que de consulter des cédéroms encyclopédiques, alors que dans la salle d'informatique, la seule activité permise est l'apprentissage des mathématiques par le biais de jeux. Un autre jeune a aussi fait référence à certaines limites d'utilisation de contenu; il expliquait que la seule activité permise était de réaliser des jeux questionnaires pour les autres membres de la classe.

- Utilisation

Les ordinateurs scolaires serviraient surtout à faire du traitement de textes puisqu'il en a été fait mention à au moins sept reprises. Il semblerait que la seconde utilisation que les professeurs font de l'informatique vise à user de différents jeux pédagogiques afin de favoriser l'apprentissage du français et des mathématiques; chacune des matières a été nommée trois fois. En troisième lieu, il y a quatre enfants qui déclarent faire des tâches graphiques comme des dessins et des affiches, etc. De façon à occuper les jeunes le plus possible, il semblerait qu'il y ait des professeurs qui permettent à leurs élèves de s'amuser avec certains jeux; trois des interviewés ont indiqué que c'était leur cas. Deux enfants expliquent que leur professeur se sert aussi de l'ordinateur pour leurs cours de sciences humaines pour l'un et pour faire des recherches sur cédérom pour compléter ou imager son enseignement pour l'autre.

- Accessibilité

Les modes d'accès à l'ordinateur sont presque aussi nombreux que les répondants; certains ont une période par semaine ou par deux semaines, les autres y vont lorsqu'ils le peuvent. Deux jeunes indiquent qu'ils vont sur les ordinateurs à toutes les deux semaines. Toutefois, un des jeunes explique que c'est seulement la moitié de la classe qui utilise les appareils pendant environ 45 minutes alors que le second répondant déclare que toute la classe y va en même temps pour deux heures. L'utilisation hebdomadaire est le mode d'accès de trois des enfants interrogés. Le premier répondant dit que sa classe est séparée en deux et que chaque moitié a 40 minutes d'allouées par semaine pour faire de l'informatique alors que les deux autres jeunes indiquent simplement que leurs classes respectives passent 45 minutes et 1 heure à utiliser les ordinateurs. Un enfant interrogé a expliqué que son professeur avait droit à 1h30 par semaine pour amener ses élèves au local d'informatique, mais que c'était laissé à sa discrétion; si bien que l'enseignant du répondant ne les y avait conduit que trois fois dans toute l'année scolaire.

Certaines classes ont des modalités d'accès un peu plus spéciales que d'autres, sans temps fixe préétabli. Un des jeunes étudiait dans une école alternative et dans ce genre d'établissement ce sont les élèves qui font leur horaire quotidien. L'enfant dévoilait qu'il devait inclure l'informatique dans son horaire, puis une fois ses autres tâches scolaires terminées, il pouvait y accéder en demandant la permission à l'enseignant; il disait passer entre 30 minutes et deux heures par semaine selon qu'il avait à écrire à un correspondant scolaire ou non. Les deux derniers interviewés faisaient remarquer qu'eux et leurs collègues de classe passaient tour à tour à l'ordinateur. Une des deux classes fonctionne en donnant un nombre à chaque élève et quand son tour vient, le jeune a droit à 15 minutes d'utilisation pendant que les autres sont en période de lecture; la seconde classe agit selon le même principe mais chaque enfant a simplement sa journée et durant celle-ci, il peut aller sur l'ordinateur pendant les récréations et lorsqu'il termine ses travaux avant les autres.

Au chapitre de l'accès, il est à noter qu'il y a autant de répondants qui déclarent devoir travailler en équipe que seul à l'ordinateur. Un seul des jeunes interviewés dit être entre les deux pôles, parfois il est seul et à certains moments il est en équipe, tout dépend des exigences du professeur.

- Remarques

La majorité des répondants, sept d'entre eux affirment qu'ils ne reçoivent pas d'enseignement formel d'informatique, seuls deux jeunes disent avoir des cours. Toutefois, les professeurs, dans une grande mesure donnent au moins des instructions quant à la marche à suivre pour faire fonctionner l'ordinateur; mais deux jeunes, pour leur part, disent que leur enseignant ne touche même pas à la machine et ne leur a aucunement indiqué comment s'en servir. Comme on peut le voir, l'informatique comme moyen d'enseignement ne fait pas encore l'unanimité parmi le corps professoral.

2.7.2 - *L'Internet à l'école et pour les études*

Seulement trois des répondants iraient dans des écoles de la banlieue de Montréal branchées à l'Internet et un seul aurait la chance de pouvoir l'utiliser. Les règles imposées à ce jeune se limiteraient à laisser sa place à une personne qui a une tâche plus importante à réaliser. Le navigateur scolaire irait sur le *Net* seul entre 30 minutes et deux heures par semaine dépendant de ses autres activités. Le professeur ne surveillerait pas la navigation.

Même si les jeunes vont avant tout sur le *Net* pour s'amuser, ils arrivent toutefois à percevoir ses possibilités de recherche documentaire. Sur l'ensemble des interviewés trois ont dit avoir utilisé l'Internet comme source d'information pour un travail scolaire. Les jeunes ayant utilisé le *Net* ont recherché surtout des supports visuels pour des présentations, mais ils ont aussi fouillé les sujets suivants : les blagues, les

volcans, Simenon, les pirates, les flamands roses, et Pablo Picasso. Les raisons invoquées pour ne pas s'en servir étaient que l'Internet était un divertissement, qu'il était difficile de trouver de la documentation en français, qu'ils préféraient les cédéroms, et qu'ils n'avaient pas eu de recherche à faire cette année "mais si j'avais une recherche à faire, j'irais sur l'Internet pis j'chercherais dans mes disques"(Fille, 11 ans).

Après avoir passé en revue les données fournies par les entrevues et les questionnaires, on se doit maintenant d'interpréter ce que ces résultats signifient. Dans la partie qui vient, c'est ce qu'on essaiera de faire en comparant les études faites dans le passé aux éléments que l'on a découverts au cours de cette recherche.

Chapitre 4

Discussion

Dans le chapitre précédent, les résultats ont permis d'évaluer les attitudes et les opinions des jeunes sur leur utilisation de l'Internet. On peut maintenant aborder la signification des données recensées en les mettant en perspective par rapport à ce qu'on avait d'abord exposé dans le chapitre théorique.

Dans le premier chapitre, on avait développé, un cadre tenant compte de certaines considérations théoriques mais sans suivre un modèle particulier. On s'était inspiré à la fois des recherches réalisées sur les jeunes et la télévision ainsi que sur l'ordinateur et les enfants. Puisqu'on avait décidé d'orienter, en partie, la recherche sur les motivations des jeunes, il semblait approprié de suivre comme cadre interprétatif, l'approche des «*Usages et Gratifications*» car celle-ci permettait de mettre en évidence les besoins et les intérêts qui poussent les jeunes à utiliser un média tel que le *Net*.

L'une des composantes importantes de cette approche des «*Usages et Gratifications*» est que toute utilisation d'un média est reliée aux besoins et aux intérêts des spectateurs qui choisissent de s'exposer à des messages susceptibles de leur apporter une certaine satisfaction (Katz et al., 1973; Willet, 1992).

Les motivations sous-jacentes qui orientent les choix des usagers sont donc primordiales lorsqu'on veut essayer de comprendre les comportements des gens face à un nouveau média. Il est difficile de dire avec pleine certitude ce qui intéresse les jeunes lors de leur fréquentation du *Net*. Toutefois, les jeunes interrogés ont indiqué les raisons de leur fréquentation de l'Internet et le type de sites qui les intéressaient le plus. À partir de ces renseignements, on peut établir, du moins partiellement, les intérêts relatifs à leur navigation.

Une bonne façon de résumer ce qu'on a appris sur les répondants est de revoir les quatre dimensions à respecter lorsqu'on fait une étude sur les médias (traditionnels) selon Rosengren et Windhal (1989). Selon ces derniers, il faut s'intéresser particulièrement au montant de consommation du média, au type de situation où se

déroule la consommation (contexte), le type de contenu préféré ainsi qu'au type de relation au contenu (motivation). On tentera, dans les pages qui suivent, de présenter les thèmes de la discussion en les regroupant autour de ces quatre variables; tout en profitant de l'occasion pour y faire d'autres références au cadre théorique.

Montant de consommation

La place des médias dans le temps libre des jeunes

La fréquentation du *Net* n'est qu'une des activités pratiquées par les jeunes. Il apparaît à la lecture des données que les jeunes qu'on a rencontrés durant les entrevues étaient semblables aux enfants australiens qu'avaient interrogés Cupitt et Stockbridge (1996). Les jeunes internautes québécois indiquaient souvent les jeux extérieurs avec des amis comme étant l'une des activités qu'ils pratiquaient durant leur temps libre. Les jeunes Québécois semblaient accorder une plus grande importance temporelle aux activités de divertissement non-électroniques (jeux avec des amis, activités ou sports extérieurs, lecture, etc.) sauf pour ce qui est de la télévision comme l'avaient observé Cupitt et Stockbridge.

Curieusement, si les enfants interrogés nomment souvent la télévision comme l'une des composantes de leur horaire hebdomadaire, il n'en va pas tout à fait de même avec l'ordinateur et l'Internet. La plupart des répondants n'ont fait aucun commentaire spontané à propos du *Net* ou de l'ordinateur; les jeunes en ont parlé seulement lorsqu'on les a questionnés sur le sujet. Il est possible que les jeunes aient tendance à l'oublier; ils passent relativement peu de temps, toute proportion gardée, à l'ordinateur ainsi que sur l'Internet; ils les utilisent pendant de courtes périodes alors qu'ils regardent la télévision quotidiennement pendant plusieurs heures. Ces observations vont à l'encontre de ce qui est véhiculé par les médias où l'Internet est souvent présenté comme étant une innovation qui tient les jeunes rivés à leur ordinateur et qui les occupe pendant un bon moment alors que ce temps pourrait être utilisé à d'autres fins (étudier, voir des amis, etc.). Puisque les entrevues se sont

déroulées du mois de mars au mois de mai, il se peut que comme la télévision, l'utilisation de l'ordinateur et de l'Internet connaisse une baisse saisonnière. Lorsque le temps se fait plus doux, les jeunes peuvent faire des activités plus longtemps à l'extérieur; il se peut que les enfants aient passé moins de temps à l'ordinateur et qu'ils aient centré leur attention sur des activités de divertissement non-électroniques.

Il reste que même s'ils n'ont pas spontanément nommé l'ordinateur et l'Internet comme étant partie intégrante de leur temps libre ou de leur horaire, les jeunes les utilisent tout de même. Bien que la plupart des répondants aient indiqué qu'ils avaient accès à plus d'un appareil, le plus souvent ils utilisaient celui qui se trouvait directement chez eux que ce soit pour l'ordinateur seul ou pour la navigation sur l'Internet. Il semblerait d'ailleurs que la majorité des jeunes répondants, au moment du sondage, aient été des novices pour ce qui est de l'utilisation du *Net* puisque près des deux tiers d'entre eux soulignaient qu'ils étaient abonnés à un service Internet depuis six mois ou moins. Malgré leur expérience limitée, la plupart des jeunes affirmaient tout de même se rendre seuls sur le *Net*.

Certains des jeunes rencontrés en entrevue avaient, toutefois, un bagage de connaissances informatiques plus important que d'autres. Un des jeunes entretenait la banque de données de l'entreprise de ses parents alors qu'un autre ne pouvait rien faire, même pas appeler un logiciel sans d'abord demander la permission à son parent. Ce dernier ainsi qu'un autre jeune internaute ont peu d'expérience parce qu'ils n'ont accès à l'ordinateur que lorsqu'ils visitent l'un de leurs parents séparés durant les fins de semaine. Quoiqu'il en soit, les 10 jeunes que l'on a rencontrés disaient avoir entre 7 mois et 4 ans d'expérience avec les ordinateurs. Ces enfants disaient utiliser surtout l'ordinateur pour jouer à des jeux, aller sur l'Internet et pour taper des textes. Lorsqu'ils ont des problèmes sur l'ordinateur ou le *Net*, le plus souvent, les jeunes vont faire appel à leur père pour les tirer de leur mauvais pas, mais ils essaient d'abord de se débrouiller tout seuls.

