

Communiqué de presse du 15 décembre 2020

ZHAW, département de psychologie appliquée, en collaboration avec Swisscom

Etude JAMES: l'utilisation d'Internet se déplace de plus en plus sur les smartphones

La dernière édition de l'étude JAMES 2020 réalisée par la ZHAW et Swisscom montre que les jeunes Suisses passent encore plus de temps au quotidien sur leur téléphone mobile qu'il y a deux ans. Ils utilisent en priorité leur téléphone pour chatter, surfer et visiter les réseaux sociaux. Leurs réseaux sociaux préférés s'appellent *Instagram*, *Snapchat* et désormais *TikTok*. Un nombre croissant d'entre eux sont malheureusement victimes de harcèlement sexuel en ligne.

En 2020, les jeunes Suisses sont des utilisateurs intensifs au quotidien de leur téléphone et d'Internet, en témoigne la durée d'utilisation moyenne qu'ils ont déclarée dans le cadre de l'étude, en forte hausse depuis deux ans: près de cinq heures par jour le week-end (+ 2 heures par rapport à 2018), et environ trois heures par jour en semaine (+ 40 minutes par rapport à 2018). En revanche, l'utilisation d'Internet est en recul. Dans l'ensemble, leur temps d'utilisation de leur téléphone et d'Internet reste relativement stable tout au long de la semaine, et enregistre un pic le week-end (+ 1 heure). Ces résultats apparaissent dans la dernière étude JAMES, au cours de laquelle près de 1000 jeunes âgés de 12 à 19 ans ont été interrogés. A noter que l'étude a été en partie réalisée pendant le confinement dû à la pandémie, ce qui fait que le contexte particulier a pu influencer sur ces résultats. «Pendant le confinement, les jeunes ont dû rester plus souvent à la maison et ils ont par conséquent encore plus utilisé leur téléphone», explique Daniel Süss, chercheur de la ZHAW et co-responsable de l'étude JAMES avec Gregor Waller. Les chercheurs notent également un déplacement de plus en plus net de l'utilisation d'Internet vers le téléphone mobile.

Les filles communiquent tandis que les garçons jouent

Les jeunes utilisent principalement leur téléphone mobile pour accéder aux services de messagerie et aux réseaux sociaux ou pour surfer sur Internet. Comme il s'agit de services Internet, la frontière entre usage du téléphone et usage d'Internet n'est plus vraiment nette. Les jeunes regardent la télévision et les séries plus souvent qu'auparavant sur leur téléphone. On remarque toutefois des différences d'utilisation en fonction du sexe: les adolescentes utilisent davantage leur téléphone pour communiquer sur les réseaux sociaux ou par messagerie vocale. Elles écoutent également plus de musique et prennent plus de photos. De leur côté, les adolescents sont de grands consommateurs de jeux et de vidéos en ligne. Depuis 2010, ils continuent de plébisciter les jeux *Call of Duty*, *FIFA* et *Grand Theft Auto*, auxquels se sont rajoutés plus récemment *Minecraft* et *Fortnite*. Problème: près d'un quart des joueurs et joueuses mineurs accèdent ainsi à des jeux qui leur sont normalement interdits du fait de leur âge. Les chercheurs recommandent aux parents de se préoccuper des jeux vidéo et d'y jouer eux-mêmes au moins une fois, afin de mieux comprendre leur pouvoir d'attraction et pour mieux protéger et encourager leurs enfants à jouer de manière plus responsable.



TikTok au top, Facebook fait un flop

Mis à part le téléphone, la musique et les réseaux sociaux jouent un rôle central dans la vie des jeunes. 90% des adolescents interrogés ont un profil sur les plateformes *Instagram* et *Snapchat*. Depuis deux ans *TikTok* est de plus en plus apprécié: les trois quarts de l'ensemble des jeunes ont aujourd'hui un compte *TikTok* (en 2018, ils étaient 37%). Le plus grand changement concerne *Facebook*: alors que le réseau social était en tête des suffrages en 2014 (79%), il n'est plus utilisé régulièrement en 2020 que par 14% des 12-19 ans. Si près d'un quart des jeunes sont inscrits sur *Tinder*, ils sont peu à l'utiliser de façon régulière. Les jeunes recherchent des contenus à regarder et à «liker». Ils apprécient également de pouvoir chatter ou écrire des messages personnels sur ces plateformes.

