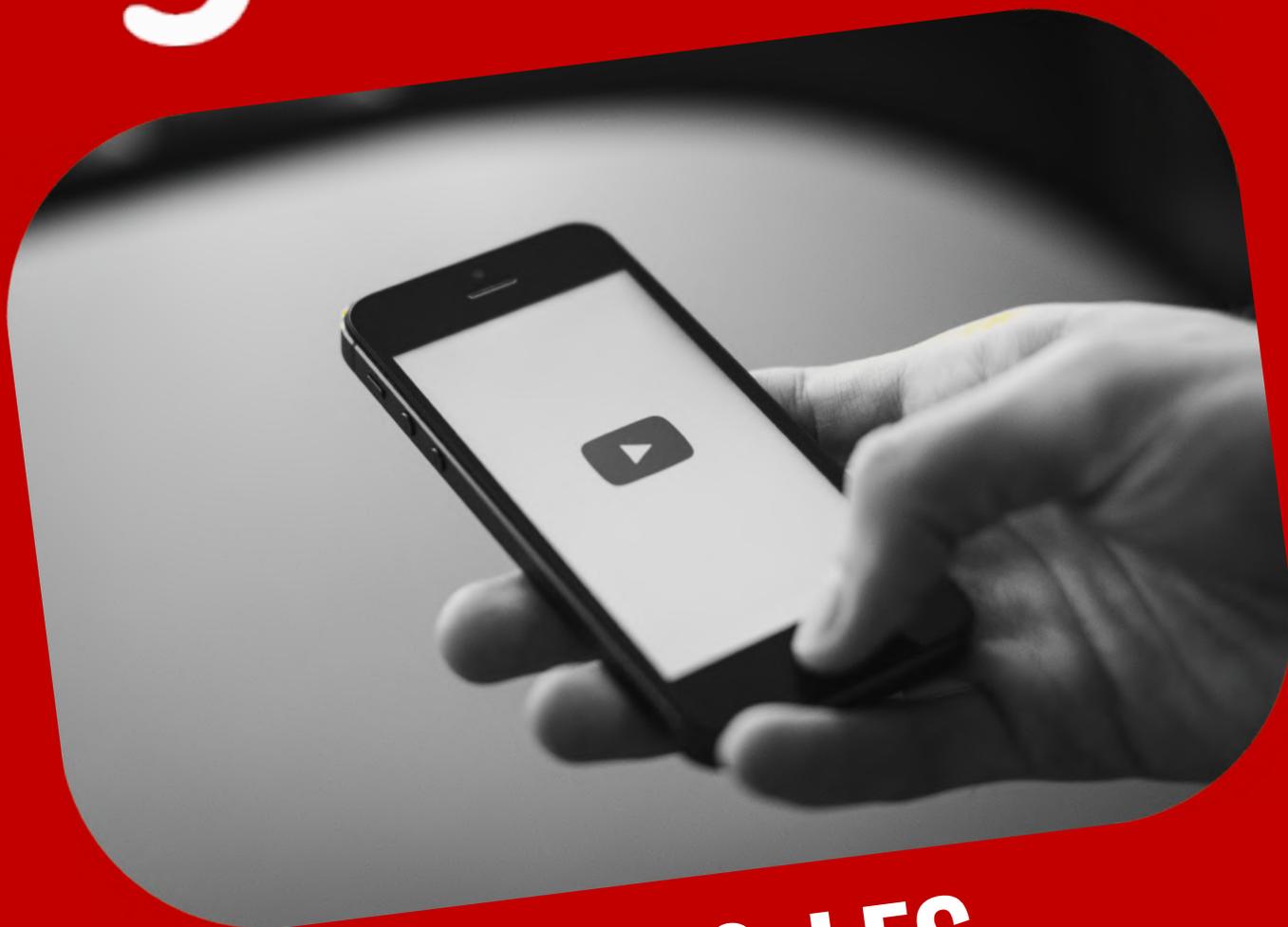


Lj+ LECTURE JEUNESSE

Enquête



LES 15-25 ANS & LES YOUTUBERS DE SCIENCES T.1 LES CHIFFRES CLÉS

LES 15-25 ANS ET LES YOUTUBERS DE SCIENCES

En collaboration avec Ipsos

POURQUOI CETTE ENQUÊTE ?

POUR ÉVALUER

Les pratiques YouTube des 15-25 ans : motivations et thématiques visionnées
La notoriété et l'image des YouTubers scientifiques vs l'ensemble des YouTubers

POUR DÉTERMINER

Les facteurs qui motivent les jeunes à regarder ces vidéos
Les rapports et les liens de confiance qui unissent vidéastes et abonnés

POUR IDENTIFIER

Les consommateurs assidus de vidéos YouTube scientifiques
Le portrait type du jeune qui regarde ces vidéos

Lecture Jeunesse veut observer et analyser le rapport des jeunes aux sciences et aux YouTubers scientifiques. Cette enquête quantitative a pour but d'apporter des repères et des éléments de compréhension sur les usages des jeunes sur YouTube. Elle se concentre sur le public des 15-25 ans :

- . Quelles sont leurs pratiques sur les réseaux sociaux et sur YouTube en particulier ?
- . S'intéressent-ils aux sciences ?
- . Qui sont les jeunes qui regardent des vidéos scientifiques ?
- . Quelles sont leurs motivations ?
- . Quelle confiance accordent-ils aux YouTubers scientifiques ?

