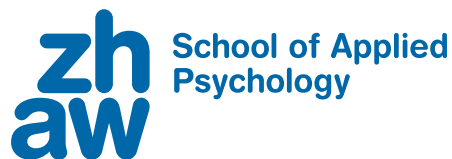


Cooperation partner



Zürich University
of Applied Sciences



JAMES focus

Retour sur une décennie d'études sur la jeunesse et les médias

Groupe de travail sur la psychologie des médias, 2021

Web

www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus

www.swisscom.ch/JAMES/

Mentions légales

Éditeur

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte
Wissenschaften [Université des sciences appli-
quées de Zurich]

Département de psychologie appliquée

Pfingstweidstrasse 96

Case postale, CH-8037 Zurich

Téléphone +41 58 934 83 10

Fax +41 58 934 84 39

info.psychologie@zhaw.ch

www.zhaw.ch/psychologie

Direction du projet

Professeur Daniel Süss

Gregor Waller MSc

Auteur(e)s

Gregor Waller, MSc

Professeur Daniel Süss

Lilian Suter, MSc

Isabel Willemse, MSc

Céline Külling, MA

Jael Bernath, MSc

Patricia Skirgaila, MA

Susanne Löpfe, MSc

Partenaires de coopération

Swisscom SA

Michael In Albon et Noëlle Schläfli

Partenaires en Suisse romande

Patrick Amey et Merita Elezi

Université de Genève

Département de sociologie

Partenaires au Tessin

Eleonora Benecchi, Petra Mazzoni et Luca
Calderara

Università della Svizzera italiana

Facoltà di comunicazione, cultura e società

Partenaire en Allemagne

Thomas Rathgeb

Medienpädagogischer Forschungsverbund

Südwest MPFS [Association de recherches de
pédagogie des médias du sud-ouest]

Citations

Waller, G., Süss, D., Suter, L., Willemse, I., Külling, C., Bernath, J., Skirgaila, P., Löpfe, S. (2021).

JAMESfocus – Retour sur une décennie d'études sur la jeunesse et les médias. Zurich: Université des
sciences appliquées de Zurich.

Sommaire

1	Introduction / remerciements	1
2	Méthodes	2
2.1	Analyses statistiques	2
3	Dix conclusions importantes sur la dernière décennie	3
3.1	Qui reste actif?.....	3
3.2	Utilisation des médias: quels sont les changements, les constantes?.....	5
3.3	Garçons et filles: vers d'autres univers médiatiques?	7
3.4	Le contexte migratoire fait-il une différence?	9
3.5	La violence dans les médias est-elle masculine?	11
3.6	Jusqu'où va l'érotisme?	12
3.7	Les réseaux sociaux comblent-ils le fossé numérique?	14
3.8	Où le fossé numérique se manifeste-t-il?	15
3.9	Quelles sont les attentes des adolescents envers les applications?	17
3.10	Comment le smartphone a-t-il modifié l'utilisation du téléphone portable?.....	20
4	Résumé et discussion	22
5	Bibliographie	25

1 Introduction / remerciements

En 2010, nous avons pu réaliser une première étude sur l'utilisation des médias en Suisse auprès de plus d'un millier d'adolescents: l'**étude JAMES** est née ainsi. Depuis, nous avons pu enregistrer la consommation de médias de près de 6 500 écoliers et écolières dans le cadre de six vagues d'enquête. Ces données d'utilisation permettent de documenter par exemple l'essor du smartphone et le recul de différentes activités qui ne se rapportent pas aux médias. L'émergence de services de streaming comme Netflix se dessine, de même que le déclin de la télévision linéaire et de la radio. Le paysage médiatique suisse et le comportement d'utilisation ont beaucoup changé au cours de la dernière décennie. Pour le **présent rapport JAMES-focus**, nous avons analysé toutes les données disponibles des dix dernières années. D'une part, nous pouvons ainsi documenter les tendances générales dans le temps. D'autre part, nous avons analysé l'évolution séparément selon les sous-groupes, par exemple en fonction du **statut socio-économique (SSE)**, du **sexe** ou du **pays d'origine**. Grâce à ces analyses, nous obtenons une vue d'ensemble condensée du sujet, qui nous permet de tirer de nouveaux enseignements. Tout au long des pages suivantes, nous vous présentons quelques **résultats**. Nous procédons à leur description, à leur explication et à leur interprétation, et nous essayons de les placer dans leur contexte. Nous relierons ainsi nos conclusions aux tendances de la société, comme les progrès de l'**individualisation**, le renforcement de la **connectivité**, le **Gender Shift** ou le **Relationship Minimalism**. Nous observons aussi précisément le **Digital Divide** (fracture numérique). De même, nous tenons à mettre en relation les données empiriques collectées avec les conclusions d'autres études. Le **présent rapport** n'est pas **une rétrospective complète**. Pour des informations détaillées, il est intéressant de consulter les rapports publiés tous les deux ans à propos de l'étude JAMES.

Outre ce rapport, deux autres dossiers JAMES-focus ont été publiés en 2021.

D'une part, ce rapport observe le **comportement en matière d'information et le bien-être psychique des adolescents pendant le premier confinement suisse** au printemps 2020. Ce confinement a eu des répercussions importantes sur l'ensemble de la société, y compris sur l'organisation des loisirs des jeunes. Une pandémie engendre toute une série de détresses et confronte les humains à de grands défis. Le rapport en question analyse la gestion des peurs et la mise en application de stratégies chez les jeunes pour surmonter la situation.

D'autre part, nous avons publié un rapport à propos du **Hate Speech**, c'est-à-dire des **commentaires haineux**. Il analyse la fréquence à laquelle les jeunes sont confrontés à différentes sortes de Hate Speech. Les opinions et motivations exprimées dans les commentaires haineux y sont également mises en lumière. De même, les différences relatives au sexe, à l'âge, à l'éducation ou à l'immigration sont étudiées.

Nous saisissons cette occasion pour adresser nos sincères remerciements à **Michael In Albon** et **Noëlle Schläfli** de **Swisscom**. Merci de votre soutien et de votre constance depuis dix ans. Nous apprécions beaucoup votre collaboration et votre efficacité, et nous espérons pouvoir en bénéficier pendant de nombreuses années encore.

Merci également à Eleonora Benecchi, Merita Elezi et Patrick Amey pour la relecture des versions italienne et française du présent rapport.

Décembre 2021

Groupe spécialisé en psychologie des médias de la ZHAW

2 Méthodes

2.1 Analyses statistiques

Tous les calculs sont effectués en tenant compte de la conception complexe d'échantillons avec les programmes statistiques SPSS et R. Des informations plus précises sur la méthode sont disponibles dans le rapport de l'étude JAMES actuelle (Bernath et al., 2020).

Pour les comparaisons annuelles au niveau des échantillons complets, les degrés d'effets ont été calculés et représentés comme suit avec des points dans les graphiques.

Désignation	Symbole	Classification r selon Gignac & Szodorai (2016)
Effet faible	●○○	$0,10 \leq r < 0,20$
Effet moyen	●●○	$0,20 \leq r < 0,30$
Effet important	●●●	$r \geq 0,30$

En comparaison dans le temps au niveau des sous-échantillons (sexe, SSE ou immigration), les différences statistiquement pertinentes ont été marquées sur le **niveau 1%**. **Année*** signifie que le principal effet «Temps» est significatif, et donc que des changements interviennent au fil des différentes enquêtes. Les critères **SSE***, **sexe*** ou **origine*** signalent des différences significatives dans les sous-groupes correspondants. Le concept **Int*** signifie enfin que l'interaction entre les deux variables est significative. Ce serait le cas par exemple si une augmentation a été constatée dans le temps chez les garçons, tandis que les valeurs sont restées constantes chez les filles.

Comme il s'agit ici d'une méthode **qui ne repose pas sur des hypothèses** et qui est donc **exploratoire**, il convient d'interpréter tous les résultats avec prudence.

Depuis 2014, nous saisissons le **statut socio-économique** (SSE) sur une échelle basée sur la Family Affluence Scale (Currie et al., 2008). Au cours des six dernières années, cette échelle a été légèrement modifiée et a subi une certaine évolution. En 2020, pour définir le SSE, nous avons pris en considération les variables suivantes: nombre d'ordinateurs dans la famille, nombre de voitures, nombre de voyages touristiques réalisés l'année dernière, nombre de salles de bains, propre chambre disponible

(oui/non) et consommation de boissons sucrées. Nous avons calculé la somme des valeurs transformées en z de ces six variables et avons constitué trois niveaux sur la base des percentiles (20/60/20): SSE inférieur, moyen et supérieur.

Afin de saisir l'**origine ou le contexte migratoire**, nous avons interrogé les adolescents sur leur nationalité. Les jeunes ayant indiqué la Suisse comme pays d'origine ont été classés comme Suissesses et Suisses même s'ils avaient également cité une autre nationalité. Les jeunes n'ayant pas la nationalité suisse sont qualifiés de jeunes d'origine étrangère dans ce rapport.

