



JEUNES CANADIENS DANS UN MONDE BRANCHÉ  
PHASE IV

# LA VIE EN LIGNE



# HabiloMédias

HabiloMédias est un organisme de bienfaisance canadien sans but lucratif qui œuvre pour l'éducation aux médias et la littératie numérique. Il a pour objectif de veiller à ce que les Canadiennes et Canadiens développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias en tant que cybercitoyens actifs et informés. HabiloMédias crée des ressources et des programmes d'éducation aux médias et de littératie numérique pour les familles, les écoles et les communautés du Canada depuis 1996. HabiloMédias mène et diffuse également des recherches originales qui contribuent à l'élaboration de ses programmes et ressources et orientent les politiques publiques sur les questions liées à l'éducation aux médias numériques.

## Site Web

[habilomedias.ca](http://habilomedias.ca)

## Personne-ressource

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.)  
Directrice de la recherche  
[kbrisson-boivin@mediasmarts.ca](mailto:kbrisson-boivin@mediasmarts.ca)

## Contributeurs au rapport

### Équipe de recherche de HabiloMédias

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche  
Samantha McAleese (Ph. D.), associée de recherche et d'évaluation

### Société de recherche

[Environics Analytics](#)

### Soutien au recrutement

Lynn Huxtable, directrice principale de l'administration et des relations en matière d'éducation, HabiloMédias

Environics Analytics

### Analyse des données

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche, HabiloMédias  
Samantha McAleese (Ph. D.), associée de recherche et d'évaluation, HabiloMédias  
Matthew Johnson, directeur de l'éducation, HabiloMédias  
Marc Alexandre Ladouceur, spécialiste de l'éducation aux médias, HabiloMédias

### Soutien à la conception et aux communications

Tricia Grant, directrice du marketing et des communications, HabiloMédias  
Melinda Thériault, adjointe au marketing et aux communications, HabiloMédias  
Penny Warne, responsable du Web, HabiloMédias

## Comité consultatif

Jacque Burkell (Ph. D.), professeure, faculté de l'information et des études médiatiques, Université Western

Wendy Craig (Ph. D.), professeure, département de psychologie, Université Queen's

Faye Mishna (Ph. D.), professeure, faculté de travail social Factor-Inwentash, Université de Toronto

Leslie Shade (Ph. D.), professeure, faculté de l'information, Université de Toronto

Valerie Steeves (Ph. D.), professeure, département de criminologie, Université d'Ottawa

## Citation suggérée

HabiloMédias (2022). Jeunes Canadiens dans un monde branché, Phase IV : La vie en ligne. HabiloMédias. Ottawa.

## Remerciements

La phase IV de l'étude *Jeunes Canadiens dans un monde branché* a été rendue possible grâce aux contributions financières de l'[Autorité canadienne pour les enregistrements Internet](#).

HabiloMédias tient à remercier les conseillers jeunesse qui ont examiné le document et fourni des commentaires inestimables sur les questionnaires de la phase IV de l'étude *Jeunes Canadiens dans un monde branché*.

## Reconnaissance des territoires autochtones

HabiloMédias reconnaît être situé sur les terres traditionnelles non cédées et occupées des Algonquins Anishinaabeg. Avec gratitude, nous reconnaissons ce territoire pour réitérer



notre engagement et notre responsabilité dans l'établissement de relations positives avec les Inuits, les Premières Nations et les Métis d'un océan à l'autre.

Nous nous efforçons de fonder nos processus de recherche sur la bienveillance et la réciprocité, ce qui signifie démontrer un état constant d'apprentissage, surtout lorsqu'il s'agit de comprendre le bien-être et les expériences numériques des peuples et des communautés autochtones du Canada. Nous nous engageons à créer et à maintenir des relations et des processus respectueux qui reconnaissent les déséquilibres de pouvoir dans le paysage de l'éducation aux médias numériques et à chercher à les corriger.

# Table des matières

SOMMAIRE .....	1
INTRODUCTION .....	3
Vue d'ensemble - Jeunes Canadiens dans un monde branché .....	4
MÉTHODES..	6
Conception du sondage et réalisation.....	6
Analyse des données .....	7
Limites et considérations .....	7
LA VIE EN LIGNE .....	9
Plateformes en ligne.....	9
Appareils .....	14
Activités en ligne.....	20
Contacts sociaux : Famille et amis .....	19
Contacts sociaux : Célébrités et influenceurs .....	20
Contacts sociaux : Contacts uniquement en ligne .....	22
Engagement créatif en ligne : La création de médias .....	23
Tricherie, trollage et communications clandestines.....	25
Jeux vidéo et de hasard .....	25
Magasinage en ligne.....	26
Directions et transport.....	27
Engagement civique .....	27
Lieux et temps d'écran .....	29
À la maison .....	29
À l'école .....	34
Engagement des adultes .....	40
Gestion du temps d'écran.....	40
Supervision des parents et des adultes.....	42
Règles à la maison .....	43
Se débrancher et se déconnecter .....	46
PROCHAINES ÉTAPES.....	48
ANNEXES .....	49
Annexe A : Données démographiques .....	49

# SOMMAIRE

*Jeunes Canadiens dans un monde branché (JCMB)* est l'étude de recherche la plus complète et la plus longue jamais menée au Canada sur les attitudes, les comportements et les opinions des jeunes en lien avec Internet, la technologie et les médias numériques. Depuis 1999, [HabiloMédias](#) a interrogé plus de 20 000 parents, enseignants et élèves dans le cadre de cette étude. L'étude en est actuellement à sa quatrième phase. Le présent rapport est le premier d'une série de rapports qui seront publiés sur notre [site Web](#).

Comme pour les phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons conçu deux sondages, un pour les élèves de la 4<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année et un autre pour ceux de la 7<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année. Dans les deux sondages, nous avons organisé les questions en plusieurs catégories :

- les appareils numériques à la maison;
- le temps d'écran à la maison;
- la technologie à l'école;
- la vie privée en ligne et le consentement;
- la confiance;
- les relations et la technologie;
- la résolution des problèmes en ligne;
- les opinions sur divers sujets numériques;
- les connaissances numériques et médiatiques;
- les données démographiques.

D'octobre à décembre 2021, des sondages ont été menés en ligne auprès de 1 058 jeunes de partout au Canada. Un total de 79 élèves ont participé à un sondage en classe et 979 jeunes ont participé à un sondage réalisé auprès de la population générale.

Après plusieurs séances d'analyse collaborative des données, l'équipe de recherche de [HabiloMédias](#) a choisi les sujets et les thèmes suivants pour les rapports de la phase IV :

- la vie en ligne;
- d'affronter du contenu nocif et déconcertant en ligne;
- la vie privée;
- la cruauté et la méchanceté en ligne;
- le sextage;
- l'éducation aux médias numériques.

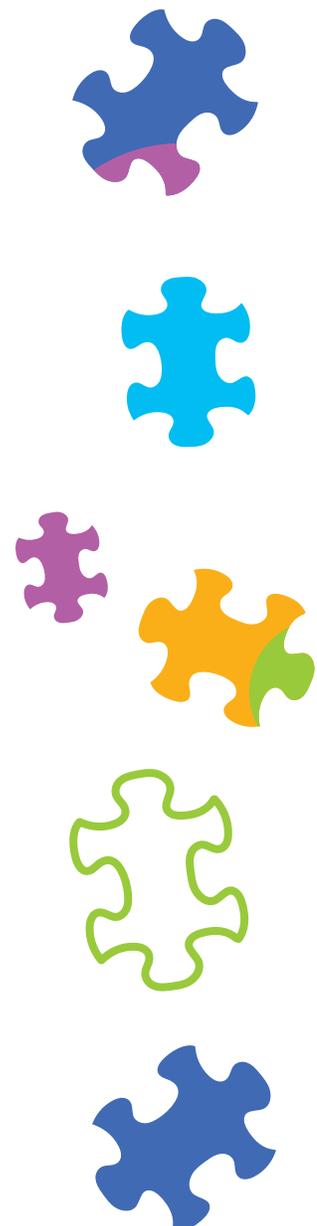
La phase IV se terminera également par un rapport sur les tendances et des recommandations qui sera publié en 2023.

Ce premier rapport, intitulé *La vie en ligne*, donne un aperçu de la vie en ligne des jeunes Canadiens et met en évidence les résultats relatifs à l'utilisation des appareils, aux activités en ligne, au temps d'écran, à la technologie en classe, aux règles à la maison, et à ce que ressentent les jeunes lorsqu'il est question de se débrancher occasionnellement. Ces données ont été recueillies pendant la pandémie de COVID-19 alors que nous devions composer avec de nombreux confinements et à un moment où de nombreux élèves retournaient en classe ou apprenaient encore à la maison. Il est important de tenir compte

de ce contexte lors de la lecture des résultats concernant l'utilisation des appareils et le temps d'écran.

Il est important de noter que ce rapport jette les bases de rapports à venir sur la gestion des problèmes en ligne, la protection de la vie privée en ligne, la méchanceté et la cruauté en ligne, le sextage et l'éducation aux médias numériques.

Nous tenons à remercier tous les élèves, parents, enseignants, directeurs d'école et administrateurs du Canada qui ont participé à ce projet d'une manière ou d'une autre au cours de la phase IV. L'étude JCMB demeure la pierre angulaire de notre travail à HabiloMédias, et nous sommes reconnaissants pour le soutien, sous toutes ses formes, qui le nourrit.



# INTRODUCTION

*Jeunes Canadiens dans un monde branché* est l'étude de recherche la plus complète et la plus longue jamais menée au Canada sur les attitudes, les comportements et les opinions des jeunes en lien avec Internet, la technologie et les médias numériques. Depuis 1999, [HabiloMédias](#) a interrogé plus de 20 000 parents, enseignants et élèves dans le cadre de cette étude.

Les conclusions de l'étude JCMB servent à établir des critères de référence pour la recherche sur l'utilisation que font les enfants d'Internet, de la technologie et des médias numériques et ont permis d'élaborer des politiques notamment sur l'économie numérique, la protection de la vie privée, la sécurité en ligne, les préjugés en ligne, le bien-être numérique, la cybercitoyenneté et l'éducation aux médias numériques. Cette recherche sert également à orienter d'autres projets de HabiloMédias et d'autres organisations, y compris les établissements universitaires, au sein de notre vaste réseau en pleine expansion.

L'étude en est actuellement à sa quatrième phase. En 2019, l'équipe de recherche de HabiloMédias a organisé des [groupes de discussion](#) afin d'obtenir le point de vue des enfants sur ce qui fonctionne pour les jeunes en ligne et les changements qui doivent être apportés afin qu'ils tirent le meilleur parti de leurs expériences en ligne. Des groupes de discussion auprès de parents ont permis de compléter les discussions sur les mesures qui doivent être prises pour favoriser la résilience (collective) en ligne. Ce travail qualitatif nous a aidés à préparer une enquête quantitative qui a débuté en 2021.

La phase IV de l'étude se termine par une série de rapports de recherche qui seront publiés sur le [site Web](#) de HabiloMédias. Les sujets abordés incluent les suivants :

- la vie en ligne;
- d'affronter du contenu nocif et déconcertant en ligne;
- la vie privée;
- la cruauté et la méchanceté en ligne;
- le sextage;
- l'éducation aux médias numériques.

Comme pour les phases précédentes de cette étude, la phase IV se terminera également par un rapport sur les tendances et des recommandations.

Contrairement aux phases précédentes, un rapport plus exhaustif sur les méthodes de recherche de l'étude JCMB est présenté ici dans le cadre de la série complète de rapports. Alors que chaque rapport de la série renfermera une courte section sur la méthode de recherche, le présent rapport offre un regard plus approfondi sur les décisions et les processus méthodologiques entrepris par l'équipe de recherche de HabiloMédias dans le cadre de la phase IV de l'étude JCMB. Les différents axes et adaptations pris au cours de cette phase méritent d'être développés et intéresseront d'autres chercheurs qui ont apporté, et continuent d'apporter, des changements dans leur travail en raison de la pandémie de COVID-19.

## Vue d'ensemble – Jeunes Canadiens dans un monde branché

Voici un résumé des trois phases précédentes de l'étude JCMB ainsi qu'une introduction à la phase IV, qui a débuté par un [rapport de recherche qualitative](#) publié en janvier 2020.

La [phase I \(2000-2001\)](#) de l'étude JCMB incluait 1 081 entrevues téléphoniques auprès de parents de l'ensemble du Canada et 12 groupes de discussion auprès d'enfants âgés de 9 à 16 ans et de parents d'enfants âgés de 6 à 16 ans à Montréal et à Toronto. Le volet quantitatif de la phase I comprenait 5 682 sondages autoadministrés sur papier menés dans des classes francophones et anglophones de 77 écoles sélectionnées dans 10 provinces canadiennes.

À l'époque, les parents étaient enthousiastes à l'idée de voir leurs enfants utiliser les nouvelles technologies pour les aider à apprendre et à se préparer à leur futur emploi. Ils avaient tendance à faire preuve d'insouciance en ligne, persuadés que leurs enfants viendraient les voir en cas de problème. Les jeunes participants estimaient que les médias en ligne étaient entièrement privés puisque les adultes n'avaient pas les compétences nécessaires pour les y trouver, et ils profitaient d'un large éventail d'utilisations créatives comme les jeux de rôles et l'exploration du monde adulte. Ils avaient également tendance à faire confiance aux entreprises, qu'ils qualifiaient d'« amis ».

Au cours de la [phase II \(2004-2005\)](#), nous avons organisé 12 groupes de discussion auprès d'enfants âgés de 11 à 17 ans et de parents d'enfants âgés de 11 à 17 ans à Edmonton, à Montréal et à Toronto. De plus, 5 272 sondages quantitatifs auto-administrés sur papier ont été menés dans des classes francophones et anglophones de 77 écoles sélectionnées dans l'ensemble du Canada, auprès d'élèves de la 4<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année. Nous sommes ravis que 302 des 319 classes initiales de la phase I aient accepté de participer à la phase II.

Alors que les jeunes participants appréciaient toujours de nombreuses activités en ligne, ils prenaient conscience de la fréquence à laquelle ils étaient surveillés en ligne. Pour répondre à cette surveillance, ils ont élaboré plusieurs stratégies pour préserver la confidentialité de leur vie en ligne. En revanche, les adultes ont commencé à conclure que les jeunes « perdaient leur temps » à jouer à des jeux et à discuter (des activités qui les avaient précisément attirés en ligne au départ).

La [phase III \(2011-2014\)](#) comprenait 10 entrevues de 1 heure auprès d'enseignants du primaire et du secondaire représentant 5 régions du Canada : le Nord, l'Ouest, l'Ontario, le Québec et l'Atlantique. En plus de ces entrevues, HabiloMédias a organisé 12 groupes de discussion formés d'enfants âgés de 11 à 17 ans et de parents d'enfants âgés de 11 à 17 ans à Calgary, à Ottawa et à Toronto. Le volet quantitatif de la phase III incluait 5 436 sondages menés auprès de conseils scolaires et d'écoles des 10 provinces et des 3 territoires.

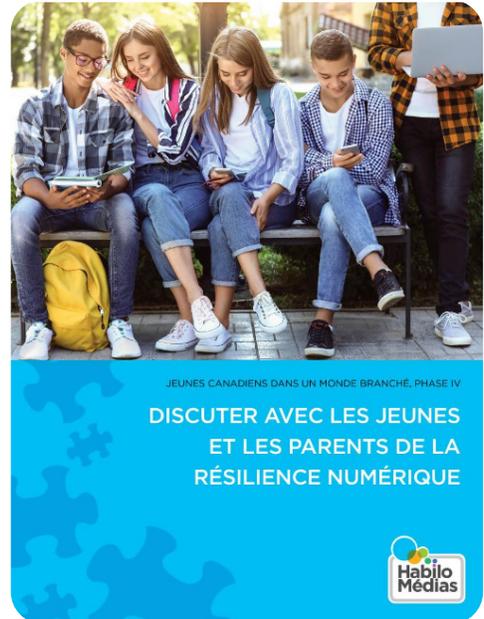
Au cours de cette troisième phase, les adultes ont commencé à se sentir dépassés par les dangers auxquels leurs enfants pouvaient être exposés en ligne, en particulier la cyberintimidation. Les jeunes participants ont indiqué que la cyberintimidation était beaucoup moins inquiétante que ne le craignaient les adultes. Toutefois, ils estimaient que la surveillance préventive à laquelle ils étaient soumis en réponse à la cyberintimidation, ainsi qu'à d'autres dangers perçus, était étouffante et équivalait à être « espionnés » par les membres de leur famille et leurs enseignants. Ils ont également affirmé qu'il était beaucoup

plus difficile, en étant soumis à ce type de surveillance, pour eux de recevoir l'aide d'adultes de confiance en cas de besoin. Les jeunes étaient également beaucoup moins à l'aise avec les entreprises propriétaires des sites et des applications qu'ils utilisaient et rejetaient le modèle réglementaire du consentement par clic qui signifiait que d'autres pouvaient recueillir et utiliser leurs données. Par exemple, 95 % des élèves interrogés ont déclaré que les entreprises propriétaires des sites de médias sociaux qu'ils utilisent ne devraient pas être autorisées à voir ce qu'ils y publient.

La [phase IV de l'étude JCMB](#) a commencé par un [rapport de recherche qualitative](#) qui présente les conclusions des groupes de discussion menés auprès de jeunes de 11 à 17 ans et d'une deuxième série de groupes de discussion menés auprès de leurs parents à Toronto, à Halifax et à Ottawa. En général, nous avons découvert que les jeunes craignent de passer trop de temps en ligne ou sur leurs appareils numériques et s'inquiètent également de l'impact de la désinformation sur leurs expériences en ligne et leur apprentissage. Les jeunes nous ont dit qu'ils ne veulent pas toujours se fier à la technologie à l'école et certains ont affirmé se sentir « alarmés » par les diverses formes de technologie de surveillance utilisées en classe. D'autres conclusions font état du contrôle exercé par les enseignants et les parents sur le contenu et l'accès à la technologie, tant à l'école qu'à la maison, et la façon dont les jeunes s'y prennent ou s'opposent parfois à ce contrôle en faveur d'utilisations plus créatives comme l'engagement communautaire et l'auto-expression. Nous avons également constaté la mesure dans laquelle ce contrôle peut contribuer à l'érosion de la confiance entre les jeunes et les adultes dans leur vie.

La phase IV de l'étude JCMB a également débuté par un changement de nom en anglais, passant de *Young Canadians in a **Wired** World* à *Young Canadians in a **Wireless** World*. Ce changement témoigne de l'évolution des technologies numériques et du monde virtuel depuis 1999, passant d'un paysage technologique « branché » (*wired*) à un monde « sans fil » (*wireless*) qui présente de nouvelles possibilités et de nouveaux défis pour les jeunes, les parents, les éducateurs, les décideurs et le secteur des technologies.

Les résultats du volet qualitatif de la phase IV nous ont aidés à élaborer les sondages utilisés dans le volet quantitatif. La section suivante sur les méthodes présentera le plan de cette recherche quantitative, les changements que nous avons dû apporter à ce plan en raison de la pandémie de COVID-19, la conception du sondage, le recrutement des participants, l'analyse des données, et une discussion sur certaines limites et considérations que les lecteurs devraient garder à l'esprit en lisant les prochains rapports de la phase IV.



# MÉTHODES

## Conception du sondage et réalisation

Comme pour les phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons conçu deux sondages pour explorer les attitudes que les jeunes adoptent, les activités qu'ils exercent, les avantages dont ils profitent et les défis qu'ils vivent lorsqu'ils sont en ligne et utilisent des appareils numériques, un pour les élèves de la 4e à la 6e année et un autre pour ceux de la 7e à la 11e année<sup>1</sup>. Nous avons organisé les questions en plusieurs catégories :

- les appareils numériques à la maison;
- le temps d'écran à la maison;
- la technologie à l'école;
- la vie privée en ligne et le consentement;
- la confiance;
- les relations et la technologie;
- la résolution des problèmes en ligne;
- les opinions sur divers sujets numériques;
- les connaissances numériques et médiatiques;
- les données démographiques

Le sondage destiné aux élèves de la 4e à la 6e année comportait 82 questions, et celui destiné aux élèves de la 7e à la 11e année posait 100 questions. Les questions supplémentaires du deuxième sondage auprès des jeunes plus âgés couvraient des sujets comme le sextage, la pornographie et le contenu raciste et sexiste<sup>2</sup>.

Au terme des phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons prévu recruter des participants d'écoles de l'ensemble du Canada et espérons sonder entre 6 000 et 8 000 élèves à l'automne 2020. Malgré le fort soutien des représentants des conseils scolaires à l'égard de l'étude et de HabiloMédias, moins de la moitié (n=25) ont confirmé leur participation à la phase IV, invoquant des complications liées à la pandémie de COVID-19. En raison de ce faible taux de participation, nous avons prolongé le calendrier du projet et adapté notre stratégie de recrutement et les options de réalisation du sondage, principalement en incluant un sondage réalisé auprès de la population générale pour atteindre un total de 1 000 participants.

D'octobre à décembre 2021, deux sondages ont été menés en ligne, grâce au soutien de nos partenaires du groupe de recherche [Environics](#), auprès de 1 058 jeunes Canadiens :

1. un total de 79 élèves ont participé au sondage en classe;
2. un total de 979 jeunes ont participé au sondage dans la population générale.

---

<sup>1</sup> Pour consulter les sondages menés dans le cadre de la phase IV de l'étude JCMB, communiquez avec notre directrice de la recherche à l'adresse [info@mediasmarts.ca](mailto:info@mediasmarts.ca).

<sup>2</sup> Les deux sondages, ainsi que tous les documents de consentement requis, les textes de recrutement, les instructions aux enseignants et la méthode d'analyse, ont été approuvés par le [comité d'éthique de la recherche de l'Université Carleton](#).

<b>Jeunes Canadiens dans un monde branché</b>			
<b>Sondage quantitatif de la phase IV</b>			
<b>Participation</b>			
	<b>4<sup>e</sup> à 6<sup>e</sup> année Jeunes âgés de 9 à 11 ans</b>	<b>7<sup>e</sup> à 11<sup>e</sup> année Jeunes âgés de 12 à 17 ans</b>	<b>Total</b>
<b>Sondage en classe</b>	28	51	79
<b>Sondage dans la population générale</b>	371	608	979
<b>Total</b>	399	659	<b>1 058</b>

## Analyse des données

Pour réduire les partis pris dans la communication des données du sondage, l'équipe de recherche de HabiloMédias s'est engagée dans un processus d'analyse comparative. Nous avons d'abord examiné le rapport d'analyse initial fourni par l'équipe d'Environics et utilisé ce document pour relever les thèmes clés des rapports individuels. Nous avons ensuite réexaminé les données en regard de nos propres interrogations éclairées par la littérature, les discussions et les débats contemporains sur divers thèmes, ainsi que de l'expertise établie de HabiloMédias dans le domaine de l'éducation aux médias numériques.

Pour chaque rapport, nous avons identifié un analyste principal qui a fait part de ses premières réflexions sur les grandes lignes du rapport, notamment les thèmes et les points de données critiques à inclure. La discussion menée par les équipes de recherche et d'éducation de HabiloMédias a permis de confirmer (ou de trianguler) les thèmes de chaque rapport et de développer l'histoire que vous voulions partager à partir des réponses au sondage. Nous avons ensuite commencé à rédiger les rapports thématiques sur la base des résultats de ce processus d'analyse collaborative.