On peut croire que l'Internet modifierait le temps accordé à l'ordinateur. Si les enfants regardent autant la télévision qu'avant et que le nombre d'heures consacrées à l'informatique n'augmente pas, on peut alors penser que l'utilisation de l'Internet se fait au détriment de l'utilisation des logiciels et cédéroms disponibles sur l'ordinateur familial. Le *Net* est un monde attirant qui demande un certain investissement temporel afin que son utilisateur trouve les renseignements désirés. D'ailleurs, les jeunes avouent passer plus de temps sur le *Net* que sur l'ordinateur, ce qui tend à confirmer que l'Internet a pris le dessus. De plus, un autre facteur semble confirmer cette observation. Lorsqu'on a demandé aux jeunes interviewés ce qu'ils feraient s'ils n'avaient pas le *Net* presque la moitié a répondu qu'ils reporteraient le temps qu'ils passent à naviguer sur l'ordinateur lui-même. On ne peut pas vraiment parler de compétition temporelle entre le *Net* et l'ordinateur puisque le premier ne peut exister sans le second. Toutefois, on remarque qu'il semble y avoir une **mutation des usages**; les jeunes passeraient maintenant plus de temps à naviguer sur l'Internet qu'à utiliser les programmes disponibles chez eux.

Lorsque les jeunes utilisent l'ordinateur, ils évoluent un peu en vase clos, dans un univers fermé puisqu'ils n'ont accès qu'à ce qui se trouve sur le disque dur. L'Internet permet l'évolution de l'ordinateur afin de créer un **univers ouvert** qui permette aux usagers de communiquer entre eux et d'avoir accès à plus de contenus. Le *Net* semble donner un second souffle à l'ordinateur en permettant d'augmenter les possibilités d'utilisation de l'appareil. Il est possible que les gens délaissent lentement les logiciels et les cédéroms disponibles à la maison pour consulter les contenus disponibles sur le *Net*; non seulement les informations sont (généralement) gratuites, disponibles en grand nombre, mais elles proviennent de plusieurs sources et sont régulièrement mises à jour. De plus, il est concevable que l'interactivité avec d'autres usagers d'Internet, par le biais des groupes de discussion et des sites de *Chat*, incite les gens à modifier quelque peu leur utilisation de l'ordinateur familial afin de pouvoir communiquer avec d'autres personnes avec qui elles ont des intérêts communs. L'arrivée de l'Internet semble annoncer une nouvelle révolution; plusieurs changements paraissent s'annoncer; mais ce n'est que lorsque l'Internet sera plus

répandu que l'on pourra voir jusqu'à quel point il a changé la conception de ce qu'est l'utilisation de l'ordinateur domestique.

Contexte de consommation des médias

L'environnement familial

La plupart des familles des répondants comptaient au moins deux enfants et il s'agissait surtout de familles de type nucléaires ou traditionnelles. Lorsqu'on a demandé aux familles d'identifier la personne à l'origine de la décision d'achat de l'ordinateur, force est de constater qu'il n'y avait pas de réponse particulièrement significative. Il y avait autant de familles qui déclaraient que c'était le père qui avait décidé, que c'était une décision des deux parents ou encore qu'il s'agissait d'un consensus de tous les membres. La situation était presque la même pour ce qui est de l'abonnement à l'Internet, sauf que les pères étaient plus nombreux à avoir pris la décision; puis venait le choix par consensus de famille, et finalement par les parents. Toutefois, on pouvait sentir à travers les commentaires des familles rencontrées que l'avis du père avait été spécialement important dans le processus de prise de décisions, même s'il avait demandé l'opinion à sa conjointe ou leurs enfants. Il est intéressant de noter qu'il n'y avait qu'une seule ligne téléphonique dans tous les foyers visités.

- *Les règles familiales*

Il semblerait que les parents des jeunes rencontrés ne soient pas très intransigeants en ce qui concerne les règles d'utilisation de l'ordinateur et du *Net*. Les règles paramétriques (Lull, 1990) sont celles les plus souvent utilisés par les parents pour contrôler l'usage fait par leurs enfants. Les parents expliquent à leurs jeunes comment fonctionne l'ordinateur familial tout en leur donnant des recommandations spécifiques quant aux activités, au contenu ou à la période où ils peuvent l'utiliser. Mais les pères et mères donnent ensuite toute latitude à leur progéniture; les jeunes peuvent faire ce qu'ils veulent, tant et aussi longtemps qu'ils ne contreviennent pas

aux directives spéciales concernant l'utilisation de l'ordinateur. S'ils contreviennent à ces indications, ils seront réprimandés.

Il a aussi des règles habituelles (Lull, 1990), qui ne sont pas uniquement applicables à l'usage de l'ordinateur, mais qui régissent le comportement quotidien des répondants. Ces derniers ont expliqué qu'ils ne devaient pas mettre le son trop fort, ne rien laisser traîner, ne pas déranger les autres, etc. Même les règles touchant de près l'usage de l'ordinateur pourrait se résumer à "ne touche pas aux affaires de ton père ou de ta mère". En fait, ces recommandations parentales sont valables en tout temps, peu importe la situation.

Toutefois, selon les propos des répondants, il faudrait comprendre que, contrairement à la télévision, l'usage de l'ordinateur n'est pas utilisé comme forme de punition ou de récompense, mais plutôt comme un droit pouvant être suspendu si une infraction est commise. Selon la conduite de l'enfant, un parent peut décider qu'il lui interdit de regarder la télévision parce qu'il a été vilain ou au contraire s'il a fait une bonne action, le parent peut lui permettre de la regarder plus longtemps qu'à l'habitude. La télévision n'a presque un seul but : divertir et les parents en sont conscients. Alors il est possible qu'ils hésitent moins à l'utiliser pour punir ou récompenser leurs jeunes, mais, il n'en va pas tout à fait de même avec l'ordinateur. Ce dernier appareil peut être utilisé par les enfants comme mode de divertissement, mais il peut aussi être utilisé de manière plus éducative et permettre d'acquérir des connaissances.

Si on se fie aux commentaires des jeunes à propos des règles familiales, il semble que leurs parents perçoivent la télévision comme un mode de divertissement dont ils ont peu à s'inquiéter. L'ordinateur, pour sa part, est perçu par les parents un peu plus comme un outil d'apprentissage, dont on doit orienter le choix de contenus lorsqu'il est relié à l'Internet. Les parents rencontrés ont expliqué que le fait d'avoir des enfants à la maison avait influencé leur décision d'acheter un ordinateur; ils considéraient que cet appareil permettrait à leurs jeunes d'acquérir des connaissances informatiques qui leurs seront indispensables pour obtenir un emploi dans le futur.

Dans de telles circonstances, il semble compréhensible que les parents cherchent à encourager l'utilisation de l'ordinateur, et qu'ils veuillent autant que possible ne pas avoir à en interdire l'accès.

La télévision est un média que les parents connaissent bien et même si elle peut apporter certaines connaissances à leurs enfants, il reste qu'elle ne fait pas vraiment le poids face à toutes les possibilités disponibles par le biais de l'ordinateur. Ce dernier appareil permet aux jeunes, grâce à l'interactivité, d'avoir un peu plus le contrôle de leur apprentissage. Les enfants décident du sujet sur lequel ils désirent s'instruire, ils apprennent à leur rythme, ils consultent l'information dans l'ordre qui leur plaît, peuvent revenir en arrière s'ils n'ont pas compris ou s'ils veulent recommencer, etc. Ils sont toutefois limités aux contenus disponibles sur les logiciels et cédéroms du foyer, mais s'ils sont connectés à l'Internet, l'éventail du choix est presque illimité. La programmation télévisuelle se distingue par le fait qu'elle offre moins de contrôle sur le contenu, les émissions sont construites de façon linéaire et sont simplement diffusées vers le public. Les auditeurs choisissent le contenu qui les intéresse parmi les choix offerts par les différentes stations et ils n'ont pas la possibilité d'interagir avec ce contenu, sauf évidemment dans le cas de la télévision interactive, mais c'est là une toute autre chose.

Les répondants ont tous indiqué que leurs parents ne leur imposaient aucune limite temporelle pour l'utilisation de l'ordinateur et une majorité de jeunes ont aussi dit n'en avoir aucune pour ce qui est du *Net*. Les enfants pouvaient donc aller sur l'ordinateur aussi longtemps qu'ils le souhaitaient et à tous les jours. Non seulement ils devaient céder la place à leurs parents, mais certains des jeunes devaient aussi s'entendre avec leurs frères et sœurs pour se partager l'usage de l'ordinateur; et d'autres expliquaient qu'ils devaient d'abord terminer leurs devoirs et leurs leçons avant de pouvoir l'utiliser.

Dans leur étude de familles australiennes, Cupitt et Stockbridge (1996) ont interrogé les parents sur leurs inquiétudes à propos de l'utilisation que leurs enfants faisaient

des médiums électroniques de divertissement. Ils ont découvert que les parents s'inquiétaient plus de la période de temps que leurs enfants consacraient à ces médiums que du contenu auquel ils s'exposaient. Les familles rencontrées ne seraient pas vraiment semblables à celles de Cupitt et Stockbridge, à ce niveau, car les parents d'ici seraient plus inquiets à propos du contenu auquel s'exposent leurs enfants qu'au temps qu'ils passent à utiliser l'ordinateur familial. Selon les dires des répondants, les parents semblent surtout s'inquiéter de l'usage du contenu qu'on retrouve sur l'Internet. Parmi les restrictions parentales, on retrouve les endroits interdits tels que les sites pornographiques, les sites anarchistes, les sites payants. Un seul des répondants a dit n'avoir aucune restriction de contenu.

Mais les préoccupations parentales peuvent varier aussi en fonction de l'expérience de leurs enfants. Par exemple, un des répondants ne pouvait pratiquement rien faire à l'ordinateur sans demander la permission à son parent. Il est compréhensible que le parent veuille être au courant de ce que fait le jeune débutant puisqu'il pourrait créer certains problèmes sans le vouloir (p. ex. : effacer des fichiers importants). Avec le temps et l'expérience acquise par le jeune, il est fort probable que ce parent finira par se comporter comme les autres et il s'intéressera plus à savoir ce que son enfant consulte sur le *Net*.

- *Les relations interpersonnelles entre les membres de la famille*

Contrairement à l'introduction du lecteur de vidéocassette (Lull, 1988), il semblerait que l'adoption de l'Internet n'ait pas causé de graves complications en ce qui concerne les relations interpersonnelles entre les membres des foyers étudiés. Il faut souligner que le lecteur de vidéocassette est tout de même assez différent de l'ordinateur (et de l'Internet). La vidéo est une extension du téléviseur dont elle dépend totalement pour fonctionner. Le lecteur vidéo permet d'augmenter le contrôle sur l'écoute en apportant une alternative à la programmation offerte par les stations de télévisions (câblées ou non). La vidéo ne sert qu'à augmenter les choix d'écoute en permettant de visionner des films (personnels ou commerciaux), de reporter

l'écoute dans le temps et de revoir à satiété des films très appréciés. En revanche, l'ordinateur est totalement indépendant, il ne requiert pas une autre technologie pour le soutenir et il peut se plier à beaucoup plus d'applications. On peut se servir de l'ordinateur pour créer des textes, jouer à des jeux, tenir ses comptes à jour, aller sur l'Internet, etc. Le *Net* ressemble un peu plus à la vidéo puisqu'il est tributaire de l'ordinateur (et du téléphone) pour fonctionner, mais les comparaisons s'arrêtent là puisqu'il est possible d'avoir des applications beaucoup plus diversifiées sur l'Internet que celles permises par la vidéo.