Une enquête menée par Armelle Vincent, directrice de clientèle chez Ipsos en collaboration avec Sonia de Leusse-Le Guillou, directrice de Lecture Jeunesse, avec la contribution de Clémence Perronnet, sociologue, pour la conception du questionnaire.

LE FORMAT DE PRÉSENTATION

Ce document retranscrit une partie des données de l'étude quantitative dont la totalité des résultats est disponible sous forme illustrée (graphiques, tableaux...) sur le site de Lecture Jeunesse.

Sauf exceptions, ne sont mentionnées que les différences significatives entre :

- . les sexes
- . les catégories d'âge
- . les jeunes de différentes catégories socio-professionnelles (CSP+ ou CSP-)
- . les jeunes habitant en milieu rural (communes de moins de 2000 habitants) et les jeunes d'Île-de-France

Avec le soutien de :



En partenariat avec :



universcience



TABLE DES MATIÈRES

FOCUS EN BREF	4
QUELS USAGES DE YOUTUBE CHEZ LES 15-25 ANS ?	5
LA FRÉQUENTATION DES RÉSEAUX SOCIAUX.....	5
LEURS MOTIVATIONS : POURQUOI YOUTUBE ?.....	5
LEUR OPINION SUR LES YOUTUBERS.....	5
LES YOUTUBERS CITÉS SPONTANÉMENT	6
L'IMPACT DES VIDEOS YOUTUBE SUR LES PRATIQUES	6
QUEL RAPPORT À LA SCIENCE ENTRETIENNENT-ILS ?	6
LES CENTRES D'INTÉRÊT EN GÉNÉRAL.....	6
FOCUS SUR LES CENTRES D'INTÉRÊT SCIENTIFIQUES.....	7
LES THÉMATIQUES CONSULTÉES SUR YOUTUBE	7
LES THÉMATIQUES SCIENTIFIQUES CONSULTÉES SUR YOUTUBE	8
COMMENT SE SITUENT LES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES DANS CET ÉCOSYSTÈME ?	8
LES VIDÉASTES SCIENTIFIQUES CONNUS & LES ABONNEMENT À DES YOUTUBERS DE SCIENCES	8
COMMENT LES JEUNES CONSOMMENT-ILS CES VIDÉOS SCIENTIFIQUES?	9
LA FRÉQUENCE DE CONSULTATION DES VIDÉOS SCIENTIFIQUES	9
QUELLE EST L'ATTITUDE DES JEUNES VIS-À-VIS DES CONTENUS ET DES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES ?	10
POURQUOI REGARDER UNE VIDÉO SCIENTIFIQUE PLUTÔT QUE LIRE UN CONTENU ?.....	10
POURQUOI REGARDER UNE VIDÉO DE SCIENCES ?.....	10
L'OPINION DES JEUNES SUR LES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES	11
QUELS CRITÈRES DE LÉGITIMITÉ POUR LES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES ?	11
LA FIABILITÉ DES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES	12
L'IMPACT DES VIDÉOS SCIENTIFIQUES SUR LES PRATIQUES	12
EN CONCLUSION	12
YOUTUBE, LE RÉSEAU SOCIAL	12
INCONTOURNABLE DES JEUNES.....	12
LES SCIENCES, UN THÈME QUI LES MOBILISE	12
LE YOUTUBER, GARANT DE LA VULGARISATION SUR YOUTUBE.....	13
UNE INVITATION À D'AUTRES CONSOMMATIONS CULTURELLES.....	13

FOCUS EN BREF

Sur présentation d'une liste de thématiques scientifiques, les 15-25 ans sont :

- 67%** très intéressés par au moins 1 thématique scientifique
- 76%** à consulter au moins 1 thématique scientifique sur YouTube (high-tech et corps humain en tête)
- 74%** à connaître au moins 1 YouTuber scientifique, surtout les garçons (82%) et les Franciliens (79%)
- 37%** abonnés à au moins 1 YouTuber scientifique, surtout les garçons (50%) et les jeunes actifs (42%)

Les YouTubers les plus connus des 15-25 ans ?

- 58%** Dr. Nozman
- 49%** Doc Seven

- 43%** des 15-25 ans regardent 1 vidéo scientifique au moins 1 fois par semaine
- 55%** des hommes de 15-25 ans regardent une vidéo scientifique au moins 1 fois par semaine
- 22%** des hommes de 15-25 ans en consultent tous les jours ou presque

Que regardent les 15-25 ans ?

- 41%** regardent des vidéos de YouTubers
- 38%** des reportages et documentaires (surtout les femmes)

Les Franciliens regardent plus de vidéos de cours et d'enseignement que la moyenne (31%, +9 points).

Les particularités des YouTubers scientifiques

Les jeunes de 15-25 ans sont :

- 43%** à penser que les vidéastes scientifiques rendent l'information facile à comprendre
- 34%** à dire qu'ils font évoluer sur certains sujets
- 25%** à relever qu'ils apportent des informations inédites
- 23%** à déclarer qu'ils citent des sources vérifiables et font de bonnes recommandations (surtout les hommes et les jeunes actifs)

Qu'est-ce qui fait la légitimité d'un YouTuber de sciences ?