## Limites et considérations

Lorsque nous avons commencé à planifier ce projet en 2019, notre objectif initial était d'attirer de 6 000 à 8 000 participants. Bien que nous n'ayons pas atteint cet objectif, principalement en raison de la pandémie de COVID-19, nous avons tout de même recruté plus de 1 000 participants grâce aux directeurs d'écoles et aux enseignants ainsi qu'à notre partenaire de recherche, Environics. Consultez le présent rapport pour obtenir tous les détails sur notre stratégie de recrutement, y compris les axes pandémiques que nous avons établis pour atteindre les objectifs de notre étude.

Cette dernière phase de l'étude inclut les données démographiques supplémentaires (voir l'[annexe A](#)) que nous avons recueillies pour nous aider à comprendre comment le genre, la race, les incapacités et l'orientation sexuelle peuvent influencer ce que les jeunes Canadiens vivent en ligne. Nous reconnaissons qu'il est difficile de faire des affirmations définitives

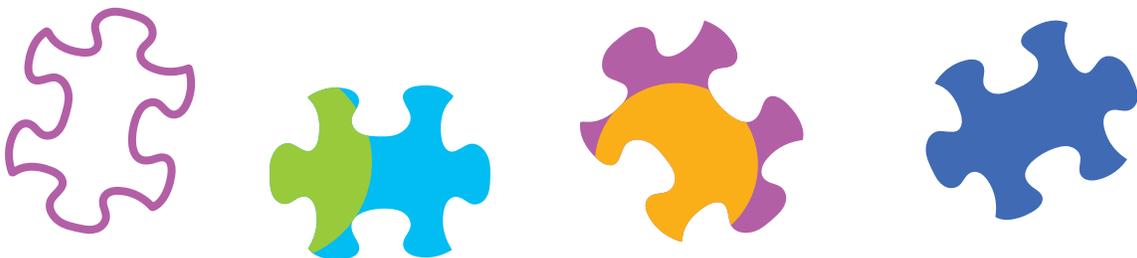
en raison de la taille de notre échantillon, mais notre analyse de ces données révèle d'importants portraits et histoires sur les attitudes, les comportements et les opinions des jeunes concernant Internet, la technologie et les médias numériques en fonction de ces divers marqueurs d'identité. Nous pensons que ces données sont d'autant plus importantes qu'elles ont été recueillies pendant une pandémie, alors qu'une grande partie de nos vies se passaient en ligne. Nous continuerons de recueillir ces données démographiques dans le cadre des projets ultérieurs et de travailler avec d'autres chercheurs et partenaires communautaires pour améliorer et favoriser une approche intersectionnelle des études sur l'éducation aux médias numériques.

Nous sommes conscients des lacunes au chapitre de la représentation géographique, surtout en ce qui concerne la représentation du Nord canadien (Nunavut, Yukon et Territoires du Nord-Ouest). Si les complications liées à la pandémie de COVID-19 sont partiellement à blâmer, les difficultés permanentes relatives au [fossé numérique au Canada](#) contribuent également à cette faible représentation. HabiloMédias demeure déterminé à [comblé le fossé numérique](#) et continuera de travailler avec des partenaires sur des projets futurs qui mettent l'accent sur les expériences des jeunes dans les communautés rurales, éloignées, nordiques et autochtones.

Les rapports de cette série présentent les données du sondage parallèlement à d'autres recherches et preuves qui soutiennent l'analyse et fournissent un important contexte. Lorsqu'il est avisé de le faire, nous présentons les résultats parallèlement à [nos autres projets de recherche](#) et nous appuyons sur l'expertise et les perspectives d'autres chercheurs.

Aussi, non seulement les résultats serviront à orienter une série de recommandations à l'intention des éducateurs, des responsables politiques et des décideurs dans divers secteurs, mais ils alimenteront également les projets de recherche ultérieurs de HabiloMédias.

Nous tenons à remercier tous les élèves, parents, enseignants, directeurs d'école et administrateurs du Canada qui ont participé à ce projet d'une manière ou d'une autre au cours de la phase IV. L'étude JCMB demeure la pierre angulaire de notre travail à HabiloMédias, et nous sommes reconnaissants pour le soutien, sous toutes ses formes, qui le nourrit.



# LA VIE EN LIGNE

## Plateformes en ligne



**Un petit nombre de plateformes commerciales, principalement dédiées à la socialisation et au divertissement, dominent les expériences en ligne des jeunes.**

Au cours des phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons demandé aux participants de dresser la liste de leurs cinq sites Web préférés. Dans le cadre de la phase IV, nous avons élargi cette question pour inclure les applications, les réseaux sociaux et d'autres plateformes en ligne afin de refléter les résultats de notre [recherche qualitative](#). Par exemple, lors des groupes de discussion, les jeunes nous ont dit qu'ils accédaient plus souvent à Internet par le biais d'applications sur des appareils mobiles plutôt que des navigateurs.

Les principales plateformes désignées par les participants, lesquelles sont présentées à la **figure 1**, sont presque toutes dédiées à la socialisation, au divertissement ou aux deux, à l'exception d'Amazon (quoique les participants ayant choisi ce site désignaient peut-être plutôt le site de commerce électronique ou le service de diffusion en continu) et de Google. Ces réponses confirment la popularité croissante de certaines plateformes relativement nouvelles, comme TikTok, et la pertinence continue pour les jeunes de plateformes comme Facebook. Le classement élevé de YouTube, bien au-dessus des services de diffusion en continu comme Netflix et Disney Plus, suggère que les jeunes sont attirés par la combinaison du divertissement, des interactions et de la **(para)socialisation**<sup>3</sup>, des éléments également présents sur TikTok.

Par rapport aux résultats de la phase III, deux différences significatives apparaissent concernant cette question sur les plateformes en ligne. Premièrement, les 20 réponses les plus populaires concernent maintenant entièrement des plateformes exploitées à des fins commerciales. La seule plateforme non commerciale figurant parmi les 20 réponses

**Les interactions parasociales désignent une relation psychologique unilatérale entre les utilisateurs et leurs interactions médiatiques avec des artistes, des célébrités ou des personnalités. Ces interactions parasociales deviennent des relations parasociales après que des expériences répétées avec la personnalité aient amené l'utilisateur à développer des illusions d'intimité ou d'amitié.**

<sup>3</sup> Horton, D., et Wohl, R. (1956). « Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance ». *Psychiatry*, 19(3), 215-229; Rubin, R., et McHugh, M. (1987). « Development of Parasocial Interaction Relationships ». *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(3), 279-292.

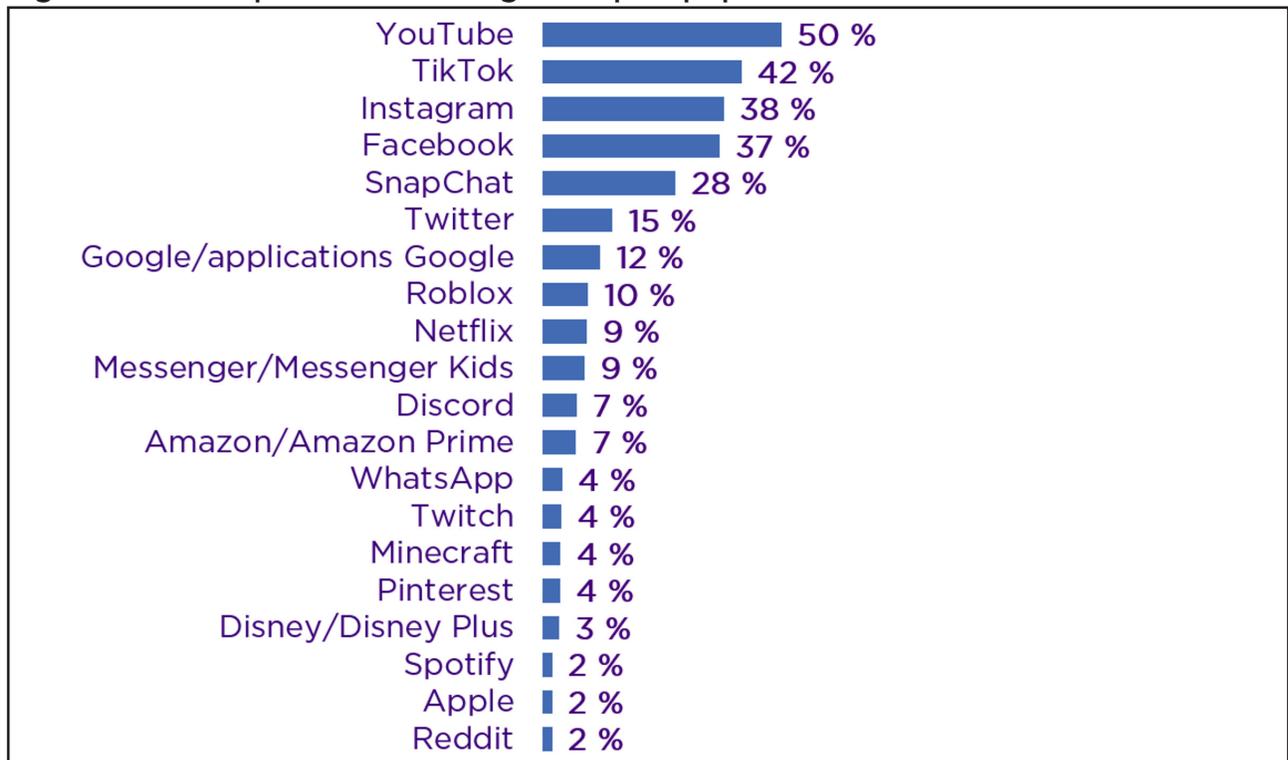
les plus populaires dans la phase III, Wikipédia, n'a été citée que par 2 participants à la phase IV (même si nous notons que Wikipédia reste un élément clé du processus de recherche et de vérification d'informations des élèves, comme nous le verrons dans notre prochain rapport sur l'éducation aux médias numériques).

**Le terme LGBTQ+ inclut toute personne qui s'identifie comme lesbienne, gaie, bisexuelle, asexuelle, en questionnement ou appartenant à toute autre orientation sexuelle.**

Deuxièmement, les 20 réponses les plus populaires sont maintenant beaucoup plus homogènes. Dans la phase III, il y avait des différences significatives dans les sites énumérés en fonction de l'âge et du genre des participants. Cependant, à la phase IV, les mêmes plateformes dominent largement toutes les catégories démographiques, les différences étant principalement des différences de popularité relative : Instagram arrive en première place chez les participants plus âgés, alors que TikTok est en tête chez les filles, mais YouTube se classe toujours quatrième chez les participants

plus âgés et deuxième chez les filles. Les participants s'identifiant à la communauté **LGBTQ+** sont beaucoup plus susceptibles de dire qu'une plateforme *ne figurant pas* dans celles suggérées fait partie de leurs 5 préférées (39 % contre 24 % des participants qui s'identifient comme hétérosexuels).

**Figure 1 : Les 20 plateformes en ligne les plus populaires**



Les seules plateformes figurant parmi les 20 préférées des jeunes participants, mais pas des plus âgés sont **Weibo**, un réseau social principalement en chinois, et **Trill**, un réseau social qui, selon sa [description sur Google Play](#), héberge des communautés privées et solidaires où il est possible de s'exprimer librement et de se connecter avec les autres. Il est intéressant de noter que tous les participants qui ont cité Weibo parmi leurs plateformes préférées

ont déclaré avoir une **incapacité**. Si les recherches n'indiquent pas que Weibo est généralement plus accessible que d'autres réseaux sociaux<sup>4</sup>, des études ont montré que les personnes ayant une incapacité réutilisent souvent des appareils et des plateformes qui n'ont pas été conçus dans un souci d'accessibilité<sup>5</sup>. Nous avons également constaté que les jeunes ayant une incapacité sont plus susceptibles de prendre des mesures pour contrôler qui peut voir le contenu qu'ils publient en ligne et d'essayer de le cacher à leurs parents ou tuteurs (un aspect que nous étudierons plus en détail dans notre prochain rapport sur la vie privée). Il est donc possible que l'obscurité relative de Weibo le rende populaire auprès des jeunes ayant une incapacité.

**À la phase IV, nous avons demandé aux participants de s'identifier en regard des incapacités physiques, intellectuelles et cognitives, des troubles d'apprentissage et de la maladie mentale. La ventilation de chacune de ces catégories est présentée à l'[annexe A](#).**

**Le terme « incapacité » dans ce rapport désigne l'une de ces trois catégories.**

Nous avons observé des tendances semblables en ce qui concerne les plateformes sur lesquelles les participants ont des comptes (voir la **figure 2**). YouTube arrive également en tête de liste, ce qui, compte tenu qu'il est possible de visionner des vidéos sur YouTube sans compte, suggère à nouveau que les jeunes considèrent cette plateforme comme plus qu'une simple source de divertissement. Comme nous le verrons plus loin, bien peu de jeunes *publient* des vidéos sur YouTube ou ailleurs. Étant donné l'important rôle que jouent les youtubeurs (personnes qui créent et partagent des vidéos sur une chaîne YouTube) dans la culture des jeunes et les nombreuses études sur les relations parasociales des jeunes avec les célébrités en ligne<sup>6</sup>, il semble probable que l'une des principales raisons pour lesquelles ils possèdent un compte YouTube soit d'interagir avec leurs créateurs préférés.

La liste des plateformes sur lesquelles les jeunes ont un compte est encore plus homogène que la liste des plateformes préférées. Si les filles sont plus susceptibles d'avoir des comptes sur TikTok (61 % contre 46 % des garçons), Instagram (57 % contre 44 %) et Snapchat (45 % contre 35 %) et que les garçons sont plus susceptibles d'avoir des comptes sur Discord (22 % contre 13 % des filles), Xbox Live (25 % contre 8 %) et Twitch (21 % contre 8 %), le *classement* des plateformes est presque identique pour les deux groupes.

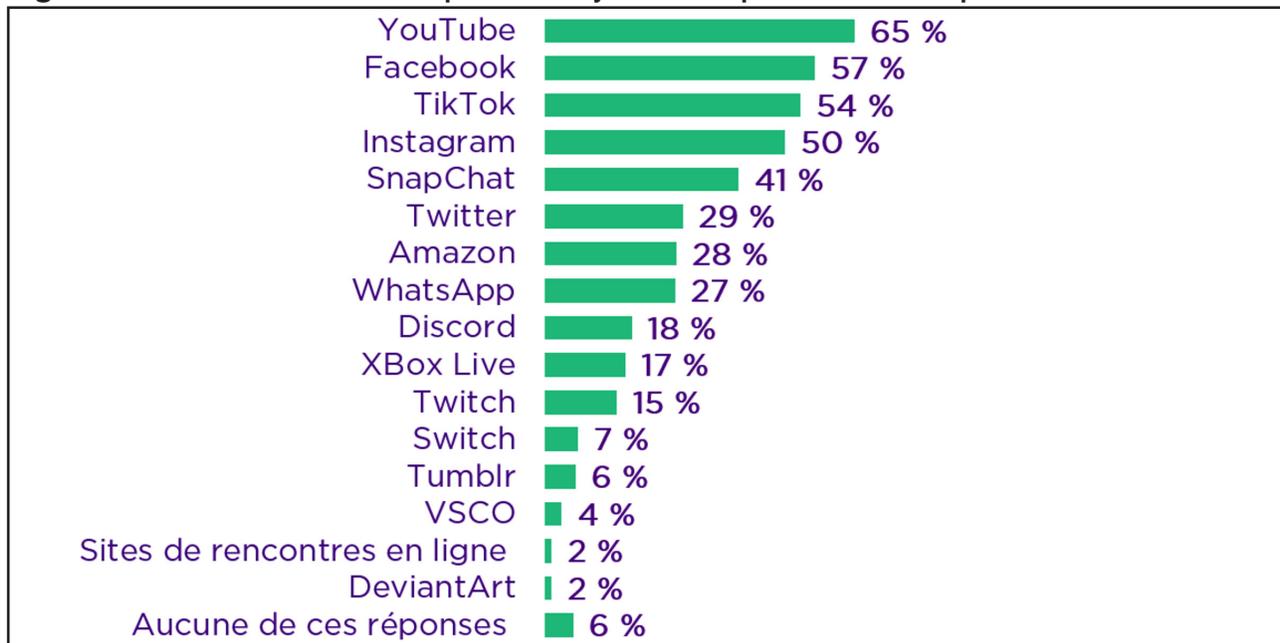


4 Liu, Z., et Chen, W. (2017). *How Accessible is Weibo for People with Visual Impairments?* Dans *Harnessing the Power of Technology to Improve Lives* (p. 894-901). IOS Press.

5 Voir, par exemple, Baumgartner, A., Rohrbach, T., et Schönhagen, P. (2021). « 'If the phone were broken, I'd be screwed': media use of people with disabilities in the digital era ». *Disability & Society*, 1-25.

6 Voir, par exemple, Tolbert, A.N., et Drogos, K.L. (2019). « Tweens' wishful identification and parasocial relationships with YouTubers ». *Frontiers in psychology*, 10, 2781.

**Figure 2 : Plateformes sur lesquelles les jeunes disposent de comptes**



Le classement est également presque identique chez les jeunes de tous les âges (voir la **figure 3**), bien que les jeunes plus âgés soient beaucoup plus susceptibles d'avoir des comptes sur *chacune* des 10 plateformes populaires de la liste. Fait intéressant, alors qu'un seul participant a nommé Tumblr comme l'une de ses plateformes préférées, 11 % des plus jeunes ont un compte sur cette plateforme contre 4 % des participants plus âgés.

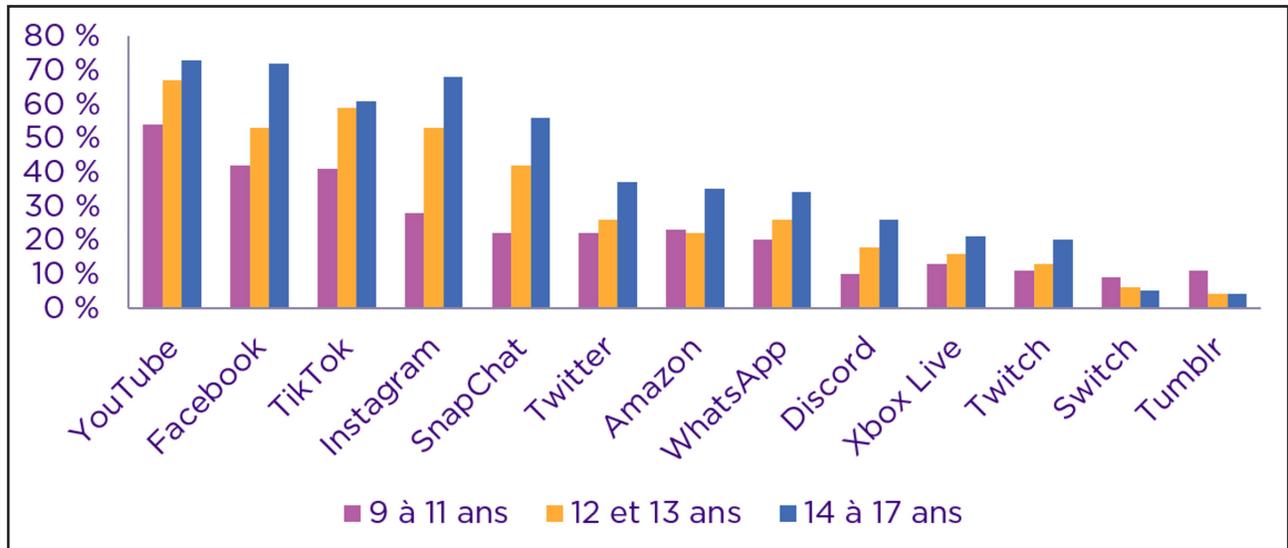
**Les « conditions d'utilisation » constituent l'accord juridique entre une entreprise en ligne (plateformes, applications, sites Web, réseaux sociaux) et la personne qui utilise son service.**

Les **conditions d'utilisation** de toutes les plateformes énumérées par les participants indiquent que les utilisateurs doivent avoir 13 ans ou plus pour créer un compte. Bien qu'il soit possible dans certains cas, notamment sur les plateformes de jeux comme Switch et Xbox Live, que les jeunes partagent ces comptes avec leurs parents ou d'autres personnes de plus de 13 ans, il est néanmoins clair que de nombreux participants de moins de 13 ans ont réussi à créer des comptes même s'ils sont trop jeunes pour le faire légalement<sup>7</sup>. Tous les

jeunes participants ont un compte YouTube, quelque 40 % d'entre eux ont des comptes Facebook et TikTok et environ un quart ont des comptes Instagram et Snapchat. Seuls 14 % des jeunes participants ont déclaré ne pas avoir de compte sur une quelconque plateforme.

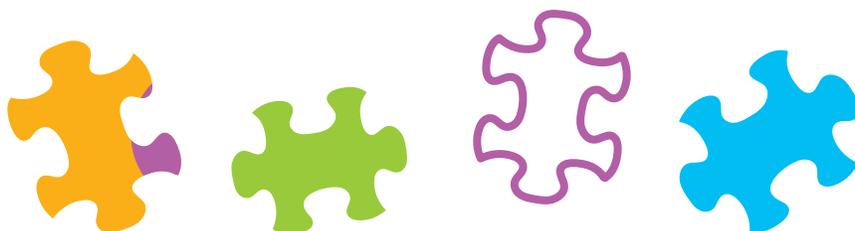
<sup>7</sup> Il convient de noter que ce seuil n'a aucune signification juridique au Canada. Il est fondé sur la [Children's Online Privacy Protection Act](#) des États-Unis, qui exige que les plateformes dont les utilisateurs sont majoritairement âgés de moins de 13 ans obtiennent un consentement parental avant de recueillir des renseignements personnels.

**Figure 3 : Plateformes sur lesquelles les jeunes disposent de comptes - Selon l'âge**



Il existe quelques autres différences démographiques chez les jeunes qui ont des comptes sur diverses plateformes en ligne. Les participants de la communauté LGBTQ+ sont deux fois plus susceptibles de dire qu'ils n'ont de compte sur aucune plateforme (13 % contre 5 % des participants hétérosexuels). Les jeunes **racialisés** sont plus nombreux à avoir des comptes YouTube (74 % contre 60 % des participants blancs) et WhatsApp (38 % contre 23 %). Les jeunes ayant une incapacité sont plus susceptibles d'avoir des comptes sur Amazon (42 % contre 23 % des jeunes sans incapacité) et Tumblr (7 % contre 3 %).