3 Dix conclusions importantes sur la dernière décennie

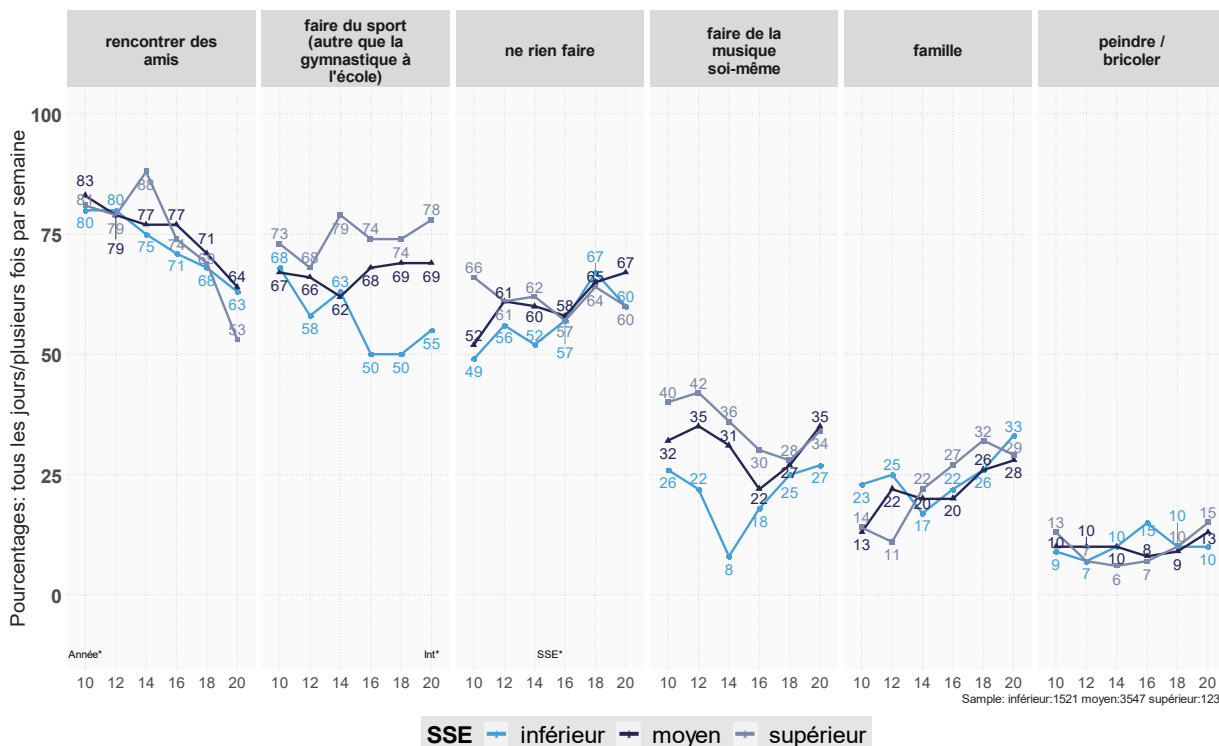
3.1 Qui reste actif?

En 2020, le classement des activités de loisirs non médias a changé pour la première fois. Jusqu'en 2018, ce classement était resté stable malgré la réduction constante des écarts. «Rencontrer des amis» se trouvait jusqu'alors en tête, suivi de «Faire du sport» et «ne rien faire». Ces activités restent parmi les préférées de bon nombre de jeunes, qui les pratiquent tous les jours ou plusieurs fois par semaine, alors que «faire de la musique soi-même», faire quelque chose en «famille» et «peindre et bricoler» restent très appréciées. Cela n'a rien d'étonnant si l'on songe que le détachement des parents et un focus plus fort sur l'évolution personnelle consti-

L'activité la plus citée jusqu'à présent, «rencontrer des amis», passe derrière «faire du sport» et «ne rien faire» (Bernath et al., 2020). La tendance à ce changement était déjà annoncée en amont. On ne peut que spéculer sur la possibilité et la façon dont la pandémie influera sur ce domaine.

Si l'on observe les différentes activités de loisirs une à une, on constate quelques changements significatifs dans les graphiques. En matière de sport en dehors de l'école, un net changement relatif à l'origine sociale se dessine. Ceux qui sont issus d'un environnement social inférieur pratiquent de moins en moins souvent un sport. Cet effet n'apparaît pas chez les jeunes issus de milieux sociaux plus élevés, qui pratiquent le sport à la même fréquence qu'il y a dix ans. L'origine sociale semble donc jouer un rôle de plus en plus important dans la question de la pratique d'un sport en dehors de l'école. L'étude américaine de Hankonen et al. (2017) montre qu'il existe depuis toujours un «Activity Gap» aux

Graphique 1: Activités de loisirs non médias en fonction du



tuent un processus important à cet âge. Le classement actuel a toutefois changé depuis l'enquête de 2020. Les activités non médias préférées en particulier ont été fortement restreintes par la pandémie, notamment pendant le confinement au printemps 2020, ce que les jeunes ont fortement exprimé lors de l'enquête.

États-Unis relatif au statut socioéconomique (SSE), mais qu'il s'agrandit nettement depuis les années 1990. Cette évolution transparaît désormais aussi en Suisse, ce que corrobore le rapport «Sport Suisse 2020» (Lamprecht, Bürgi, Gebert & Stamm, 2021). La formation des parents semble avoir moins d'importance que la situation

financière de la famille dans ce domaine. L'enthousiasme des parents pour le sport se reporte sur les jeunes. De plus, le rapport met en lumière le fait que les enfants et les jeunes qui ne sont pas issus de l'immigration pratiquent plus de sport que ceux qui en sont issus. Le pays d'origine et la durée du séjour en Suisse jouent un rôle important (Lamprecht et al., 2021). Le rapport sur les résultats du test du Service des sports (état des lieux du sport et de l'activité physique, SMBA) pour la ville de Zurich peut aussi confirmer ces conclusions (Gränicher, 2021). Le mouvement et la santé sont étroitement liés. Il faut davantage tenir compte des disparités socioéconomiques dans le sport pour les approches de prévention et d'intervention à des fins de promotion de la santé.

Comme nous l'avons déjà évoqué, le besoin de rencontrer des amis est très important pour les jeunes, car ces rencontres avec leurs pairs leur permettent de développer leur autonomie et leur autodétermination (Lüdeke, 2018). Il n'est donc pas étonnant que cette activité de loisirs soit régulièrement pratiquée par une grande partie des personnes interrogées, et ce indépendamment du SSE. Néanmoins, la fréquence des rencontres diminue au fil des années. En 2010, environ les trois quarts des jeunes interrogés rencontraient leurs amis presque tous les jours. En 2020, leur nombre a baissé à environ 60%. Le fort recul des rencontres avec des amis pendant la pandémie de coronavirus en 2020, avec le confinement temporaire, est net. Mais il n'explique pas cette diminution sur toute la décennie. Une évolution inverse apparaît à propos de la fréquence à laquelle les jeunes passent du temps avec leur famille. Ce phénomène est visible au fil des ans sur l'ensemble de l'échantillon, alors qu'une évolution parallèle se dessine sur toutes les catégories SSE (Bernath et al., 2020). Cela pourrait aussi être lié à la baisse de la fréquence des rencontres des jeunes avec des amis. Outre la possibilité de communiquer avec leurs amis par les réseaux sociaux, de les rencontrer à l'école ou dans le cadre professionnel, certains jeunes déclarent qu'il est plus simple et plus confortable de passer du temps avec la famille, et que les fortes exigences scolaires et professionnelles leur laissent moins de temps pour les activités extrafamiliales. Les centres d'intérêt communs au sein de la famille sont aussi mentionnés comme motif (Rüeggs-egger & Brauchli, 2019).

Ne rien faire reste très important chez les jeunes, et semble être globalement de plus en plus important, l'origine sociale semblant jouer un rôle de plus en plus faible en la matière. Un nombre croissant d'enfants et de jeunes font état de stress (Albrecht, Kottlow, Stocker & Ziegler, 2021). Le besoin de se détendre et de ne rien faire est donc une stratégie importante pour pouvoir faire le plein d'énergie, eu égard à la société de grande vitesse numérique (Grossegger, 2014). Mais cela ne veut pas dire que la détente et l'absence d'activité reviennent à renoncer aux réseaux sociaux. Outre le fait de dormir ou d'être chez soi, la consommation de films et de séries et l'écoute de musique sont indiquées comme des moyens de se reposer, de même que l'utilisation du téléphone portable et de l'ordinateur. À noter que le concept de «ne rien faire» est aussi utilisable en rapport avec des amis (Berweger & Bischofberger, 2016).

Entre la première enquête et celle de 2020, on ne note pas de changement significatif sur l'ensemble de l'échantillon au fil des ans pour ce qui est de faire de la musique soi-même. Les différences entre les groupes sociaux semblent actuellement moins prononcées que les années précédentes. Malgré tout, il y a de moins en moins de jeunes de SSE inférieur qui font de la musique personnellement. Là encore, on peut invoquer des facteurs financiers pour expliquer qu'ils aient moins la possibilité de faire de la musique eux-mêmes (Fischer, 2012), de même que pour la pratique d'un sport en dehors de l'école. En dépit de l'Arrêté fédéral sur la promotion de la formation musicale des jeunes en 2012, complété par le programme Jeunesse + Musique (J+M), un grand nombre d'écoles de musique estiment encore que l'égalité des chances n'est pas assurée. Cette situation est évoquée à l'occasion d'une enquête de l'OFC réalisée en 2019, dans le «Rapport sur la mise en œuvre de l'article 12a LEC» (OFC, sans indication d'année).