- 19%** des jeunes seulement accordent de l'importance au diplôme ou à la formation scientifique du YouTuber

Les critères principaux des 15-25 ans sont, pour :

- 59%** qu'ils citent des sources vérifiables
- 36%** la transparence sur la vidéo
- 34%** leur prise en compte des commentaires

Quel crédit accordent-ils au contenu ?

Le contenu des vidéastes de sciences est, pour

- 59%** des 15-25 ans aussi fiable (et pour 26% d'entre eux, plus fiable) qu'une émission de radio/podcast
- 61%** des jeunes aussi fiable (et pour 21% plus fiable) qu'un reportage à la télévision
- 57%** des jeunes aussi fiable qu'un contenu d'un cours de sciences donné en classe
- 48%** des jeunes aussi fiable qu'une exposition, qu'un musée

QUELS USAGES DE YOUTUBE CHEZ LES 15-25 ANS ?

Premier réseau au quotidien pour des jeunes en quête de divertissement et de vulgarisation, YouTube invite également à une confrontation à d'autres sources d'information.

LA FRÉQUENTATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

YouTube est le réseau social le plus consulté par les jeunes : près de 9 jeunes sur 10 s'y rendent au moins une fois par semaine et les ¾ d'entre eux y vont tous les jours ou presque.



Si le classement des réseaux sociaux est relativement homogène selon le genre, les hommes fréquentent plus régulièrement YouTube (81%) que les femmes (71%), qui fréquentent nettement plus Instagram (68% soit +14 points) et Facebook (64%, soit +13 points) que les hommes.



Les pratiques varient plus fortement selon l'âge. Snapchat séduit les étudiants du secondaire (61%), tandis qu'Instagram et Facebook s'imposent nettement en 2^e position, respectivement chez les étudiants post-bac et les jeunes actifs.



Les jeunes habitant en milieu rural fréquentent moins souvent WhatsApp (15% tous les jours ou presque vs 25% pour les 15-25 ans en général et 43% pour les jeunes Franciliens) et LinkedIn (5% tous les jours ou presque vs 9% pour les 15-25 ans et 16% pour les Franciliens) au profit de Facebook (74% toutes les semaines vs 68% pour les 15-25 ans et 54% pour les Franciliens).



Les jeunes de CSP+ sont plus détachés de Facebook (52% l'utilisent tous les jours ou presque vs 57% pour les 15-25 ans) et sont davantage utilisateurs de WhatsApp (29% l'utilisent tous les jours ou presque vs 25% pour les 15-25 ans) et de LinkedIn (12% vs 9% pour les 15-25 ans). En miroir, ces deux derniers réseaux sociaux sont moins utilisés par les CSP-.

LEURS MOTIVATIONS : POURQUOI YOUTUBE ?

La pratique de YouTube est majoritairement dédiée à des fins récréatives : les 15-25 ans y vont pour se détendre – surtout les femmes (c'est la 1^{ère} motivation de 43% d'entre elles) – pour rire (59%), pour suivre des personnalités appréciées (surtout les étudiants du secondaire) mais la vulgarisation trouve aussi sa place via l'approfondissement d'un sujet ou l'amélioration de sa culture générale (1^{ère} motivation de 10% des hommes).



Les Franciliens sont davantage enclins à consulter YouTube pour améliorer leurs résultats scolaires que les autres (9% citent en 1^{er} cette motivation, 19% en 1^{er} ou en 2^{ème} ou en 3^{ème} vs 5% et 14% pour l'ensemble des 15-25 ans).



Les jeunes de CSP- citent davantage le replay d'émissions télévisuelles (4% en 1^{er} vs 2% en 1^{er} pour les CSP+). Mais ces derniers sont moins enclins à regarder YouTube pour améliorer leurs résultats scolaires, pour comprendre un cours (10% vs 16% en 1^{er}, en 2^{ème}, en 3^{ème} pour les CSP+). Quant aux CSP+, il s'agit plus que pour l'ensemble de suivre les personnalités qu'ils apprécient (13% en 1^{er} vs 10% en 1^{er} pour les CSP-) et de pouvoir avoir accès à des recommandations culturelles ou matérielles (5% en 1^{er} vs 2% en 1^{er} pour les CSP-).

LEUR OPINION SUR LES YOUTUBERS

87% des jeunes reconnaissent en priorité aux Youtubers des traits d'humour (surtout les étudiants du secondaire).

Cependant, 82% d'entre eux leur prêtent des aptitudes pédagogiques et 74% déclarent qu'ils les font évoluer sur certains sujets.



Les étudiants post-bac valorisent en outre particulièrement leur sincérité, leur proximité et leur transparence (15% d'entre eux pensent qu'ils « citent des sources vérifiables » et 17% « qu'ils sont la source la plus fiable pour se renseigner quel que soit le sujet »).



Les jeunes Franciliens sont plus nombreux que les autres à considérer que les Youtubers font de la publicité déguisée (29% tout à fait d'accord vs 22% pour l'ensemble des 15-25 ans) tout en admettant qu'ils leur font de bonnes recommandations (28% tout à fait d'accord vs 21% pour les 15-25 ans).