**Dans la phase IV de l'étude, nous avons demandé aux jeunes de s'identifier en regard de la race (voir l'annexe A pour une ventilation des catégories de réponses). Le mot « racialisé » dans le présent rapport désigne des jeunes qui se sont identifiés comme Autochtones ou provenant de l'Afrique, des Antilles, de l'Asie du Sud, du Moyen-Orient, d'Amérique latine ou d'Amérique du Sud.**



## Appareils

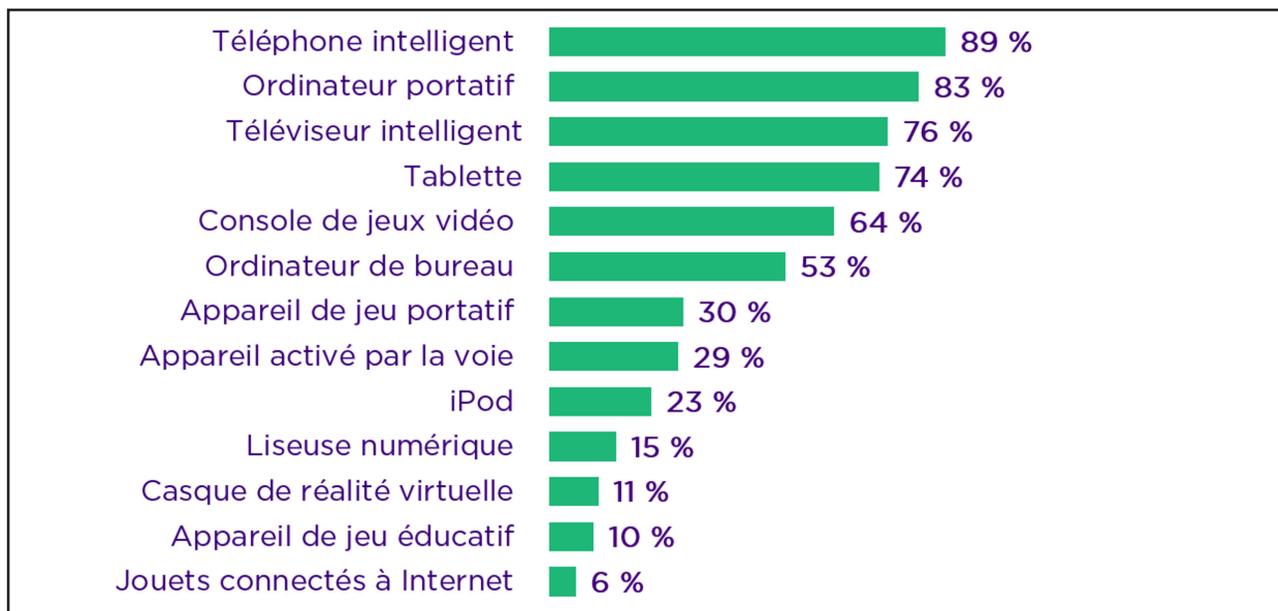


**La plupart des jeunes qui ont participé au sondage ont accès à une grande variété d'appareils compatibles avec Internet, mais n'en utilisent que quelques-uns pour aller en ligne.**

**Les jeunes qui avaient leurs propres téléphones intelligents l'avaient reçu, majoritairement, de leurs parents ou tuteurs afin que ceux-ci puissent rester en contact avec ces jeunes.**

Chez les participants à cette phase de l'étude JCMB, l'accès Internet est universel, c'est-à-dire que tous les participants déclarent avoir un appareil compatible avec Internet à la maison (voir la **figure 4**). Les téléphones intelligents et les ordinateurs portatifs sont les appareils les plus fréquemment cités, suivis des téléviseurs intelligents, des tablettes et des consoles de jeux vidéo. Les appareils à commande vocale comme Google Home et Amazon Echo sont cités par un peu moins d'un tiers des participants, tandis que les liseuses numériques et les casques de réalité virtuelle arrivent en fin de liste, accompagnés des appareils de jeux éducatifs et des jouets connectés à Internet.

**Figure 4 : Appareils utilisés à la maison**



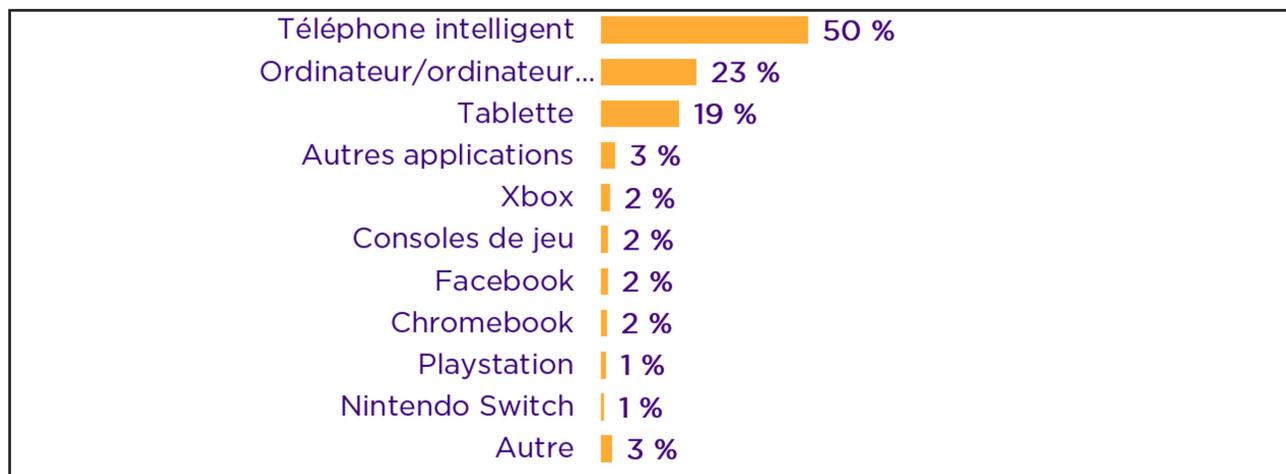
Les appareils à la maison sont semblables dans les différents groupes démographiques, bien que les garçons soient plus susceptibles de déclarer posséder une console de jeux vidéo (69 % contre 59 % des filles) ou un appareil de jeu portable (36 % contre 23 % des filles). Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles de dire qu'ils possèdent plus d'appareils parmi ceux énumérés, bien que les différences soient légères et inégales, les jeunes de 12 et

13 ans étant moins nombreux à posséder des appareils comme des téléviseurs intelligents que des consoles de jeux vidéo, des ordinateurs de bureau et des appareils à commande vocale à la maison.

Les participants dont la langue maternelle est le français sont plus susceptibles d'avoir une console de jeux vidéo, mais moins susceptibles d'avoir un ordinateur de bureau, un appareil à commande vocale ou une liseuse numérique. Les jeunes racialisés sont plus nombreux à dire qu'ils possèdent la plupart des appareils à la maison, à l'exception d'une console de jeux vidéo, d'un appareil de jeu portable et d'un iPod.

La gamme d'appareils que les participants utilisent fréquemment pour aller en ligne est beaucoup plus limitée. Comme le montre la figure 5, les téléphones intelligents et les ordinateurs de bureau ou portatifs se classent beaucoup plus haut dans la liste que tout autre appareil.

**Figure 5 : Appareil le plus souvent utilisé pour aller en ligne<sup>8</sup>**



Lorsqu'il s'agit des appareils que les jeunes utilisent pour aller en ligne, il y a peu de différences démographiques. Les filles sont légèrement plus susceptibles que les garçons d'aller en ligne en utilisant des téléphones (41 % contre 36 %) et des appareils iPhone en particulier (14 % contre 8 %). Les jeunes racialisés sont plus nombreux à aller en ligne en utilisant un ordinateur (32 % contre 19 % des participants blancs). Il n'y a pas de différences significatives entre les jeunes ayant une incapacité et ceux qui n'en ont pas, ce qui est surprenant compte tenu de [l'impact des capacités et des valeurs par défaut des différents appareils sur l'accessibilité](#).

Les trois quarts (77 %) des participants déclarent posséder leur propre téléphone intelligent. Ce chiffre est essentiellement le même dans la plupart des catégories démographiques, bien que les participants plus âgés soient plus susceptibles d'avoir leur propre téléphone (voir la **figure 6**). La plus grande différence se situe entre les jeunes de 9 à 11 ans et ceux de 12 et 13 ans.

<sup>8</sup> Cette question était ouverte (c'est-à-dire que les participants n'avaient pas d'options à choisir et devaient plutôt écrire leurs réponses). Certains participants ont répondu « Facebook », même s'il ne s'agit pas d'un appareil, mais plutôt d'une plateforme utilisée par certains pour aller en ligne.

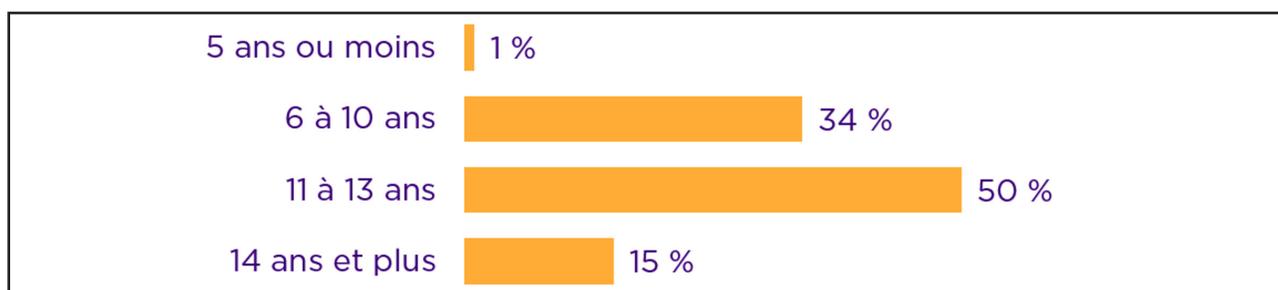
**Figure 6 : Jeunes qui possèdent un téléphone intelligent - Selon l'âge**



Les jeunes qui possèdent leur propre téléphone intelligent sont, sans surprise, plus susceptibles de l'utiliser pour aller en ligne (48 % contre 6 % de ceux qui ne possèdent pas leur propre téléphone intelligent) et moins susceptibles d'aller en ligne en utilisant un ordinateur (19 % contre 37 %), un iPad (7 % contre 20 %) ou une autre tablette (6 % contre 21 %).

La moitié des participants qui possèdent leur propre téléphone intelligent disent l'avoir reçu entre l'âge de 11 et 13 ans, un tiers d'entre eux disent l'avoir reçu entre l'âge de 6 et 10 ans, et moins d'un quart des jeunes indiquent avoir reçu leur premier téléphone intelligent à 14 ans ou plus tard (voir la **figure 7**).

**Figure 7 : Âge auquel les jeunes ont reçu leur premier téléphone intelligent**



Les participants racialisés sont moins susceptibles d'avoir reçu leur premier téléphone avant l'âge de 11 ans, tandis que les participants ayant une incapacité sont beaucoup plus nombreux à en recevoir un avant l'âge de 11 ans. Un peu moins de la moitié (44 %) des jeunes qui n'ont pas leur propre téléphone intelligent ont accès à celui de quelqu'un d'autre (p. ex. un téléphone qui appartient à leur parent ou tuteur).

La grande majorité (92 %) des jeunes qui possèdent un téléphone intelligent ont reçu leur premier appareil de leur parent ou tuteur. La seule différence démographique : les participants francophones sont légèrement moins susceptibles de l'affirmer (89 % contre 94 % des participants anglophones).

Contrairement à la [couverture médiatique](#) qui laisse entendre que les jeunes talonnent leurs parents pour obtenir un téléphone, la grande majorité des participants ont dit avoir obtenu un téléphone parce que leurs parents voulaient rester en contact avec eux (voir la **figure 8**), des conclusions qui correspondent à une [récente recherche menée par le centre de recherche Pew](#) qui a révélé que de communiquer facilement avec leur enfant et de rester en contact avec lui sont les principales raisons pour lesquelles les parents ont donné à leur enfant son propre téléphone.

**Figure 8 : Raisons pour lesquelles les jeunes ont reçu leur premier téléphone**



Le réseautage social, l'archétype de l'utilisation du téléphone par les jeunes, n'a été cité que par 6 % des participants, peu de variation étant observée entre les groupes démographiques. Les jeunes moins âgés sont un peu plus susceptibles de dire qu'ils ont obtenu un téléphone parce qu'ils voulaient jouer à un jeu spécifique (17 % des jeunes de 9 à 11 ans contre 8 % des jeunes de 12 à 17 ans).

Les jeunes ayant une incapacité sont légèrement moins nombreux à obtenir leur premier téléphone pour rester en contact avec leurs parents ou tuteurs. Nous avons remarqué la différence la plus significative chez les jeunes ayant une incapacité physique : seulement 44 % de ces jeunes reçoivent un téléphone pour que leurs parents puissent rester en contact avec eux, comparativement à 64 % des jeunes sans incapacité physique. Ces jeunes sont également deux fois plus susceptibles de demander leur premier téléphone pour pouvoir faire des projets avec leurs amis (10 % contre 5 % des jeunes sans incapacité physique) ou se joindre à un réseau social (11 % contre 5 % des jeunes sans incapacité physique), soulignant ainsi peut-être l'important rôle que jouent les téléphones dans la vie sociale des jeunes ayant une incapacité et de ceux ayant une incapacité physique en particulier.

Seulement 1 % des participants déclarent avoir reçu un téléphone pour des raisons de sécurité, laissant entendre que la disponibilité pour leurs parents est principalement une préoccupation ou une motivation pratique pour donner un téléphone intelligent aux jeunes. Alors que nos [recherches auprès des parents](#) ont [invariablement](#) montré que le risque influence de manière significative la plupart des décisions parentales concernant la technologie numérique, cette préoccupation parentale ne se reflète pas directement dans les réponses des jeunes. Nous notons toutefois que les participants qui pensent que « mes parents ou tuteurs craignent que je sois blessé en ligne » sont nettement plus susceptibles d'obtenir leur premier téléphone de leurs parents ou tuteurs (95 % contre 85 % de ceux qui ne sont pas d'accord pour dire que leurs parents ou tuteurs craignent qu'ils soient blessés en ligne) et d'en avoir un pour que leurs parents puissent rester en contact avec eux (63 % contre 56 %). L'opinion des participants sur leur *propre* sécurité, comme en témoigne leur accord avec les affirmations « Internet est un endroit sécuritaire pour moi » et « Je sais comment me protéger en ligne », n'a pas de lien significatif avec la personne qui leur a donné leur premier téléphone ou la raison pour laquelle elle l'a fait.

Cette vue d'ensemble des appareils utilisés par les jeunes Canadiens suggère que la plupart

utilisent un téléphone intelligent qu'ils possèdent, bénéficiant d'un plan de données, pour aller en ligne. Toutefois, le *type* d'appareil utilisé par les élèves peut influencer la *qualité* de leurs activités en ligne, [surtout lorsqu'il s'agit d'apprentissage](#) (voir la section sur l'utilisation de la [technologie à l'école](#) pour plus de détails). Si les appareils mobiles comme les téléphones intelligents, les tablettes et les liseuses numériques sont souvent considérés comme facilitant l'apprentissage autonome, ils sont principalement conçus pour *recevoir* des informations plutôt qu'en *produire*. Selon une [récente étude de Statistique Canada](#), les ménages du quartile de revenu le plus bas sont 3 fois plus nombreux que ceux du quartile de revenu le plus élevé à indiquer utiliser *uniquement* des appareils mobiles pour accéder à Internet. Nous savons également que le nombre d'appareils connectés à Internet disponibles dans le ménage peut avoir une incidence sur les possibilités d'apprentissage, et pendant la pandémie, nous avons constaté une [augmentation radicale de la nécessité pour tous les membres du ménage de se connecter pour l'école et le travail](#). Selon l'étude de Statistique Canada mentionnée précédemment, 63 % des ménages du quartile de revenu le plus bas avaient moins d'un appareil par membre du ménage contre 56 % des ménages du quartile de revenu supérieur.

Les axes pandémiques relatifs à l'apprentissage en ligne mettent également en évidence les défis et les écarts d'accès aux appareils auxquels sont confrontés les élèves canadiens. Par exemple, au terme de la collecte des données pour cette étude (en janvier 2022), le [gouvernement provincial de l'Ontario a temporairement fermé les écoles](#) et fait passer 2 millions d'élèves (du primaire et du secondaire) à l'apprentissage virtuel. Un conseil scolaire de l'Ontario a dû retarder le début de son semestre d'une journée pour envoyer des appareils Chromebook et d'autres appareils aux élèves et a [indiqué dans une communication](#) aux ménages qu'il ne disposait pas d'un nombre suffisant d'appareils pour chaque élève et que le déploiement initial se concentrerait sur un appareil par ménage.

De plus, bien que nous n'ayons pas posé de questions précises sur la connectivité Internet dans le cadre de cette étude, nous savons que la [connectivité reste un problème](#) pour de nombreux jeunes Canadiens, en particulier ceux des communautés rurales, éloignées et autochtones. Selon le [Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes](#), près de 86 % des ménages ont accès à la large bande à des vitesses raisonnables (50 mégabits par seconde). Cependant, dans les zones rurales, ce n'est le cas que de 40 % d'entre eux, et dans les communautés des Premières Nations, seuls 30 % des ménages disposent d'une connexion Internet à la [vitesse recommandée pour aller à l'école en ligne](#). Aussi, si les vitesses de connexion dans les zones rurales et éloignées sont plus lentes que dans les zones urbaines et suburbaines, les services ont également tendance à être plus chers.

Il n'est pas surprenant, compte tenu des effets de la pandémie, que l'accent ait surtout été mis sur le fossé numérique au Canada ait porté sur l'accès et la connectivité numériques. Cependant, nous avons abordé [ailleurs](#) la mesure dans laquelle le fossé numérique au Canada est également ancré dans des contextes sociaux, économiques et culturels et recoupe les catégories de la race, de la classe, du genre et de l'âge. Ainsi, bien que les résultats de cette étude indiquent que tous les participants avaient accès à Internet et à divers appareils connectés à Internet, nous savons très bien que le fossé numérique reste vaste au Canada et qu'il nécessite des efforts continus de la part des gouvernements et de l'industrie pour le combler.

## Activités en ligne



**Les jeunes utilisent principalement la technologie numérique pour communiquer avec leur famille et leurs amis, jouer à des jeux en ligne, regarder des vidéos et écouter de la musique. Suivre des célébrités et chercher du soutien auprès de pairs ou d'experts font aussi partie de leurs activités quotidiennes. Environ les deux tiers des jeunes parlent en ligne à des personnes qu'ils n'ont jamais rencontrées en personne.**

**La plupart des jeunes publient du contenu en ligne et utilisent leurs téléphones intelligents pour se livrer à des activités créatives en ligne, comme la création de films, d'œuvres d'art ou de musique. Si les jeunes sont activement engagés dans des utilisations créatives de la technologie numérique, ils sont moins susceptibles de partager du contenu personnel en ligne.**

**Environ la moitié de tous les participants ont dit prendre des notes ou tenir un journal, lire des livres et écouter des balados sur leurs téléphones intelligents. Près de la moitié des jeunes utilisent leur téléphone pour trouver des événements communautaires locaux.**

## Contacts sociaux : Famille et amis

Après avoir interrogé les jeunes sur leurs espaces en ligne préférés et les appareils qu'ils utilisent pour y accéder, nous avons voulu en savoir plus sur leurs activités quotidiennes dans le monde virtuel. Les réponses au sondage de la phase IV nous indiquent qu'une grande partie du temps passé sur Internet est consacré aux contacts sociaux (voir la **figure 9**). Par exemple, 9 participants sur 10 ont déclaré se connecter avec leurs amis et leur famille sur des réseaux sociaux, près de la moitié (44 %) le faisant au moins quotidiennement et un autre tiers (34 %) le faisant une fois par semaine. Les participants plus jeunes sont légèrement moins susceptibles de le faire (84 % contre 91 % des jeunes de 12 et 13 ans et 95 % des jeunes de 14 à 17 ans).

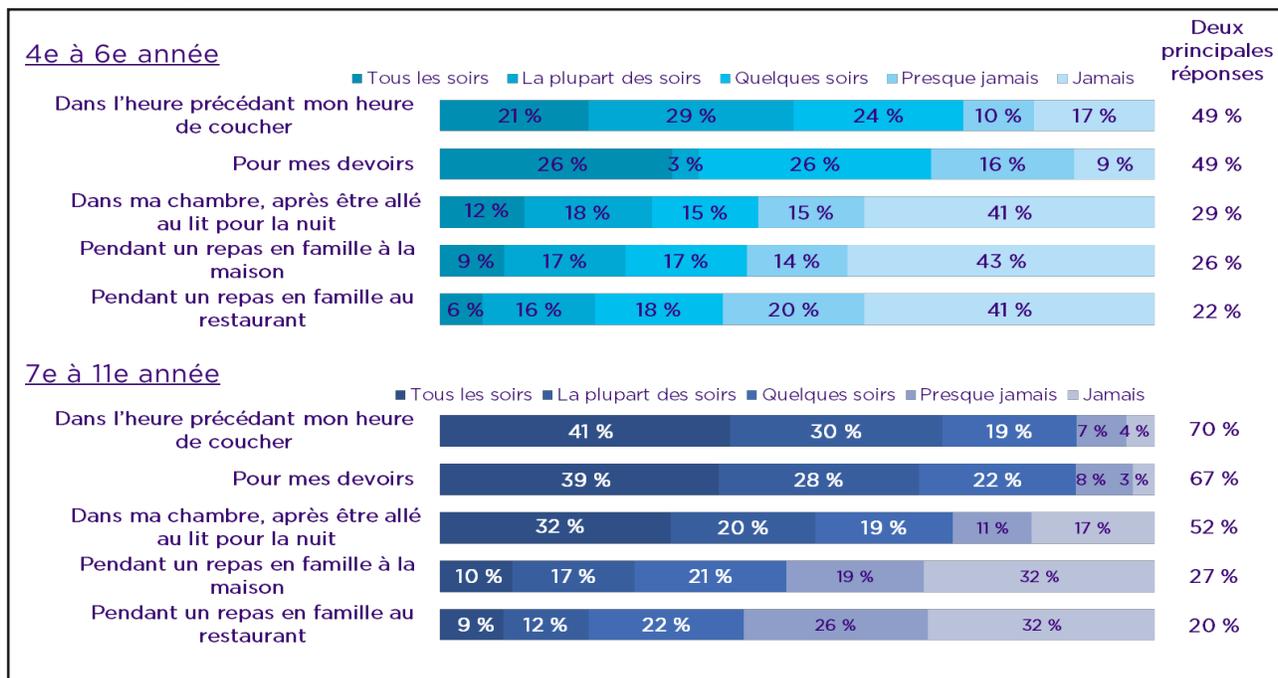
Les jeunes qui ont accès à un téléphone intelligent l'utilisent surtout pour communiquer avec des amis et des membres de la famille, ce que presque tous les participants (97 %) disent faire. Environ deux tiers (70 %) des participants ayant un téléphone intelligent l'utilisent pour planifier des rencontres avec des amis hors ligne.

Environ 8 participants sur 10 (79 %) ont déclaré qu'ils lisaient ou publiaient au moins occasionnellement sur les profils de réseaux sociaux d'autres personnes, un quart (28 %) le faisant une fois par semaine ou plus et un tiers (38 %) le faisant au moins quotidiennement. Les jeunes sont plus susceptibles d'indiquer qu'ils ne lisent pas les réseaux sociaux d'autres personnes (36 %) ou n'y publient jamais de contenu, et lorsqu'ils le font, ils le font moins

souvent que les jeunes plus âgés.

Dans l'ensemble, les jeunes plus âgés sont plus actifs sur les médias sociaux et plus susceptibles de publier des commentaires, des photos et des vidéos sur un réseau social que les plus jeunes. Les jeunes plus âgés sont également plus susceptibles de suivre des célébrités et des influenceurs.