La télévision, dont la principale fonction est de divertir des spectateurs, développe sa programmation de manière à combler les goûts du plus grand nombre possible de gens. En répondant aux préférences communes des téléspectateurs, la télévision a favorisé l'écoute de groupe; si tous les membres de la famille écoutent la même émission pourquoi la regarder seul. De nos jours, la majorité des familles ont plus d'un poste par foyer ce qui permet l'écoute individuelle lorsque tous les membres n'arrivent pas s'entendre sur un choix unanime. En revanche, l'ordinateur a été introduit comme un outil servant surtout à des fins professionnelles ou éducatives. Cette introduction a encouragé l'utilisation de l'ordinateur sur une base individuelle et encore aujourd'hui, il est peu courant de voir plusieurs personnes en même temps sur un ordinateur (sauf peut-être dans le cas des jeux).

Il est possible que les règles mises de l'avant par les parents pour ce qui est de l'usage de l'ordinateur aient suffi à endiguer les problèmes de relations interpersonnelles. Le *Net* est lui aussi soumis aux mêmes exigences si bien que les parents conservent le contrôle, mais ils laissent une certaine latitude à leurs enfants; les relations interpersonnelles n'ont pas eu à être redéfinies. Il est aussi possible que les relations interpersonnelles entre les membres de la famille n'aient pas trop souffert parce que le *Net* n'a pas la même fonction ni la même importance dans le milieu familial. Il faut, toutefois, rappeler au lecteur que les remarques faites sur les règles familiales sont basées seulement sur les propos des enfants interrogés; on ne dispose pas de la version des parents. La vidéo a surtout une fonction de divertissement familial; il

arrive assez souvent que toute la famille se retrouve devant le poste, c'est lors de cette écoute en groupe que les divergences peuvent survenir et que les relations interpersonnelles vont causer certaines complications. Si on se rapporte aux commentaires des jeunes, le *Net* aurait pour sa part une fonction de divertissement individuel.

- *Lieu de consommation des médias*

Lindlorf et ses collaborateurs (1988) expliquaient que la télévision occupait souvent une place centrale dans le foyer et qu'elle était placée de façon à ce que tous les membres puissent facilement la voir. Il n'en va pas de même avec l'ordinateur familial qui est plus souvent placé dans une pièce dédiée à son utilisation à l'écart. Contrairement à la télévision, l'ordinateur se retrouve plus souvent ailleurs qu'au rez-de-chaussée. L'ordinateur s'utilise principalement sur une base individuelle, il est donc compréhensible que les parents veuillent l'installer dans un endroit où les utilisateurs pourront s'en servir tout en étant le moins incommodés possible par le bruit ou le va-et-vient des autres membres du foyer. Si l'ordinateur est placé dans une pièce qui diffère de celle de la télévision, la disposition de l'appareil dans l'appartement reste presque la même puisque la plupart des ordinateurs étaient placés face au mur le plus éloigné de l'entrée.

On peut comprendre qu'une majorité de familles ait placé l'ordinateur dans un endroit peu fréquenté puisqu'il s'agit non seulement d'un appareil dispendieux, mais aussi souvent d'un outil dont l'emploi requiert une certaine concentration. Toutefois, l'arrivée du *WebTV* qui permet d'avoir accès au *Net* par le biais du téléviseur plutôt que par l'ordinateur pourrait changer les choses. Puisqu'il requiert la télévision pour fonctionner, il est pensable que le *WebTV* se retrouvera la plupart du temps dans des pièces communes comme l'est son médium de support.

Il reste que ce n'est pas demain que le *Net* sera présent dans tous les foyers via le téléviseur ou autrement. Comme l'a fait remarquer Caron (1995), on ne peut parler

d'universalité que lorsqu'un service n'est plus un luxe mais une nécessité pour participer à la vie d'une société. La télévision est présente dans presque tous les foyers nord-américains et les gens sont habitués à l'utiliser, elle fait partie de leur environnement. Les innovations utilisant la télévision ont donc l'avantage de profiter d'un support largement répandu et qui permet de réduire un peu l'anxiété des gens face à la nouveauté puisqu'ils sont déjà familiers avec une partie de l'équipement. Dans une telle situation, il est possible que le *WebTV* ait un certain succès puisqu'il utilise un médium bien connu des gens. Mais le prix de l'appareil, de l'abonnement et l'utilisation limitée qu'il permet (pas d'imprimante, pas de logiciels utilitaires) seront des facteurs qui viendront probablement ralentir son adoption.

Toutefois, la convergence de ces deux technologies, en une seule, semble peu probable; la télévision et l'ordinateur ont des fonctions différentes qu'il faut respecter. Le médium télévisuel a une fonction de divertissement familial alors que l'ordinateur a une fonction individuelle en tant qu'outil utilitaire. Chaque technologie a son rôle et en tentant de les intégrer l'une à l'autre on vient modifier leur fonction à l'intérieur du foyer.

L'environnement social des jeunes

Les enfants paraissent accorder une assez grande importance à leurs amitiés et la fréquentation d'autres jeunes de leur âge; pour s'en convaincre, on peut se rapporter à leurs activités préférées dont l'une des plus importantes est de rencontrer les amis ou d'aller jouer à l'extérieur avec des copains (Cupitt et Stockbridge, 1996). Mais, on peut se demander quelle place occupe le *Net* dans leurs conversations.

La majorité des répondants ont indiqué que parmi leur groupe d'amis, ils s'en trouvaient qui comme eux avaient accès à l'Internet et même un des jeunes a affirmé qu'il n'avait pas d'amis qui n'étaient pas branchés. Les enfants profiteraient surtout des rencontres en personne pour s'échanger des informations sur les sites intéressants. On aurait peut-être pu penser qu'ils utiliseraient le courrier électronique pour se communiquer des informations puisqu'ils ont accès à ce service, mais ils semblent préférer les contacts personnels.

Les répondants se comporteraient de la même manière avec leurs compagnons non-branchés, puisque la plupart des jeunes interrogés disaient partager avec eux l'information qu'ils trouvaient sur le *Net*. De plus, la moitié des répondants avouaient qu'ils avaient déjà amené des amis à la maison pour leur montrer ce qu'était le *Net* et il semblerait que ces derniers aient apprécié l'expérience et qu'ils enviaient leurs hôtes d'avoir la chance de posséder une telle technologie. Ce partage de l'information entre enfants et l'usage qui est fait de l'Internet correspond à ce que Turkle (1984) disait à propos de l'ordinateur et qui revenait à dire que les jeunes veulent s'approprier les connaissances relatives à un médium tout autant que le feraient des adultes.

En réalité, les jeunes rencontrés agissent auprès de leurs amis comme des experts sur le *Net* puisqu'ils sont (pour le moment) quelques-uns des rares enfants à avoir accès à cette technologie. Les jeunes qui fréquentent l'Internet appartiennent souvent à des familles aisées dont les parents sont des professionnels qui utilisent l'ordinateur au travail et qui vivent pour la plupart dans des grandes villes. Dans cet esprit, on peut qualifier les répondants du titre de "jeunes innovateurs" ou "d'adopteurs précoces" (Rogers, 1995) puisque grâce à leur famille, ils peuvent faire l'essai d'une technologie et en partager le plaisir et les résultats avec leur entourage social. Les jeunes internautes sont en fait des leaders d'opinion, ils sont souvent, auprès des jeunes de leur entourage, la seule source d'information pouvant être interrogée à propos de l'Internet et cela place les internautes dans une position les rendant

potentiellement capables d'influencer la perception que les autres ont de cette innovation.

L'environnement scolaire des jeunes

Les commentaires des jeunes montrent l'écart qu'il semble y avoir entre le discours politique et son application pratique. Le gouvernement québécois veut brancher toutes les écoles à l'Internet, mais l'équipement est souvent inadéquat (âgé, faible nombre d'appareil, etc.) et le corps enseignant ne semble pas prêt à embarquer dans la voiture menant à l'autoroute de l'information. Avant de penser à envoyer les élèves québécois dans le cyberespace, les élus devraient commencer par renouveler le parc informatique et former les professeurs. Sans ces derniers l'intégration ne se fera pas, il faut apaiser leurs craintes face au changement et les aider à apprivoiser la technologie. Lorsque les professeurs seront à l'aise avec l'ordinateur et l'Internet et que la majorité des écoles disposeront d'appareils convenables, l'utilisation de l'autoroute de l'information pourra commencer. Si on ne change pas la situation actuelle, il est possible qu'on se retrouve avec des écoles très bien équipées en informatique (surtout dans les milieux aisés) et que d'autres institutions soient laissées en arrière parce qu'elles ont moins de fonds à investir à ce chapitre.

Les ressources informatiques en milieu scolaire sont variables, certaines écoles ont des classes dédiées à l'informatique avec une quinzaine d'appareils alors que d'autres n'offrent que trois appareils à l'intérieur de la classe régulière. Le temps consacré à l'apprentissage de l'informatique est très variable aussi allant de 0 à 1 heure par semaine. Il y a autant de jeunes qui disent travailler en équipe que de jeunes qui affirment faire cavalier seul.

L'ordinateur scolaire serait principalement dédié au traitement de texte, à l'utilisation de jeux pédagogiques et la réalisation de travaux graphiques. Mais, si les professeurs utilisent les ordinateurs, il est important tout de même de souligner que la majorité

des jeunes interrogés affirment ne pas avoir de cours formels d'informatique. Une bonne partie des enseignants donnent quand même des instructions à leurs pupilles pour leur montrer comment utiliser l'ordinateur, mais il y a au moins deux professeurs qui refusent de toucher à l'appareil ce qui fait que l'apprentissage est laissé entre les mains des enfants qui ont une certaine expérience informatique et qui partagent leurs connaissances avec leurs camarades de classe.

Si tous les répondants avaient l'ordinateur à l'école, ce n'est pas le cas avec l'Internet puisque seulement trois des répondants disaient fréquenter une école branchée et qu'un seul avait la possibilité de l'utiliser en classe. Les jeunes reconnaissent le potentiel éducationnel de l'Internet, mais peu des répondants l'avaient déjà utilisé pour faire des recherches scolaires. Les quatre jeunes qui l'ont utilisé pour des raisons scolaires ont surtout cherché des supports visuels pour des présentations.

Le type de contenu préféré

L'Internet est un média dont le contenu connaît peu de limite, on y retrouve presque tous les sujets imaginables et ce sans frontières, les informations pouvant se trouver à l'autre bout de la planète. Le type de sites Internet qui semblent intéresser les jeunes viennent tous du *Web* et sont en grande partie reliés au monde de la télévision que ce soit pour visiter une émission ou une vedette en particulier. Le vedettariat en général semblait être un des sujets préférés des enfants; ils ont nommé plusieurs sites reliés à des vedettes de cinéma, de sport, etc. Quoiqu'il en soit, il reste que les sites qui intéressent les jeunes sont de tout acabit: on retrouve les sites pour enfants, les sites littéraires, de jeux, d'humour, de marques de commerce et autres. Mais avant tout, les jeunes chercheraient des sites sur des vedettes qu'ils apprécient particulièrement.

Le *Web* semble être une source additionnelle d'information car les jeunes recherchent surtout des renseignements sur des sujets qu'ils peuvent trouver par le biais d'autres médias (revues, magazines, télévision, etc.). Les jeunes peuvent trouver en kiosque

ou à la bibliothèque des imprimés sur leur personnalité favorite ou encore regarder des émissions télévisuelles où on les interviewe. Le *Web* leur permet de trouver des sites traitant uniquement de la personne qu'ils admirent. En fait, les enfants n'ont pas cessé, à l'arrivée de l'Internet, de consommer les médias traditionnels, mais ils auraient plutôt modifié leurs habitudes de consommation afin d'inclure le nouveau média. L'avantage du *Net* face aux médias traditionnels est que les enfants n'ont pas à regarder une émission en entier pour voir le segment qui les intéresse ou à feuilleter toute une revue pour trouver l'article qui les intéresse. De plus, l'information est souvent disponible en plus grande quantité, donne droit à des primeurs diffusées nulle part ailleurs et c'est gratuit.

Quant à la notoriété des services disponibles sur l'Internet, le plus connu est le courrier électronique, tous les jeunes savaient ce dont il s'agissait et plus de la moitié l'avaient utilisé. Mais le service le plus notoire est le *World Wide Web* bien que plusieurs des répondants ignoraient son nom. Les sites de *Chat* sont connus mais peu utilisés alors que les "groupes de discussion" semblent quasi totalement inutilisés par les enfants de cette étude. Il est possible que les parents n'encouragent pas leur utilisation car cela amènerait leurs enfants dans des lieux où ils pourraient communiquer directement avec d'autres personnes sans pouvoir correctement identifier les correspondants et de plus les contenus accessibles dans ces endroits ne sont pas toujours appropriés (p. ex. : sujets pornographiques, anarchiques, etc.) pour des enfants d'une douzaine d'années.