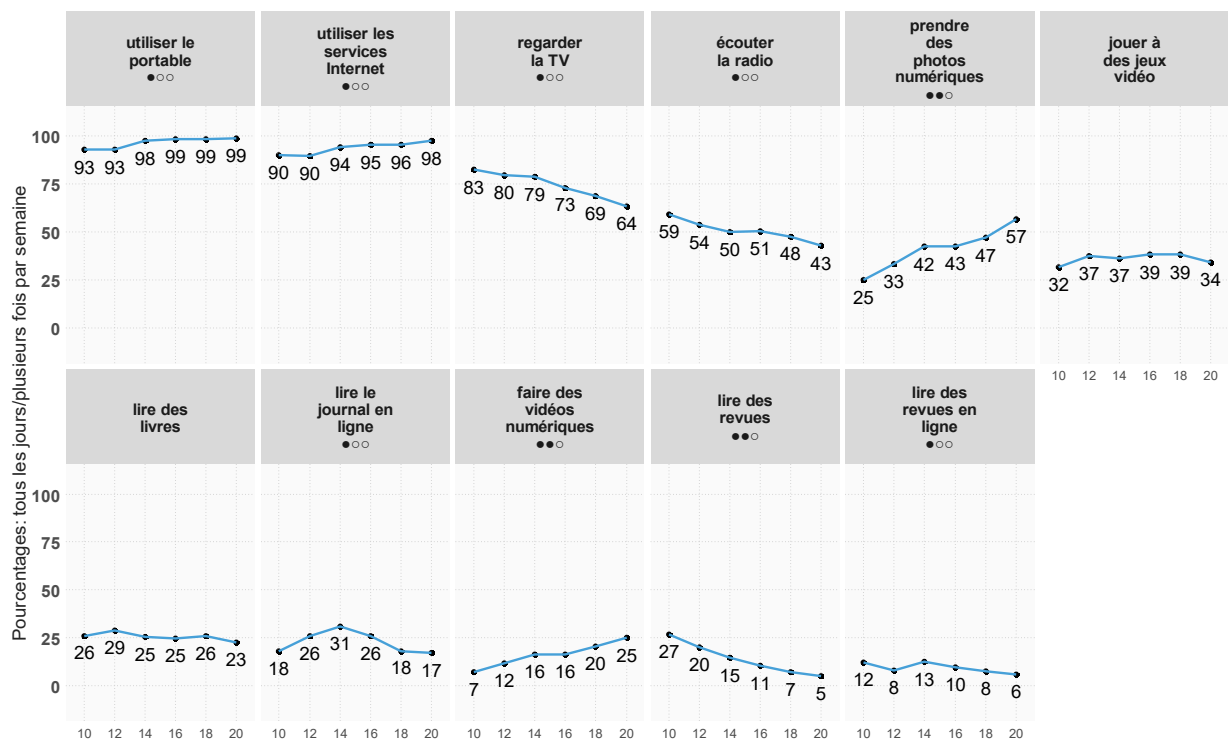
Peindre et bricoler est l'activité de loisir la moins pratiquée chez les jeunes, et cela n'a pas changé ces dix dernières années. Malgré de petites fluctuations concernant la mention d'activités créatives, on peut à peine distinguer des différences d'ordre social. Toutefois, les processus créatifs se déplacent des feutres vers la boîte à outils numérique, qui est aussi très utilisée sur les réseaux sociaux, ce qui se traduit entre autres par la production croissante de vidéos et de photos numériques réalisées par soi-même (voir chapitre suivant).

3.2 Utilisation des médias: quels sont les changements, les constantes?

À long terme, peu de choses ont changé dans le menu médiatique des jeunes ces dix dernières années. Aujourd'hui, certaines activités sont exercées de façon plus intensive, d'autres de façon moins intensive. Pour d'autres, on constate une constance étonnante. Le smart-

phone, comme la radio ou la télévision, est en baisse. Les raisons sont multiples. D'une part, la radio et la télévision ont de la concurrence audio et audiovisuelle, avec un grand nombre de podcasts et divers fournisseurs de streaming comme Netflix, etc. Bon nombre de ces offres s'adressent explicitement à un public jeune, et sont consultables «on demand» partout et à toute heure. Cela s'applique aujourd'hui aussi à la radio et à la télévision. Mais

Graphique 2: Activités médiatiques au fil du temps



N : 6575
© 2021 ZHAW Psychologie des Médias

phone et Internet en tant que tels sont plus utilisés qu'il y a dix ans, de même que les activités en relation étroite avec la diffusion du smartphone, comme la prise de photos ou de vidéos. Cela s'explique d'une part par le fort taux de pénétration du smartphone dans le pays. On compte actuellement plus d'un appareil actif par tête (OFCOM, 2021). De même, les offres des fournisseurs de téléphonie mobile s'orientent de plus en plus vers des tarifs forfaitaires, tant pour la téléphonie que pour les données mobiles. Contrairement aux tarifs selon le volume, ces tarifs fixes évitent les mauvaises surprises en fin de mois, ce qui représente certainement un aspect important pour les budgets restreints des jeunes.

Par opposition au smartphone et à Internet, l'intensité d'utilisation des médias électroniques

le plus souvent, les différentes médiathèques n'atteignent pas (encore) le niveau des portails de podcast et de streaming en termes de convivialité et de diversité d'offre. Les médias textuels publiés perdent également des lectrices et des lecteurs. Leurs plus grands concurrents sont les réseaux sociaux qui ont détrôné les journaux et les magazines auprès de nombreux jeunes. Les réseaux sociaux fournissent des nouvelles aussi bien du monde entier, que de l'environnement social personnel grâce au Feed, directement sur le smartphone et gratuitement (Eisenegger & Vogler, 2021).

Les livres et les jeux affichent une très grande résistance. Ces deux domaines se maintiennent sur dix ans, et jouissent d'une affection des jeunes d'une constance étonnante. Cela s'explique notamment par le mode d'utilisation: La

lecture d'ouvrages (de fiction) et le jeu sont des activités qui sont pratiquées le plus souvent de façon consciente et ciblée pour un plaisir optimal. Pour accéder au niveau qui convient, il faut investir une certaine quantité de temps (exclusif) (Bernecker & Becker, 2021). Le budget de temps investi dans le jeu n'a pas beaucoup changé ces dernières années (cf. chapitre 3.4). Globalement, en 2020, les jeunes disposaient d'une offre d'information et de divertissement plus grande que ceux qui avaient leur âge il y a dix ans, le tout directement sur leur smartphone. Afin de pouvoir tirer profit personnellement de cette vaste offre et de faire les bons choix, il faut des compétences.

Au vu du vaste éventail des offres d'informations, ces compétences sont indispensables. Sinon, c'est la porte ouverte aux fausses informations et à la désinformation (Waller, Külling, Bernath, Suter & Süss, 2019). D'un point de vue psychosocial, les changements évoqués ci-dessus et l'extension de l'offre médiatique entraînent une personnalisation de plus en plus marquée de la consommation de contenus médiatiques. Cela a notamment pour conséquence que les contenus médiatiques sont plus rarement consommés au même moment. La communication personnelle a lieu de moins en moins aussitôt après.

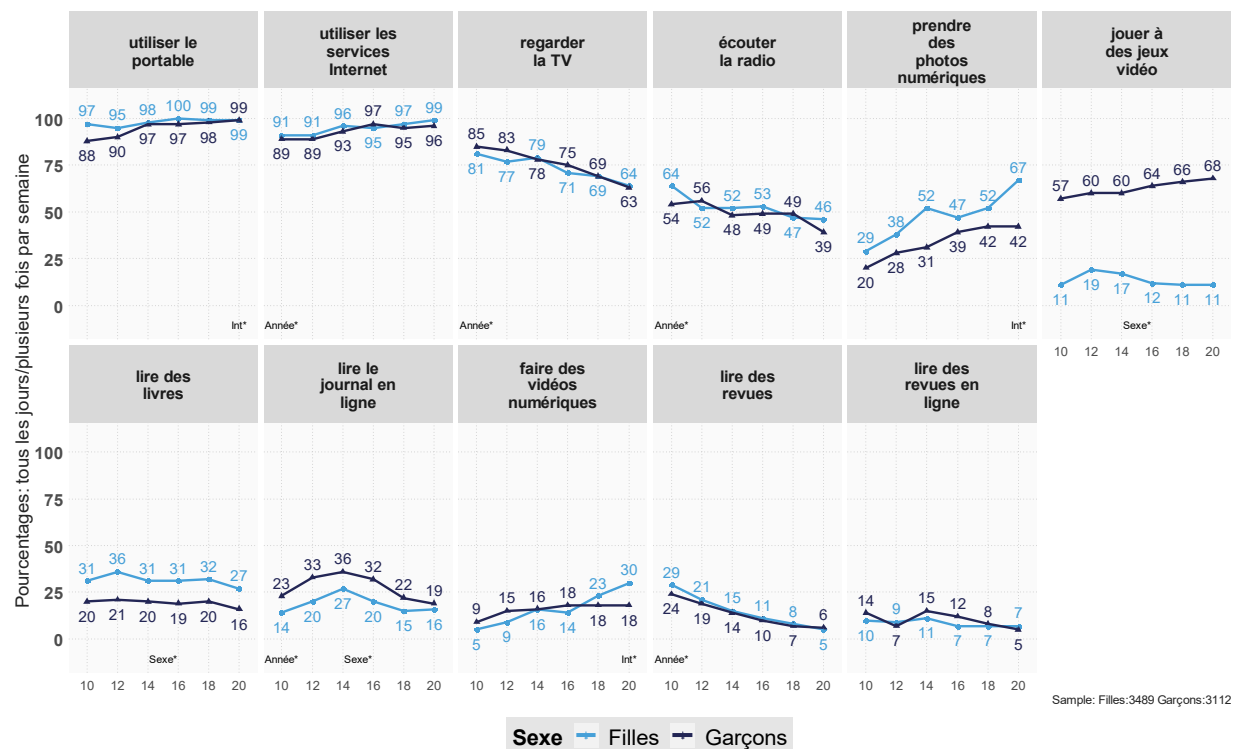
3.3 Garçons et filles: vers d'autres univers médiatiques?