**Figure 9 : Fréquence des activités en ligne - Comparaison entre les jeunes des deux groupes d'âge**



## Contacts sociaux : Célébrités et influenceurs

Dans l'ensemble, 8 participants sur 10 (78 %) suivent des célébrités et des influenceurs sur les réseaux sociaux, et un peu moins d'un tiers (31 %) le font une fois par jour ou plus. Les garçons et les filles le font selon des taux relativement semblables, tandis que les plus jeunes sont plus susceptibles de dire qu'ils ne suivent pas du tout de célébrités.

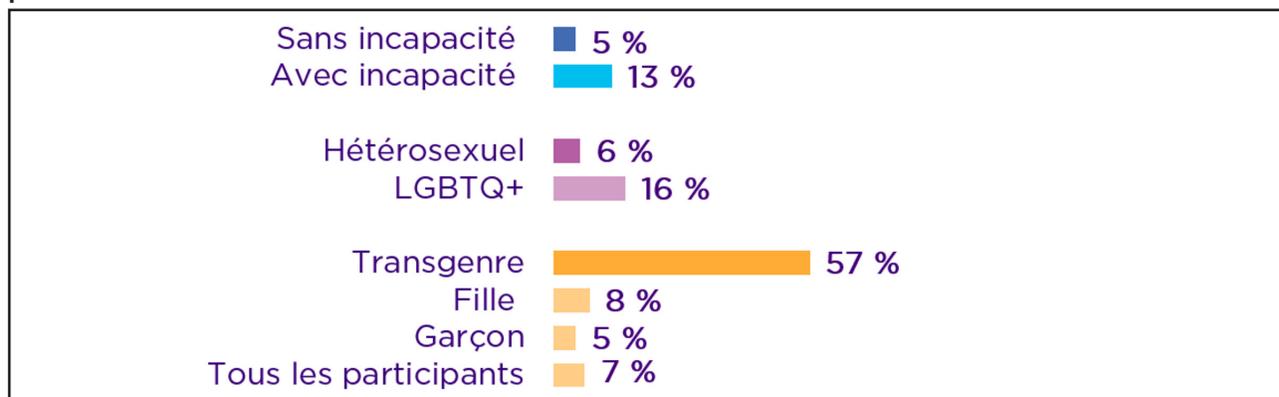
Environ les deux tiers des participants (65 %) utilisent des outils numériques pour demander à d'autres jeunes des conseils sur un problème personnel. Les plus jeunes sont les moins susceptibles de le faire (57 %), tandis que les jeunes de 12 et 13 ans sont plus nombreux à le faire (72 % contre 68 % des jeunes de 14 à 17 ans). Les jeunes ayant une incapacité ont également davantage tendance à communiquer avec leurs pairs en ligne (72 % contre 63 % des jeunes sans incapacité). Les participants qui ont déclaré avoir les trois types d'incapacité (incapacité physique, troubles d'apprentissage et maladie mentale) enregistrent les taux les plus élevés dans toutes les catégories, 91 % disant qu'ils le font, 50 % disant qu'ils le font une fois par semaine ou plus, et 21 % disant qu'ils le font au moins une fois par jour. Ces résultats correspondent à d'autres recherches montrant que les personnes ayant une incapacité dépendent fortement de la technologie numérique, en particulier les médias sociaux, pour accéder à la communauté, au soutien et aux ressources<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Livingstone, S., et Stoilova, M. (2021). « The impact of digital experiences on adolescents with mental health vulnerabilities ». Parenting for a Digital Future.

Des tendances semblables sont observées lorsque vient le temps de demander les conseils d'un expert ou d'un adulte advenant un problème personnel. Un peu plus de la moitié de tous les participants (58 %) déclarent l'avoir fait au moins une fois, un quart (24 %) une fois par semaine ou plus et un peu moins de 1 sur 10 (9 %) au moins quotidiennement. Encore une fois, les jeunes de 12 et 13 ans sont plus susceptibles de l'avoir déjà fait. Comme nous le constatons dans les [études sur la santé mentale des adolescents](#), cette tendance à chercher de l'aide en ligne peut signifier que les jeunes de 12 et 13 ans sont particulièrement vulnérables. Elle peut également refléter un niveau de confidentialité accru lorsqu'ils sont en ligne puisque les participants ont indiqué faire l'objet d'une moindre supervision de la part des adultes ou des parents à mesure qu'ils vieillissent.

Moins de 1 participant sur 10 (7 %) dit se tourner souvent vers les réseaux sociaux ou les communautés en ligne pour obtenir du soutien lorsqu'il se sent triste. Bien que le nombre de participants qui s'identifient comme transgenres ne soit pas assez important pour être statistiquement significatif (n=7), il est frappant de constater que plus de la moitié (57 %) sont d'accord avec cette affirmation (voir la **figure 10**). De même, les jeunes qui s'identifient à la communauté LGBTQ+ sont plus susceptibles de se tourner vers les réseaux sociaux ou les communautés en ligne pour obtenir du soutien, soulignant l'importance des communautés virtuelles pour offrir du soutien aux jeunes queers. Les jeunes ayant une incapacité ont également davantage tendance à être d'accord, bien que la différence soit moindre.

**Figure 10 : Jeunes qui se tournent vers les réseaux sociaux ou les communautés en ligne pour obtenir du soutien**



Il en va de même pour les jeunes qui ont vécu des expériences négatives en ligne, comme être témoin de cyberintimidation (12 % se tournent vers les réseaux sociaux ou les communautés en ligne pour obtenir du soutien contre 3 % de ceux qui n'ont pas vécu cette expérience) ou voir du contenu raciste ou sexiste (14 % se tournent vers les réseaux sociaux ou les communautés en ligne pour obtenir du soutien contre 5 % de ceux qui n'ont pas vu ce type de contenu). Nos prochains rapports sur le sextage et la cruauté en ligne développeront davantage ces conclusions.

## Contacts sociaux : Contacts uniquement en ligne

Environ les deux tiers des participants (62 %) ont parlé à une personne en ligne qu'ils n'ont jamais rencontrée en personne. Environ un quart (23 %) le font une fois par semaine ou plus, et un cinquième (20 %) le font au moins quotidiennement. Il s'agit d'un changement important par rapport à la phase III de l'étude JCMB, dans laquelle seulement 43 % des participants l'avaient fait. Bien qu'une partie de ce changement puisse être liée à une pratique plus fréquente des jeux en ligne, cette différence ne suffit pas à expliquer le nombre accru de conversations avec des personnes uniquement en ligne (48 % des participants à ce sondage jouent à des jeux en ligne au moins une fois par jour ou plus contre 31 % dans la phase III). Comme la plupart des groupes démographiques jouent à des jeux en ligne à peu près à la même fréquence, il est difficile d'affirmer avec certitude qu'il existe un lien entre jouer à des jeux et parler à des personnes uniquement en ligne. Une autre explication possible : le nombre de jeunes qui suivent des célébrités sur les réseaux sociaux, ce que seulement 36 % des participants de la phase III faisaient au moins une fois par an, contre 83 % dans le présent sondage. Cependant, il n'y a pas de lien entre suivre des célébrités et parler à des personnes uniquement en ligne, suggérant ainsi que ce facteur, s'il en est un, n'est pas majeur.

Sans surprise, l'engagement auprès des contacts uniquement en ligne est fortement lié à l'âge : la moitié (51 %) des jeunes participants (9 à 11 ans) ne l'ont jamais fait (contre 37 % des jeunes de 12 et 13 ans et 29 % des jeunes de 14 à 17 ans). Les participants anglophones sont également beaucoup plus susceptibles de parler à une personne qu'ils ne connaissent qu'en ligne (66 % contre 52 % des jeunes francophones), tout comme les garçons, bien que la différence soit faible (66 % des garçons l'ont fait contre 57 % des filles).

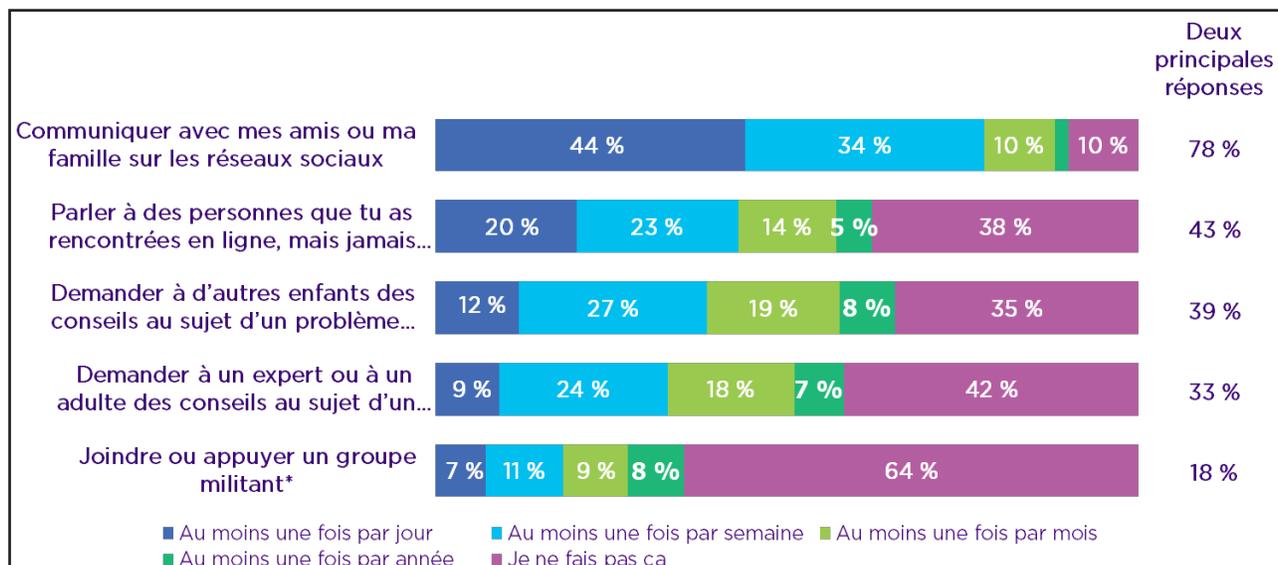
Les jeunes ayant une incapacité sont beaucoup plus susceptibles de parler à des personnes qu'elles connaissent uniquement en ligne. Certaines recherches concluent que la technologie numérique peut faciliter l'interaction des jeunes ayant une incapacité avec les autres en permettant de compenser les difficultés de communication qu'ils pourraient rencontrer en personne et les aider à rompre l'isolement et à établir des liens avec leurs pairs<sup>10</sup>, ce qui peut expliquer l'intérêt accru des jeunes ayant une incapacité pour la communication uniquement en ligne. Il est également possible que les problèmes de mobilité jouent un rôle ici puisque les jeunes ayant une incapacité physique étaient les plus susceptibles de dire qu'ils s'y adonnaient. D'autres études sont nécessaires pour comprendre les expériences des jeunes ayant une incapacité en ligne.

Dans l'ensemble, les amis et la famille sont les contacts sociaux les plus fréquents sur les réseaux sociaux (voir la **figure 11**). Toutefois, comme nous l'avons souligné dans cette section, de nombreux jeunes communiquent également uniquement avec des personnes rencontrées en ligne et sollicitent des conseils sur divers problèmes dans les espaces en ligne. Bien que nous n'ayons posé la question qu'aux jeunes plus âgés, rejoindre ou appuyer des groupes militants en ligne était une réponse moins courante parmi les participants à cette étude.

---

<sup>10</sup> Guérin, K. (2019). *L'utilisation des technologies de l'information et de la communication et d'Internet par les jeunes âgés de 14 à 21 ans présentant une déficience intellectuelle : leurs perceptions et celles d'intervenants* (thèse de doctorat, Université du Québec à TroisRivières).

**Figure 11 : Fréquence des activités en ligne**



\*Question posée aux participants plus âgés seulement (n=656)

## Engagement créatif en ligne : La création de médias

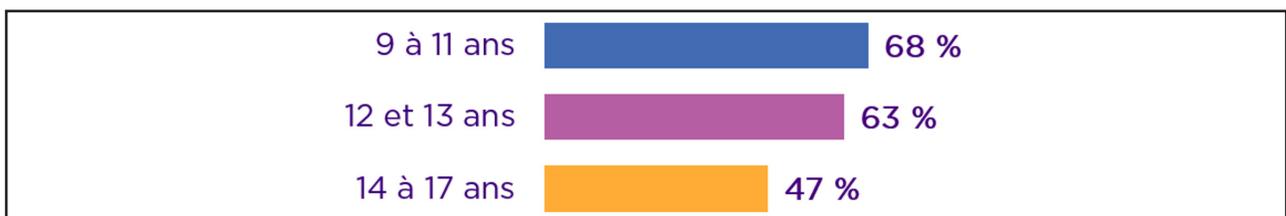
En plus d'établir des liens sociaux en ligne, 74 % des participants ont déclaré qu'ils publiaient également des commentaires, des photos, des vidéos ou des mèmes sur un réseau social, 29 % le faisant au moins une fois par semaine et 27 % le faisant tous les jours ou plus. Les participants plus jeunes sont plus susceptibles de ne jamais le faire (40 %), mais un nombre à peu près équivalent le fait au moins une fois par semaine (30 %), ce qui laisse entendre que les jeunes de moins de 13 ans qui ont des comptes sur diverses plateformes ne se contentent pas de consommer le contenu des autres, mais publient également le leur.

Les garçons et les filles publient du contenu en ligne dans des proportions semblables, et malgré la petite taille de notre échantillon de jeunes transgenres (n=7), plus de la moitié (57 %) d'entre eux ont dit partager du contenu en ligne. Les jeunes de la communauté LGBTQ+ partagent moins souvent du contenu en ligne que leurs pairs hétérosexuels et sont plus susceptibles de dire qu'ils n'en publient pas (34 % contre 24 %). Les jeunes racialisés sont plus nombreux à dire qu'ils ne publient pas de contenu en ligne (27 % contre 23 % des jeunes blancs), et lorsque c'est le cas, ils le font moins souvent que leurs pairs blancs. Les participants francophones sont également plus susceptibles de dire qu'ils ne partagent pas de contenu (35 % contre 22 % des participants anglophones) et moins susceptibles de publier souvent (21 % publiaient quotidiennement contre 30 % des anglophones, et 23 % publiaient au moins une fois par semaine contre 32 % des jeunes anglophones). Les jeunes qui parlent une langue autre que l'anglais, le français ou une langue autochtone sont plus susceptibles de dire qu'ils ne partagent pas de contenu en ligne (41 %). Les jeunes ayant une incapacité sont un peu plus nombreux à publier du contenu sur les plateformes de réseaux sociaux (80 % contre 72 % des jeunes sans incapacité).

Une faible majorité de jeunes (57 %) publient des vidéos d’eux-mêmes (p. ex. en train de chanter, de danser, de faire la critique d’un produit ou de le déballer). Il s’agit également d’une activité moins fréquente que les publications en général puisque seulement 9 % des jeunes disent le faire une fois par jour ou plus et 22 % disent le faire au moins une fois par semaine. Les jeunes de 12 et 13 ans sont plus susceptibles de dire qu’ils publient ce type de vidéos d’eux-mêmes (61 % contre 53 % des jeunes de 9 à 11 ans et 57 % de ceux de 14 à 17 ans). Alors que les filles (58 %) et les garçons (55 %) partagent ces vidéos selon des taux relativement semblables, 71 % des jeunes transgenres (n=7) et 83 % des jeunes non binaires (n=6) ont déclaré publier des vidéos d’eux-mêmes (chantant, dansant, faisant la critique d’un produit ou en débarrant un). Les jeunes LGBTQ+ ont moins tendance à publier des vidéos d’eux-mêmes (47 % contre 59 % des jeunes hétérosexuels). Les jeunes racialisés sont légèrement moins susceptibles de publier des vidéos d’eux-mêmes (54 % contre 59 % des jeunes blancs). Les jeunes francophones sont également moins susceptibles que les jeunes anglophones de publier des vidéos d’eux-mêmes (47 % contre 61 %). Les jeunes qui parlent une langue autre que l’anglais, le français ou une langue autochtone sont moins susceptibles de partager des vidéos d’eux-mêmes (seulement 46 % de ces jeunes l’ont déjà fait). Bien que les [recherches](#) suggèrent que YouTube, à tout le moins, héberge une quantité importante de contenu canadien francophone, il pourrait y avoir peu de possibilités pour les jeunes créateurs non anglophones d’y trouver un public.

Un nombre similaire de participants ayant accès à un téléphone intelligent, c’est-à-dire un peu plus de la moitié (57 %), l’utilisent pour créer des vidéos, de l’art ou de la musique (voir la **figure 12**). Cette activité est la plus répandue chez les plus jeunes, une constatation fascinante puisqu’il s’agit de la seule activité en ligne sur laquelle nous avons posé des questions et qui suit ce schéma.

**Figure 12 : Jeunes qui utilisent un téléphone intelligent pour créer des vidéos, de l’art ou de la musique – Selon l’âge**



Si les jeunes plus âgés sont plus actifs sur les plateformes de médias sociaux, ils sont moins susceptibles que les plus jeunes d’utiliser leur téléphone intelligent pour créer et partager leurs propres médias (vidéos, art, musique), ce qui peut suggérer que les jeunes plus âgés sont plus susceptibles d’utiliser des sites de partage de vidéos tels que TikTok et YouTube comme sources de divertissement plutôt qu’exutoires créatifs. Bien que ces données ne soient qu’un aperçu de différents groupes d’âge à un moment précis, plutôt qu’une étude longitudinale, elles peuvent refléter un changement dans la culture en ligne des jeunes lorsqu’ils atteignent la mi-adolescence ou la fin de l’adolescence, reflétant les résultats de notre étude [Partager ou ne pas partager](#) selon lesquels les adolescents plus âgés publient un éventail de contenu plus restreint et sont davantage conscients de ce que leurs pairs pourraient penser lorsqu’ils publient du contenu.

Les garçons et les filles utilisent leur téléphone intelligent pour créer des médias en nombres relativement semblables (53 % des garçons et 59 % des filles), tandis qu'une grande majorité des jeunes issus d'une diversité de genre disent utiliser leur téléphone pour créer des médias (80 % des jeunes transgenres [n=5], 83 % des jeunes en questionnement [n=6] et 100 % des jeunes non binaires [n=5]). Les jeunes LGBTQ+ utilisent leur téléphone pour créer des médias dans des proportions semblables à celles de leurs pairs hétérosexuels (58 % contre 57 %), les jeunes s'identifiant comme gais ou lesbiennes disant le faire plus fréquemment (77 %) que leurs pairs hétérosexuels ou LGBTQ+. Les jeunes anglophones s'adonnent davantage à la création de médias que les jeunes francophones (61 % contre 43 %), mais il n'y a pas de différences chez les jeunes en fonction de la race. Comme pour la publication de vidéos, les participants ayant une incapacité sont plus susceptibles de s'adonner à la création de médias (56 % contre 54 % des jeunes sans incapacité).

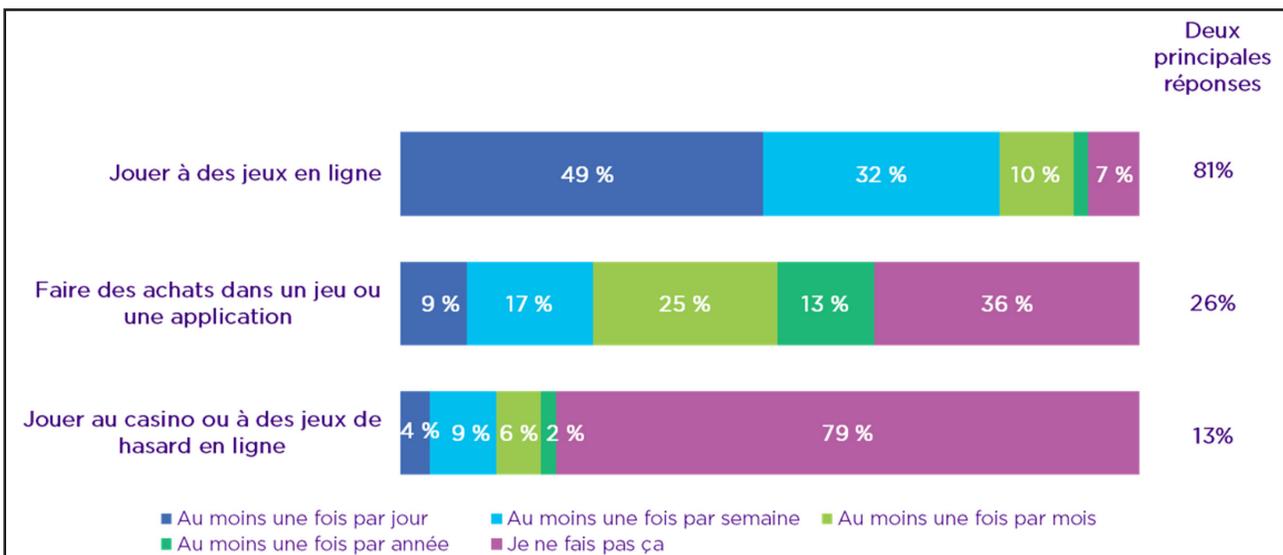
### Tricherie, trollage et communications clandestines

Relativement peu de participants possédant un téléphone intelligent ont déclaré l'utiliser pour jouer un tour à quelqu'un ou le « troller » (17 %) ou tricher à un examen à l'école (9 %), mais un nombre plus important l'utilisent pour bavarder avec leurs amis pendant les cours à l'insu de leur enseignant (40 %). Les jeunes plus âgés (50 % des 14 à 17 ans contre 35 % des 12 et 13 ans, et 27 % des 9 à 11 ans), les filles (42 % contre 36 % des garçons), les jeunes de la communauté LGBTQ+ (46 % contre 40 % des jeunes hétérosexuels), les jeunes ayant une incapacité (18 % contre 6 % des jeunes sans incapacité), les jeunes racialisés (45 % contre 38 % des jeunes blancs) et les jeunes francophones (46 % contre 38 % des jeunes anglophones) sont tous plus susceptibles d'utiliser leur téléphone pour bavarder avec des amis en classe à l'insu de leur enseignant.

### Jeux vidéo et de hasard

Presque tous les participants (81 %) jouent à des jeux en ligne (voir la **figure 13**). Contrairement aux autres activités mentionnées précédemment, ce chiffre ne varie pas en fonction de l'âge.

**Figure 13 : Jeux en ligne**



Les garçons sont beaucoup plus susceptibles de faire des achats intégrés au jeu ou à l'application (72 % contre 56 % des filles), et les jeunes hétérosexuels sont plus susceptibles de le faire que les jeunes de la communauté LGBTQ+ (66 % contre 55 %). Les jeunes ayant une incapacité sont également plus susceptibles de faire des achats intégrés au jeu ou à l'application (71 % contre 62 % des jeunes sans incapacité).

Un nombre relativement faible de participants jouent à des jeux de casino ou de hasard (21 %), bien que ce chiffre soit considérablement plus élevé que dans la phase III (11 %)¹¹. Il est inquiétant de constater que ces jeux de hasard en ligne ne varient pas de manière significative selon l'âge. Les garçons sont plus susceptibles que les filles de jouer à des jeux de hasard ou de casino en ligne (25 % contre 18 %), tout comme les jeunes hétérosexuels (22 % contre 9 % des jeunes de la communauté LGBTQ+) et les jeunes ayant une incapacité (22 % contre 16 % des jeunes sans incapacité). Il reste à savoir si ces jeunes jouent à des jeux de casino dits « gratuits » ou « sociaux ». Toutefois, il est prouvé que les jeux sans véritables enjeux monétaires peuvent tout de même coûter des sommes importantes aux joueurs et entraîner un problème de jeu¹².