Dans l'ensemble, ils protègent moins leur vie privée sur les réseaux sociaux par des moyens techniques qu'auparavant. Ils étaient 81% à le faire en 2014, ils ne sont plus que 66% aujourd'hui. D'après les chercheurs de la ZHAW, le type des réseaux sociaux jouerait un rôle important dans ces chiffres: «Sur des plateformes comme *Instagram* et *Snapchat*, la collecte de «likes» est importante, explique Gregor Waller. «Un jeune qui protège sa vie privée perd en visibilité et donc en portée. Cela limite son potentiel de Likes».

Des journaux de moins en moins lus

Les dix dernières années ont vu l'audience des médias imprimés traditionnels se réduire comme peau de chagrin. Les jeunes lisent de moins en moins de journaux et de magazines, que ce soit au format papier ou en ligne. Ils préfèrent s'informer par le biais des moteurs de recherche, des réseaux sociaux et des portails vidéo, les mêmes plateformes qu'ils utilisent pour se divertir.

Ils utilisent aussi de moins en moins la radio et la télévision (TV: 83% en 2010, contre 64% en 2020). Leur intérêt pour les jeux vidéo et les livres reste à peu près constant: ils sont respectivement 34% à jouer et 23% à lire des livres chaque jour ou plusieurs fois par semaine (2010: 32 et 26%). Les photos et vidéos prennent de plus en plus de place au quotidien: «Les contenus d'images sont une part importante de la représentation de soi dans les services de messagerie et les réseaux sociaux», explique Gregor Waller. C'est particulièrement vrai chez les adolescentes, qui sont 86% à créer régulièrement des images, contre seulement 62% des adolescents. «Ces images sont diffusées sur les réseaux sociaux et les groupes de pairs sous forme de commentaires et de likes. «Il s'agit en l'occurrence d'un aspect important du développement de son identité de genre», poursuit Gregor Waller. Les adolescents s'intéressent quant à eux bien plus aux jeux vidéo: deux tiers d'entre eux disent jouer régulièrement, contre seulement une adolescente sur dix. L'hypothèse des chercheurs est que les adolescents y trouvent un moyen d'exercer leur esprit de compétitivité ou des modèles de rôle masculin.

Des services de streaming en croissance continue

Un changement notable est à noter du côté de l'utilisation de services de streaming orientés sur le divertissement: les trois quarts des foyers incluant des adolescents disposent désormais d'un abonnement à un service du type *Netflix* permettant de regarder des films et séries en streaming, (2016: 38%). Les services de musique en streaming- (2016: 29%; 2020: 59%) et les abonnements forfaitaires aux jeux vidéo (2016: 12%; 2020: 38%) ont également considérablement progressé, confirmant une tendance présente depuis 2016. Dans ce domaine également les restrictions liées au coronavirus pourraient avoir contribué à cette augmentation: «Le confinement lié à la pandémie a été difficile à vivre pour les jeunes»,



argumente Daniel Süss. «Il les a sans doute motivés à faire encore plus appel aux services de streaming, pour se distraire ou fuir une réalité un peu trop éprouvante.»

La famille gagne en importance

Une autre tendance est visible dans le domaine des loisirs non médiatiques. Les activités familiales des 12-19 ans sont plus fréquentes qu'en 2010 (2010: 16%; 2020: 29% chaque jour/plusieurs fois par semaine pour 27%), au détriment des rencontres entre amis (2010: 81%; 2020: 62%). D'après les chercheurs de la ZHAW, la pandémie semble avoir encore renforcé le phénomène de «Social Cocooning». Cette évolution semble cependant s'inscrire dans une tendance de fond qui dure depuis déjà quatre ans. Les activités créatives comme la pratique d'instruments de musique, la peinture ou le bricolage sont en augmentation, ce qui peut également avoir été favorisé par les restrictions dues au coronavirus. Comme les années précédentes, beaucoup de jeunes pratiquent du sport régulièrement ou ne font aussi parfois rien.