Les jeunes de CSP- se sentent plus proches des Youtubers que les autres (15% sont tout à fait d'accord pour dire que les Youtubers sont proches d'eux vs 13% pour l'ensemble des 15-25 ans). À l'inverse, les jeunes de CSP+ reconnaissent moins que l'ensemble cette proximité (9% sont tout à fait d'accord).

LES YOUTUBERS CITÉS SPONTANÉMENT

Multipliant les points de contact avec leurs abonnés sur différents réseaux, les Youtubers bénéficient en retour d'une forte visibilité.

En moyenne, les 15-25 ans sont capables de citer spontanément plus de 3 noms de Youtubers dont les principaux sont Squeezie, Cyprien et Norman. Ces Youtubers, bien connus des jeunes, affichent tous au moins 3 millions d'abonnés.

On ne constate pas de différences significatives entre les Youtubers cités par les jeunes selon leur CSP ou leur zone d'habitation.

L'IMPACT DES VIDEOS YOUTUBE SUR LES PRATIQUES

Le visionnage d'une vidéo déclenche souvent la consultation d'autres médias. Les femmes sont 39% à regarder ensuite un film, un documentaire, un clip. 34% des étudiants du secondaire et 32% des jeunes de CSP+ consultent d'autres vidéos sur le même sujet pour voir si elles concordent.

La vidéo incite ensuite les utilisateurs (surtout les femmes, à 26%) à mener leurs propres expériences, en essayant eux-mêmes un tutoriel de recette, de maquillage, une expérience.

10% des 15-25 ans (et surtout les jeunes actifs) font souvent une sortie recommandée à la suite du visionnage d'une vidéo.



Les jeunes habitant en milieu rural semblent moins suspicieux à l'égard des contenus qu'ils visionnent sur YouTube : seulement 18% regardent souvent d'autres vidéos YouTube sur le même sujet pour voir si elles concordent (vs 27% pour l'ensemble des 15-25 ans, soit -9 points) et 6% interrogent souvent leur entourage pour vérifier ce qui était dit dans la vidéo (vs 13% pour l'ensemble des 15-25 ans, soit -7 points).



Les jeunes de CSP+ semblent quant à eux plus circonspects vis-à-vis des contenus qu'ils regardent, comparé à l'ensemble des 15-25 ans : 32% consultent souvent des vidéos YouTube sur le même sujet pour voir si elles concordent vs 27% pour l'ensemble des 15-25 ans.

QUEL RAPPORT À LA SCIENCE ENTRETIENNENT-ILS ?

Les activités culturelles et de loisirs comme écouter de la musique ou regarder des séries, se situent en tête des centres d'intérêt de prédilection déclarés par les jeunes. Mais ceux-ci manifestent également un vif intérêt pour la science – intérêt qui demeure toutefois très genré.

LES CENTRES D'INTÉRÊT EN GÉNÉRAL

Évoquées sans précision particulière, les sciences semblent n'intéresser vraiment que 2 jeunes sur 10, surtout les hommes. Elles sont ainsi devancées par les thématiques ou les pratiques fortement liées au numérique comme la musique, le cinéma et les nouvelles technologies/les jeux vidéo en 3^e position.

Les sciences (mathématiques, physiques, sciences de la vie...) apparaissent en 8^e position.



Les hommes sont plus nombreux à se déclarer très intéressés par le sujet (+5 point) qui figure, pour eux, en 5^e position.



En moyenne, les 15-25 ans issus de CSP+ se disent intéressés par plus de sujets proposés dans la liste que les jeunes de CSP- (6,6 centres d'intérêt jugés intéressants vs 6,27). L'écart entre ces deux cibles est particulièrement fort sur les thématiques suivantes :

- les nouvelles technologies & les jeux vidéo (71% des jeunes de CSP+ se disent très intéressés par cette thématique vs. 64% de ceux de CSP-)
- l'art (41% vs 32%)
- la société : actualité, politique, économie (54% vs 46%)
- les sciences (57% vs 49%).

FOCUS SUR LES CENTRES D'INTÉRÊT SCIENTIFIQUES

La science n'est pas spontanément déclarée par les jeunes comme un centre d'intérêt. On constate cependant qu'une partie des domaines qu'elle recouvre intéresse effectivement les 15-25 ans lorsqu'on leur en présente une liste.

En effet, lorsqu'ils doivent sélectionner des domaines parmi un ensemble de thématiques scientifiques, l'intérêt généré par les sciences est nettement plus élevé : 67% des jeunes déclarent alors un fort intérêt pour au moins une thématique scientifique.

En moyenne, les 15-25 ans déclarent 3 thématiques scientifiques très intéressantes parmi celles qu'on leur propose.

En d'autres termes, c'est la représentation que les jeunes se font des sciences qu'on peut ici relever : les disciplines scientifiques ne sont pas identifiées comme telles par les jeunes.



Le goût pour les sciences demeure très genré, notamment pour le high-tech et l'informatique. Le top 5 des centres d'intérêt scientifiques des 15-25 ans (assez intéressés et très intéressés) sont :

- le high-tech à 68% (surtout les hommes et les lycéens)
- le corps humain et la santé à 63%
- l'astronomie à 57% (surtout les hommes)
- l'écologie et le développement durable à 51% (surtout les femmes)

- l'informatique et le codage pour 48% des 15-25 ans (avec un goût plus marqué pour les hommes).