Parmi les conclusions les plus stables sur les six phases d'enquête, on note plusieurs différences entre les sexes. Mais il y a aussi des activités médiatiques dont la fréquence d'utilisation a évolué différemment en fonction du sexe. Les différences entre les sexes sont très cons-

vidéo. Ces résultats peuvent s'expliquer par des différences sexospécifiques de l'état cognitif pendant le jeu, ainsi que des différences dans l'apprentissage des valeurs de récompense (p. ex. plus forte orientation vers la compétition) (Hoeft, Watson, Kesler, Bettinger & Reiss, 2008).

La situation est inversée pour la lecture de livres. Dans ce cas, l'intensité d'utilisation chez

Graphique 3: Activités médiatiques en fonction du sexe



tantes au cours de la décennie en ce qui concerne les jeux vidéo, la lecture de livres et la lecture de quotidiens sur les portails en ligne. Dès leurs débuts, les jeux vidéos étaient largement dominés par les hommes. Les titres cultes des débuts du genre comme «Pong», «Space Invaders», «Pac-Man», «Tetris» ou «Super Mario Bros» ont tous été créés et programmés par des hommes (Kent, 2001). Sous l'angle des joueurs aussi, les garçons ont toujours présenté une intensité d'utilisation supérieure à celle des filles au siècle dernier (Feierabend & Klingler, 1998). Cela n'a pas changé jusqu'à présent: les garçons sont plus fascinés par les jeux vidéos que les filles. Une étude IRMF de 2008 avance une explication possible à ce phénomène. Elle a montré que les sujets masculins affichent des activités et des connexions fonctionnelles plus fortes dans le système mésocorticolimbique que les sujets féminins lorsqu'ils jouent à un jeu

les filles reste supérieure à celle des garçons sur toute la décennie. Les raisons sont multiples. Ainsi, les filles ont une avance linguistique sur les garçons dès l'âge préscolaire. Elles parlent plus tôt, forment plus tôt des phrases complexes et possèdent un vocabulaire plus riche. Elles conservent cette avance pendant toute la scolarité. Ce n'est qu'à l'âge adulte que les deux sexes présentent des compétences linguistiques égales (Hirnstain & Hausmann, 2010). Parallèlement, les garçons lisent moins spontanément, moins d'ouvrages de fiction et préfèrent les textes courts (Usen & Mürsepp, 2012). Une étude britannique sur plus de cent mille sujets a également révélé que les garçons lisent moins attentivement. Ils sautent plus souvent des paragraphes entiers, ce qui a un impact négatif sur la compréhension du texte, et donc sur le plaisir de lire (Topping, 2015). En revanche, les garçons utilisent les

portails de quotidiens plus souvent que les filles, ce qui indique un plus grand besoin d'information en matière d'actualités. Ce phénomène est confirmé par une étude de Reuters actuelle, menée dans neuf pays. Cette étude montre que l'intérêt pour les actualités, mais aussi pour la politique, est plus faible chez les femmes que chez les hommes (Selva & Andi, 2020). Ce manque d'intérêt pourrait être mis en relation avec les préjugés sexistes des médias publiés: une quantité disproportionnée d'articles restent marqués par les hommes (Rao & Taboada, 2021).

Autre fait intéressant: des usages des médias où les différences entre les sexes se réduisent ou s'accroissent. Ainsi en 2010, les garçons se situaient environ dix points de pourcentage derrière les filles en termes d'intensité d'utilisation du téléphone mobile. Mais au cours de la décennie, les garçons ont rattrapé leur retard. Cela confirme que le téléphone mobile est actuellement indispensable pour tous les jeunes, et qu'il s'est complètement intégré dans le quotidien. Ceci est également lié au fait que les fonctionnalités et les services sont de plus en plus nombreux à converger vers cet appareil. Pour la photographie, le fossé entre filles et garçons tend à s'agrandir. Pour ce qui est de la création de vidéos, les garçons ont été rattrapés, puis dépassés par les filles. La production d'images personnelles, qu'elles soient animées ou non, devient un secteur de plus en plus dominé par les filles. Quelles sont les raisons de ce phénomène? On peut y voir un lien avec l'utilisation des réseaux sociaux. Les canaux axés sur la photo et la vidéo comme Instagram, Snapchat, TikTok ou Pinterest ont connu un essor ces dernières années. De plus, trois des quatre plateformes en question sont utilisées plus souvent par les filles que par les garçons (Bernath et al., 2020). Afin d'accéder à la monnaie la plus importante de ces réseaux, les «Likes», les photos et les vidéos produites par soi-même sont un moyen éprouvé (Rainie, Brenner & Purcell, 2012), et même pour augmenter ou maintenir l'estime de soi qui s'y rapporte éventuellement (Stefanone, Lackaff & Rosen, 2011). Il ne faut pas non plus sous-estimer l'importance des selfies. Ils donnent divers moyens de soutenir des stratégies de gestion de l'impression. Le bon paramétrage de la caméra ou le bon filtre permet, avec les selfies, de mettre en lumière des caractéristiques d'attrait physique (Makhanova,

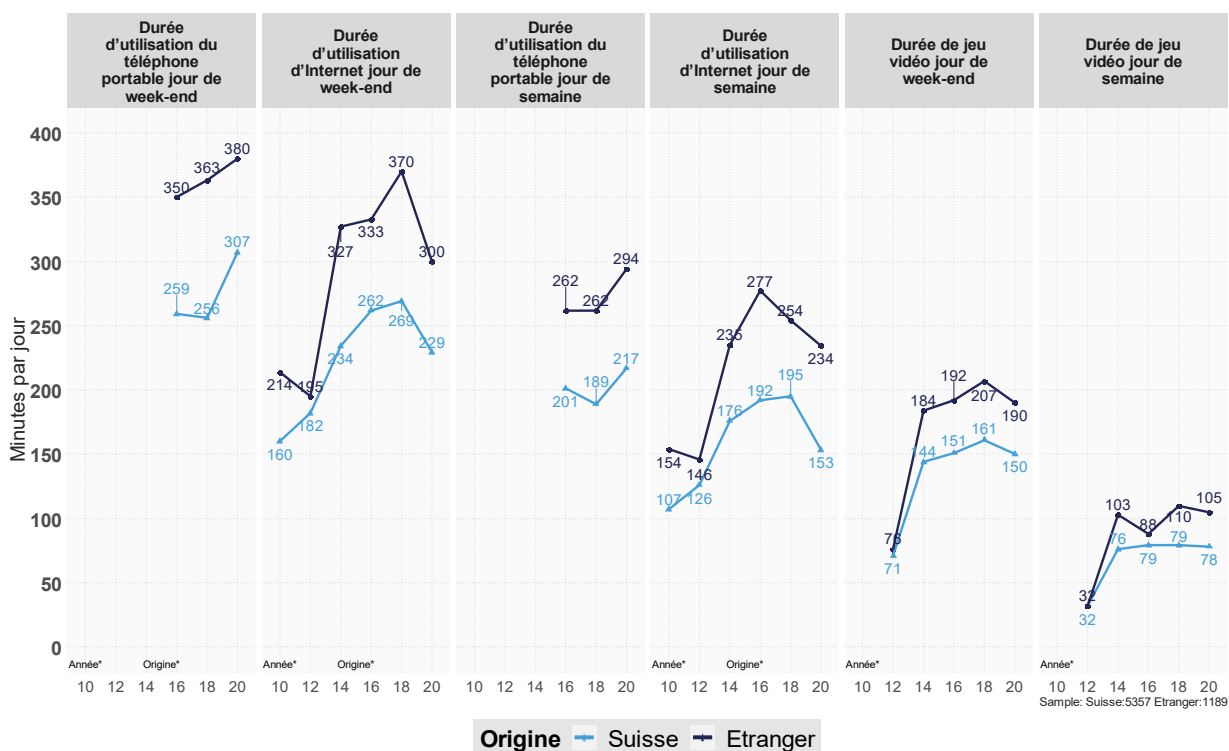
McNulty & Maner, 2017), qui s'accompagnent d'avantages pour le choix d'un partenaire (Yarosh, 2019). Outre ces fonctions d'identité et de réputation des photos et des vidéos, il ne faut pas perdre de vue les aspects créatifs. La création et le traitement ultérieur de photos et de vidéos constituent un important potentiel créatif. Cela transparaît notamment dans les nombreuses images artistiques et les vidéos inventives qui sont produites et publiées au quotidien par des jeunes.