## Magasinage en ligne

Environ les deux tiers (63 %) des jeunes utilisent leur téléphone intelligent pour magasiner en ligne. Les filles (66 %) et les jeunes non binaires (80 %, n=5) sont plus susceptibles de faire des achats en ligne que les garçons (59 %). Les jeunes plus âgés (70 %) sont plus nombreux à magasiner en ligne que les plus jeunes (59 % des 12 et 13 ans et 55 % des 9 à 11 ans). Les jeunes hétérosexuels (65 % contre 54 % des jeunes LGBTQ+), les jeunes blancs (66 % contre 61 % des jeunes racialisés) et les jeunes ayant une incapacité (72 % contre 60 % des jeunes sans incapacité) ont également tous davantage tendance à magasiner en ligne.

---

11 Ce changement peut refléter une popularité croissante des jeux de hasard en ligne au Canada. Par exemple, en 2022, l'Ontario a créé Jeux en ligne Ontario pour délivrer des permis aux exploitants de jeux en ligne.

12 Drummond, A., et Dauer, J.D. (2018). « Video game loot boxes are psychologically akin to gambling ». *Nature Human Behaviour*, 2(8): 530-532.

## Directions et transport

Environ les deux tiers (63 %) des jeunes utilisent les fonctions de cartographie de leur téléphone intelligent pour obtenir des directions ou consulter des cartes, alors que près de la moitié des jeunes (47 %) utilisent leur téléphone pour consulter les horaires d'autobus. Il n'est pas surprenant de constater que les jeunes plus âgés utilisent davantage leur téléphone pour consulter les horaires d'autobus (54 % des jeunes de 14 à 17 ans contre 42 % des 12 et 13 ans et 41 % des 9 à 11 ans) et des cartes ou obtenir des directions (71 % des 14 à 17 ans contre 60 % des 12 et 13 ans et 53 % des 9 à 11 ans). L'utilisation du téléphone pour obtenir des cartes et des directions est relativement similaire chez les jeunes, peu importe le genre, la race, l'orientation sexuelle et l'incapacité. Les jeunes ayant une incapacité ont davantage tendance à utiliser leur téléphone pour consulter les horaires d'autobus (53 % contre 45 % des jeunes sans incapacité).

## Engagement civique

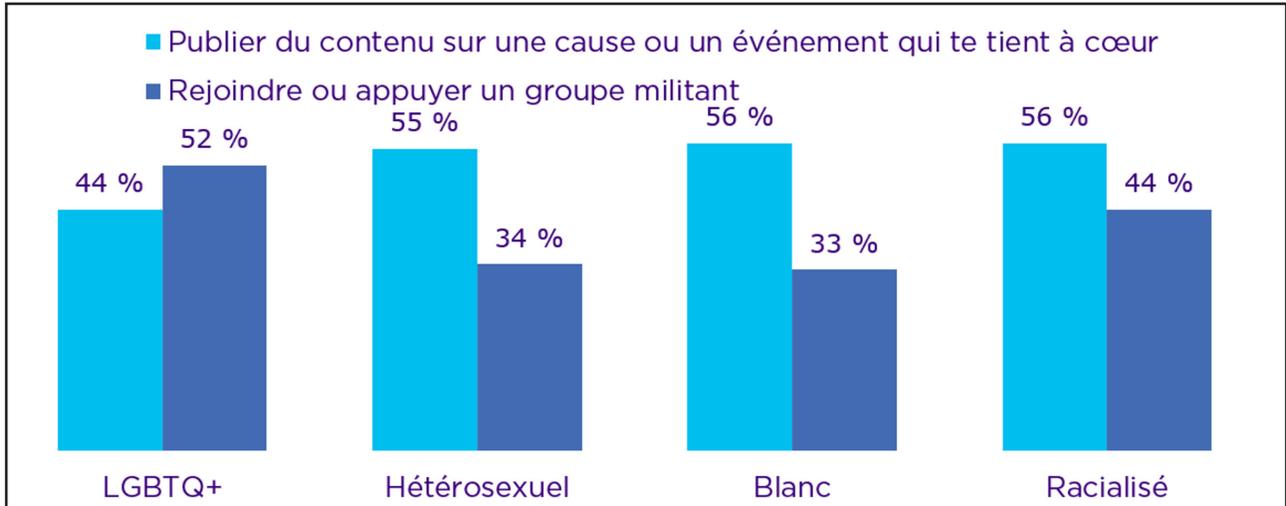
Un peu plus de la moitié (54 %) des participants publient du contenu sur une cause ou un événement qui leur tient à cœur. Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles (62 %) de le faire que les plus jeunes (54 % des 12 et 13 ans et 44 % des 9 à 11 ans). Les garçons et les filles sont tout aussi susceptibles de publier ce genre de contenu (55 %), mais les jeunes issus de la diversité de genre publient du contenu sur une cause ou un événement qui leur tient à cœur plus souvent que les garçons ou les filles (71 % des jeunes transgenres [n=7] et 67 % des jeunes non binaires [n=6]). Les jeunes hétérosexuels (57 % contre 45 % des jeunes LGBTQ+), les jeunes blancs (57 % contre 55 % des jeunes racialisés), les jeunes anglophones (61 % contre 40 % des francophones) et les jeunes ayant une incapacité (58 % contre 53 % des jeunes sans incapacité) sont tous légèrement plus susceptibles de publier du contenu sur un événement ou une cause qui leur tient à cœur.

Les jeunes sont moins nombreux à rejoindre ou à appuyer un groupe militant en ligne<sup>13</sup> : seulement 35 % d'entre eux disent le faire. Il y a peu de différence entre les groupes d'âge (31 % des jeunes de 12 et 13 ans contre 38 % des jeunes de 14 à 17 ans) et, bien que les garçons et les filles appuient ou rejoignent des groupes militants dans des proportions semblables (35 %), les jeunes issus de la diversité de genre sont plus susceptibles d'appuyer ou de rejoindre ces groupes (60 % des jeunes transgenres [n=5], 80 % des jeunes non binaires [n=5] et 43 % des jeunes en questionnement [n=7]). Comme pour la question précédente, les jeunes ayant une incapacité (43 % contre 34 % des jeunes sans incapacité) et les participants anglophones ont davantage tendance à le faire (40 % contre 25 % des jeunes francophones). Si les jeunes LGBTQ+ et racialisés sont moins nombreux à publier du contenu sur une cause ou un événement qui leur tient à cœur (voir la **figure 14**), ils sont *plus* susceptibles de rejoindre ou d'appuyer un groupe militant (52 % des jeunes LGBTQ+ contre 34 % des jeunes hétérosexuels et 44 % des jeunes racialisés contre 33 % des jeunes blancs).

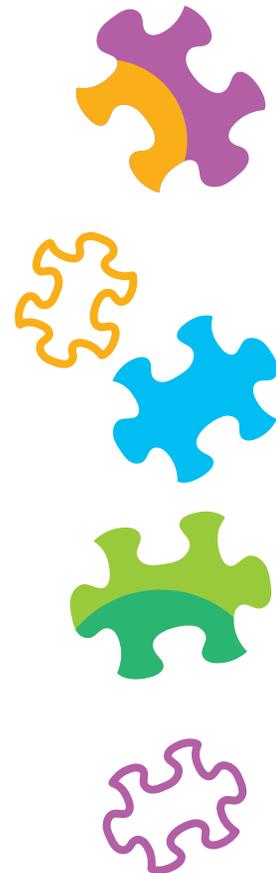
---

<sup>13</sup> Cette question a été posée aux élèves de la 7<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année seulement.

Figure 14 : Engagement et militantisme en ligne



Pour les jeunes racialisés et queers, les médias numériques offrent une possibilité d'engagement civique dans des espaces qui ne sont pas nécessairement visibles.



## Lieux et temps d'écran



Pour une légère majorité (51 %) de jeunes Canadiens, l'utilisation des écrans en semaine respecte les recommandations.

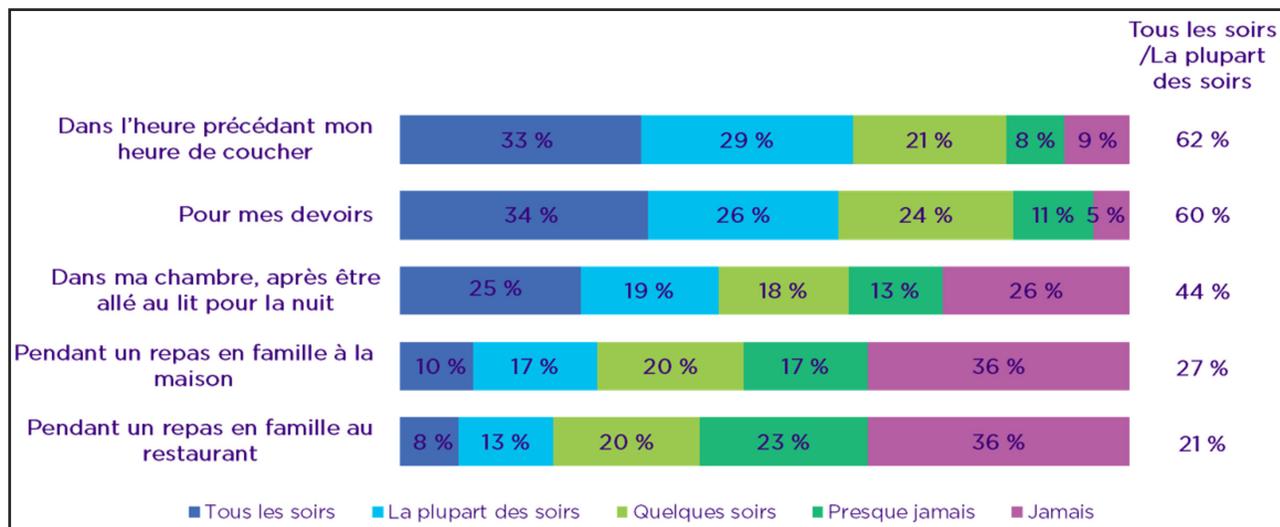
Pour la plupart des participants, les écrans en semaine (du lundi au vendredi) servent surtout à faire des travaux scolaires. En dehors des travaux scolaires, les jeunes passent plus de temps sur un appareil numérique la fin de semaine (du samedi au dimanche). Près des deux tiers (62 %) utilisent fréquemment des appareils numériques dans l'heure qui précède le coucher, et près de la moitié (44 %) le font après être allés dans leur chambre pour la nuit.

Dans l'ensemble, 7 jeunes sur 10 disent que leur école leur a donné un compte de messagerie électronique et qu'ils doivent accéder à un système de gestion de l'apprentissage en ligne comme Google Classroom. Aussi, 6 jeunes sur 10 ont la permission d'utiliser leur propre appareil numérique en classe, mais seulement à certaines heures et principalement pour faire des recherches pour des devoirs et des projets.

### À la maison

Au cours d'une soirée de semaine typique, les jeunes utilisent surtout des appareils numériques pour les travaux scolaires pendant l'heure qui précède le coucher (voir la **figure 15**). Conformément à nos [recherches antérieures](#), les jeunes sont moins susceptibles d'utiliser un appareil pendant un repas en famille, que ce soit au restaurant ou à la maison : 36 % des jeunes ont affirmé ne jamais le faire.

Figure 15 : Utilisation des appareils numériques les soirs de semaine



Les garçons sont légèrement plus susceptibles que les filles de dire qu'ils utilisent des appareils les soirs de semaine et pendant un repas : 24 % des garçons utilisent un appareil pendant un repas au restaurant contre 18 % des filles, et 30 % des garçons utilisent un appareil pendant un repas à la maison contre 24 % des filles. Les jeunes issus de la diversité de genre étaient plus nombreux à adopter la plupart de ces habitudes en semaine comparativement aux garçons et aux filles. Par exemple, 86 % des jeunes transgenres (n=7) utilisent un appareil dans l'heure qui précède le coucher (contre 63 % des garçons et 61 % des filles), et 71 % des jeunes transgenres (n=7) utilisent un appareil pour faire leurs travaux scolaires (contre 61 % des garçons et 59 % des filles).

Les jeunes plus âgés sont également plus susceptibles que les plus jeunes d'adopter la plupart de ces habitudes les soirs de semaine, notamment l'utilisation d'un appareil numérique pour faire des travaux scolaires (72 % des 14 à 17 ans contre 58 % des 12 et 13 ans et 47 % des 9 à 11 ans) et dans l'heure qui précède le coucher (75 % des 14 à 17 ans contre 64 % des 12 et 13 ans et 47 % des 9 à 11 ans). Les jeunes hétérosexuels sont plus susceptibles que les jeunes LGBTQ+ d'adopter toutes les habitudes d'utilisation des écrans les soirs de semaine, en particulier pour les travaux scolaires (63 % contre 46 % des jeunes LGBTQ+). Les jeunes racialisés sont également plus susceptibles d'utiliser des appareils les soirs de semaine pour faire leurs travaux scolaires (65 % contre 59 % des jeunes blancs). Les jeunes ayant une incapacité ont davantage tendance à adopter toutes les habitudes d'utilisation des écrans les soirs de semaine, surtout dans l'heure qui précède le coucher (72 % contre 59 % des jeunes sans incapacité).

La plupart des jeunes ne suivent pas la recommandation<sup>14</sup> concernant l'utilisation d'appareils à écran dans l'heure qui précède le coucher : près des deux tiers (62 %) disent le faire la plupart des soirs ou tous les soirs, et seulement 17 % ne le font presque jamais ou jamais. Il y a également un écart considérable entre les plus jeunes et les plus âgés : 47 % des jeunes de 9 à 11 ans le font la plupart du temps ou tous les soirs comparativement à 64 % des jeunes de 12 à 13 ans et 75 % des jeunes de 14 à 17 ans. Les garçons et les filles utilisent les écrans dans l'heure qui précède le coucher dans des proportions semblables (63 % des garçons et 61 % des filles), alors que les jeunes issus de la diversité de genre déclarent utiliser les écrans avant le coucher en plus grand nombre que les garçons ou les filles (86 % des jeunes transgenres [n=7], 50 % des jeunes non binaires [n=6] et 88 % des jeunes en questionnement [n=8]). Les jeunes hétérosexuels étaient légèrement plus susceptibles d'utiliser un appareil dans les heures qui précèdent le coucher que les jeunes LGBTQ+ (64 % contre 57 %). Les jeunes racialisés et les jeunes blancs ont dit utiliser des écrans avant d'aller au lit selon des taux semblables (64 % des jeunes blancs contre 60 % des jeunes racialisés). Les jeunes ayant une incapacité ont également davantage tendance à dire qu'ils le font la plupart du temps ou tous les soirs (72 % comparativement à 59 % des jeunes sans incapacité).

Près des trois quarts (74 %) des jeunes ont indiqué qu'ils utilisent des appareils numériques après être allés au lit, le quart (25 %) d'entre eux le faisant tous les soirs. Parmi les jeunes qui ont leur propre téléphone intelligent, 79 % le gardent dans leur chambre afin de pouvoir

---

<sup>14</sup> Société canadienne de pédiatrie, Groupe de travail sur la santé numérique (2019). « Les médias numériques : la promotion d'une saine utilisation des écrans chez les enfants d'âge scolaire et les adolescents ». *Paediatrics & Child Health*, 24(6), 402-408.

vérifier leurs messages ou utiliser des applications de réseautage social après être allés au lit. Comme pour les autres questions relatives à l'utilisation d'appareils, il existe un lien étroit avec l'âge puisque seulement 1 jeune de 9 à 11 ans sur 10 dit utiliser un appareil tous les soirs après être allé au lit, comparativement à un quart des jeunes de 12 et 13 ans et un tiers des jeunes de 14 à 17 ans. Les garçons et les filles utilisent un appareil après être allés au lit dans des proportions semblables (43 % des garçons et 44 % des filles), tandis que certains jeunes issus de la diversité de genre sont plus nombreux à le faire (86 % des jeunes transgenres [n=7] et 63 % des jeunes en questionnement [n=8]). Les jeunes LGBTQ+ et hétérosexuel (40 % contre 45 %) et les jeunes racialisés et blancs (44 % contre 46 %) utilisent un appareil après être allés au lit en nombres semblables. Les jeunes ayant une incapacité sont plus susceptibles de dire qu'ils utilisent un appareil après être allés au lit que les jeunes sans incapacité (56 % contre 40 %).

Il est intéressant de noter que peu de participants ont dit avoir « peur de rater quelque chose », 14 % d'entre eux ayant déclaré « Je crains de me sentir rejeté si je ne suis pas en ligne » et 9 % ayant déclaré « Je me sens souvent exclu des choses qui se passent en ligne ». Les jeunes LGBTQ+ ont un peu plus tendance à être d'accord avec ces deux énoncés, 20 % d'entre eux étant d'accord pour dire qu'ils se sentiraient exclus (contre 13 % des jeunes hétérosexuels) et 16 % étant d'accord pour dire qu'ils se sentent souvent exclus (contre 8 % des jeunes hétérosexuels). Cependant, il n'y a pas de relation significative entre les jeunes qui sont d'accord avec l'un ou l'autre de ces énoncés et le fait de garder leur téléphone intelligent dans leur chambre, une donnée intéressante puisqu'à la question portant sur le fait de garder leur téléphone dans leur chambre après être allés au lit, nous cherchions à savoir si les jeunes le faisaient pour pouvoir vérifier leurs messages ou utiliser des applications de réseautage social.

Bien qu'il y ait des facteurs de sécurité et de bien-être à prendre en compte pour expliquer pourquoi les jeunes utilisent leur téléphone dans leur chambre après être allés au lit, même chez les plus jeunes participants, les taux sont considérablement élevés. Par rapport à la phase précédente (III) de cette étude (2013), le nombre de jeunes qui disent garder leur téléphone dans leur chambre a considérablement augmenté (de 39 à 79 %). Cette hausse mérite une attention particulière et une étude plus approfondie puisqu'une plus grande fatigue pendant le jour chez les adolescents est associé au fait de garder leur téléphone dans leur chambre<sup>15</sup>.

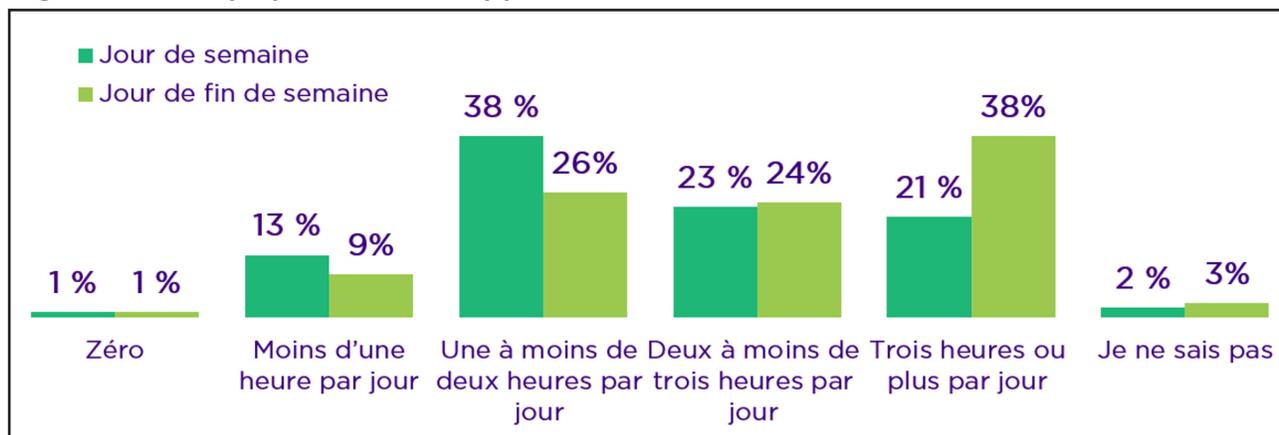
En dehors des travaux scolaires, les jeunes sont les plus susceptibles de passer d'une à deux heures par jour sur un appareil numérique en semaine et trois heures ou plus la fin de semaine (voir la **figure 16**). Si ces chiffres peuvent sembler élevés, il faut garder à l'esprit que cette étude a été menée pendant la pandémie de COVID-19 alors que les jeunes étaient soumis à des restrictions qui limitaient leur capacité de socialiser, d'apprendre et de jouer dans tout autre contexte que celui d'être en ligne ou d'utiliser des appareils numériques.

---

15 Karsay, K., Schmuck, D., Stevic, A., et Matthes, J. (2022). « Sleeping with the smartphone: a panel study investigating parental mediation, adolescents' tiredness, and physical well-being ». *Behaviour & Information Technology*, 1-12.

[Des études](#)<sup>16</sup> sur le temps d'écran des enfants pendant la pandémie ont confirmé ces résultats concernant le lien entre l'augmentation du temps d'écran et les restrictions liées à la pandémie. Même si nous ne connaissons peut-être pas tous les impacts de la pandémie sur la vie des jeunes avant des années, pour bon nombre d'entre eux, l'accès aux appareils numériques et l'engagement créatif et civique en ligne ont été une [bouée de sauvetage](#)<sup>17</sup>.

**Figure 16 : Temps passé sur les appareils en dehors des travaux scolaires**



Le temps d'écran en semaine et la fin de semaine sont liés l'un à l'autre, bien que ce lien ne soit pas systématique. En général, les jeunes qui passent plus de temps devant l'écran en semaine (trois heures ou plus par jour) sont également plus susceptibles de passer plus de temps devant l'écran la fin de semaine (trois heures ou plus par jour).

La Société canadienne de pédiatrie recommande aux enfants et aux adolescents d'âge scolaire de ne pas passer plus de 2 heures par jour devant un écran<sup>18</sup>. Un peu plus de la moitié des participants (51 %) ont déclaré que leur utilisation d'appareils numériques en semaine se situait dans cette fourchette (bien que ce temps n'inclut pas l'utilisation des écrans pour les travaux scolaires ou d'appareils non numériques comme la télévision). La durée moyenne d'utilisation des appareils numériques en semaine (sans compter l'utilisation pour les travaux scolaires) se situe entre une et deux heures, mais un peu moins d'un quart des participants (23 %) ont déclaré y consacrer deux à trois heures et un cinquième (21 %) a indiqué trois heures ou plus. La fin de semaine, le temps moyen passé sur des appareils est plus élevé (38 % des jeunes disent y passer trois heures ou plus la fin de semaine).