Globalement, il n'y a pas de différence entre les jeunes vivant en milieu urbain et les jeunes habitant en milieu rural (66% s'intéressent fortement à au moins un thème scientifique présenté) mais, dans le détail, ceux-ci portent un intérêt moins affirmé pour l'écologie et pour le développement durable que l'ensemble des 15-25 ans (14% sont très intéressés par cette thématique vs 22% pour l'ensemble et 28% pour les Franciliens).

Même constat pour les énergies renouvelables (11% sont très intéressés par cette thématique vs 18% pour l'ensemble).

Les jeunes Franciliens déclarent également un plus fort intérêt que l'ensemble des 15-25 ans pour d'autres thématiques scientifiques dont notamment le high-tech (42% très intéressés vs 33% pour l'ensemble), l'informatique et le codage (30% très intéressés vs 22% pour l'ensemble).



On relève peu de différences significatives dans les choix des jeunes selon leur CSP. Cependant, les jeunes issus de CSP+ se déclarent davantage très intéressés par :

- l'écologie et le développement durable (27% vs 22% sur l'ensemble des jeunes et 18% chez les jeunes de CSP-),
- les mathématiques (18% vs 13% pour l'ensemble des 15-25 ans).

LES THÉMATIQUES CONSULTÉES SUR YOUTUBE

Dans le top 3 des thématiques consultées par les jeunes sur YouTube, on retrouve bien leurs principaux centres d'intérêt : la musique (65%) arrive en 1^{ère} position. Au deuxième rang, suivent les nouvelles technologies et les jeux vidéo (47%). Les hommes (+15 points) et les lycéens (+9 points) sont plus nombreux que la moyenne à visionner des vidéos dans ces domaines. En 3^e position figurent le cinéma et les séries TV (43%).

Les sciences, qui étaient citées au 8^e rang des centres d'intérêt en général, progressent nettement dans ce classement et arrivent en 4^{ème} position des vidéos les plus regardées, avant la beauté (maquillage, mode), l'art de vivre ou le sport.

30% des jeunes qui utilisent YouTube y consultent des vidéos de sciences (mathématiques, physique, sciences de la vie...), avec une dominante claire :



pour les hommes (+10 points)



et les étudiants post-bac (+5 points).



Les jeunes ruraux se déclarent moins nombreux que les autres (23%, -7 points) à consulter des vidéos scientifiques.



Les jeunes de CSP+ se déclarent plus nombreux que la moyenne à regarder au moins une thématique scientifique sur YouTube (80% vs 76% pour l'ensemble et 74% pour les jeunes issus de CSP-).

LES THÉMATIQUES SCIENTIFIQUES CONSULTÉES SUR YOUTUBE

Lorsqu'on donne une liste détaillée de sujets scientifiques aux jeunes, 76% disent en consulter au moins un sur YouTube. En moyenne, ils regardent 4 thématiques scientifiques.



Les 5 thèmes les plus consultés sont :

- le corps humain
- la santé (39%)
- le high-tech (39%) pour une majorité d'hommes (+12 points)
- l'astronomie (28%)
- et l'histoire des inventions (26%), surtout pour les hommes à nouveau (+5 points).



Si l'on ne note pas d'écart significatif selon les zones géographiques (les jeunes ruraux sont 73% à consulter au moins un thème scientifique sur YouTube), on peut constater que les jeunes habitant en milieu rural sont plus nombreux à consulter des vidéos portant sur les phénomènes météorologiques (28% vs 21% pour l'ensemble) et sur les moyens de transports (25% vs 18% sur l'ensemble).

En lien avec leur plus forte appétence pour l'informatique et le codage, les Franciliens sont parallèlement plus nombreux à consulter cette thématique sur YouTube (31% vs 24%). De même, les vidéos portant sur le high-tech sont celles qu'ils consultent le plus (45%) devant le corps humain (33%).



C'est au collège, vers l'âge de 14 ans que les jeunes commencent à regarder des vidéos de sciences. Les jeunes vivant en milieu rural ont commencé un peu plus tôt (13,7 ans vs 14,3 ans en moyenne).

COMMENT SE SITUENT LES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES DANS CET ÉCOSYSTÈME ?

Les YouTubers scientifiques représentent un segment très concentré et bénéficient d'une notoriété supérieure auprès d'un public majoritairement masculin.

LES VIDÉASTES SCIENTIFIQUES CONNUS & LES ABONNEMENT À DES YOUTUBERS DE SCIENCES

74% des jeunes qui consultent des vidéos scientifiques sur YouTube connaissent au moins un YouTuber scientifique au sein de la liste proposée. Dr. Nozman et Doc Seven sont de loin les plus connus, surtout chez les hommes.



Le lieu géographique n'a pas d'incidence majeure sur les réponses. 68% des jeunes en milieu rural connaissent au moins un YouTuber scientifique. En revanche, les Franciliens se détachent assez fortement de l'ensemble des jeunes interrogés : 82% connaissent au moins un YouTuber scientifique. Si l'on ne constate pas auprès d'eux de différence de notoriété pour Dr. Nozman ou Doc Seven, ils sont en revanche plus nombreux à connaître E-penser (43% vs 36% pour l'ensemble) et Max Bird (40% vs 33% pour l'ensemble).



S'il y a peu de différences significatives entre les CSP, les jeunes de CSP+ sont plus nombreux que l'ensemble à connaître Scilabus (20% pour les CSP + vs 16% pour l'ensemble des 15-25 ans) et Doc Seven (53% vs 49%).