Type de relation au contenu (motivation)

En repassant toutes les données fournies par les questionnaires et les entrevues, il apparaît que **la principale raison de la navigation des jeunes sur l'Internet serait d'origine ludique**. Comme l'avaient fait remarquer Signorielli (1991) pour la télévision ainsi que Kirkman (1993) et Giacquinta et Lane (1990) pour ce qui est de l'ordinateur, l'Internet serait aussi, selon les réponses des enfants, un médium qu'ils

utilisent surtout pour s'amuser. Dans le questionnaire, lorsqu'on leur demandait pourquoi ils allaient sur le *Net*, presque la totalité des répondants ont indiqué que l'amusement était l'une des principales raisons de leur fréquentation. Plusieurs enfants rencontrés en entrevue ont directement indiqué le divertissement comme étant la motivation derrière leur navigation et si on considère le type de sites qu'ils disent fréquenter, on remarque que bien peu d'entre eux sont de nature purement éducative (p. ex. : sites scientifiques).

L'une des premières raisons invoquée par les jeunes, pour expliquer leur appréciation de leurs sites préférés, était qu'il s'agissait d'un lieu dédié à une personnalité qu'ils affectionnaient particulièrement. Le fait que plusieurs des raisons exprimées par les répondants fassent référence à des éléments qu'ils préféraient déjà suggère que leur appréciation (p. ex. : acteur préféré, émission préférée, livre préféré, activité qu'il aime, etc.) précédait l'arrivée de l'Internet. Ce qui soutiendrait les propos de Piette (1988) qui faisait remarquer que les enfants sélectionnent habituellement les messages auxquels ils sont préalablement favorables.

Les autres raisons invoquées par les enfants étaient centrées sur l'apprentissage de nouvelles choses et sur l'interaction avec le contenu et les autres usagers. Les jeunes semblaient apprécier le fait que l'Internet leur permette de se renseigner sur des sujets qui leur tenaient à cœur; ils n'ont qu'à indiquer ce qu'ils recherchent dans un "*browser*" (p. ex. : *Yahoo*, *Alta Vista*) et ils obtiennent automatiquement tous les sites s'y rapportant. L'aspect interactif du *Net* paraît plaire aux enfants; ils ont répondu qu'ils aimaient participer à des jeux, quizz, etc., et correspondre avec d'autres jeunes. Mais cet aspect interactif est aussi touché lorsque les enfants soulignent qu'ils apprécient certains sites à cause de leur apparence (p. ex. : photos, graphisme, etc.) et de leur animation (p. ex. : présence d'extraits audio-vidéos).

Le Net comme outil d'apprentissage

En fait, on dirait que les jeunes se servent de l'Internet comme une sorte d'outil informel d'apprentissage. Les jeunes internautes veulent apprendre mais pas nécessairement le genre de choses qu'on retrouve à l'école. On met souvent les notions d'éducation et de divertissement en opposition comme si elles étaient incompatibles alors qu'elles peuvent être complémentaires. Par éducatif, on entend généralement que les renseignements sont d'ordre instructifs, pratiques, et qu'ils pourront servir dans l'avenir; cette notion est fortement reliée au domaine académique. Il faut se détacher de cette notion d'éducation qui limite l'apprentissage à certains sujets, pour se centrer sur l'acquisition de nouvelles connaissances qui englobe non seulement le domaine scolaire, mais aussi les intérêts personnels des jeunes. L'acquisition de connaissances peut se faire de diverses façons comme des cours magistraux, des jeux, etc. Le jeune peut apprendre de nouvelles choses en s'amusant; si la forme et le contenu de ce qu'il apprend lui plaisent et qu'il a du plaisir à recevoir ces informations, il y a de bonnes chances pour qu'il en retienne une partie. La méthode magistrale est peut-être appropriée pour donner des cours, mais lorsqu'ils sortent de l'école, les jeunes veulent se divertir. Dans ce contexte, le divertissement, peut favoriser l'acquisition de nouvelles connaissances.

Certains enfants ont utilisé l'Internet pour réaliser des travaux scolaires, mais il s'agissait le plus souvent d'aller chercher des supports visuels pour un exposé ou des renseignements de base. Il semblerait que les jeunes interrogés soient quelque peu différents de ceux évoqués par les chercheurs cités par Signorielli (1991), puisque bien que les enfants s'adonnent à la navigation sur l'Internet comme s'il s'agissait d'un médium de fantaisie et de divertissement, ils perçoivent tout de même son potentiel éducatif. Il est possible qu'avec le temps, les enfants changent et utilisent plus les capacités de recherches de l'Internet dans un but plus académique, mais cela dépendra probablement de la quantité de sites francophones et de la qualité des renseignements disponibles. La perception du *Net* en tant qu'outil de recherche sera peut-être facilitée lorsque les professeurs l'utiliseront régulièrement dans le cadre

de leurs cours et permettront à leurs élèves de l'utiliser en classe pour réaliser des travaux.

La situation des filles sur le *Net*

Contrairement à ce que Elkjaer (1992) et certains autres chercheurs avaient remarqué sur les différences sexuelles quant à la domination masculine dans le domaine informatique en général, il semblerait que le site des émissions jeunesse soit une exception à la règle puisque **le nombre de filles ayant répondu au questionnaire est plus important que celui des garçons**. Toutefois, le sexe n'a pas eu vraiment d'influence sur les réponses des jeunes puisqu'on a trouvé une différence significative entre les garçons et les filles qu'en ce qui concerne l'écoute télévisuelle en semaine. On peut se demander si cette importante fréquentation féminine est une nouvelle tendance qui se dessine à l'horizon ou si c'est le contenu du site lui-même qui intéresse particulièrement les jeunes filles.

On peut croire que la situation du site jeunesse de la SRC est un cas un peu spécial. Si on fait une comparaison avec la fréquentation du *Net* par les femmes québécoises, on apprend que même aujourd'hui en 1998, elles représentent 42% de l'ensemble des internautes de la province (RISQ, 1998). Ce pourcentage est une hausse comparativement à l'année précédente où on estimait à environ 26% le nombre de Québécoises allant sur l'Internet (RISQ, 1997). Même si la fréquentation féminine a augmenté, il reste que le *Net* est majoritairement fréquenté par les hommes. Si on considère que la situation est semblable chez les moins de 18 ans, on ne peut pas justifier la surreprésentation des filles sur le site de la SRC comme étant une nouvelle tendance puisqu'il s'agirait, en fait, d'une particularité unique au site. Le nombre plus important de jeunes filles est peut-être dû au contenu ou encore à la méthode de cueillette des données; il est possible que les garçons aient été moins intéressés à remplir le questionnaire.

Les observations de Kirkman (1993) et de Shashaani (1994) sur l'utilisation "pratico-pratique" de l'ordinateur semblent toujours tenir. Les jeunes filles interrogées paraissent s'intéresser un peu plus à des logiciels utilitaires comme le traitement de texte même si elles confiaient aussi apprécier s'amuser avec des jeux. Sur le *Net*, on semblait retrouver un peu cette image. Les filles paraissent chercher principalement des informations utilitaires comparativement aux garçons qui semblaient s'orienter un peu plus vers des sites de divertissement. Il reste que la différenciation est difficile puisque le but principal de la navigation est surtout le divertissement.

Rosengren (1989) avait proposé trois dimensions relatives à l'activité des jeunes face aux médias traditionnels. Toutes les dimensions seraient aussi présentes lors de l'utilisation de l'Internet. Les jeunes font acte de sélectivité lorsqu'ils choisissent les sites qu'ils veulent visiter et le fait de remplir le formulaire de recherche et de consulter la liste des sites trouvés démontre le degré de participation des jeunes. Pour ce qui est de la troisième dimension, l'usage actif du contenu, on peut penser que les jeunes ont acquis de nouvelles connaissances. Les jeunes interrogés ont pu parler de ce qu'ils avaient trouvé sur le *Net*, de certains détails uniquement disponibles sur ce médium; c'est d'une certaine façon une preuve qu'ils avaient retenu des informations, qu'ils ont appris quelque chose via l'Internet.

Maintenant que l'on a terminé la discussion à propos des résultats, on doit essayer de condenser toutes ces informations de manière à répondre aux principales interrogations que l'on avait en commençant cette recherche. On passe donc au chapitre de la conclusion pour présenter l'essentiel de ce qu'on a découvert.

Chapitre 5
Conclusion

À la lecture des chapitres précédents, on peut penser que l'utilisation de l'Internet est un champ de recherche qui regorge de possibilités, en fait de sujets d'étude. Lorsqu'on a entrepris cette recherche exploratoire, on désirait comprendre ce que les jeunes pouvaient faire d'un site Internet qui avait été créé spécialement pour eux.

Les jeunes qui fréquentent le site jeunesse de la SRC ne sont pas représentatifs du profil de l'ensemble des Québécois du même âge car une majorité de plus de 85% d'entre eux ont indiqué qu'ils utilisaient l'ordinateur et le *Net* surtout à partir de la maison alors qu'il n'y a que 24% des foyers québécois qui ont l'ordinateur et seulement 6% qui ont le *Net* (CEFRIO, 1997). La majorité des jeunes disait avoir fait leur toute première navigation à partir directement de leur foyer souvent avec l'aide de leur père qui est la ressource informatique vers qui se tournent le plus les enfants. Toutefois, il apparaît que l'influence de la famille s'arrête là, puisque que **la majorité des parents ne donnaient que des règles sur ce qu'il fallait ou ne fallait pas faire** et que peu d'entre eux surveillaient la navigation de leurs enfants qui en majorité fréquentaient le *Net* en solitaire.

Les répondants étaient souvent des novices en ce qui à trait à l'usage du *Net* puisque la majorité d'entre eux étaient abonnés à un service Internet depuis six mois ou moins. Malgré leur expérience limitée, les jeunes navigateurs agiraient probablement à titre d'experts et de leaders d'opinion auprès de leurs amis. Puisqu'ils sont parmi les rares enfants à avoir accès à cette innovation et qu'ils sont une des seules sources que les enfants non-branchés peuvent directement interroger sur le sujet; les internautes sont donc susceptibles de pouvoir influencer la perception que leurs amis ont de l'Internet. Ce n'est pas par le biais de l'école que les jeunes auraient pu échanger sur leur expérience de navigation puisque peu d'enfants ont accès à l'Internet depuis l'école et que l'informatique est une activité souvent pratiquée en complément des matières régulières (p. ex. : jeux éducatifs sur les mathématiques, le français, etc.).

Les jeunes ont clairement indiqué **que leur principale raison de naviguer sur le *Net* était pour l'amusement**, le divertissement que cette activité leur procure. Ils savent que l'Internet peut leur apporter une mine de renseignements plus instructifs, mais ils choisissent d'aller s'informer surtout sur leurs personnalités ou leurs émissions de télévision préférées.

Bien que les jeunes apprécient la navigation sur le *Net*, il ne s'agit pas d'une activité à laquelle ils dévouent beaucoup de temps ou qu'ils font passer avant toute chose. Les répondants disaient consacrer en moyenne trois heures et demie par semaine à la navigation sur le *Net* et lorsqu'on les interrogeait, la plupart du temps, ils n'en parlaient pas spontanément, il fallait directement les questionner sur le sujet. En fait, **la préférence des jeunes va beaucoup plus à des activités de divertissement non-électroniques** comme aller jouer avec des amis, sauf pour ce qui est de la télévision qui occupe une part substantielle de leur temps libre.