3.4 Le contexte migratoire fait-il une différence?

«Dis-moi d'où tu viens, et je te dirai avec quelle intensité tu utilises les médias.» Cette affirmation s'applique-t-elle aux jeunes de Suisse? Dans de nombreux secteurs de l'utilisation des médias, on remarque des différences dans les habitudes des jeunes issus de l'immigration par rapport à celle des jeunes suisses. Au fil des années, quelques différences se sont maintenues, alors que d'autres se sont creusées. En général, les jeunes des familles issues de l'immigration passent plus de temps à utiliser les médias que leurs pairs d'origine suisse. Les jeunes issus de l'immigration qui font partie de l'échantillon des études JAMES sont majoritairement originaires d'Espagne, du Portugal, d'Europe du Sud ou des pays limitrophes de la Suisse. Ils

qu'activité de loisirs. En termes de durées d'utilisation des médias, il faut néanmoins noter qu'on ne relève pas de différences significatives en fonction du statut socioéconomique dans les données des études JAMES. On peut donc partir du principe que les fonctions des médias peuvent plutôt expliquer la différence pour ce qui est de la dépendance envers le contexte culturel du pays d'origine de la famille et envers la Suisse (cf. Zöllner, 2009). Il s'agit pour les jeunes non seulement de communiquer avec des proches, mais aussi de marquer leur appartenance dans le cadre de la socialisation. Le fait que celle-ci puisse suivre des modèles différents a été déjà montré par Bonfadelli et al. (2008). Quelques jeunes issus de l'immigration utilisent délibérément les offres des médias du pays d'origine de leur famille pour renforcer leur identité culturelle, alors que d'autres s'identi-

Graphique 4: Durée d'utilisation des médias en fonction de l'origine



sont donc représentatifs de la population générale de la Suisse (Office fédéral de la statistique, 2022). Lors des formations parentales ou des formations continues avec les spécialistes, on avance souvent l'hypothèse que, dans les familles issues de l'immigration, l'utilisation plus intensive des médias s'explique par une éducation plus libérale ou par des ressources financières ou culturelles moindres, ce qui fait que les médias prennent plus de place en tant

qu'activité de loisirs. En termes de durées d'utilisation des médias, il faut néanmoins noter qu'on ne relève pas de différences significatives en fonction du statut socioéconomique dans les données des études JAMES. On peut donc partir du principe que les fonctions des médias peuvent plutôt expliquer la différence pour ce qui est de la dépendance envers le contexte culturel du pays d'origine de la famille et envers la Suisse (cf. Zöllner, 2009). Il s'agit pour les jeunes non seulement de communiquer avec des proches, mais aussi de marquer leur appartenance dans le cadre de la socialisation. Le fait que celle-ci puisse suivre des modèles différents a été déjà montré par Bonfadelli et al. (2008). Quelques jeunes issus de l'immigration utilisent délibérément les offres des médias du pays d'origine de leur famille pour renforcer leur identité culturelle, alors que d'autres s'identi-

© 2021 ZHAW Psychologie des Médias

autres jeunes. Non seulement les préférences médiatiques, mais aussi l'organisation personnelle des contenus sur les réseaux sociaux, comme par exemple les selfies avec les symboles du pays d'origine de la famille, sont employées pour exprimer l'identité multiculturelle (cf. Kramer, 2020).

Un indicateur dans ce contexte est le temps moyen passé par les jeunes sur les différents médias. Dans les analyses de tendances, on compare les estimations personnelles du temps passé sur téléphone portable, sur Internet, et le temps passé sur les jeux vidéos selon les jours de semaine et les week-ends. Ce qui saute aux yeux immédiatement, c'est que les jeunes issus de l'immigration ont tendance à indiquer des durées plus longues que les jeunes suisses en réponse à toutes les questions. En ce qui concerne le temps passé sur les jeux vidéos, les deux groupes ont indiqué la même durée en 2012. Ensuite, les durées ont augmenté de façon différente, suivant le modèle de la durée d'utilisation du téléphone portable et d'Internet. Les tendances chez les jeunes de toutes origines restent parallèles, mais à des niveaux différents. Les grandes durées d'utilisation du téléphone portable et d'Internet peuvent s'expliquer par les diverses fonctions d'utilisation des médias chez les jeunes issus de l'immigration. Même pendant le confinement de 2020, la communication mobile a été essentielle pour se tenir informés de la situation dans les différentes régions du monde, et pour s'entretenir avec les parents et les amis. Les différences de durée d'utilisation d'Internet en semaine sont statistiquement significatives. Le recul de cette durée estimée malgré une utilisation du smartphone en hausse depuis 2016 peut être lié au fait que bon nombre de jeunes entendent par «Utilisation d'Internet» la connexion par ordinateur ou par tablette, alors qu'ils sont moins conscients du moment où ils établissent une connexion Internet avec une application sur leur smartphone. Le smartphone est devenu un appareil de plus en plus essentiel pour accéder au réseau, encore plus chez les jeunes issus de l'immigration que pour les jeunes suisses. Parallèlement, la conscience d'établir une connexion Internet se perd. Le week-end, les durées d'utilisation sont plus élevées qu'en semaine dans tous les secteurs. Les différences entre les deux groupes suivent le même schéma qu'en semaine. Ce qui est marquant, c'est que les jeunes suisses en particulier ont

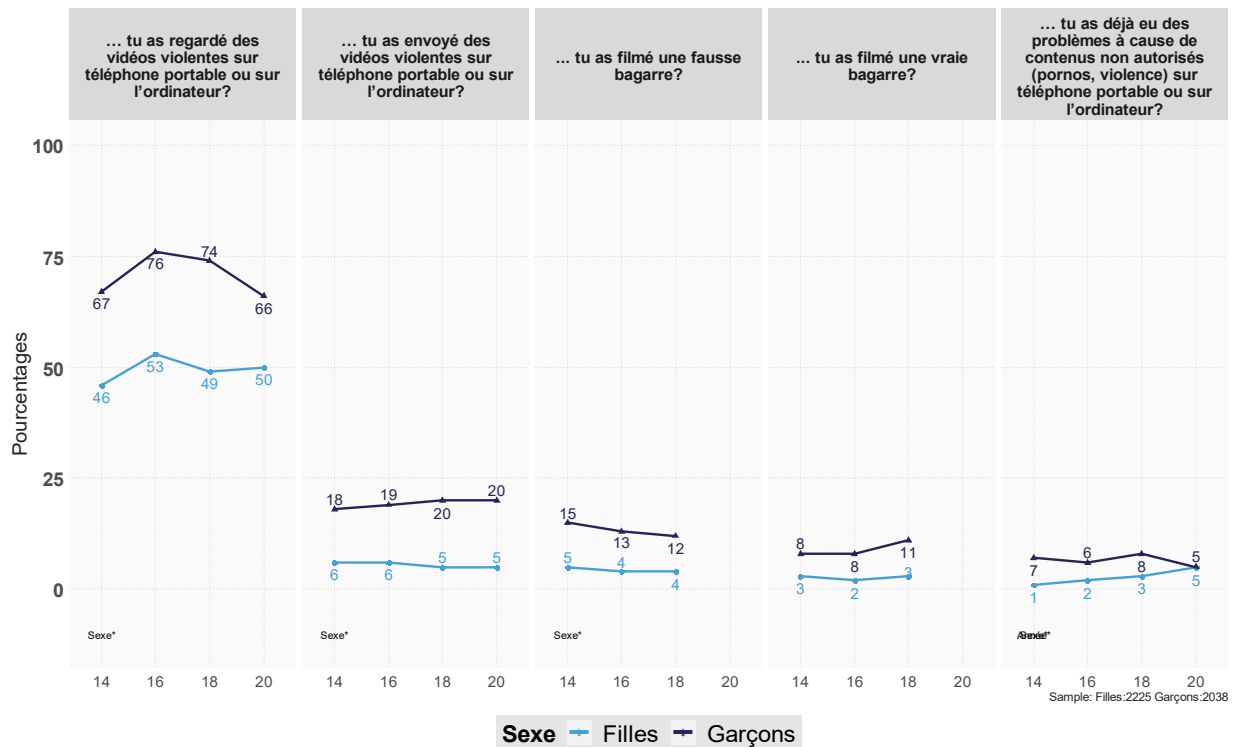
réalisé le plus grand bond dans l'utilisation de leur téléphone mobile en week-end pendant le confinement de 2020, mais que ces durées restent en-deçà de celles des jeunes issus de l'immigration. La pandémie a restreint les jeunes dans l'organisation de leurs loisirs et dans leurs possibilités de communication personnelles avec leurs pairs à un point tel qu'ils ont plus utilisé leur téléphone portable pour compenser. On peut estimer que les jeunes auraient encore plus souffert des restrictions relatives à la pandémie si leur téléphone mobile n'avait pas été là pour se relier et se distraire. Pour les jeunes issus de l'immigration, les soucis relatifs aux amis et aux parents dans le pays d'origine de leur famille et le besoin d'informations via les réseaux sociaux sur l'évolution de la situation dans le monde ont été particulièrement importants.

3.5 La violence dans les médias est-elle masculine?

Pour les jeunes, la confrontation à leur identité sexuelle est une étape d'évolution importante. La gestion de la violence est un domaine où masculin et féminin se côtoient. Si par le passé, l'utilisation des films se faisait avant tout à la té-

s'axent sur un rôle stéréotypé, comme une expression de virilité, de propension à prendre des risques et d'affirmation de soi. De plus, le partage entre jeunes gens de contenus très violents, voire illégaux, est une preuve d'appartenance au groupe et de confiance mutuelle, et marque aussi une limite avec les autres ou les adultes. Mais il apparaît aussi qu'il s'agit d'une

Graphique 5: Contact avec la violence médiatique en fonction du sexe. Est-ce que...



lévision, visionnés sur cassette ou au cinéma, ces dernières années, le téléphone portable, l'ordinateur et la console de jeux sont devenus des outils d'utilisation de la violence audiovisuelle (Kunczik, 2017; Slater, 2003). Et les jeunes ne sont plus seulement consommateurs, mais aussi transmetteurs, voire producteurs de contenus violents. À la lumière de cinq formes d'utilisation problématiques, il est possible de montrer comment le comportement des jeunes garçons et filles a évolué dans ce domaine. Sur plusieurs points, on constate la constance dans les expériences des garçons et des filles. Sur certains points, on voit des rapprochements entre les sexes. Au premier abord, il est visible que les garçons consomment ou transmettent des vidéos brutales ou des vidéos avec de vraies bagarres. Ils apprécient des genres de films violents plus que les filles, et les bagarres sont vécues dans des groupes de pairs qui

petite proportion des jeunes, et que la consommation de violence dans les médias reste globalement constante, tant chez les garçons que chez les filles.

À la question de savoir s'ils ont déjà eu des problèmes à cause de contenus interdits sur leur téléphone portable ou leur ordinateur, garçons et filles ont répondu dans les mêmes proportions: 95% d'entre eux n'ont jamais rencontré de problèmes, 5% oui. Le rapprochement des statistiques selon le sexe peut être moins lié aux représentations violentes qu'à la gestion de la pornographie et de l'érotisme chez les mineurs ou au sexting, comme nous le verrons au chapitre suivant.