Les CSP- se déclarent plus abonnés que l'ensemble à Dr. Nozman (25% pour les CSP- vs 21% pour les l'ensemble des jeunes) et à Micode (12% vs 7%).

COMMENT LES JEUNES CONSOMMENT- ILS CES VIDÉOS SCIENTIFIQUES?

Plus de 4 jeunes sur 10 visionnent des vidéos scientifiques au moins une fois par semaine. Pour une petite majorité d'entre eux, ces vidéos durent moins de 10 minutes. Ils les regardent dans leur intégralité, plutôt le soir, sur leur smartphone et privilégient les formats mobilisant la présence du vidéaste.

LA FRÉQUENCE DE CONSULTATION DES VIDÉOS SCIENTIFIQUES

89% des 15-25 ans vont sur YouTube au moins une fois par semaine.

43% des jeunes (soit plus de 4 jeunes sur 10) regardent des vidéos scientifiques au moins une fois par semaine et 16% tous les jours ou presque.



Ce rythme se révèle plus intense pour les hommes (+12 points).

Plus d'1 jeune sur 2 qui regarde des vidéos scientifiques visionne des formats de moins de 10 minutes, les hommes et les jeunes actifs tendant à regarder des contenus plus longs.

7 jeunes sur 10 regardent ces vidéos dans leur intégralité :

- le plus souvent sur smartphone (surtout les étudiants du secondaire) ou sur ordinateur (plutôt les jeunes actifs).
- et le soir avant de se coucher pour 36% d'entre eux.



Cette habitude de consulter les vidéos le soir avant de se coucher est plus forte chez les jeunes habitant en milieu rural (49%)...



... et chez les jeunes issues de CSP- (41%).

LES TYPES DE VIDÉOS CONSULTÉES

La langue

52% des jeunes de 15-25 ans consultent également des vidéos scientifiques dans une autre langue que le français, essentiellement l'anglais.



Les jeunes ruraux sont nettement moins nombreux à consulter des vidéos en anglais (32% vs 45% pour l'ensemble et 59% pour les Franciliens)



Les jeunes issus des CSP+ sont nettement plus nombreux que ceux des CSP- à regarder des vidéos en anglais (49% pour ceux de CSP+ vs 38% pour ceux de CSP-).

Le format

Les formats mettant en scène le YouTuber (face caméra/vidéo avec voix-off) semblent priorités sur les contenus académiques. En 2^{ème} position, les reportages et les documentaires (38%) trouvent leur public surtout chez les femmes (+6 points).



47% des lycéens regardent des vidéos avec des expériences, contre 37% de l'ensemble des 15-25 ans.

Les vidéos de cours semblent, quant à elles, plus utiles à des étudiants plus avancés dans leurs études (28% d'entre eux, soit +6 points).



On observe peu de différences significatives entre les CSP. Cependant, les jeunes de CSP+ ont plus l'habitude de regarder des vidéos de cours et d'enseignements que ceux des CSP- (27% pour les jeunes de CSP+ vs. 22% pour l'ensemble et 18% pour les jeunes de CSP-). Ces derniers sont également moins friands du format vlog (9% pour les CSP- vs 14% de l'ensemble).

Tandis que les Franciliens semblent l'apprécier davantage).

Le chemin d'accès aux vidéos

La recommandation de la plateforme et la recherche dans la barre dédiée constituent pour tous les premiers relais vers les YouTubers scientifiques. Le pouvoir de prescription des professeurs (21%, 5^e position) apparaît minoritaire et surtout considéré par les étudiants du secondaire.



Les jeunes habitant en milieu rural accordent davantage d'importance aux recommandations des personnalités d'Internet et aux articles que l'ensemble des jeunes adultes (34% pour les ruraux et 26% pour l'ensemble).



Les jeunes de CSP- accordent davantage d'importance au buzz créé sur les réseaux sociaux pour choisir leurs contenus (23% des CSP- vs 17% pour l'ensemble). Les CSP+ y accordent, eux, moins d'importance (11%).

QUELLE EST L'ATTITUDE DES JEUNES VIS-À-VIS DES CONTENUS ET DES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES ?

Plus que des facteurs externes (nombre d'abonnés...), c'est le lien fort créé par le YouTuber scientifique avec l'audience qui prime afin d'asseoir sa légitimité.

Associée aux codes de l'humour des YouTubers traditionnels, à la fluidité de la plateforme et à l'interactivité du format, cette connexion facilite l'apprentissage et garantit une fiabilité relativement équivalente aux médias traditionnels.

POURQUOI REGARDER UNE VIDÉO SCIENTIFIQUE PLUTÔT QUE LIRE UN CONTENU (QUESTION OUVERTE) ?

Plutôt que de lire un contenu scientifique, les jeunes adultes regardent des vidéos scientifiques

sur YouTube essentiellement pour les avantages du format (29%) et de la plateforme (25%) qu'ils jugent attractifs, ludiques, rapides, faciles d'accès et surtout plus efficaces que les formats classiques : 20% des jeunes citent la qualité informative des contenus, les femmes en tête (23% d'entre elles, soit + 3 points).