Au cours des dernières années les firmes de sondages télévisuels ont remarqué que l'écoute des jeunes d'âge scolaire s'est stabilisée après avoir connu une certaine baisse. Il reste que plusieurs études (Chen et Paisley, 1985; Rogers, 1995; Deringer, 1986) ont remarqué que les enfants avaient tendance à délaisser la télévision au profit de l'ordinateur. Dans le cas de la présente étude, le constat du déplacement du temps accordé à la télévision vers l'utilisation du *Net*, n'est pas facile à établir. On peut difficilement faire la part des choses puisque les estimations fournies par les répondants semblent surévaluées du moins pour ce qui est de l'usage de la télévision. L'ensemble des répondants déclare passer en moyenne près d'une trentaine d'heures à regarder le petit écran alors que la moyenne québécoise tourne autour d'une vingtaine d'heures. Il semblerait à première vue que l'arrivée de l'Internet n'ait pas particulièrement affaibli le taux d'écoute de la télévision, mais on ne peut l'affirmer avec certitude puisque la surévaluation ne permet pas de savoir le nombre exact d'heures d'écoute.

Lorsque l'ordinateur a fait son apparition dans les années 80, il a amené un déplacement temporel qui a causé une baisse de l'écoute télévisuelle. Les gens devaient réaménager leur budget temps pour faire une place à l'utilisation de l'ordinateur et c'est sur la période habituellement consacrée à la télévision qu'ils ont emprunté ce temps. L'arrivée du *Net* demande aux gens de réaménager encore une fois leur budget temps; le temps qu'ils passent à naviguer, ils doivent le prendre ailleurs.

Si on ne peut certifier qu'il y aurait une concurrence temporelle entre la télévision et le *Net*, on peut croire qu'il y aurait une forme de **concurrence entre le *Net* et l'ordinateur**. Il est possible que ce soit le temps accordé auparavant à l'ordinateur lui-même qui soit amputé afin de laisser la place au *Net*. Le fait que les jeunes passent trois heures et demie sur le *Net* contre une heure et demie uniquement sur l'ordinateur montre bien qu'ils préfèrent naviguer plutôt que de d'utiliser les logiciels ou les cédéroms disponibles chez eux. Cette concurrence annonce peut-être un changement des usages de l'ordinateur domestique, les jeunes n'ont plus seulement accès à ce qui se trouve sur leur disque dur ou sur leurs disquettes, mais ils peuvent aller consulter ce qui leur plaît sur le *Net*. Dans cette optique, il serait important qu'une étude de budget temps soit réalisée afin d'établir avec plus de certitude l'importance de chaque technologie au sein des activités et des intérêts des jeunes.

Il semble qu'on puisse considérer **l'Internet comme un complément à la télévision** dans la mesure où les jeunes ont clairement démontré qu'ils avaient une attirance particulière pour les sites relatifs à la télévision, en fait, environ 38% des sites préférés étaient reliés au domaine de la télévision. Une partie de leur navigation est consacrée à la recherche d'informations sur leurs vedettes préférées du petit écran ou des horaires de leurs émissions préférées, etc. Puisque les jeunes retrouvent le type d'informations qu'ils préfèrent sur les sites de télévision, il est possible que cela cause un effet d'entraînement. Les jeunes seront peut-être plus enclins à regarder les émissions diffusées par les stations qui prennent la peine de développer un contenu Internet qui leur plaît.

Dans cette optique, les stations de télévision ont intérêt à s'afficher sur le *Net* puisque leurs jeunes spectateurs pourront non seulement s'informer sur le contenu des émissions, mais ils pourront avoir un feed-back plus rapide de la part de leur auditoire. À plus long terme, il semble concevable que les stations de télévision qui n'auront pas emboîté le pas en développant des sites Internet, seront désavantagées. Leur public devrait être de plus en plus nombreux à naviguer, et cherchera probablement à se renseigner (sur les émissions, l'horaire, les vedettes, etc.) directement chez le diffuseur. Si ce dernier n'offre aucun contenu, les spectateurs devront trouver les informations recherchées par le biais d'autres sources et le diffuseur se privera ainsi des commentaires de ses téléspectateurs qui pourraient l'aider à développer des contenus mieux adaptés à leurs désirs. Par la même occasion, le diffuseur manquera une bonne opportunité de promotion de ses émissions. Les gens qui fréquentent le site d'une station de télévision sont déjà souvent intéressés à une partie du contenu qui y est présenté; le diffuseur peut profiter de leur passage pour leur vanter les qualités d'autres émissions.

La Société Radio-Canada fait bonne figure puisqu'elle a été le premier radiodiffuseur francophone à créer un site spécialement conçu pour les enfants. Le but de la station était de fournir un contenu francophone aux jeunes de façon à les aider à s'intégrer au monde des technologies de l'information, mais aussi de créer un lien pour que les enfants puissent dialoguer plus facilement avec les équipes de production de leurs émissions préférées. D'ailleurs, le site semble plaire aux enfants puisque 67% de ceux qui ont répondu au questionnaire, disaient avoir inscrit l'adresse du site dans leurs signets. Les jeunes appréciaient pouvoir consulter leur émission favorite et l'appréciation générale du site était assez élevée. Au niveau des améliorations à apporter, les jeunes voudraient que l'on ajoute des émissions supplémentaires ainsi que des documents audio-vidéo.

On se rend compte que les résultats de la présente recherche ne sont pas applicables à l'ensemble des jeunes allant sur l'Internet, mais seulement à la population fréquentant

le site des émissions jeunesse de la SRC. D'ailleurs, on ne cherchait pas à faire un profil exhaustif des jeunes sur l'Internet, mais à explorer le terrain afin de commencer à comprendre pourquoi les jeunes allaient sur le *Net*.

Le cadre théorique qu'on avait élaboré à partir des recherches faites sur la télévision et l'ordinateur a été utile dans la mesure où on a pu constater que plusieurs considérations théoriques des médias traditionnels semblaient aussi se répéter en ce qui concerne l'Internet. Toutefois, il y a suffisamment de différences entre ces médias pour proposer d'enrichir les théories traditionnelles afin que ces dernières respectent davantage le lieu d'où se fait la navigation et le type d'utilisation qui est faite du *Net*.

Malgré la rigueur employée pour s'assurer que la méthodologie était adaptée à l'étude et que les données recueillies étaient représentatives de l'échantillon des jeunes qui naviguent sur le site de la SRC, il reste qu'on a rencontré certains problèmes. Le questionnaire a été rempli seulement par les jeunes qui s'y sont intéressés, ce qui fait qu'on ne peut savoir avec certitude combien d'enfants ont eu la possibilité de répondre. Si quelqu'un voulait réaliser une étude semblable dans l'avenir, il serait important d'interroger aussi des jeunes qui naviguent à partir d'autres lieux que la maison afin de voir si leurs goûts et leurs intérêts divergent.

On doit indiquer que la présente recherche connaissait certaines limites. Il y avait certains problèmes de validité interne puisque à chaque fois qu'on demande une estimation temporelle, on fait appel à la mémoire et les gens ont souvent tendance à surévaluer le temps qu'ils consacrent à une tâche. Une autre limite de l'étude est que le questionnaire était peut-être un peu trop long. Les jeunes avaient à répondre à plus de 25 questions ce qui fait que les jeunes, s'ils voulaient correctement le remplir, devaient y consacrer près d'une quinzaine de minutes. De plus, certaines questions auraient pu être écourtées; par exemple, en ce qui concerne les sites préférés on aurait mieux fait de limiter la liste à trois sites plutôt que dix. Dans les entrevues, les commentaires des enfants à propos des règles familiales n'ont pas été confrontés aux

dières de leurs parents. Comme le font remarquer Caron et Meunier (1998), les règles entourant l'usage des médias à la maison sont souvent une affaire de médiation entre les parents et leurs jeunes. Il est possible que les parents aient mis en place des règles subtiles qui passent inaperçues aux yeux de leurs enfants. Il serait important, si on faisait de nouveau une étude de ce genre, d'interroger les parents tout autant que les enfants, du moins, au chapitre des règles en vigueur pour ce qui est de l'utilisation de l'ordinateur et du *Net* dans le milieu familial.

Dans le futur, si les jeunes sont de plus en plus nombreux à utiliser le *Net*, il deviendra nécessaire de faire des recherches sur les effets que le média entraîne de façon à connaître son apport au comportement et à la vie des enfants. Les recherches sur les usages de l'Internet devraient être faites sur une base ponctuelle régulière de manière à déceler les moindres changements de comportements des jeunes internautes. Une étude à l'échelle nationale serait peut-être aussi appropriée. On pourrait ainsi établir un portrait représentatif de l'ensemble des jeunes Québécois ou des jeunes Canadiens. Dans le même sens, il serait intéressant de réaliser une étude sur les différences culturelles entre les jeunes québécois francophones et anglophones. Cette recherche permettrait d'établir si le groupe d'appartenance linguistique a une influence sur le nombre de foyers équipés d'ordinateurs et sur l'utilisation qui est faite de l'Internet. Le *Net* semble être là pour rester autant le traiter dès aujourd'hui comme un autre média de façon à suivre sa diffusion et son utilisation.

Bibliographie

Balle F. (1988). Histoire des études sur les médias dans *Médias et Sociétés*. Paris: Montchrestien.

Carey R. et Gall M. (1986). Patterns of microcomputer use at home and at school by secondary school students. *Educational Technology*, v. 26, n. 10, oct. p.29-31.

Caron A. H. et Berre C. (1995). Diffusion de la technologie télévisuelle « Vidéoway » à l'aube de l'autoroute électronique. *Repenser la télévision*, v. 1, p. 321-344.

Caron A. H. et Meunier D. (1998). Dynamique familiale et habitudes technomédiatiques : une question de médiation. *Revue québécoise de psychologie*, v. 1, p. 151-171.

Chen M. et Paisley W. (1985). *Children and microcomputers: research on the newest medium*. Beverly Hills, CA: Sage.

Cloutier B. et Renaud A. (1990). *Psychologie de l'enfant*. Boucherville, QC.: Gaëtan Morin Éditeur.

Cupitt M. et Stockbridge S. (1996). *Families and Electronic Entertainment*, Australia, Sydney: Australian Broadcasting Authority and the Office of Film and Litterature Classification.

December J. (1996). Units of analysis for Internet Communication. *Journal of Communication*, 46 (1) pp. 14-38.

Deringer, D.K. (1986). Computers for education in the home: can schools tap their potential? *Education and computing*, vol. 2, pp.13-18.

Dorr A. (1986). *Television and children: a Special Medium for a Special Audience*. Beverly Hills: Sage commtext.

Elkjær B. (1992). Girls and information technology in Denmark- an account of a socially constructed problem. *Gender and Education*, Vol. 4, 1-2, pp.25-40.

Fife-Schaw C., Breakwell G.M., Lee T. et Spencer J. (1986). Patterns of teenage computer usage. *Journal of Computer Assisted Learning*, vol. 2, (3), pp.152-161.

Giacquinta J. B. et Lane P. A. (1990). Fifty-one families with computers: a study of children's academic Uses of microcomputers at home. *Educational Technology Research and Development*, vol. 38 (2) pp.27-37.

Groupe de Recherche sur les Jeunes et les Médias (GRJM) (1997). *Analyse de l'offre et de l'écoute de la programmation pour enfants au Canada*.

Guédon J-C. (1996). *La planète cyber: Internet et cyberspace*. Paris: Découvertes Gallimard-Technique.

Heath R.L. et Bryant J. (1992). *Human Communication Theory and Research*. Chap.9. Mass communication, (pp265-300), Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Hénot A. (1978). *Communication: le processus de la communication*. Montréal: Collection Sarp.

Katz E., Blumler J.G. et Gurevitch M. (1974). Utilization of mass media by the individual. In Blumer J.G. et Katz E. (Eds), *The Uses of Mass Communication*. (pp.19-32). Beverly Hills, CA: Sage.

Katz E., Gurevitch M., et Haas H. (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, pp.164-181.

Kirkman, C. (1993). Computer experience and attitudes of 12-year-old students: implacation for the UK National Curriculum. *Journal of Computer Assisted Learning*, 9, pp. 51-62.

Lieberman D. (1996). Home PCs draw viewers away from TVs. *USA Today*, 3 avril (informations recueillies sur le site Internet de USA Today).

Lindlof T.R., Shatzer M.J. et Wilkinson D. (1988). *World Families watch television*. Chap.7:Accommodation of video and television in the american family. Beverly Hills, CA: Sage.