3.6 Jusqu'où va l'érotisme?

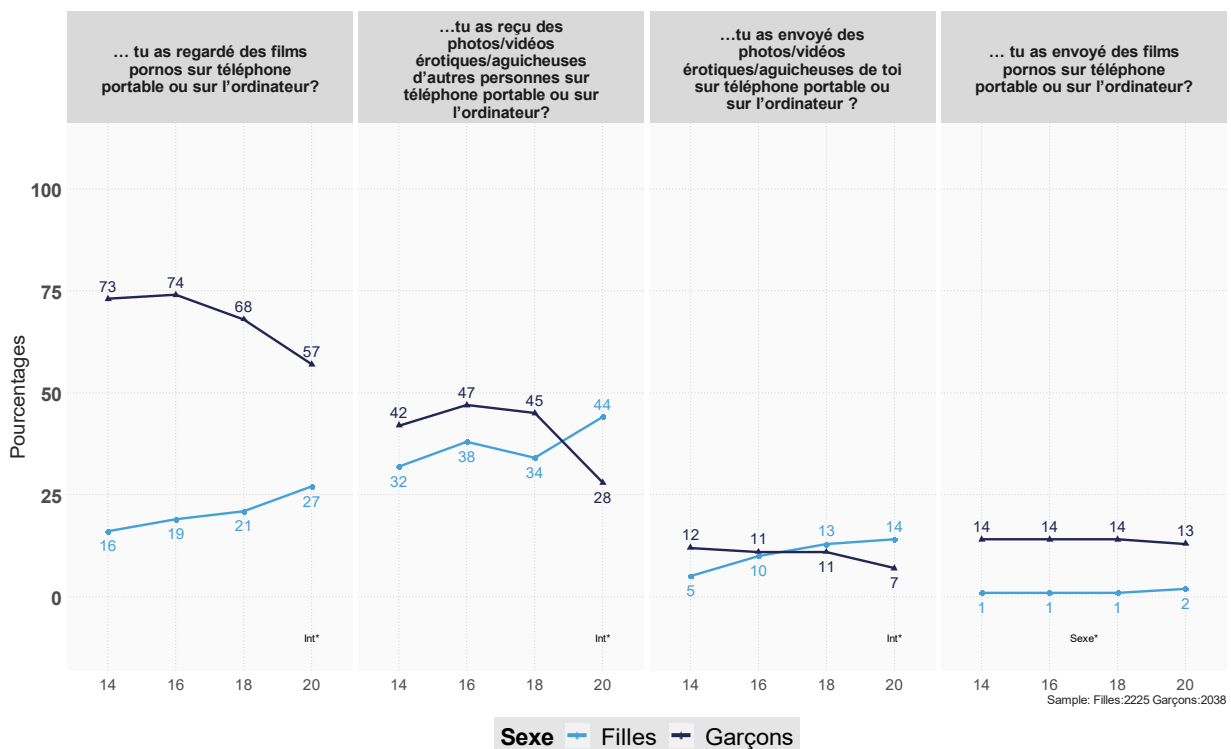
La sexualité est un thème important pour les jeunes. Leur corps change et leurs hormones s'affolent. Sur dix ans, la gestion de cette thématique a radicalement changé, et ces dernières années, il y a eu plusieurs évolutions sociales qui ont contribué à faire tomber les tabous (Büttner, 2019). Dans l'étude JAMES, la question de la consommation de contenus pornographiques est posée depuis le début. Lors de la troisième phase, les questions ont été adaptées, si bien que nous n'avons de recul que pour la période 2014-2020.

Les différences entre les sexes en matière de consommation de films pornographiques – mais pas dans l'envoi de films pornographiques – ont beaucoup changé depuis 2014. La consommation diminue chez les garçons, alors que les filles avouent plus souvent regarder des films pornographiques sur leur téléphone portable ou

essentiellement comme des hypothèses et des suppositions.

Le rapprochement des résultats pour les deux sexes en matière de consommation de pornographie peut avoir des raisons diverses. Aujourd'hui, l'éducation sexuelle des jeunes est moins taboue qu'avant, et grâce à l'émancipation des femmes, les filles apprennent de plus en plus que leurs besoins ont la même importance que ceux des garçons. Des films comme #FEMALE PLEASURE (Miller, 2018) sont un signe de cette évolution sociale. L'industrie pornographique a aussi identifié les femmes comme un groupe cible et produit de plus en plus de contenus «female-friendly» selon Bauder & Hajok (2019). Cette évolution pourrait avoir un effet sur les jeunes femmes. Une autre raison possible de ces changements réside dans la méthode: en raison de la pandémie, l'enquête de 2020 a été menée en ligne. Cela réduit, sur un thème intime comme la pornogra-

Graphique 6: Contenus érotiques en fonction du sexe. Est-ce que...



leur ordinateur. Les garçons affichent toutefois des chiffres encore nettement supérieurs. Les études relatives à la pornographie n'évoluent que lentement. Par conséquent, il n'y a encore que peu de résultats actuels à comparer aux présentes données. De ce fait, il faut formuler les interprétations suivantes sur les évolutions

phie, les effets de désirabilité sociale dans les deux sens: les garçons ont moins dû se vanter auprès de leurs pairs (comme on l'observe toujours lors d'enquêtes réalisées sur le terrain), et les filles ont plus osé cocher la case indiquant qu'elles avaient aussi regardé des films pornographiques. Büttner (2019) décrit qu'elle a pu trouver moins de différences marquées entre

les sexes lors de l'analyse des contributions aux forums sur la pornographie que lors d'enquêtes réalisées directement auprès d'adolescents et de jeunes adultes. Döring (2013) a pu réaliser le même constat.

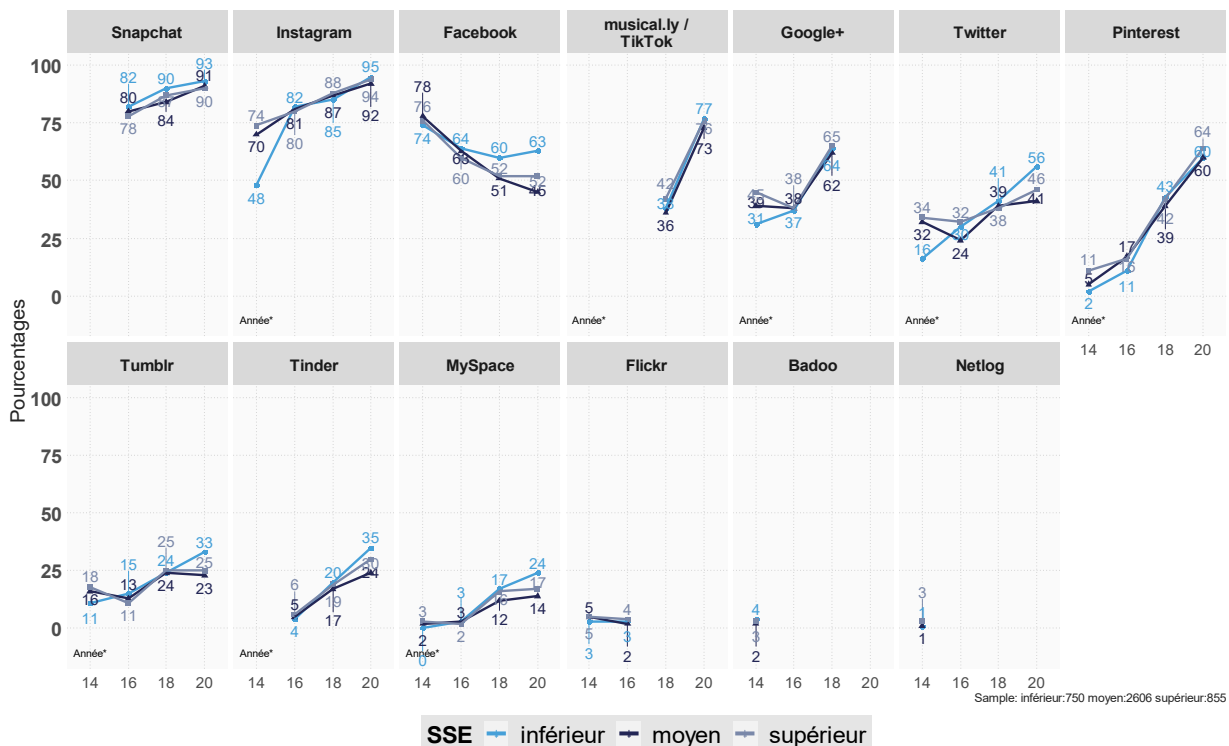
Concernant la réception et l'envoi de photos ou de vidéos érotiques ou aguicheuses de soi-même, les filles ont désormais dépassé les garçons. Pour ces deux aspects, il s'agit d'une part de sexting classique, mais aussi de poses érotiques pour des profils de réseaux sociaux. Beaucoup de danses sur TikTok mettent également en scène des gestes sexuels trop souvent dans des contextes inadaptés aux mineurs. Le sexting est pratiqué essentiellement au sein de relations existantes, ou en partie pour tenter d'initier une relation (Pro Juventute, 2022). L'augmentation du sexting chez les filles peut s'expliquer par le fait que les filles hétérosexuelles s'échangent aussi des photos aguicheuses. Le motif de cette démarche pourrait reposer sur l'obtention d'une confirmation et d'une reconnaissance sociale. La Body Positivity était un mot d'ordre important à ce sujet, ces dernières années. Snapchat est notamment utilisé par les adolescents, étant donné que son contenu n'atterrit pas automatiquement dans la galerie de l'appareil destinataire. L'envoi de matériel visuel aguicheur par les filles entre elles expliquerait aussi pourquoi il y a plus de filles qui reçoivent et envoient ce type de photos et de vidéos. Le recul chez les garçons pourrait s'expliquer par la prise de conscience concernant l'envoi de contenus non consentis, née notamment dans le cadre du mouvement #metoo. Il y a également une sensibilisation accrue, du fait que le sexting imposé (p. ex. les DickPics) représente une forme de harcèlement sexuel. Notons ici que ce matériel produit par des mineurs peut être illégal et être considéré comme de la pédopornographie. Il est donc important d'effectuer une telle sensibilisation auprès des jeunes dans le cadre de la pédagogie relative aux médias et à la sexualité (SKPPSC Prévention suisse de la criminalité, 2022). Une autre hypothèse pour expliquer le renforcement positif ou négatif peut être le fait que les envois à caractère aguicheur ou érotique sur les réseaux sociaux par des garçons récoltent moins de Likes que ceux des filles, ce qui peut avoir pour conséquence que les garçons fassent de moins en moins de posts de ce genre, et les filles de plus en plus.