Des différences de motivations émergent entre les cibles. Ainsi, les étudiants post-bac apprécient davantage la praticité de YouTube tandis que l'aspect ludique des expériences et des démonstrations ressort chez les plus jeunes.



Lorsqu'ils répondent à cette question ouverte, les jeunes de CSP- disent apprécier davantage le côté attractif/intéressant de la vidéo (16% des CSP- vs 12% pour l'ensemble).

POURQUOI REGARDER UNE VIDÉO DE SCIENCES ?

À l'inverse des vidéos généralistes, les motifs de consultation des vidéos scientifiques portent plus sur l'apprentissage que sur la détente. Les étudiants semblent davantage mus par une fin utilitaire (amélioration des résultats scolaires). Les 3 premières raisons citées pour regarder des vidéos de sciences sont :

- L'approfondissement d'un sujet qui intéresse (67%)
- L'amélioration de la culture générale (58%)
- L'amélioration des résultats scolaires ou la compréhension d'un cours (28%)



Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à déclarer visionner des vidéos scientifiques pour se tenir informées de l'actualité scientifique (12 %).



Lorsque la question est fermée et sur liste de choix, les jeunes ruraux disent regarder moins que la moyenne ces vidéos scientifiques pour améliorer leur culture générale (15% disent que c'est leur première motivation). Sur le total des motivations (en 1^{er}, en 2^{ème}, en 3^{ème}), les jeunes ruraux déclarent plus que l'ensemble regarder YouTube à des fins récréatives : pour se détendre (46% vs 38%). À noter qu'ils s'en servent moins

pour s'informer sur l'actualité scientifique (34% vs 44%).



Les motivations ne diffèrent que très légèrement entre les CSP. Les jeunes de CSP+ utilisent davantage les vidéos scientifiques comme un moyen d'améliorer leurs résultats scolaires que les jeunes de CSP- (15% en 1^{er} pour les CSP+ vs 7% en 1^{er} pour les CSP-) et davantage pour améliorer leur culture générale (62% en 1^{er}, en 2^{ème} et en 3^{ème} pour les jeunes de CSP+ vs 54% pour les jeunes de CSP-).

L'OPINION DES JEUNES SUR LES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES

Parmi ceux qui regardent des vidéos scientifiques et en comparaison avec les YouTubers généralistes, les YouTubers scientifiques parviennent davantage à faire reconnaître leurs qualités de vulgarisation, d'incitation à la réflexion. Ils se distinguent aussi par leur pouvoir prescriptif et leur maniement des codes de l'humour.

Les jeunes sont tout à fait d'accord pour dire que les YouTubers de sciences :

- rendent l'information (scientifique) facile à comprendre : 43% vs 31% pour les YouTubers en général (+12 points)
- font évoluer les jeunes sur certains sujets : 34% vs 24% pour les YouTubers en général (+10 points)
- apportent des informations inédites : 25% (+7 points par rapport aux YouTubers en général)
- citent des sources vérifiables : 23% vs 12% (+11 points par rapport aux YouTubers en général)
- font de bonnes recommandations/donnent de bons conseils : 23% (+2 points)



Les jeunes ruraux sont davantage tout à fait d'accord avec le fait que ces YouTubers sont proches d'eux (17% vs 11% pour l'ensemble). Quant aux Franciliens, ils sont plus nombreux à trouver ces YouTubers drôles (26% vs 20% pour l'ensemble) et à reconnaître qu'ils sont la source la plus fiable pour se renseigner sur la science (22% vs 16%). Ils sont encore plus d'accord que la moyenne pour dire qu'il est intéressant de connaître leur vie et leurs habitudes (47% vs 39%), qu'ils sont drôles (77% vs 69%), ce qui vient en partie confirmer cette impression plus forte de

proximité. Pour ces jeunes particulièrement, les YouTubers scientifiques apportent plus d'informations inédites (80% vs 73%).



On ne note pas de différences significatives entre les CSP. Mis à part que les jeunes de CSP- sont plus d'accord avec l'idée que les vidéastes scientifiques font de la publicité déguisée (44% sont d'accord avec cela chez les CSP- vs 29% chez les jeunes de CSP+).

QUELS CRITÈRES DE LÉGITIMITÉ POUR LES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES ?

Citer des sources vérifiables (59%) et transparence (36%) sont les deux principaux critères de légitimité d'un YouTuber scientifique pour les jeunes visualisant ces contenus sur YouTube.

En 3^e position, la prise en compte des commentaires (34%) devant la formation du vidéaste ou le nombre de vues souligne la primauté du lien de confiance sur les facteurs externes (recommandations par des pairs, succès).

Seuls 16% des jeunes (4^e position) déclarent qu'il est important que les YouTubers de sciences dont ils regardent les vidéos aient une formation, un diplôme ou une profession scientifiques.



Dans le jugement sur la légitimité des vidéastes scientifiques, les jeunes ruraux valorisent moins que la moyenne :

- le caractère vérifiable des informations (51% vs 59% jugent ce critère très important),
- l'obtention d'un diplôme ou le suivi d'une formation universitaire (10% vs 16%)
- et le nombre d'abonnés et de vues (4% vs 9%).

Les jeunes Franciliens accordent moins que la moyenne de l'importance à la prise en compte des commentaires du public (73% vs 79% jugent cela important).