Lull J. (1988). *World Families watch television*. Chap. 9: Constructing rituals of extension through family television viewing. Beverly Hills, CA: Sage.

Lull J. (1990). *Inside family viewing: ethnographic research on television's audiences*. Londres: Routledge.

Morley D. (1988). *World Families watch television*. Chap 2: Domestic relation: the framework of family viewing in Britain. Beverly Hills, CA: Sage.

Morris M. et Ogan C. (1996). The Internet as a mass medium. *Journal of Communication*, 46 (1) pp. 39-50.

Papert S. (1994). *L'enfant et la machine à connaître: repenser l'école à l'ère de l'ordinateur*. Paris: Dunod.

Piette J. (1988). *La filiation théorique entre les programmes d'éducation aux médias et les courants de recherche en communication de masse*. Québec: Ministère des communications.

Rogers E.M. (1995). *Diffusion of innovations, 4th edition*. New York: Free Press.

Rosengren K.E., Wenner L.A. et Palmgreen P. (1985). *Media gratifications research: current perspectives*. Chap 1. Beverly Hills, CA: Sage.

Rosengren K. E. et Windahl S. (1989). *Media matter: TV use in childhood and adolescence*. New Jersey: Ablex publishing.

Santrock J.W. (1989). *Life-Span Development*. Third Edition. Dubuque I.A: Wm. C. Publishers.

Schall P. et Skeele R. (1995). Creating a home-school partnership for learning: exploiting the home computer, *The Educational Forum*, v.59, n.3 spring, pp.244-249.

Shashaani, L. (1994). Gender-differences in computer experience and its influence on computer attitudes, *Journal of Computing Research*, v. 11, n. 4, pp.347-367.

Signorielli N. (1991). *A sourcebook on children and television*. Westport: Greenwood Press.

Simonson M. et Thompson A. (1990). *Educational computing foundations*. Macmillan publishing.

Statistique Canada (1996a). *L'équipement ménager: faits saillants*. Catalogue 64-202-XPB, p. 9-14.

Statistique Canada (1996b). *L'équipement ménager selon le revenu et d'autres caractéristiques: faits saillants.*, Catalogue 13-218-XPB, p. 9-18.

The Economist. (1995). A survey of the Internet: the accidental superhighway. vol. 336, 1er juillet, pp.1-18.

Turkle S. (1984). *The second self: computer and the human spirit.* New York: Simon & Schukter.

Van der Maren A-F. (1993). *Adaptation de la dynamique familiale à l'implantation d'une technologie télévisuelle interactive.* Montréal: Université de Montréal-mémoire de Maîtrise.

Webb E.J., Campbell D.T., et al. (1981). *Nonreactive measures in the social sciences.* Boston: Houghton Mifflin Company, 2nd Edition.

Willet G. (1992). *La communication modélisée.* Chap3. Québec:Édition du renouveau pédagogique.

Windahl S. (1981). Uses and Gratifications at the crossroads. *Mass Communication Review Yearbook.*

Adresses des sites Internet consultés

Nom du site	Date du sondage	Adresse
Admedia	avril 1997	http://www.admedia.aust.com
Centre francophone de recherche en informatisation des organisations (CEFRIO)	avril 1997	http://www.cefrio.qc.ca
FIND/SVP : Emerging Technology Research Group (ETRG)	été 1997 (timeline)	http://www.findsvp.com/ http://etrg.findsvp.com/
Industrie Canada	printemps (avril) 1996	http://strategis.ic.gc.ca
Multimédia-Internet-Québec (MIQ)	mai 1997	http://www.scientech.com
Nielsen Media Research	juillet 1996	http://www.nielsenmedia.com
RISQ	Mars 1997 et 1998	http://www.risq.net
Statistique Canada-Net	97-11-27 (Quotidien)	http://www.statcan.ca/

Annexe

Figures relatives à l'analyse des résultats

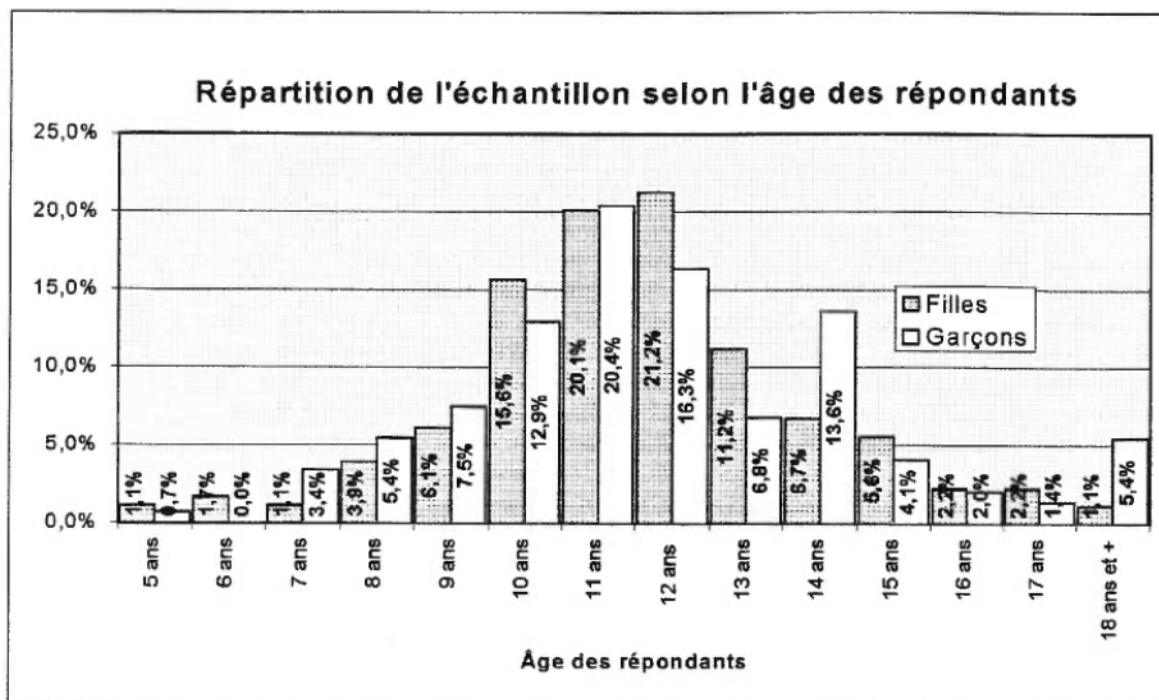


Figure 1

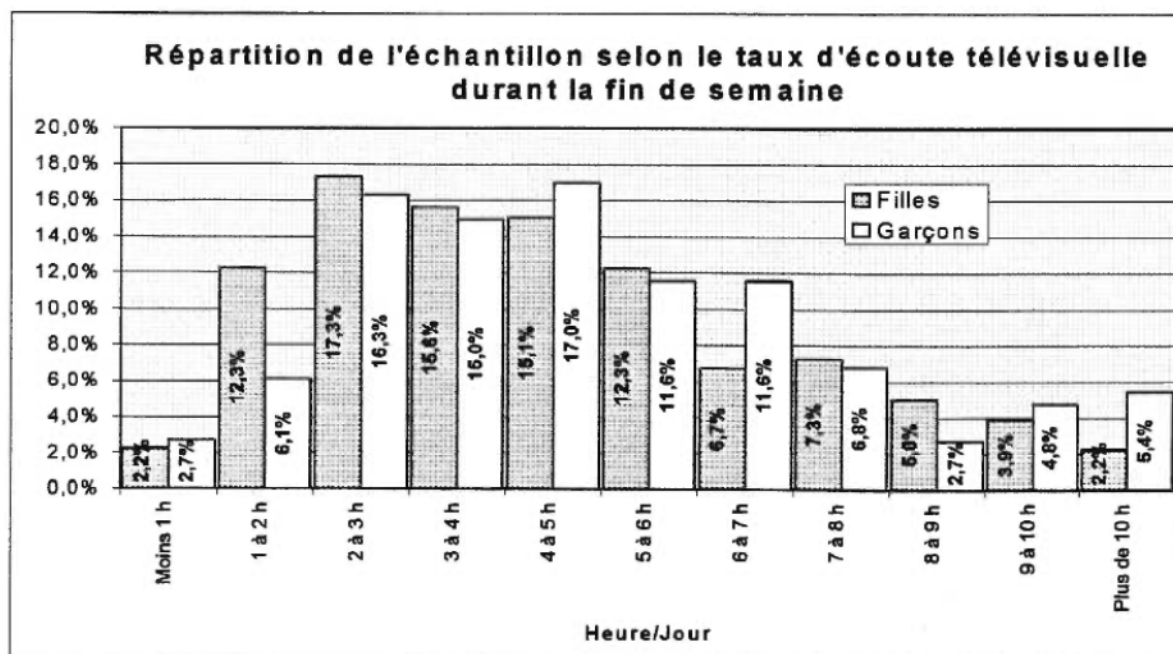


Figure 2

Figure reliées à l'analyse des résultats (suite)

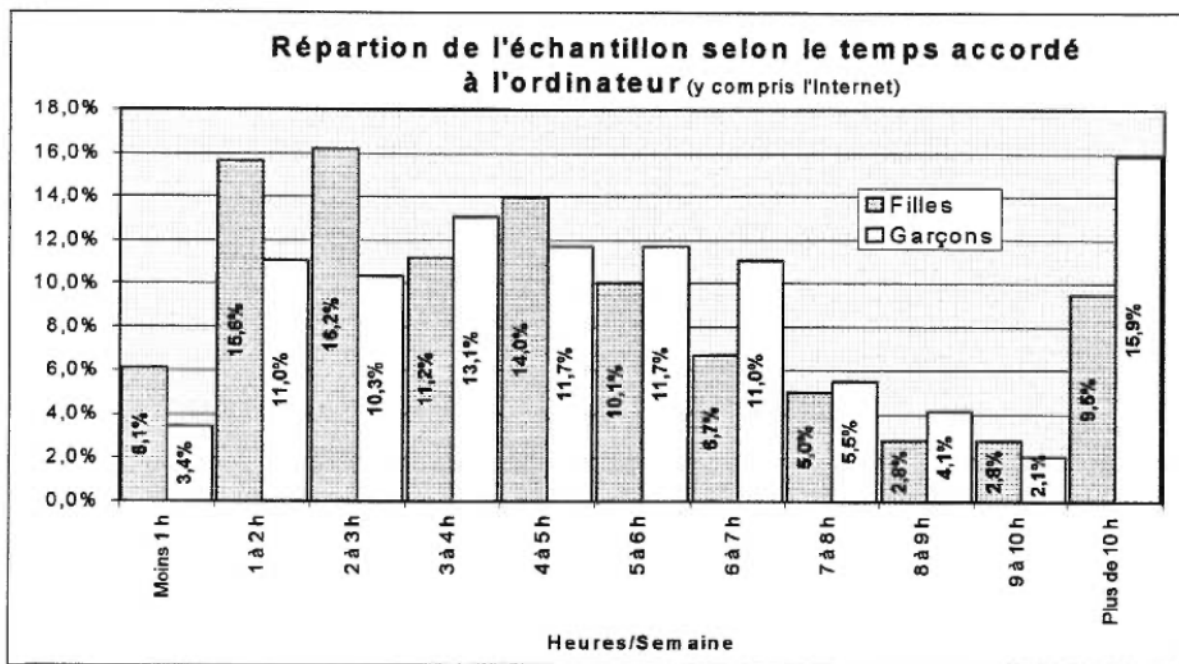


Figure 3

Structure du site Internet des émissions jeunesse de Radio-Canada

Page mère

Mot de bienvenue audio/vidéo

Audio

Vidéo

Hyperliens pour les logiciels requis pour voir et entendre le message

Nouveautés

Revue des sujets de la semaine (racourci pour les habitués)

0340

Bête pas bête +

Bouledogue Bazar

Les Mondes de Sismi

Parcelles de soleil

Manigances

Sur la piste

0340

Patricia Paquin

Renseignements personnels sur sa vie et sur sa carrière

Vedette invitée

Nom et renseignements sur l'invité de la semaine

lien hypertexte pour lui poser des questions

Palmarès Vox Pop

Question de la semaine et les réponses les plus intéressantes des jeunes

Prof du mois

Transformation (photographique) d'un prof selon le désir de ses élèves

Fan club

Répertoire d'adresse pour écrire à des artistes

Carnet d'adresse Internet

Répertoire d'hyperliens vers d'autres sites francophones

Commentaires (courrier électronique)

Bête pas bête +

Sylvie et Pierre

Biographie de Sylvie

Biographie de Pierre

Bête Express

Questions de la semaine (et leurs réponses)

Archives des questions des semaines précédentes

Nom de l'animal (par ordre alphabétique)

Catégorie (par famille d'appartenance; i.e. mammifère, reptile...)