Les garçons et les filles déclarent un temps d'écran relativement cohérent, les uns comme les autres affirmant que leur utilisation des appareils en semaine se situe principalement entre 1 et 2 heures (39 % des garçons et 37 % des filles). Les jeunes issus de la diversité de genre ont déclaré des niveaux légèrement plus élevés de temps d'écran en semaine : 43 % des jeunes transgenres (n=7) ont déclaré 1 à 2 heures et 3 heures ou plus, 50 %

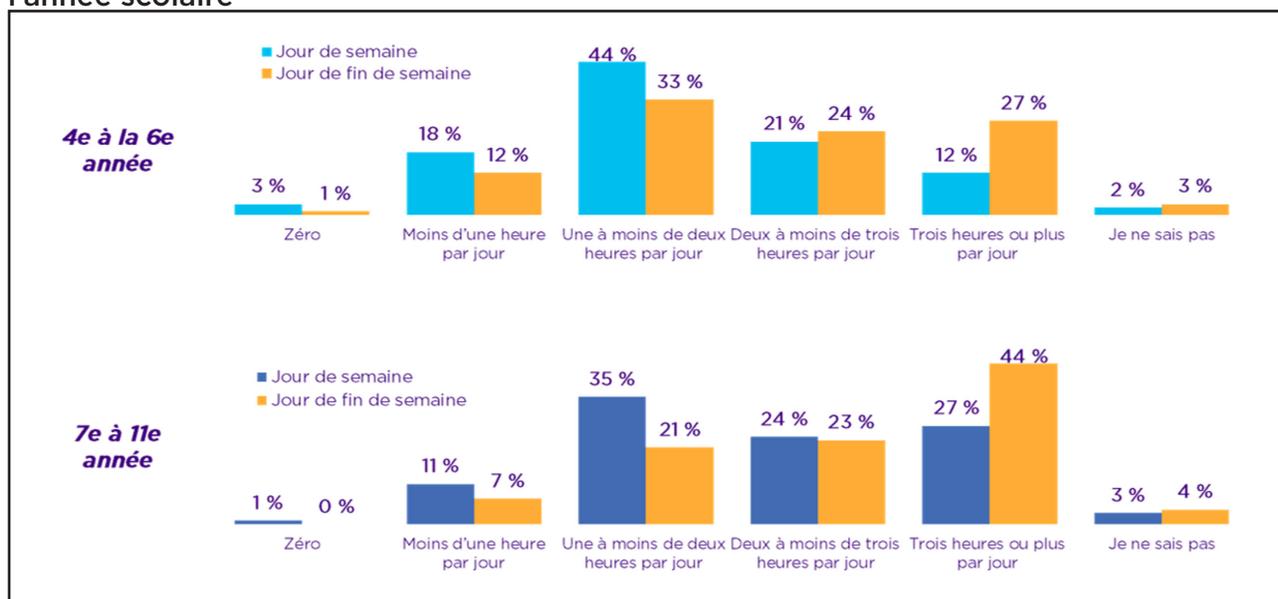
16 Voir aussi : Gregory, A. (2022). « Primary-age children's screen time went up by 83 minutes a day during pandemic - study ». *The Guardian*. Consulté à l'adresse : <https://www.theguardian.com/society/2022/jun/24/primary-age-children-screen-time-went-up-83-minutes-day-pandemic>.

17 Voir aussi : Magis Weinberg, L., Gys, C.L., Berger, E.L., Domoff, S.E., et Dahl, R.E. (2021). « Positive and negative online experiences and loneliness in Peruvian adolescents during the COVID-19 lockdown ». *Journal of Research on Adolescence*, 31(3), 717-733.

18 Société canadienne de pédiatrie, Groupe de travail sur la santé numérique (2019). « Les médias numériques : la promotion d'une saine utilisation des écrans chez les enfants d'âge scolaire et les adolescents ». *Paediatrics & Child Health*, 24(6), 402-408.

des jeunes non binaires (n=6) ont déclaré 2 à 3 heures par jour, et 75 % des jeunes en questionnement (n=8) ont déclaré 3 heures ou plus par jour. Les jeunes LGBTQ+ sont plus susceptibles d'utiliser un écran 3 heures ou plus en semaine (35 % contre 20 % des jeunes hétérosexuels). Les jeunes racialisés sont plus susceptibles d'utiliser un écran moins de 1 heure par jour en semaine (17 % contre 12 % des jeunes blancs). Les jeunes ayant une incapacité ont davantage tendance à utiliser un écran 3 heures ou plus par jour en semaine (29 % contre 19 % des jeunes sans incapacité). Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles d'utiliser un écran 3 heures ou plus par jour, tant en semaine (27 % contre 12 % des jeunes moins âgés) que la fin de semaine (44 % contre 27 %).

**Figure 17 : Temps passé sur les appareils en dehors des travaux scolaires - Selon l'année scolaire**



La plus importante augmentation du temps d'écran, par rapport à l'âge, est observée chez les jeunes de 9 à 11 ans et de 12 et 13 ans (voir la **figure 17** pour les différences selon l'année scolaire). En semaine, 12 % des jeunes de 9 à 11 ans ont déclaré passer 3 heures ou plus devant un écran, contre 24 % des jeunes de 12 et 13 ans. La fin de semaine, 27 % des jeunes de 9 à 11 ans ont signalé passer 3 heures ou plus devant un écran, contre 43 % des jeunes de 12 et 13 ans. Cette tendance suggère un tournant entre l'âge de 11 et 12 ans en ce qui concerne le temps passé devant un écran.

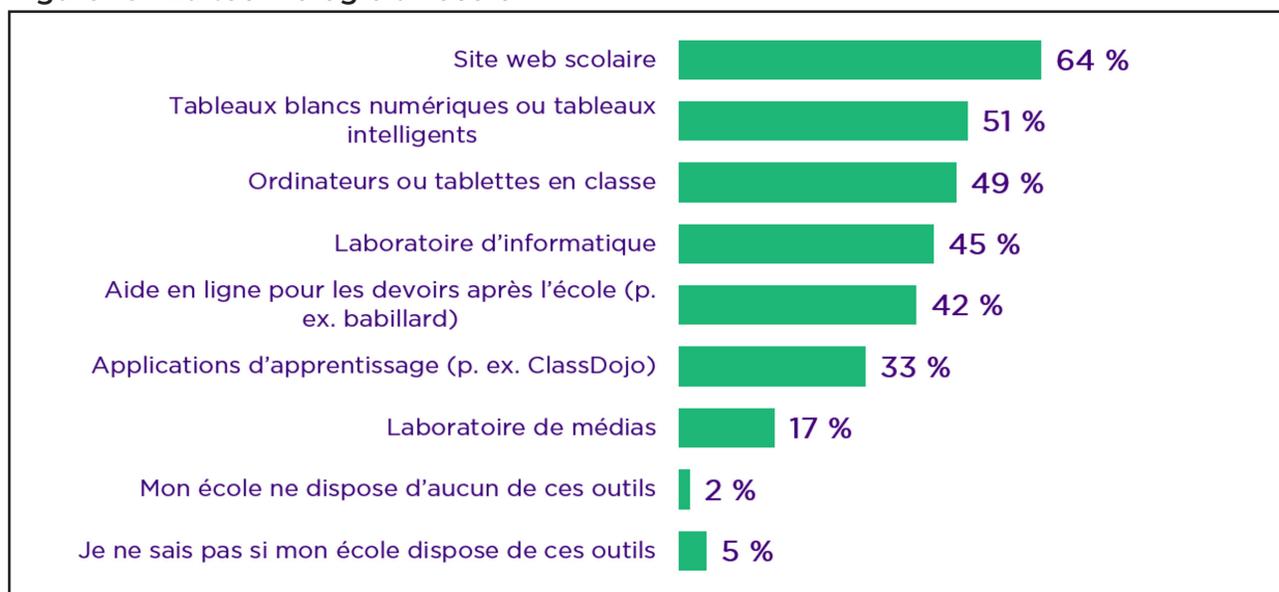
Comme pour les soirs de semaine, les filles et les garçons sont tout aussi susceptibles (37 %) de dire qu'ils passent 3 heures ou plus devant un écran pendant la fin de semaine. Les jeunes issus de la diversité de genre sont plus nombreux à indiquer qu'ils passent 3 heures ou plus devant un écran la fin de semaine (71 % des jeunes transgenres [n=7], 50 % des jeunes non binaires [n=6] et 75 % des jeunes en questionnement [n=8]). Encore une fois, comme pour les soirs de semaine, les jeunes LGBTQ+ sont légèrement plus susceptibles de déclarer passer 3 heures ou plus devant un écran pendant la fin de semaine que leurs pairs hétérosexuels (46 % contre 37 %). Des taux relativement semblables de temps d'écran pendant la fin de semaine sont observés chez les jeunes racialisés et les jeunes blancs, la majorité d'entre eux passant 3 heures ou plus sur un appareil (39 % des jeunes blancs contre 36 % des jeunes racialisés). Les jeunes ayant une incapacité et ceux n'en ayant pas

ont eu des réponses semblables sur le temps d'écran pendant la fin de semaine (41 % des jeunes ayant une incapacité ont dit passer 3 heures ou plus sur un appareil contre 37 % des jeunes sans incapacité).

## À l'école

Nous avons posé aux participants plusieurs questions sur leur accès à la technologie numérique et leur utilisation en classe. La **figure 18** nous renseigne sur le type de ressources et de soutien en lien avec les technologies et l'apprentissage en ligne mis à la disposition des jeunes dans leur école. Les deux tiers (64 %) disent que leur école dispose d'un site Web, et un peu plus de la moitié (51 %) disent que leur classe utilise des tableaux blancs numériques ou des tableaux intelligents. Environ la moitié (49 %) des participants disent avoir accès à des ordinateurs ou à des tablettes en classe, et presque autant (45 %) disent que leur école dispose d'un laboratoire informatique.

**Figure 18 : La technologie à l'école**

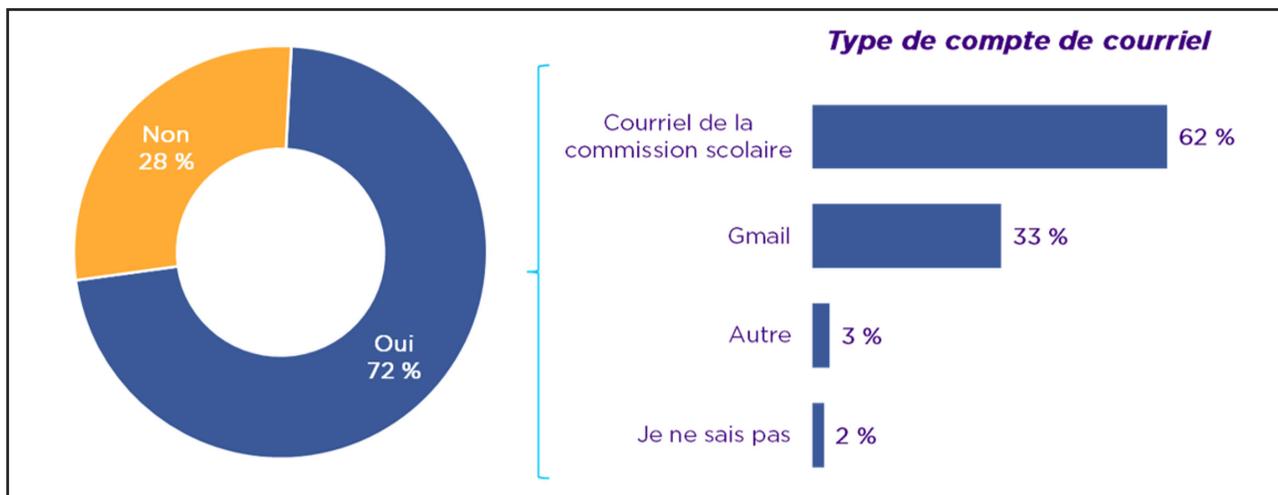


Les jeunes moins âgés déclarent avoir accès à des applications d'apprentissage comme [ClassDojo](#) (38 % contre 31 % des jeunes plus âgés), tandis que les participants plus âgés sont plus nombreux à dire qu'ils ont accès à un laboratoire médiatique dans leur école (19 % contre 14 %). En ce qui concerne les différences fondées sur la race, nous constatons que les jeunes blancs déclarent avoir un meilleur accès à la technologie en classe, comme les tableaux blancs numériques et les tableaux intelligents, que leurs pairs racialisés (55 % contre 45 %). Au total, 7 jeunes sur 10 disent que leur école leur a donné un compte de messagerie électronique, et la plupart (62 %) sont des comptes provenant de la commission scolaire (voir la **figure 19**). Un tiers des comptes de messagerie électronique que les jeunes utilisent pour l'école sont des comptes Gmail, probablement parce que l'application [Google Classroom](#) représente le système de gestion de l'apprentissage en ligne le plus utilisé, comme l'ont indiqué les participants à cette étude.

Il n'est peut-être pas surprenant que les jeunes plus âgés soient plus susceptibles d'avoir accès à un compte de courriel que les plus jeunes (76 % contre 66 %), et les participants

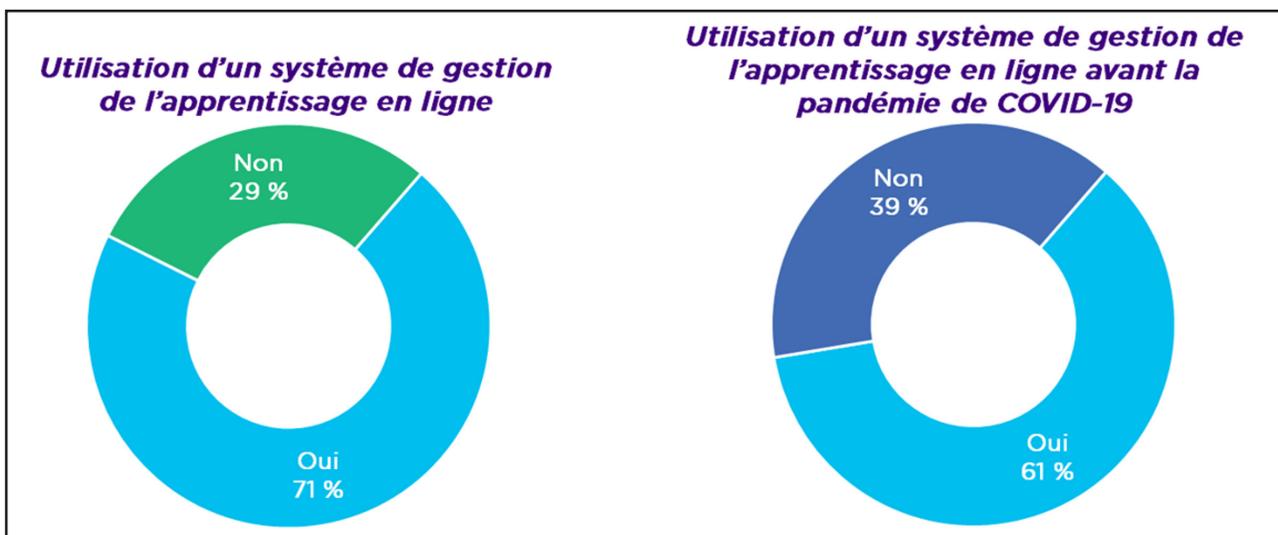
ayant une incapacité sont également plus nombreux à avoir un courriel à l'école (80 % contre 70 % des jeunes sans incapacité).

**Figure 19 : Comptes de messagerie électronique à l'école**



La plupart des participants (71 %) disent qu'ils doivent accéder à un système de gestion de l'apprentissage en ligne et l'utiliser à l'école (voir la **figure 20**). Alors que la plupart des élèves utilisaient déjà des systèmes de gestion de l'apprentissage avant la pandémie, près de 40 % des jeunes ont déclaré n'avoir utilisé un système de gestion de l'apprentissage en ligne qu'après le début de la pandémie de COVID-19.

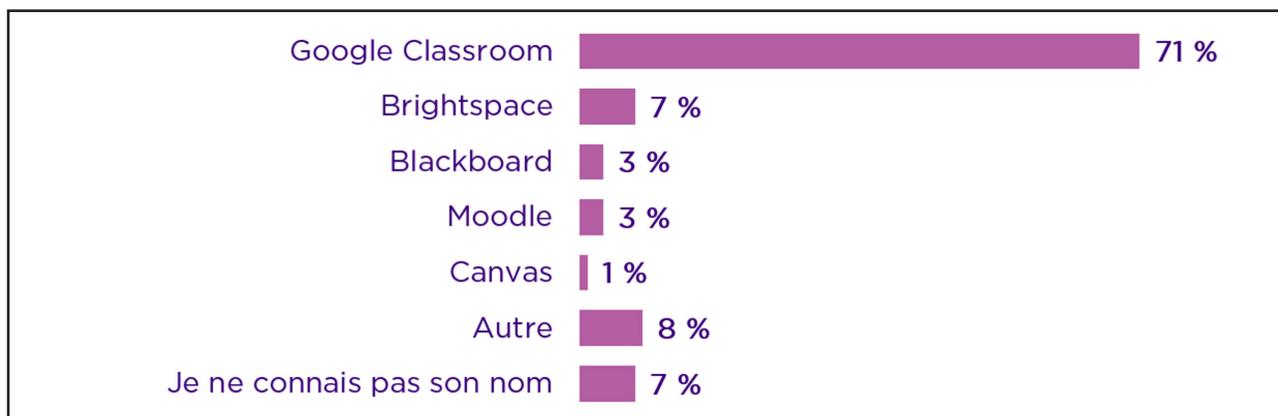
**Figure 20 : Utilisation de systèmes de gestion de l'apprentissage en ligne**



Les mêmes tendances démographiques que celles notées ci-dessus pour les comptes de courriel à l'école apparaissent de nouveau pour les systèmes de gestion de l'apprentissage en ligne. Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles d'avoir un système de gestion de l'apprentissage en ligne à leur école (74 % contre 67 % des jeunes moins âgés), et les jeunes ayant une incapacité déclarent également une plus grande utilisation (80 % contre 68 % des jeunes sans incapacité). Comme nous l'avons déjà mentionné, les participants

indiquent que Google Classroom est le système de gestion de l'apprentissage en ligne de choix (voir la **figure 21**).

**Figure 21 : Nom du système de gestion de l'apprentissage en ligne**



Nous avons aussi demandé aux jeunes s'ils sont autorisés à apporter leurs propres appareils en classe et ce qu'ils sont autorisés à faire avec ces appareils. Au total, 6 jeunes sur 10 disent avoir la permission d'utiliser leur propre appareil numérique en classe, mais seulement à certains moments, et la fréquence de cette permission augmente avec l'âge (voir la **figure 22**).

**Figure 22 : Permission d'utiliser son propre appareil en classe – Selon l'année scolaire**



Les filles (63 % contre 59 % des garçons) et les jeunes issus de la diversité de genre sont plus nombreux à dire avoir la permission d'utiliser leur propre appareil numérique en classe (57 % des jeunes transgenres [n=7] et 67 % des jeunes non binaires [n=6]). Les jeunes hétérosexuels (63 % contre 52 % des jeunes LGBTQ+) et les jeunes racialisés (65 % contre 60 % des jeunes blancs) sont plus nombreux à dire qu'ils utilisent leur propre appareil en classe. Les jeunes ayant une incapacité sont également plus susceptibles d'être autorisés à utiliser leur propre appareil numérique en classe (71 % contre 58 % des jeunes sans incapacité).

Lorsqu'ils peuvent apporter leur propre appareil en classe, les jeunes sont principalement autorisés à l'utiliser pour faire des recherches pour des devoirs ou des projets (46 %) et lire des documents de classe (29 %). Les autres activités, comme le montre la **figure 23**, incluent notamment utiliser des programmes éducatifs ou jouer à des jeux éducatifs (25 %), communiquer avec les autres élèves de la classe au sujet des travaux scolaires (16 %) et contribuer à un blogue ou à un wiki de classe (8 %). Certains participants (14 %) ont indiqué que les enseignants leur permettaient d'accéder à leurs appareils en guise de

récompense pour avoir terminé leur travail plus tôt. Cependant, 39 % des jeunes ont dit qu'ils ne pouvaient utiliser leurs appareils pour aucune des activités sur lesquelles nous les avons interrogés dans le sondage.

**Figure 23 : Activités permises en classe sur les appareils numériques**



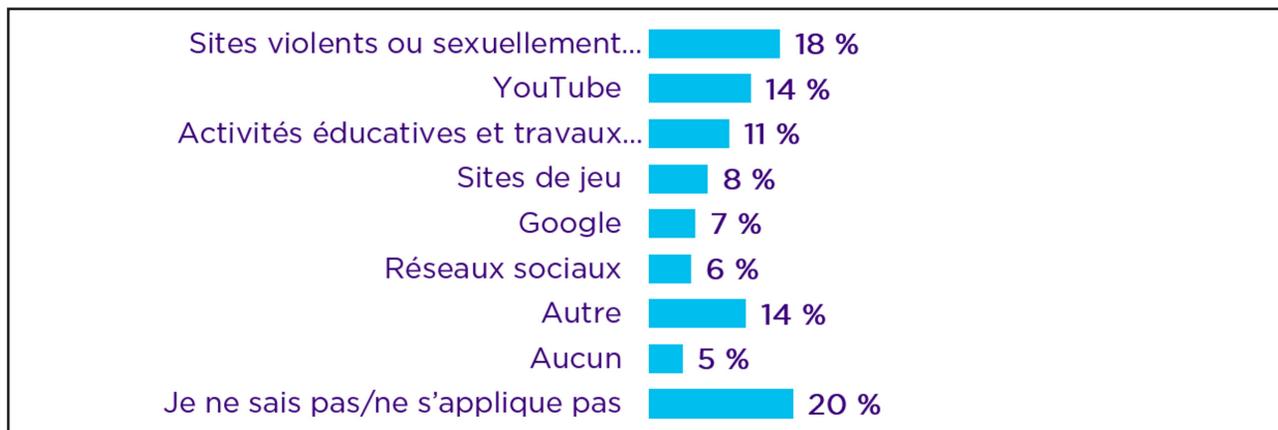
De manière générale, les jeunes moins âgés sont moins susceptibles d'être autorisés à utiliser des appareils numériques en classe pour l'une ou l'autre des activités énumérées ci-dessus, et l'utilisation d'appareils pour ces activités augmente à mesure que les jeunes vieillissent. Les différences démographiques relatives aux activités autorisées en classe lorsque les élèves utilisent leurs propres appareils sont les mêmes que celles que nous avons observées pour les élèves qui ont la permission d'utiliser leurs propres appareils en classe.

En ce qui concerne l'utilisation des appareils numériques et d'Internet à l'école, nous avons demandé aux participants quelles étaient leurs expériences des sites Web bloqués et comment cette pratique pouvait avoir un impact sur leur capacité de faire des travaux scolaires. Moins de 2 jeunes sur 10 ont eu de la difficulté à trouver des informations pour un projet ou un devoir scolaire sur un appareil numérique à l'école parce que le site était bloqué. Les jeunes LGBTQ+ (26 % contre 15 % de leurs pairs hétérosexuels) et les jeunes ayant une incapacité (37 % contre 9 % des jeunes sans incapacité) sont plus susceptibles de rencontrer un problème en raison d'un site bloqué.

Les participants rencontrent surtout des barrières ou des obstacles technologiques sur les sites violents ou sexuellement explicites et YouTube (voir la **figure 24**). Les jeunes plus âgés sont plus souvent bloqués sur les réseaux sociaux (9 % contre 2 % des jeunes moins âgés) et les plus jeunes sont plus souvent bloqués sur les sites de jeux (18 % contre 2 %). Les jeunes LGBTQ+ sont plus souvent bloqués sur YouTube (32 % contre 11 % des jeunes

hétérosexuels). Les jeunes racialisés sont plus souvent bloqués sur les sites nécessaires aux travaux scolaires (17 % contre 9 % des jeunes blancs). Les jeunes ayant une incapacité sont plus souvent bloqués sur les sites de jeu (13 % contre 3 % des jeunes sans incapacité).