3.7 Les réseaux sociaux comblent-ils le fossé numérique?

Au cours des dix dernières années, la proportion de jeunes qui disposent d'un réseau social via un profil, a augmenté constamment. Le nombre de jeunes ayant un profil ne diminue que sur Facebook. Plus ils sont jeunes, plus les utilisateurs de Facebook se font rares (Bernath et al., 2020). La priorité chez les adolescents reste surtout l'utilisation de Snapchat, Instagram et TikTok. Ce qui saute aux yeux, c'est la croissante fulgurante de TikTok au cours des deux dernières années.

Pour les autres réseaux, il n'y a pas de différence notable entre les jeunes d'un SSE inférieur, moyen ou supérieur. Au cours des dix dernières années également, on ne trouve aucune différence notable en fonction de ce critère. L'absence de différence au regard du capital socio-économique pourrait s'expliquer par l'utilisation gratuite des réseaux. La création et l'utilisation d'un profil ne génère pas de coûts pour les jeunes. On paie plutôt l'enregistrement et l'utilisation des plateformes en publiant des données personnelles. La large diffusion des téléphones portables et la large disponibilité de l'Internet à haut débit sont d'autres raisons. Presque tous les jeunes utilisent le téléphone

Graphique 7: Profils sur les réseaux sociaux en fonction du SSE



Cet aspect d'inégalité numérique en rapport avec l'utilisation d'Internet fait débat. L'utilisation d'Internet en Suisse en général est liée avec le statut socioéconomique (SSE). Les ménages avec un SSE élevé ont plus souvent un accès à Internet (Latzer, Büchi, Festic & Just, 2017). Ce fossé numérique est aussi appelé «Digital Divide». Cette tendance n'est pas visible en termes d'utilisation des réseaux sociaux. Au contraire, l'utilisation de Facebook en 2020 est nettement supérieure chez les personnes avec un SSE inférieur que chez celles qui ont un SSE supérieur (Bernath et al., 2020).

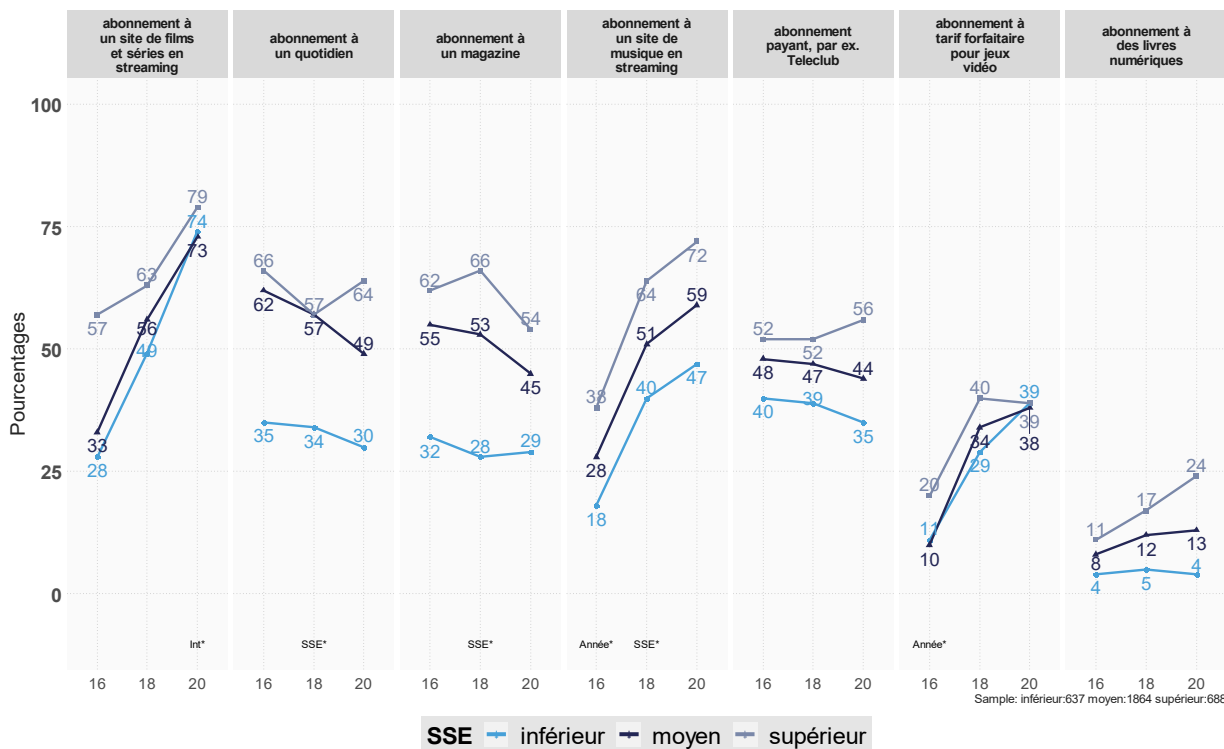
portable et Internet régulièrement – indépendamment de leur SSE (Bernath et al., 2020). L'utilisation «gratuite» et l'infrastructure accessible à tous ont un effet compensatoire, si bien qu'on ne peut pas parler de «fossé numérique» sur les réseaux sociaux pour cette tranche d'âge. Les réseaux sociaux sont donc pertinents pour les jeunes de toutes les catégories sociales.

3.8 Où le fossé numérique se manifeste-t-il?

Alors que la disponibilité des réseaux sociaux ne semble pas dépendre du SSE des jeunes (voir chap. 3.7), la situation n'est pas la même en termes d'offres payantes. L'espoir de com-

révèle presque plus de différences. Cela pourrait renvoyer à la pertinence sociale des services: Comme c'est le cas pour le smartphone, il pourrait naître une certaine pression à l'acquisition de ces offres pour participer à la vie sociale et pouvoir échanger à propos des séries et des films actuels (Weber, 2015). Cela se mani-

Graphique 8: Abonnements à des médias au sein du foyer en fonction du SSE



penser les inégalités sociales par la diffusion d'Internet sur tout le territoire et par la mise à disposition de tous des mêmes possibilités ne semble pas complètement fondé. Comme dans d'autres études (Büchi, 2018; Festic, Büchi & Latzer, 2021; Latzer, Büchi, Kappeler & Festic, 2021), on note ici aussi qu'il existe un certain «Digital Divide» en ligne. En fonction de l'origine sociale, différentes offres sont moins disponibles (first-level digital divide) ou sont utilisées avec moins de profit en raison d'un niveau de compétence plus bas (second-level digital divide) (Hargittai, 2002). En matière d'utilisation des offres d'abonnement, des tendances différentes se dessinent. Depuis 2016, presque toutes les offres sont plutôt disponibles dans les ménages avec un SSE supérieur que dans ceux qui ont un SSE inférieur. Une convergence significative au fil des années se dessine seulement pour les abonnements à des sites de films et séries en streaming. Si la répartition était encore très inégale en 2016, l'enquête de 2020 ne

reste du moins dans la mesure où, lors des deux dernières enquêtes JAMES (2018 et 2020), la *Casa de Papel* (une production disponible sur *Netflix*), était citée comme série préférée. Les nouvelles tendances comme la série coréenne *Squid Game* permettent de penser que les services de streaming vont jouer un rôle de plus en plus important pour la communication sociale. Le fait que la plupart de ces abonnements de streaming puissent être partagés et que plusieurs personnes puissent y accéder simultanément pourrait aussi favoriser la diffusion dans les familles de SSE inférieur. La pandémie de coronavirus pourrait aussi avoir joué un rôle en la matière. Le relevé des données de l'étude JAMES en 2020 a eu lieu pendant la première vague du coronavirus, alors que la Suisse était confinée et que la plupart des écoles étaient fermées (Office fédéral de la santé publique, 2020a; Office fédéral de la santé publique, 2020b). En raison des restrictions, les jeunes et leur famille ont passé l'essentiel de leur temps