Si l'on note peu de différences significatives entre les CSP, il est toutefois plus important pour les jeunes de CSP+ que le YouTuber cite des sources vérifiables (93% jugent cela important contre 87% des jeunes de CSP-).

LA FIABILITÉ DES YOUTUBERS SCIENTIFIQUES

Si les contenus scientifiques sur YouTube sont jugés moins fiables que leurs équivalents académiques (exposition, livre, cours), avec un scepticisme plus prononcé pour les femmes, ils sont en revanche estimés plus crédibles que ceux des médias traditionnels (radio et plus tendanciellement la TV), notamment par les jeunes actifs.

Le contenu des YouTubers scientifiques est jugé :

- aussi fiable (59%) ou plus fiable (26%) qu'une émission de radio/podcast
- aussi fiable (61%) ou plus fiable (21%) qu'un reportage à la télévision
- aussi fiable (57%) qu'un contenu d'un cours de sciences donné en classe
- aussi fiable (48%) qu'une exposition, qu'un musée



Les Franciliens sont plus nombreux que l'ensemble à trouver les vidéos scientifiques plus fiables qu'une émission à la radio/que le podcast (33% vs 26%).

Les jeunes ruraux sont plus nombreux que l'ensemble à trouver les vidéos scientifiques plus fiables qu'une exposition dans un musée (19% vs 13%).

L'IMPACT DES VIDÉOS SCIENTIFIQUES SUR LES PRATIQUES



Si les vidéos scientifiques semblent générer moins de répercussions que les vidéos généralistes, elles remettent davantage en cause les positions initiales, surtout pour les hommes. Elles appellent toujours un dialogue avec d'autres sources, dont la lecture, d'autant plus pour les femmes : 19% d'entre elles (+4 points par rapport à la moyenne) déclarent avoir déjà lu un livre ou un article (papier/internet) à la suite du visionnage d'une vidéo d'un YouTuber scientifique.



Les jeunes Franciliens ont davantage tendance que la moyenne à aller faire une sortie recommandée à la suite d'une vidéo (13% vs 9% le font souvent). C'est le contraire chez les ruraux (4% vs 9% pour l'ensemble).

Les jeunes ruraux ont moins l'habitude d'interroger une personne de leur entourage pour vérifier ce qui était dit dans la vidéo (7% vs 13% le font souvent).



Les jeunes de CSP+ sollicitent davantage une personne de leur entourage pour vérifier ce qui était dit dans la vidéo (27% vs 23% le font souvent).

Les jeunes de CSP- sont plus nombreux que ceux de CSP+ à avoir changé d'avis après une vidéo et ceci de manière significative (12% l'ont fait souvent chez les CSP+ contre 20% chez les CSP-, soit un écart de 8 points). Ils sont également plus nombreux à avoir lu un livre ou un article sur ce sujet (19% vs 12%).

EN CONCLUSION

YOUTUBE, LE RÉSEAU SOCIAL INCONTOURNABLE DES JEUNES

Avec une fréquentation variant davantage selon l'âge que le genre, la plateforme capte des jeunes en recherche de distractions mais aussi d'apprentissage.

- 3 jeunes sur 4 s'y rendent tous les jours ou presque.
- 37% des jeunes d'abord pour se détendre.
- 10% d'abord pour suivre un sujet qui les intéresse.

LES SCIENCES, UN THÈME QUI LES MOBILISE

Lorsqu'elles sont clairement définies, les sciences génèrent un engouement plus vif que lorsqu'elles sont évoquées de manière générique. Cet attrait pour la science apparaît en outre très genré.

- 2 jeunes sur 3 manifestent un fort intérêt pour au moins un thème scientifique.
- 76% consultent au moins un contenu scientifique sur YouTube.

LE YOUTUBER, GARANT DE LA VULGARISATION SUR YOUTUBE

Évalués sur leur fiabilité plutôt que sur des facteurs externes, les YouTubers scientifiques sont reconnus pour leur ton didactique et leur humour, ce qui les rend aussi crédibles que les médias traditionnels.

- . 4 jeunes sur 10 regardent une vidéo scientifique au moins une fois par semaine.
- . Selon 9 jeunes sur 10, les YouTubers scientifiques rendent l'information facile à comprendre.

UNE INVITATION À D'AUTRES CONSOMMATIONS CULTURELLES

Quel qu'en soit le thème, généraliste ou scientifique, le visionnage d'une vidéo YouTube incite à prolonger le parcours culturel par la consultation d'autres sources, la réalisation d'expériences...

Après avoir consulté une vidéo scientifique, 20% des jeunes ont souvent tendance à regarder un film...

... et 15% (19% des femmes) à lire un livre.

LES RESULTATS DÉTAILLÉS & ILLUSTRÉS (GRAPHIQUES, TABLEAUX...)

www.lecturejeunesse.org

LECTURE JEUNESSE

Les 15-25 ans et les YouTubers scientifiques
Préparé avec Sonia de Leusse-Le Guillou et Clémence Perronnet
Par Armelle Vincent, Cécile Chaniot, Maëlle Lapointe
armelle.vincent@ipsos.com, cecile.chaniot@ipsos.com, maelle.lapointe@ipsos.com

Avec le soutien

En partenariat

22 Janvier 2020

GAME CHANGERS

© Ipsos | Les 15-25 ans et les YouTubers scientifiques | Pour Lecture Jeunesse