**Figure 24 : Sites Web bloqués sur les navigateurs et les appareils de l'école**



Dans le cadre des [groupes de discussion qualitatifs](#) de la phase IV de l'étude JCMB, les jeunes nous ont parlé de leur capacité de contourner divers obstacles et contrôles pour accéder au contenu ou aux applications dont ils ont besoin ou qu'ils veulent utiliser. Dans le cadre du sondage du volet quantitatif de la phase IV, 4 jeunes sur 10 ont indiqué qu'ils pouvaient accéder à un site bloqué par leur école. Les jeunes moins âgés (45 % contre 39 % des jeunes plus âgés), les filles (45 % contre 37 % des garçons), les jeunes hétérosexuels (44 % contre 32 % des jeunes LGBTQ+), les jeunes racialisés (55 % contre 37 % des jeunes blancs) et les jeunes ayant une incapacité (47 % contre 33 % des jeunes sans incapacité) sont plus susceptibles de pouvoir accéder aux sites bloqués.

Les éducateurs et les élèves ont dû faire face à des défis d'apprentissage sans précédent au cours de la pandémie, y compris, dans de nombreux cas, l'adoption de la technologie comme seul moyen de poursuivre leur éducation. Toutefois, ces transitions vers l'apprentissage en ligne et l'adoption subséquente d'un plus grand nombre de systèmes de gestion de l'apprentissage dans les écoles canadiennes ne se font pas sans difficulté. Par exemple, les enseignants des grands districts scolaires urbains ont [signalé une baisse troublante de l'assiduité](#) au cours de la pandémie (en particulier pour les élèves des écoles intermédiaires et secondaires) et ils se sont inquiétés de la capacité de localiser les élèves absents et de les réintégrer dans les classes (virtuelles ou en personne). Ces élèves absents étaient considérés comme ayant des problèmes de comportement, étaient dans bien des cas racialisés, marginalisés et sur le point d'abandonner complètement l'école. Conscients que les parents et les tuteurs étaient en mode de survie, les éducateurs se sont souvent surpassés pour essayer d'entrer en contact avec les élèves, y compris par le biais des médias sociaux. Les enseignants ont entendu les témoignages d'élèves qui se sentaient de plus en plus « déconnectés » mentalement, physiquement et émotionnellement, surtout dans un contexte où l'apprentissage en ligne et l'éducation en personne se succèdent.

Comme nous l'avons vu dans la [section sur les appareils numériques](#), le type d'appareil auquel un élève a accès a un impact direct sur sa capacité d'apprentissage. Bien que la plupart des jeunes de cette étude (77 %) indiquent qu'ils possèdent un téléphone intelligent, [ces appareils ont une capacité limitée pour l'apprentissage en ligne](#), notamment pour accéder aux systèmes de gestion de l'apprentissage et aux appels vidéo en classe. Comme nous l'avons également noté, les inégalités en matière de connectivité à Internet et d'accès à des appareils autres qu'un téléphone intelligent [sont particulièrement difficiles pour les enfants des ménages à faible revenu](#) (dans les derniers 25 % de la distribution des revenus).

Le passage à l'apprentissage en ligne a également entraîné une diminution du temps d'enseignement pour de nombreux élèves. Bien que nous ne sachions pas encore dans quelle mesure les perturbations et les changements attribuables à la pandémie auront un impact sur le rendement des élèves au Canada, [des études antérieures de Statistique Canada](#) révèlent qu'une baisse du temps d'enseignement est associée à une diminution du rendement en lecture, en mathématiques et en sciences. Une autre considération : [la participation des parents ou des tuteurs aux activités d'apprentissage des enfants](#), qui peut être amplifiée lorsque les enfants sont engagés dans un apprentissage en ligne. Si l'engagement des parents est positivement associé aux résultats scolaires des élèves, les parents à faible revenu sont plus susceptibles de travailler de longues heures, d'occuper plusieurs emplois ou d'avoir un horaire moins flexible que les parents des familles à revenu plus élevé qui ont la [possibilité de travailler à la maison et d'offrir plus de soutien aux enfants](#). Les parents à revenu élevé ont aussi généralement un niveau d'éducation plus élevé, ce qui peut être bénéfique pour les élèves qui apprennent en ligne à la maison puisqu'ils peuvent être mieux placés pour aider les enfants à comprendre des matières plus avancées, en particulier à l'école secondaire.

Alors que nous commençons à comprendre l'impact de l'apprentissage en ligne sur la santé et la sécurité des élèves, la perte d'apprentissage et la santé mentale, nous devons également mieux comprendre l'impact des perturbations et des changements attribuables à la pandémie sur le [développement social et émotionnel des élèves et des éducateurs](#). Des chercheurs canadiens<sup>19</sup> qui se sont penchés sur la perception qu'avaient les élèves de leur « importance<sup>20</sup> » pendant la pandémie ont révélé que les élèves qui se sentaient le moins importants étaient ceux qui avaient appris en ligne (à temps plein) pendant la pandémie (au primaire ou au secondaire). [Cette étude](#) suggère qu'il est essentiel de prendre en compte les expériences sociales et émotionnelles des élèves et des éducateurs, ainsi que la santé, la sécurité et la perte d'apprentissage alors que nous continuons de composer avec les changements qui se produisent en éducation en cette ère de pandémie et au-delà.

---

<sup>19</sup> Vaillancourt, T., Brittain, H., Krygsman, A., Farrell, A., Pepler, D., Landon, S., Saint-Georges, Z., et Vitoroulis, I. (2021). « In-Person Versus Online Learning in Relation to Students' Perceptions of Mattering During COVID-19: A Brief Report ». *Journal of Psychoeducational Assessment*. 40(1):159-169. Consulté à l'adresse : <https://doi.org/10.1177/07342829211053668>.

<sup>20</sup> C'est-à-dire sentir qu'ils sont importants pour les autres.

## Engagement des adultes



**Les parents et les tuteurs sont plus susceptibles de gérer le temps d'écran par des approches non technologiques plutôt que d'utiliser des appareils ou des applications pour limiter le temps d'écran de leurs enfants. L'approche la plus populaire consiste à fixer des heures et des lieux où les écrans ne sont pas autorisés.**

**Lorsque les jeunes sont en ligne, un peu plus de 4 sur 10 d'entre eux disent qu'ils sont habituellement en compagnie d'un parent ou d'un autre adulte, tandis que près de 6 sur 10 d'entre eux sont rarement ou jamais surveillés. Aussi, 9 jeunes sur 10 disent que leurs parents ou tuteurs leur font confiance pour prendre de bonnes décisions lorsqu'ils sont en ligne.**

**La plupart des jeunes doivent respecter au moins une règle à la maison concernant la technologie numérique. Les règles les plus courantes concernent les sites Web qu'ils sont autorisés à visiter, le clavardage avec des personnes qu'ils ne connaissent pas et l'interdiction de publier leurs coordonnées sur Internet.**

## Gestion du temps d'écran

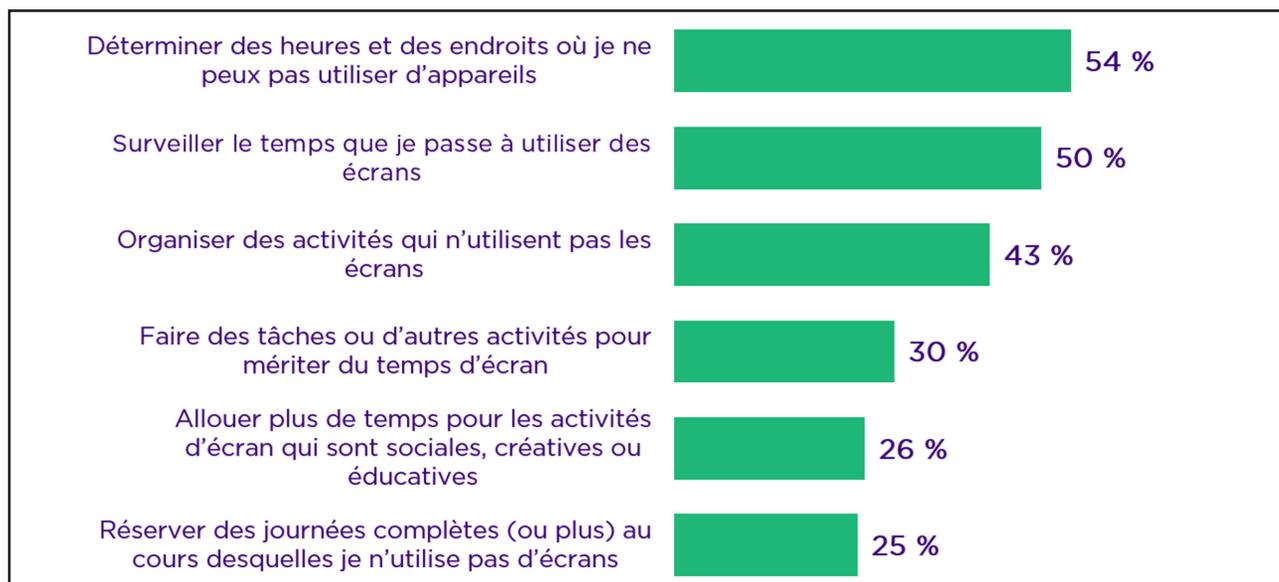
D'après les [recherches antérieures que nous avons menées auprès de familles canadiennes](#), le temps d'écran ne constitue pas la principale préoccupation des parents. Cependant, il s'agit souvent d'une source de conflits lié à la technologie entre les parents ou tuteurs et les jeunes. Cette [étude précédente](#) a révélé qu'environ un quart seulement des parents ou tuteurs utilisent une application ou un appareil pour limiter le temps d'écran de leurs enfants, un résultat repris dans la phase IV de l'étude JCMB : 31 % des participants ont déclaré que leurs parents ou tuteurs le faisaient. En général, l'utilisation d'une application ou d'un appareil pour limiter le temps d'écran est associée à un temps d'écran plus limité la fin de semaine, mais seulement légèrement associée au temps d'écran en semaine.

Les participants moins âgés sont plus susceptibles de déclarer que leurs parents ou tuteurs limitent leur temps d'écran à l'aide d'une application ou d'un appareil (41 % contre 29 % des jeunes de 12 et 13 ans et 23 % des 14 à 17 ans). Les jeunes racialisés (36 % contre 30 % des jeunes blancs) et ceux ayant une incapacité (43 % contre 27 % des jeunes sans incapacité) sont également plus susceptibles d'être assujettis à ces limites. Ce dernier résultat pourrait refléter la recherche suggérant que les parents de jeunes ayant des difficultés d'apprentissage sont plus susceptibles d'adopter une approche restrictive, plutôt que de les responsabiliser, pour gérer les expériences en ligne de leurs enfants<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Cavallini, M.C., et Cavallini, F. (2021). « Online Risks in Children with Special Educational Needs: An exploratory study ». *Journal of Clinical & Developmental Psychology*, 3(1).

Conformément aux approches que les parents ont relevées dans notre [étude précédente](#), un nombre plus élevé de participants (79 %) ont rapporté que leurs parents ou tuteurs adoptent des approches non technologiques pour gérer le temps d'écran (voir la **figure 25**). Les garçons (82 % contre 76 % des filles), les jeunes LGBTQ+ (86 % contre 80 % des jeunes hétérosexuels) et les jeunes ayant une incapacité (82 % contre 77 % des jeunes sans incapacité) sont tous plus nombreux à dire que leurs parents limitent leur temps d'écran de façon non technologique. Plus de la moitié (54 %) ont dit que leurs parents ou tuteurs fixent des heures et des lieux où ils ne sont pas autorisés à utiliser des écrans, alors que d'autres organisent des activités qui ne font pas appel aux écrans (43 %), exigent qu'ils fassent des corvées ou d'autres activités pour gagner du temps d'écran (30 %) et accordent plus de temps aux activités à écran qui sont sociales, créatives ou éducatives (26 %).

**Figure 25 : Approches non technologiques de la gestion du temps d'écran**



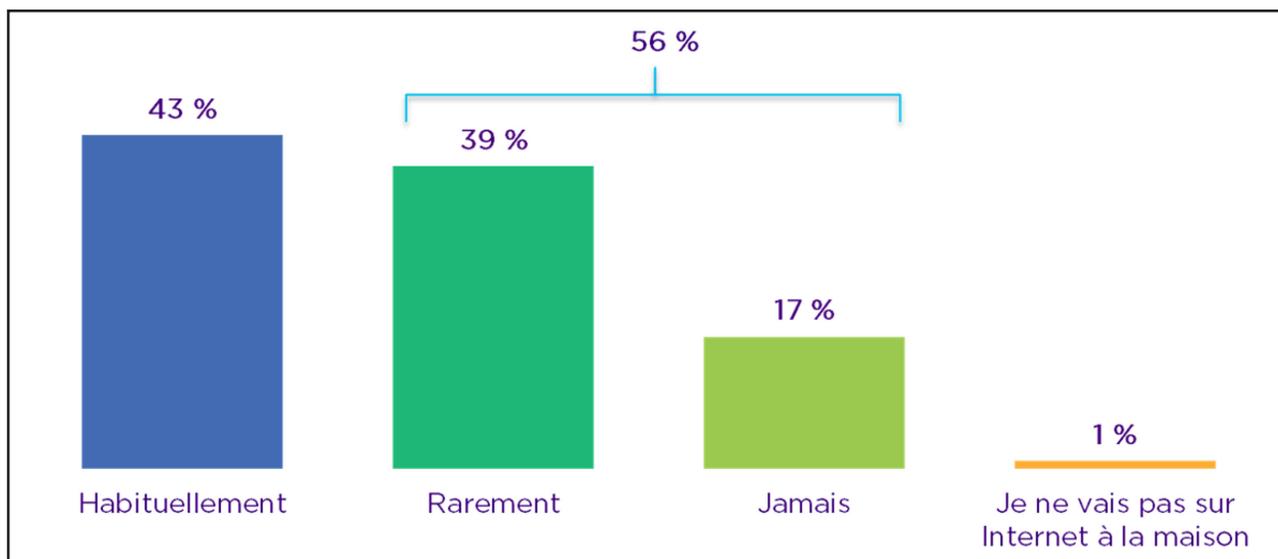
Aucune de ces stratégies ne varie beaucoup en fonction du groupe démographique, bien que les jeunes plus âgés soient plus susceptibles de gagner davantage de temps pour des utilisations des écrans considérées « positives »<sup>22</sup> (37 % contre 22 % des plus jeunes participants), tout comme les participants racialisés (35 % contre 24 % des participants blancs). Les jeunes LGBTQ+ sont plus nombreux à dire que leurs parents ou tuteurs font attention au temps qu'ils passent sur les appareils (60 % contre 48 % des jeunes hétérosexuels). Par contre, les jeunes hétérosexuels sont plus nombreux à dire que leurs parents ou tuteurs fixent des heures et des lieux où ils ne sont pas autorisés à utiliser des appareils (54 % contre 48 % des jeunes LGBTQ+) et organisent des activités qui ne nécessitent pas d'écran (43 % contre 36 % des jeunes hétérosexuels). Les jeunes ayant une incapacité sont légèrement moins nombreux à dire que leurs parents ou tuteurs fixent des heures et des lieux où les appareils sont interdits (51 % contre 55 % des jeunes sans incapacité), organisent des activités sans écran (39 % contre 45 %) et les obligent à faire des corvées pour gagner du temps d'écran (23 % contre 34 %), bien que les différences soient faibles dans chaque cas.

<sup>22</sup> Désignent des utilisations créatives, sociales ou éducatives des appareils.

## Supervision des parents et des adultes

Lorsque les jeunes sont en ligne, un peu plus de 4 sur 10 disent qu'ils sont habituellement accompagnés d'un parent ou d'un autre adulte, tandis que près de 6 jeunes sur 10 sont rarement ou jamais supervisés (voir la **figure 26**).

**Figure 26 : Supervision des adultes en ligne**



Les plus jeunes sont plus susceptibles d'être supervisés lorsqu'ils sont en ligne (58 % contre 35 % des jeunes plus âgés), tandis que les jeunes plus âgés sont plus susceptibles de ne jamais être supervisés (22 % contre 8 % des plus jeunes). Les filles sont plus susceptibles que les garçons d'être supervisés (46 % contre 42 %). Il en va de même pour les jeunes hétérosexuels (43 % contre 39 % des jeunes LGBTQ+) et racialisés (50 % contre 41 % des jeunes blancs). Les jeunes ayant une incapacité sont plus nombreux à dire qu'ils ne sont jamais supervisés (22 % contre 15 % des jeunes sans incapacité).

Une question est ressortie de notre [rapport de recherche qualitative de la phase IV](#) : existe-t-il un lien entre la surveillance ou la supervision parentale et l'engagement créatif en ligne? Par exemple, dans une famille où un parent « exerçait un certain degré d'insouciance et était persuadé que ses enfants viendraient le voir en cas de problème », il y avait aussi deux des « très rares jeunes de notre échantillon qui utilisaient la technologie en ligne de manière créative à leurs propres fins ». Cette étude a révélé des données mitigées pour soutenir cette idée : il n'y avait pas de lien significatif entre la supervision d'un adulte et le fait que les jeunes publient ou non des vidéos d'eux-mêmes, tandis que ceux dont un parent ou un autre adulte était « habituellement » dans la même pièce étaient les plus susceptibles d'utiliser leurs téléphones pour créer des vidéos, de l'art ou de la musique (65 %) par rapport à ceux dont les parents le faisaient « rarement » (56 %) ou « jamais » (38 %). Cependant, ceux dont les parents ou tuteurs utilisaient une application ou un appareil pour limiter le temps d'écran étaient beaucoup moins susceptibles d'utiliser leur téléphone pour créer des vidéos, de l'art ou de la musique (73 % contre 50 % de ceux dont les parents ou tuteurs n'utilisent pas ce type d'application), mais tout aussi susceptibles de publier des vidéos d'eux-mêmes (19 %). Le lien entre la supervision des adultes et l'utilisation créative des outils numériques est donc complexe : si l'utilisation d'outils technologiques

pour surveiller et contrôler l'expérience en ligne des jeunes les rend moins susceptibles d'utiliser des outils numériques de manière créative, la supervision et le soutien peuvent permettre de le faire.

Le marché des outils technologiques et des applications destinés à aider les parents ou tuteurs à surveiller leurs enfants, plus particulièrement à les localiser, est [en pleine expansion](#). Bien que ces applications vantent la sécurité de l'enfant et la tranquillité d'esprit du parent ou tuteur qu'elles offrent, elles sont très invasives et impliquent souvent une surveillance qui frise le harcèlement. Depuis 2013, [nos recherches](#) ont constamment relevé une relation inverse entre la surveillance des adultes et la confiance. Bref, plus les adultes appliquent de surveillance et de contrôle, moins les jeunes sont susceptibles de leur faire confiance ou de se tourner vers eux pour obtenir du soutien lorsqu'ils rencontrent des problèmes en ligne. Heureusement, cette phase de l'étude JCMB indique que la plupart des parents et tuteurs font confiance à leurs enfants (une donnée confirmée par [d'autres recherches récentes menées auprès de parents canadiens](#)). Dans l'ensemble, 9 jeunes sur 10 dans cette étude ont dit que leurs parents ou tuteurs leur font confiance pour prendre de bonnes décisions lorsqu'ils sont en ligne. Conformément aux [résultats de notre recherche qualitative](#), les parents ou tuteurs choisissent de renoncer à la surveillance des jeunes facilitée par la technologie au profit d'une supervision ou de ce que les experts appellent l'engagement médiatique conjoint<sup>23</sup>. Comme nous l'avons indiqué dans nos [recherches précédentes](#), les limites et les règles que les jeunes et leurs parents ou tuteurs établissent et respectent ensemble sont importantes.

## Règles à la maison

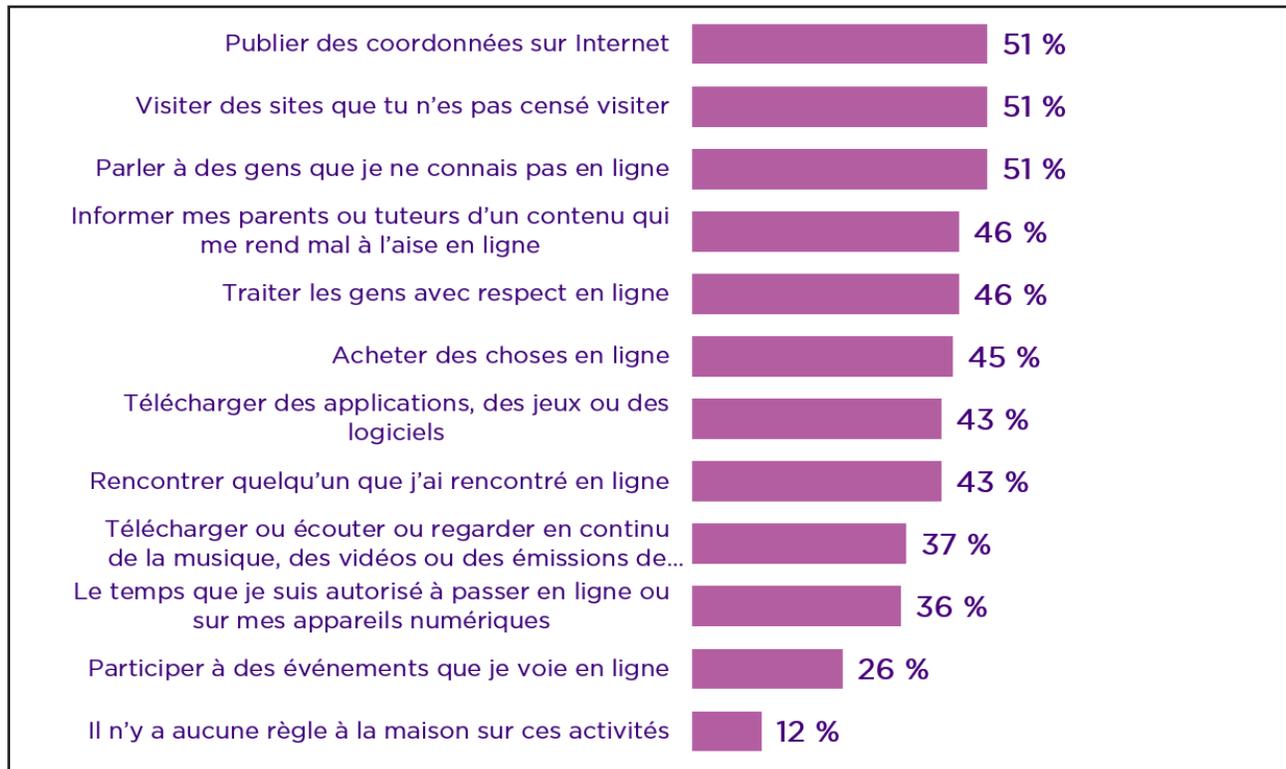
Au total, 9 jeunes sur 10 déclarent être soumis à des règles à la maison quant aux activités en ligne. Les règles les plus courantes (voir la **figure 27**) concernent la publication de leurs coordonnées et l'interaction avec des étrangers, les sites Web interdits, le respect envers les autres et la communication avec le parent ou tuteur en cas de situations inconfortables en ligne. Conformément à la [recherche que nous avons menée auprès de familles canadiennes](#), les règles à la maison les plus courantes pour les plus jeunes concernent les **contacts**, le **contenu** et les **comportements**.