Le harcèlement sexuel en hausse

Un quart des jeunes interrogés ont déjà été victimes de cyberharcèlement. Un jeune sur dix a déjà été touché dans la catégorie des 12-13 ans. Les filles en sont généralement plus victimes que les garçons. Le harcèlement sexuel sur Internet est encore plus fréquent: près de la moitié des jeunes interrogés (44%) ont déjà été contactés via internet par un inconnu qui a exprimé des intentions sexuelles indésirables. Ce chiffre enregistre une forte augmentation depuis 2014 (2014: 19%). Là encore, les jeunes filles sont plus souvent visées (55% d'entre elles contre 28% des garçons). «Bien sûr, les jeunes de cet âge s'intéressent de plus en plus aux contenus de nature sexuelle. Mais c'est bien différent lorsqu'il se retrouvent confrontés à de tels contenus à leur insu», explique Michael In Albon, délégué à la protection de la jeunesse dans les médias de Swisscom. La hausse considérable de ces actes de harcèlement serait également liée à la banalisation des contenus sexualisés sur le réseau. «Nos expériences provenant des cours sur les médias se recoupent avec ces chiffres: il faut mettre en place des actions de sensibilisation auprès des jeunes, mais aussi auprès des parents et des enseignants», défend Michael In Albon. Et par ailleurs enseigner des stratégies de comportement aux jeunes. «Savoir prendre ses distances, dire non, bloquer des émetteurs, pouvoir parler ouvertement de ce type d'incident avec des référents» sont des éléments importants.

Plus les jeunes avancent en âge, plus ils sont exposés à des contenus pornographiques et au sexting. Chez les 18/19 ans, une bonne moitié ont déjà visionné au moins une fois des contenus pornographiques sur leur téléphone mobile ou un ordinateur, ou reçu des photos érotiques d'autres personnes. L'intérêt pour les contenus érotiques et de nature sexuelle fait partie du développement de sa propre sexualité et de la progression vers l'âge adulte. Mais cela peut s'avérer problématique, selon les chercheurs, dans la mesure où ces contenus peuvent transmettre une image fautive ou biaisée de la sexualité et même déstabiliser celui ou celle qui les visionne. Des représentations érotiques peuvent aussi être utilisées à mauvais escient dans le but de harceler les personnes.



Etude JAMES:

L'étude JAMES (Jeunes, activités, médias – enquête Suisse) se penche sur l'utilisation des médias par les jeunes en Suisse. Elle est réalisée tous les deux ans. Dans le cadre de cette étude représentative, plus de 1000 jeunes âgés de 12 à 19 ans et issus des trois grandes régions linguistiques de Suisse sont depuis 2010, sur demande de Swisscom, interrogés par la Haute école zurichoise en sciences appliquées (ZHAW) sur leur utilisation des médias.

Cette sixième édition effectuée en 2020 marque la fin d'une décennie d'observation de l'utilisation des médias. En 2021, une édition anniversaire contenant les tendances et résultats des 10 dernières années sera publiée. L'étude JAMES de cette année qui s'est déroulée pendant le confinement du fait de la fermeture des écoles a été transposée en ligne. Il convient donc d'interpréter ces résultats en gardant ce contexte particulier à l'esprit.

Département de psychologie appliquée de la ZHAW

Le département de psychologie appliquée de la ZHAW est le centre de compétences leader en matière de psychologie appliquée fondamentale en Suisse. Il se compose de l'Institut de psychologie et de l'Institut IAP de psychologie appliquée. Les cycles d'études Bachelor et Master, le secteur Recherche et Développement ainsi que l'offre de conseil et de formation continue mettent ainsi à la disposition des personnes et des entreprises un savoir scientifique solide dans le cadre de leur vie privée et professionnelle. www.zhaw.ch/psychologie

Swisscom coopère avec la ZHAW

L'utilisation des médias sur différents terminaux fait partie du quotidien des jeunes. La compétence en matière de médias et la protection de la jeunesse dans les médias font partie des compétences culturelles au même titre que la lecture ou le calcul. Swisscom s'engage dans le domaine de l'éducation depuis 2001: plus de 6000 écoles suisses utilisent le service «Internet à l'école» et chaque année, des spécialistes des médias rendent visite à plus de 30 000 élèves, parents et enseignants pour promouvoir la compétence en matière de médias. Dans le cadre de son entrée sur le marché de l'e-sport, Swisscom accorde une grande importance à l'accompagnement des enfants et des adolescents dans l'univers des médias numériques et met à disposition divers supports d'information. Swisscom est le donneur d'ordre de l'étude JAMES réalisée tous les deux ans par la ZHAW.

Plus d'informations sur:

www.zhaw.ch/psychologie/james

www.swisscom.ch/james

#etudejames2020