Ton animal favori

Photos d'enfants et de leur animal favori (chq nom = un lien vers une photo)

Écris-nous

- Formulaire (demande renseignements sur les animaux domestiques, favoris, des suggestions pour l'émission et les coordonnées complètes des enfants)
- Animal en studio* (jeu de devinettes)
 - Animal de la semaine
 - 1° indice (Recommence tant que l'enfant n'a pas la bonne réponse)
 - 2° indice (Recommence tant que l'enfant n'a pas la bonne réponse)
 - 3° identifier l'animal
 - Fiche technique de l'animal
 - Extrait sonore
 - Archives
- Casse-tête les chiens* (jeu)
 - Race de chien du mois
 - Morphologie (à travers chacune des 5 catégories les jeunes doivent choisir les parties correspondantes au chien du mois; l'enfant recommence tant qu'il n'a pas choisi correctement toutes les parties correctes du chien)
 - Pelage (Recommence tant que l'enfant n'a pas la bonne réponse)
 - Vrai ou faux (3 questions)
 - Fiche technique du chien
 - Archives

Bouledogue Bazar

- Description de l'émission*
- Jules et Max*
 - Description des personnages
- Samedi*
 - Concours
 - Invité Bouledogue (nom de l'invité et lien pour lui poser des questions)
 - Sortie de la semaine (lieu de sortie des personnages)
 - Carnet de voyage (Hervé fait découvrir un coin du monde)
 - Science au Max (expérience scientifique que l'on peut faire à la maison)
 - Les jeux Bouledogue
 - Bouledogue Bizarre
 - Bouledogue Erreur
 - Bouledogue Grille
 - Carnet courrier (répertoire de jeunes qui désirent écrire à d'autres par E-mail)
- Dimanche*
 - Les chroniques du dimanche
- Courrier électronique*

Les Mondes de Sismi

- Description de l'émission*
- Les Mondes de Sismi*
 - Le Monde d'Argoth (chevalerie)
 - Le Monde de Malekula (primitif)
 - Le Monde de Phobos (science fiction)
- Le Monde des éliminatoires* (non en fonction)
- Les énigmes*
 - Énigme de la semaine
 - 1° question → 1° indice

2° question → 2° indice

L'animateur

Biographie de Claude Legault

Commentaires/Questions (courrier électronique)

Sur la piste

Description de l'émission

Cette semaine Sur la piste

Survol des thèmes abordés dans l'émission

Courrier électronique

Parcelles de soleil

Description de l'émission

Claude Lafortune

Découpage à réaliser

Méthode à suivre pour l'assemblage

Autres animaux déjà réalisés

Courrier électronique

Manigances

Description de l'émission

Nouvelles idées (explique 4 nouveautés apportées à l'émission)

Courrier électronique

La bande à Frankie

Description de l'émission

Les personnages

Description de chacun des 8 personnages

Courrier électronique

Commentaires

Retour à la SRC

Réalisation du site

Demande d'entrevue auprès des parents

“Bonjour, mon nom est Audrey Martin et je suis étudiante en communication à l’Université de Montréal. Récemment, pour mon mémoire de maîtrise ,j’ai fait un sondage auprès des enfants sur leur utilisation de l’ordinateur et de l’Internet et votre fils/fille, _____ (nom de l’enfant) a bien voulu le compléter. Il/Elle nous a dit qu’il/elle serait intéressé(e) à en discuter un peu plus et nous voudrions savoir si vous lui permettriez de nous en parler davantage en entrevue, ça ne devrait pas durer plus que 20 à 30 minutes...”

Protocole d'entrevue (version 6)

Présentation a l'enfant

Bonjour _____ (nom de l'enfant), mon nom est Audrey. Si je viens te voir c'est que j'ai besoin d'aide pour faire un travail. Je vais encore à l'école et comme toi j'ai des devoirs à faire. Mon professeur m'a demandé de faire une recherche sur les jeunes et leurs activités préférées. Pour m'aider tout ce que tu as à faire c'est de répondre aux questions que je vais te poser sur tes activités. Si tu es d'accord on va commencer ...

Questions principales de l'entrevue

Qu'est-ce que tu aimes faire dans tes temps libres?... Est-ce que c'est tout?...(réponses spontanées d'abord)

- voyage
- sport
- livres
- passe-temps
- films
- ambitions, etc...

Quelles sont tes émissions de télé préférées?

Comment se passe une journée typique dans ta vie (du lever au coucher - fin de semaine VS semaine) **en ce moment?** Garder un même schème temporel tout au long de la question

Depuis quand utilises-tu l'ordinateur?

- logiciels connus
- personne ressource
- utilisation
- école VS maison

As-tu déjà entendu parler de l'Internet?... La première fois que tu en as naviguer sur le Net c'était où?

- personnes ressources

(C'est quoi pour toi l'Internet?)

Pourquoi vas-tu sur l'Internet?

- raisons à l'école
- type de recherches
- raisons à la maison

As-tu des amis qui vont sur le Net?

- perception de ceux qui naviguent et ceux qui naviguent pas

Y a-t-il d'autres personnes qui naviguent sur le Net dans ta famille?

- description de chaque membre et des raisons d'utilisation de l'ordinateur et du Net

À la maison, est-ce qu'il y a des règles à suivre quand tu utilises l'ordinateur/Internet?

- temps par semaine
- accessibilité
- temps maximum à chaque utilisation
- seul ou accompagné

Qu'est-ce que tu aimes à l'école?

- matière
- contact

Avez-vous l'ordinateur/Internet à l'école?

- règles d'utilisation
- enseignant
- accessibilité
- temps par semaine
- seul ou en groupe
- navigation surveillée et dirigée

Est-ce que l'Internet te sert pour tes études à la maison/ à l'école?

Est-ce que tu connais... Est-ce que tu t'en sers? (Décrire chaque service et demander s'il le connaît et s'en sers)

- WWW, IRC, Newsgroups, E-mail...

Sur le Net, quel type de site t'intéresse et pourquoi?

- sujet
- motivation et plaisir

L'Internet, qu'est-ce que ça représente pour toi?

Merci beaucoup d'avoir répondu à mes questions, tu m'as bien aidé...

Observation de l'environnement

Description de la pièce où se trouve l'ordinateur :

- quelle pièce (salon, chambre, bureau...)
- quel endroit dans la pièce (en plein centre, près du mur)
- disposition de la pièce
- ordinateur facile d'accès ou non
- pièce passante ou non
- pièce privée ou commune
- niveau sonore
- parent peuvent-ils voir facilement l'écran à distance?
- éclairage, couleur, etc...

Quel type d'ordinateur utilise-t-il?

Quel type de logiciels sont disponibles?

Est-ce qu'il utilise Netscape, Internet Explorer ou Mosaïc?

Quels engins de recherche sont disponibles et lequel utilise-t-il le plus souvent?

Quels sites sont enregistrés dans les signets?

Questions à poser aux parents :

- Depuis quand possédez-vous un ordinateur?
- Depuis quand êtes-vous abonnés à un service Internet?
- Qui a pris la décision d'achat et d'abonnement?

Portrait résumé des familles des jeunes rencontrées

	famille 1	famille 2	famille 3	famille 4
Question parents				
frères et soeurs	2	1	1	1
travail père	vente ordinateur	concepteur programme	technicien télécomm	contrôleur financier
travail mère	étudiante en tech. Info;	idem	fiducie Desjardins	secrétaire de direction
depuis quand ORDI	1er=1989 change tt mois;	1er=1986; 2 ordi récents	1995	1996 (1 ans)
depuis quand Net	1 ans;	1 ans	3 mois	1 ans
décision achat	2 parents;	père	2 parents	père
décision abonnement	2 parents;	père	père	cadeau puis continué (père)
Ordinateur				
type ordinateur	IBM compatible (586)	IBM compatible(486-586)	IBM compatible (386)	IBM Aptiva (récent)
_ logiciels disponibles	Microsoft office, microsoft front page, microsoft Access et autres jeux	Microsoft office; Alerte Rouge, Fort Boyard, Sim city et autres jeux	word perfect, win frame, sound blaster, lotus, flight simulator miniputt	Encarta, Microsoft Works, Divertissement aptiva, grand prix 2, smart suite I23, autres jeu
_ navigateurs disponibles et celui utilisé	Internet explorer	Netscape	Netscape	Netscape
_ engin de recherche disponible et + utilisé	yahoo, nomade, Altavista	Yahoo, alta vista, Sympatico	Yahoo, alta vista	Yahoo, alta vista, excite, sympatico
signets	aucun	aucun	Yahoo, Alta vista 0340	aucun

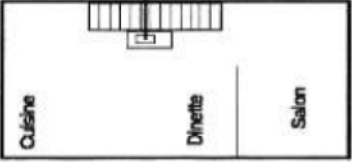
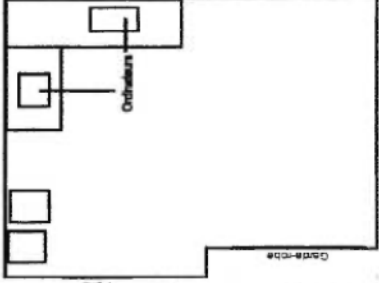
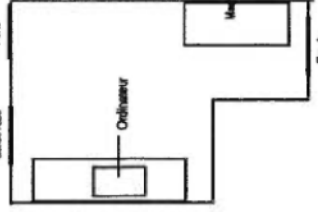
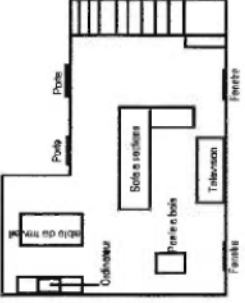
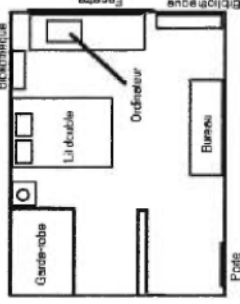
Portrait résumé des familles des jeunes rencontrées (suite)

	famille 5	famille 6	famille 7
Question parents			
frères et soeurs	0	0	3
travail père	(facteur)	technicien aviation	chef struct. Tarif Via rail
travail mère	directrice banque de donnée	commis de bureau	étudiante en comptabilité
depuis quand ORDI	2 ans	oct. 1996 (6 mois)	1995
depuis quand Net	2 ans	nov. 96 (5 mois)	idem
décision achat	mère: obligation travail	2 parents	famille-plan employeur
décision abonnement	mère	2 parents	famille-plan employeur
Ordinateur			
type ordinateur	IBM compatible récent	IBM compatible récent	IBM compatible récent
logiciels disponibles	Microsoft Office, Visio, Oracle, jeux cartes, pinball,	Windows 95, Myst, flight simulator, j' apprend l'anglais, microsoft Office, print shop, wordperfect, Animals	Microsoft Office, Microsoft Works; logiciels pour enfants: paint, launch pad, music center...différents jeux sur CD-ROM
_ navigateurs disponibles et celui utilisé	Netscape	Internet Explorer	Netscape
_ engin de recherche disponible et + utilisé	Yahoo	Yahoo	Alta Vista , Yahoo, Info Seek, WebCrawler
_ signets	aucun; expérience limitée	aucun	Canada411, Alta Vista, Area 51, La page d'humour à Mario, Blagorama, Test QI, Office de la langue française, la page atroce de Céleri, CKOI, Noir Silence, Radio-Canada, Safarir, Pérusse, émissions jeunes de la SRC