Les filles sont légèrement plus nombreuses que les garçons à être soumises à l'une de ces règles, bien que les différences soient faibles. Ces résultats sont également conformes à [nos recherches antérieures](#), qui ont révélé que les filles sont généralement soumises à un plus grand nombre de règles lorsqu'il s'agit de technologie numérique et d'Internet, bien que les différences entre les genres soient considérablement moindres que dans les phases précédentes. Les filles sont plus susceptibles d'être soumises à des règles relatives au **contenu** (sites qu'elles ne sont pas censées visiter, 55 % des filles contre 47 % des garçons) et aux **contacts** (parler à des étrangers, 56 % contre 46 % des garçons, et publier leurs coordonnées, 52 % contre 49 % des garçons).

---

<sup>23</sup> Voir : Gee, E., Takeuchi, L.M., et Wartella, E., (éd.) (2018). *Children and Families in the Digital Age*. Routledge. New York, New York: 1123.

**Figure 27 : Règles à la maison sur les activités en ligne**

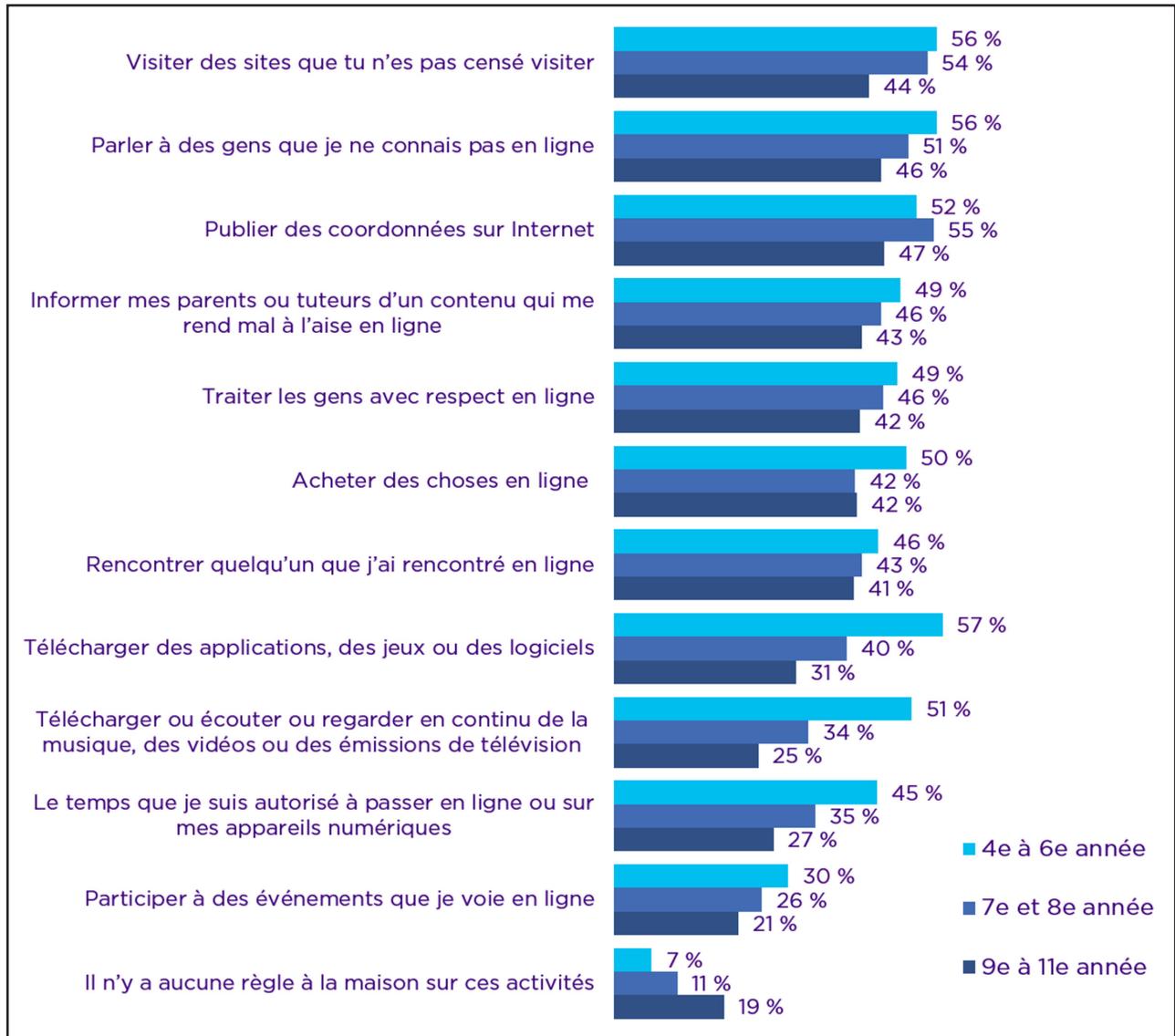


Les plus jeunes sont plus nombreux que les jeunes plus âgés à dire que chacune de ces règles est appliquée à la maison (voir la **figure 28**). Les plus jeunes sont plus susceptibles d'être soumis à des règles relatives aux comportements (téléchargement d'applications, de jeux et de logiciels, et temps d'écran).

Les jeunes LGBTQ+ sont plus nombreux que les jeunes hétérosexuels à dire que chacune de ces règles est appliquée à la maison. Ils sont considérablement plus susceptibles d'être soumis à des règles sur les contacts que leurs pairs hétérosexuels, notamment en ce qui concerne la publication de leurs coordonnées en ligne (74 % des jeunes LGBTQ+ contre 48 % des jeunes hétérosexuels) et la rencontre d'étrangers hors ligne (59 % des jeunes LGBTQ+ contre 41 % des jeunes hétérosexuels).

Les règles à la maison ne varient pas de manière significative en fonction de la race et de l'incapacité. Les règles les plus courantes pour les jeunes racialisés et les jeunes blancs concernent les **contacts** (parler à des étrangers, 54 % des jeunes racialisés contre 50 % des jeunes blancs, et publier leurs coordonnées, 50 % des jeunes racialisés contre 52 % des jeunes blancs) et le **contenu** (sites qu'ils ne sont pas censés visiter, 51 % des jeunes racialisés contre 50 % des jeunes blancs). Les jeunes sans incapacité sont légèrement plus nombreux à dire qu'ils ne sont soumis à aucune règle à la maison (13 % contre 8 % des jeunes ayant une incapacité), et les jeunes ayant une incapacité sont plus susceptibles de dire qu'ils doivent parler à leurs parents de toute situation inconfortable (49 % contre 45 % des jeunes sans incapacité).

**Figure 28 : Règles à la maison sur les activités en ligne - Selon l'âge**



Seulement 1 jeune sur 10 a déclaré n'être soumis à aucune règle à la maison, suggérant l'importance des règles comme mécanismes non technologiques pour gérer l'utilisation des appareils et le comportement en ligne des jeunes. Si, en général, la présence d'une règle à la maison signifie une probabilité moindre de comportements indésirables, il est difficile de cerner les impacts possibles de règles *spécifiques* sur des comportements *spécifiques*.



## Se débrancher et se déconnecter

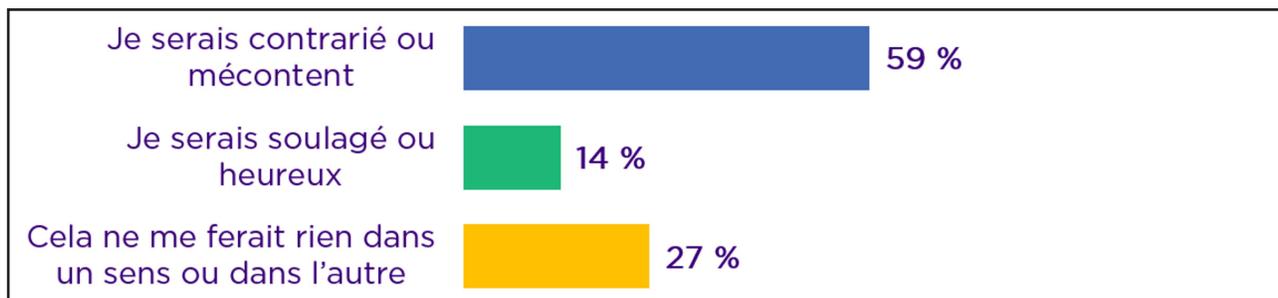


**Près de la moitié des participants à cette étude craignent de passer trop de temps en ligne, mais la plupart seraient malheureux s'ils devaient se déconnecter pendant une semaine. Les jeunes LGBTQ+ et les jeunes ayant une incapacité sont plus susceptibles de dire qu'ils seraient contrariés s'ils ne pouvaient pas aller en ligne (en dehors des travaux scolaires) pendant une semaine.**

Dans la dernière section du présent rapport, nous souhaitons attirer l'attention sur les moments où les jeunes décident de se débrancher ou de se déconnecter, ce qui est devenu beaucoup plus difficile à faire, surtout depuis le début de la pandémie de COVID-19.

Les réponses au sondage de la phase IV de l'étude JCMB nous indiquent que les jeunes ont des avis contradictoires sur l'utilisation de leurs propres appareils. Par exemple, un peu moins de la moitié (44 %) craignent de passer trop de temps en ligne, mais environ 6 jeunes sur 10 indiquent qu'ils seraient contrariés ou malheureux s'ils ne pouvaient pas aller en ligne pendant une semaine entière en dehors des travaux scolaires (voir la **figure 29**).

**Figure 29 : Sentiments des jeunes s'ils ne pouvaient pas aller en ligne pendant une semaine sauf pour les travaux scolaires**



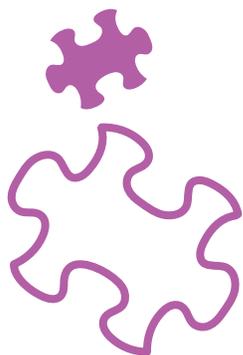
Les jeunes qui craignent de passer trop de temps en ligne rapportent les mêmes temps d'écran que ceux qui ne s'inquiètent pas, ce qui suggère que cette inquiétude n'incite pas des changements de comportement significatifs. La présence ou l'absence de règles à la maison, y compris une règle portant spécifiquement sur le temps passé en ligne, n'est pas non plus associée aux préoccupations des jeunes concernant le temps passé devant un écran. Cependant, les jeunes qui gardent leur téléphone dans leur chambre la nuit sont beaucoup plus susceptibles de s'inquiéter de leur temps d'écran (50 % contre 38 % de ceux qui ne gardent pas leur téléphone dans leur chambre).

Les jeunes LGBTQ+ sont plus susceptibles de dire qu'ils seraient contrariés ou malheureux s'ils ne pouvaient pas aller en ligne en dehors des travaux scolaires pendant une semaine (71 % contre 57 % des jeunes hétérosexuels), et nous constatons la même corrélation directionnelle chez les jeunes ayant une incapacité (64 % contre 57 % des jeunes sans incapacité), ce qui témoigne peut-être du rôle que jouent les plateformes en ligne en fournissant à ces deux groupes une communauté, un soutien et des ressources dont ils ont grandement besoin.

Même si près de 60 % des participants ont déclaré qu'ils seraient contrariés ou mécontents s'ils ne pouvaient pas aller en ligne, relativement peu (14 %) d'entre eux ont dit craindre de se sentir exclus s'ils n'étaient pas en ligne. En outre, seulement 35 % des participants ont déclaré que de passer du temps sur les médias sociaux les rendait habituellement heureux. Cette réponse était légèrement plus fréquente (41 %) chez les jeunes ayant une incapacité.

Bien qu'il ne soit pas réaliste de se déconnecter complètement ou pendant de longues périodes à l'ère du numérique, ces résultats nous indiquent que certains jeunes recherchent un soutien supplémentaire lorsqu'ils doivent renoncer aux appareils ou mieux gérer leur temps, leur concentration et leur énergie en ligne. Dans notre [rapport de recherche qualitative](#) sur la phase IV de l'étude JCMB, nous avons parlé de l'importance d'adopter une approche plus collective pour favoriser la résilience et le bien-être numérique, une approche qui reconnaît les jeunes comme des **participants actifs** dans les espaces en ligne et des générateurs de solutions aux problèmes qu'ils rencontrent en ligne aux côtés des adultes de confiance dans leur vie. Cette stratégie collective et collaborative pour gérer leur vie en ligne doit être fondée sur la **confiance**, l'**information** et l'**autonomisation** afin que les jeunes disposent des compétences et des ressources nécessaires pour aller en ligne en toute sécurité comme citoyens numériques responsables et éthiques.

Nous reviendrons sur cette idée de renforcement de la résilience numérique collective dans les autres rapports de cette série puisqu'elle demeure une pièce essentielle du casse-tête de l'éducation aux médias numériques.



# PROCHAINES ÉTAPES

Le présent rapport donne une vue d'ensemble de la vie en ligne des jeunes Canadiens, notamment :

- des [appareils](#) qu'ils utilisent pour aller en ligne;
- des [sites](#) qu'ils visitent lorsqu'ils sont en ligne;
- de ce qu'ils [font](#) lorsqu'ils sont en ligne;
- du temps d'écran et de l'utilisation des appareils [à la maison](#);
- de l'accès et de l'utilisation des appareils [en classe](#);
- du rôle des [adultes](#) (gestion du temps, supervision et règles);
- de ce qu'ils pensent du fait [de se débrancher et de se déconnecter](#).

Cette vue d'ensemble est particulièrement importante puisqu'elle résume les données recueillies pendant la pandémie mondiale, ce qui nous amène à réfléchir à ce qu'était la vie en ligne pour certains jeunes Canadiens à cette époque. Ce rapport jette les bases d'une série de rapports à venir, détaillant les expériences en ligne, les attitudes et les opinions des jeunes Canadiens. Dans les prochaines analyses, nous décortiquerons comment l'accès, l'utilisation des appareils, les activités et l'engagement des adultes façonnent les contextes dans lesquels les jeunes :

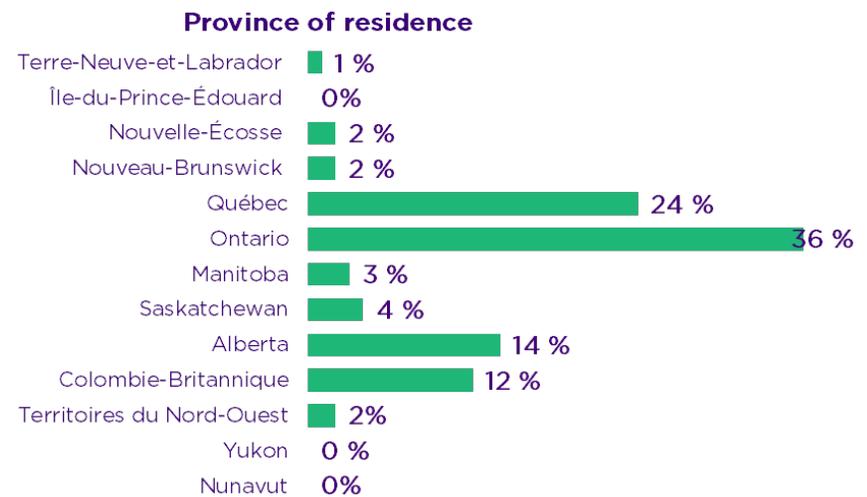
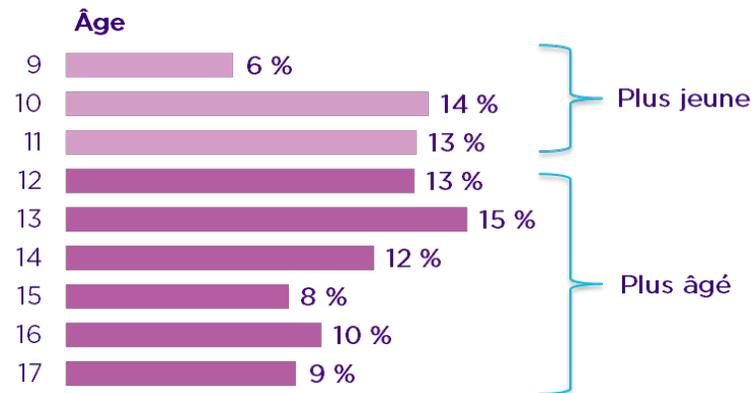
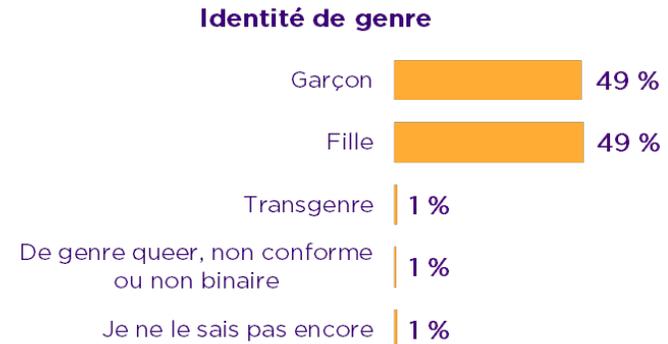
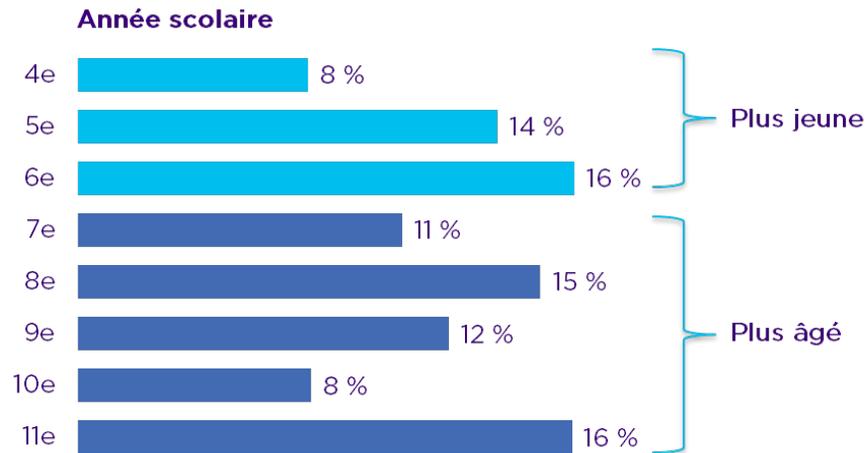
- gèrent les problèmes en ligne;
- comprennent et négocient leur vie privée en ligne;
- sont témoins de cruauté en ligne, en font l'expérience ou s'y adonnent;
- envoient, reçoivent ou transmettent des sextos;
- développent et élargissent leurs compétences en matière de médias numériques.

Dans l'ensemble, ces rapports et les [résultats de la recherche qualitative de la phase IV](#) nous aideront à mieux comprendre ce qui fonctionne et les changements qui doivent être apportés afin que les jeunes Canadiens tirent le meilleur parti de leurs expériences en ligne. Cette recherche inspirera les futurs projets de HabiloMédias et de la communauté de recherche en général. De plus, un rapport final sur les tendances et les recommandations fournira aux éducateurs, aux responsables politiques et aux autres décideurs importants du gouvernement, de l'industrie technologique, du milieu de l'éducation et des organisations communautaires les bases nécessaires pour favoriser et renforcer la résilience numérique collective et le bien-être des jeunes Canadiens.

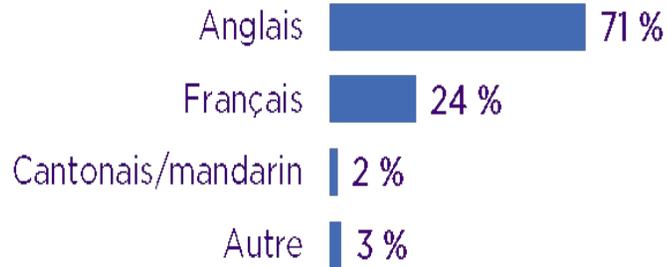


# ANNEXES

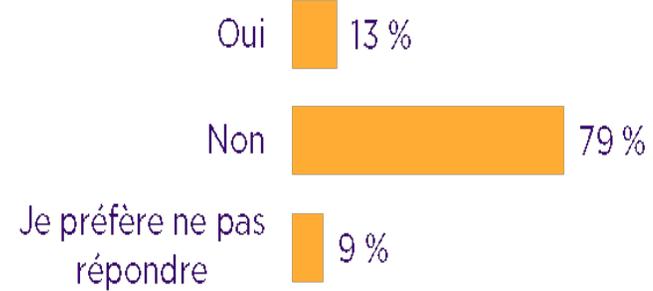
## Annexe A : Données démographiques



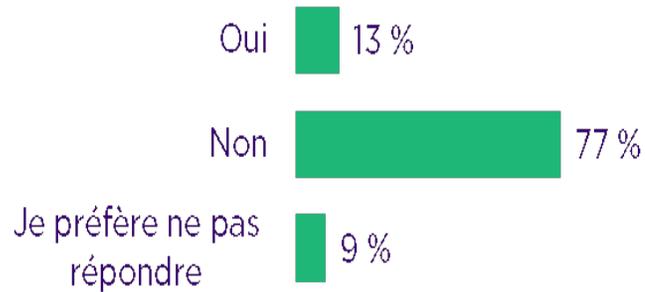
### Langue maternelle



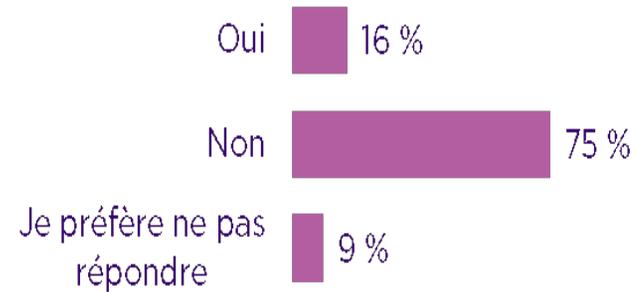
### Identifies as having a physical disability



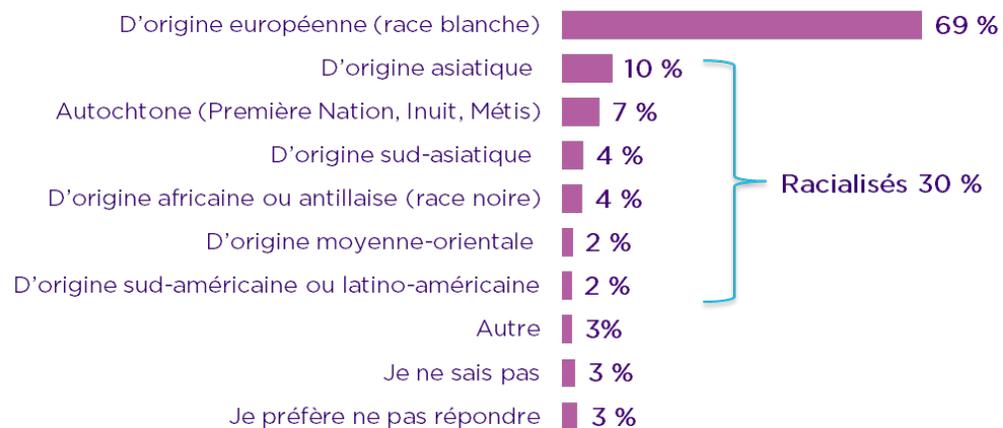
### S'identifie comme ayant une déficience intellectuelle, un déficit cognitif ou un trouble de l'apprentissage



### S'identifie comme ayant une maladie mentale



### Identification raciale



### Orientation sexuelle