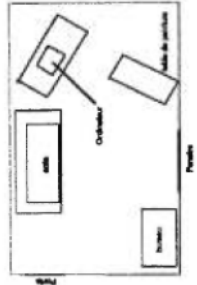
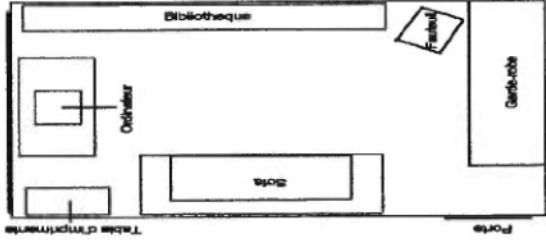
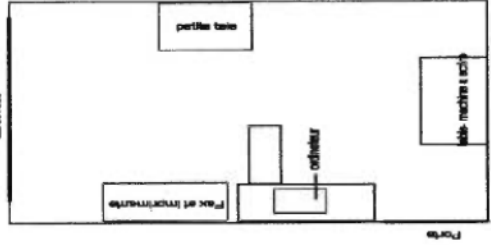
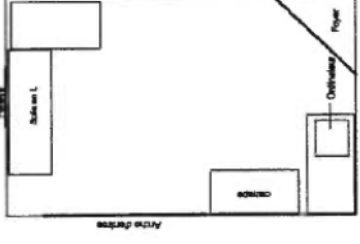
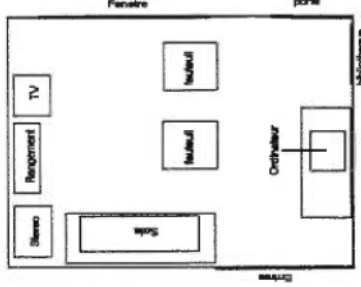
Portrait résumé des familles des jeunes rencontrées (suite)

	famille 8	famille 9	famille 10
Question parents			
frères et soeurs	1 (n'habite plus là)	1 (n'habite plus là)	2
travail père	homme affaire	chauffeur autobus	vendeur éclairage indust. (chez vidéotron)
travail mère	sténographe judiciaire	conseillère en parfum	
depuis quand ORDI	mars 97 (1 mois)	1 ans	1er= 25 ans; actuel = 2ans
depuis quand Net	idem	1 ans	2 ans
décision achat	famille	père	familial
décision abonnement	famille	père	familial
Ordinateur			
type ordinateur	IBM compatible récent	IBM compatible récent	IBM compatible récent
logiciels disponibles	Wordperfect, splash (dessin), jeux golf, puzzle, windows 95	windows 95, Print Artist, Release Notes, Casino, Civilisation 2, Bus Magique, Microsoft Excel, Microsoft Netmeeting, Microsoft Word, Music instruments, Photoshop; jeux: dark forces, Full throttle (course) et flight Simulator	Windows 95, Microsoft Office, Microsoft Access, Internet Explorer, Netscape, Solitaire, CD Star Wars, Jeux d'échecs, Magic Carpet, Paint
_ navigateurs disponibles et celui utilisé	Netscape	Netscape Internet Explorer	Netscape Internet Explorer
_ engin de recherche disponible et + utilisé	Yahoo , Gomontréal, francité	Alta vista , Yahoo, excite	webcrawler , alta vista
_ signets	aucun. Grand frère a passé ordi durant les fêtes.	Le dictionnaire, National Géographique, Pablo picasso, Allô Prof, Alta Vista, BSB 4ever, BSB music, BSB, Disney.com, Encyclopédie, Nick Carter (BSB), pictures of the whole group (BSB), Star Galaxy, The official international BSB site	SRC , sites sur animaux, (pas pu vérifier ordi en panne)

Plans des pièces où se trouvait l'ordinateur

Plan entrevue #1	Plan entrevue #2	Plan entrevue #3	Plan entrevue #4	Plan entrevue #5
				
salle à manger au rch	bureau au rch	bureau au 2è	salle familiale au sous-sol	chambre-bureau au 2è

Plans (suite)

<p>Plan entrevue #6</p> 	<p>Plan entrevue #7</p> 	<p>Plan entrevue #8</p> 	<p>Plan entrevue #9</p> 	<p>Plan entrevue #10</p> 
<p>bureau au 2^e</p>	<p>bureau au 2^e</p>	<p>bureau au sous-sol</p>	<p>salle familiale au sous-sol</p>	<p>salon</p>

Appel à tous les jeunes internautes!

Questionnaire-concours!

Aimerais-tu porter un chandail des émissions Jeunesse de Radio-Canada? Oui!!! Comment faire? C'est facile, tu n'as qu'à remplir le questionnaire qui suit et parmi tous les internautes qui l'auront rempli, nous ferons tirer 5 chandails aux couleurs des émissions Jeunesse de la société Radio-Canada! Alors si tu désires y participer, n'hésite pas un instant et réponds vite aux questions de ce questionnaire-concours.

Nous, de l'équipe des émissions Jeunesse de Radio-Canada, sommes bien intéressés à savoir ce que tu penses de différents sujets. Le questionnaire que nous te demandons de remplir, nous aidera à mieux te connaître pour ainsi t'offrir des contenus qui répondent à tes goûts! Tu es prêt? On y va! Mais d'abord tu rencontreras trois façons de répondre aux questions:

- En faisant descendre la barre de défilement avec ta souris (en utilisant les flèches vers le haut ou le bas) et en cliquant sur la réponse de ton choix
- En cliquant avec ta souris sur la case qui correspond à ton choix
- En tapant sur ton clavier pour écrire ta réponse en des mots, ou en phrases

Nous te rappelons que tu n'as le droit de participer qu'une seule fois.

1.1 - Quel âge as-tu?

5 ans	▲
6 ans	□
7 ans	□
8 ans	▼

1.2 - Es-tu un garçon ou une fille?

garçon fille

1.3 - As-tu des frères ou soeurs?

Aucun	▲
1 en tout	□
2 en tout	□
3 en tout	▼

1.4 - À l'école, tu es en quelle année?

- 1ère année
- 2ème année
- 3ème année
- 4ème année

1.5 - Dans quelle ville habites-tu?

2.1 - À quelle fréquence, regardes-tu les émissions Jeunesse de Radio-Canada?

- À tous les jours
- 3 à 4 fois par semaine
- 1 à 2 fois par semaine
- Jamais (Passe directement à la question 2.3)

2.2 - À Radio-Canada, quelles sont les trois (3) émissions jeunesse que tu regardes le plus souvent?

2.3 - Du lundi au vendredi, combien d'heures par jour, passes-tu à regarder la télé?

- Moins d'une heure
- De 1 à 2 heures
- De 2 à 3 heures
- De 3 à 4 heures
- De 4 à 5 heures
- De 5 à 6 heures
- Plus de 6 heures

2.4 - Le samedi et le dimanche, combien d'heures par jour, passes-tu à regarder la télé?

- Moins d'une heure
- De 1 à 2 heures
- De 2 à 3 heures
- De 3 à 4 heures
- De 4 à 5 heures
- De 5 à 6 heures
- De 6 à 7 heures
- De 7 à 8 heures
- De 8 à 9 heures
- De 9 à 10 heures
- Plus de 10 heures

3.1 - Comment as-tu entendu parler pour la première fois, du site Internet des émissions Jeunesse de Radio-Canada? (Coche 1 seule case)

- Par les émissions Par un ami(e), une connaissance
 Par un professeur Par une revue, un magazine, un journal
 Par un parent Autre, spécifie:

3.2 - Qu'aimes-tu le plus sur le site des émissions jeunesse?

3.3 - Qu'aimes-tu le moins sur le site des émissions jeunesse?

3.4 - Qu'aimerais-tu retrouver d'autre sur le site des émissions jeunesse?

3.5 - L'adresse du site Internet des émissions jeunesse est-il dans tes signets (bookmarks)?

- Oui Non

3.6 - As-tu un signet (bookmark) qui va directement à une des huit (8) émissions sur le site jeunesse de Radio-Canada?

Aucune émissions	<input type="checkbox"/>
0340	<input type="checkbox"/>
Bête pas bête +	<input type="checkbox"/>
Bouledogue Bazar	<input type="checkbox"/>

4.1 - Où as-tu accès à un ordinateur? (Tu peux cocher plus d'une case)

- À l'école À la maison
 Chez un(e) ami(e) Au lieu de travail d'un parent
 Autre, spécifie:

4.2 - Où utilises-tu l'ordinateur le plus souvent? (Coche une seule case)

- À l'école À la maison
 Chez un(e) ami(e) Au lieu de travail d'un parent
 Autre, spécifie: _____

4.3 - Du lundi au dimanche, combien de temps passes-tu à l'ordinateur? (en incluant le temps où tu fais de l'Internet)

- Moins d'une heure De 4 à 5 heures De 8 à 9 heures
 De 1 à 2 heures De 5 à 6 heures De 9 à 10 heures
 De 2 à 3 heures De 6 à 7 heures Plus de 10 heures
 De 3 à 4 heures De 7 à 8 heures
-

5.1 - Tu peux accéder à l'Internet... (Tu peux cocher plus d'une case)

- À l'école À la maison
 Chez un(e) ami(e) Au lieu de travail d'un parent
 Autre, spécifie: _____

5.2 - Le plus souvent, tu utilises l'Internet... (Coche une seule case)

- À l'école À la maison
 Chez un(e) ami(e) Au lieu de travail d'un parent
 Autre, spécifie: _____

5.3 - Lorsque tu navigues sur l'Internet, y a-t-il habituellement quelqu'un à côté de toi? (Coche une seule case)

- Je suis seul(e) Je suis avec un parent
 Je suis avec mes frères ou soeurs Je suis avec des amis
 Je suis avec un professeur Autre: _____

5.4 - Tu accèdes à l'Internet depuis... (Coche une seule case)

- Moins de 3 mois 1 ans à 1½ ans
 3 à 6 mois 1½ ans à 2 ans
 6 mois à 1 ans Plus de 2 ans

5.5 - Combien de temps par semaine passes-tu à faire seulement de l'Internet?

- Moins d'une heure De 4 à 5 heures De 8 à 9 heures
 De 1 à 2 heures De 5 à 6 heures De 9 à 10 heures
 De 2 à 3 heures De 6 à 7 heures Plus de 10 heures
 De 3 à 4 heures De 7 à 8 heures

5.6 - Quels sont tes sites Internet préférés où tu navigues le plus souvent?

Mets d'abord le site que tu aimes le plus, puis le deuxième que tu préfères, le troisième, etc...

Exemple:

1	Les trois petits cochons	http://www.contes.com
---	--------------------------	-----------------------

#	Noms	Adresses (non obligatoire)
1		http://
2		http://
3		http://
4		http://
5		http://
6		http://
7		http://
8		http://
9		http://
10		http://

5.7 - Pourquoi préfères-tu les trois (3) premiers sites que tu viens de nommer?

#	Pourquoi
1	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>

6.1 - Depuis que tu as accès à l'Internet, préfères-tu maintenant naviguer (*surfer*) plutôt que regarder la télé?

Oui Non

6.2 - Pourquoi vas-tu sur l'Internet? J'y vais pour...

M'amuser Faire des travaux M'amuser et les travaux
 Autre

6.3 - Si tu pouvais changer une seule chose sur l'Internet ce serait quoi?

Qui es-tu?

Nom:

Adresse électronique:

Téléphone:

Nos amis du Groupe de Recherche sur les Jeunes et les Médias de l'Université de Montréal seraient intéressés à te parler à propos de ton intérêt pour l'Internet. Serais-tu prêt à discuter plus en profondeur de ce qui te plaît sur le Net?

Oui Non Incertain(e), besoin de plus d'informations

Ils devront communiquer avec tes parents pour leur demander la permission de te rejoindre pour jaser de ce qui t'intéresse sur le Net.

Toute l'équipe des émissions Jeunesse te remercie d'avoir répondu à ce questionnaire et te souhaite bonne chance pour le concours!

Fin

Groupe de Recherche sur les Jeunes et les Médias (GRJM)
Département de Communication
Université de Montréal

©