chez eux, ce qui a probablement donné plus de pertinence aux offres de divertissement médias (Bernath et al., 2020). L'absence d'effet comparable sur les abonnements à des sites de musique en streaming ou à des livres numériques semble étonnant à première vue. La diffusion de services de streaming musical a aussi augmenté significativement depuis 2016, mais avec des différences en fonction du SSE. On n'a pas assisté ici à une égalisation. Cela peut s'expliquer par le fait que, pour certains services comme *Spotify*, une version gratuite financée par la publicité est disponible (spotify.com, 2021). De plus, une grande partie des offres musicales est consommable aussi gratuitement sur des portails vidéos comme *YouTube*. Ainsi, il est possible de contourner facilement une offre payante. En termes d'abonnements à des livres numériques, il n'existe pas de différences significatives au fil des années, y compris selon le critère SSE. Depuis plusieurs années, la lecture de livres fait partie des activités médias les plus constantes (voir chapitre 3.2), et elle ne présente pas non plus de différence selon le SSE des jeunes. Toutefois, une différence marquante se situe au niveau de la disponibilité des abonnements aux quotidiens et aux magazines. Depuis la première enquête en 2016, ils sont moins répandus dans les ménages à SSE inférieur que dans ceux à SSE supérieur. Il s'agit d'effets d'un first-level digital divide classique, c'est-à-dire des barrières financières pour accéder à l'offre. On peut aussi invoquer des inégalités par rapport à une utilisation moins génératrice de plus-value (second-level digital divide). Dès 1970, Tichenor & Kollegen ont défini le concept d'écart de connaissance (Knowledge Gap) et avancé l'argument selon lequel les personnes à SSE supérieur assimilent plus vite les informations des médias de masse que ceux qui ont un SSE inférieur, ce qui accroît les inégalités existantes (Tichenor, Donohue & Olien, 1970). Même si la population suisse consomme aujourd'hui des informations en ligne par le biais des portails d'information et des réseaux sociaux en général (Département de recherche opinion publique et société, 2021), il semble impossible de combler cet écart de connaissance. Car Internet est aussi utilisé moins intensément à des fins d'information par les personnes à SSE inférieur (Festic et al., 2021). Reste à savoir quels sont les effets de cette participation inégale à la société de l'information. Précisément en période de fausses nouvelles et de

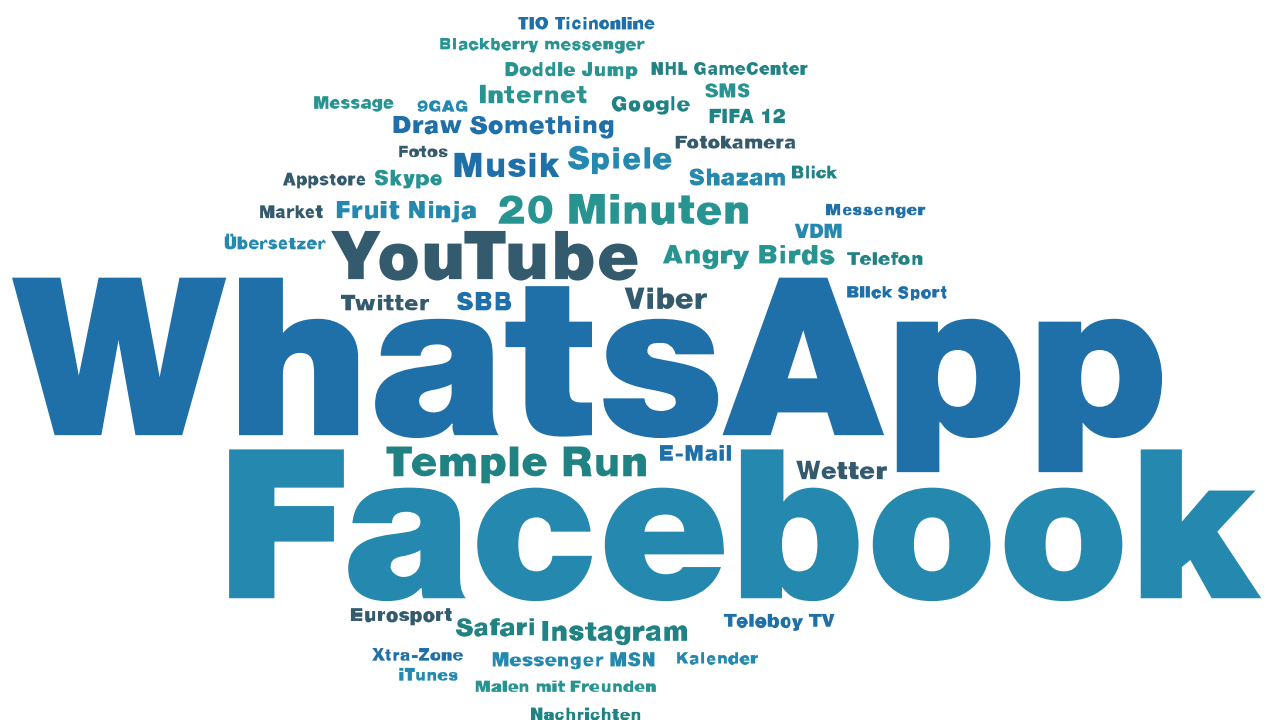
théories du complot, l'accès à des offres d'informations de qualité et de grande fiabilité, mais aussi la promotion des compétences d'information sont essentiels et devraient être à la disposition de chacun, indépendamment de son statut social.

3.9 Quelles sont les attentes des adolescents envers les applications?

Posséder un smartphone personnel permet de télécharger des applications dans une gamme en croissance permanente et de les combiner à son gré. En 2012, les jeunes étaient priés pour la première fois de citer le nom de leurs trois applications préférées sur le smartphone. Les

peut pas trouver de réponse définitive dans la présente analyse. Une étude suisse actuelle (Hüttermann, 2021) montre du moins, que d'un point de vue social, le smartphone est l'appareil préféré en matière de jeu. La popularité de *Brawl Stars* peut s'expliquer notamment par le fait que ce jeu est disponible exclusivement sur smartphone et qu'il est simple à utiliser. De plus, l'application offre de nombreuses possibilités de se mettre en contact et de jouer ensemble en

Graphique 9: Les applications de smartphone préférées en 2012



applications citées aux moins cinq fois sont représentées depuis au moyen d'un nuage de mots, avec une taille de police correspondant au nombre de fois où elles ont été citées. Une comparaison entre 2012 et 2020 permet d'identifier, outre des différences, quelques constantes notables.

On remarque que, par rapport à auparavant, les **jeux** font moins partie des applications préférées sur le smartphone. Alors qu'en 2012, une certaine variété de jeux étaient cités au moins cinq fois, comme *Angry Birds*, *Draw Something* ou *FIFA12*, en 2020 seul le jeu de combat multijoueurs *Brawl Stars* l'est. Cela ne représente pas un recul de la pertinence de cette activité de loisirs – la proportion d'adolescents qui jouent régulièrement est restée à un niveau constant depuis 2010 (voir chapitre 3.2). La question de savoir si les jeux sur smartphone perdent de leur popularité auprès des jeunes ne

appuyant sur un simple bouton. En outre, il existe une grande communauté *Brawl Stars* et d'innombrables contenus de divertissement sur *Youtube* ainsi que sur d'autres plateformes de réseaux sociaux. Ainsi, la satisfaction des besoins de contact social et de divertissement par le jeu, joue aussi un rôle essentiel.

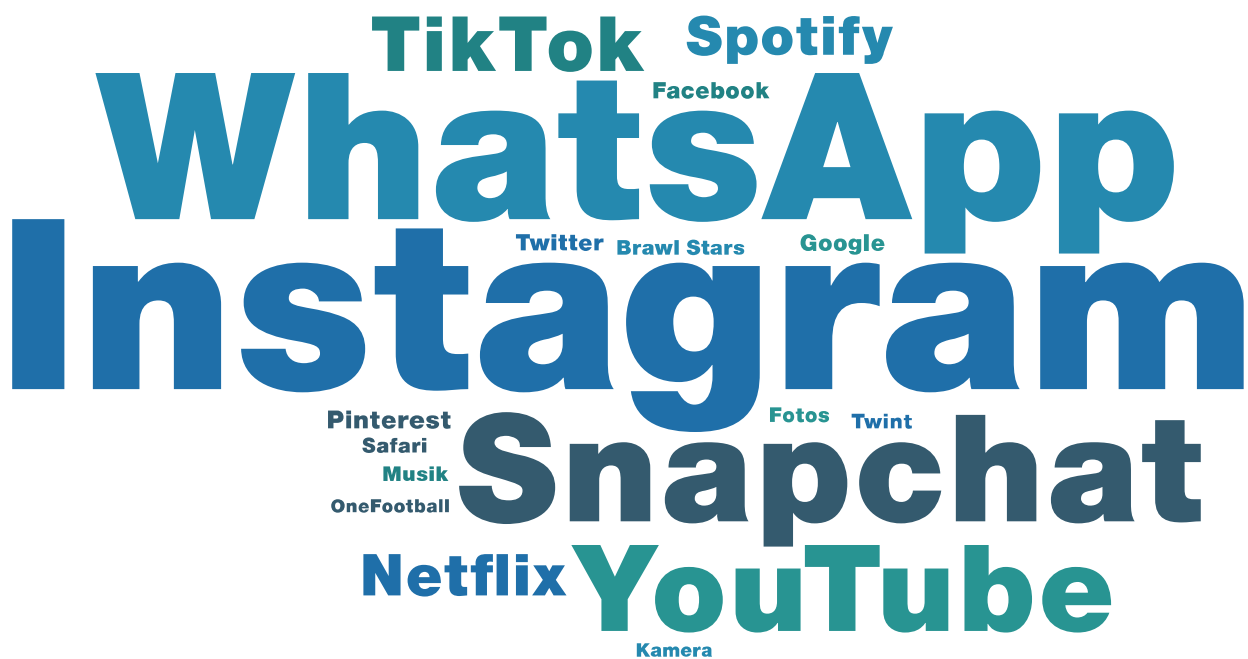
Parmi les applications préférées, les **services de streaming** financés par la publicité et les abonnements se sont imposés. Les contenus ne sont plus enregistrés sur les appareils, mais diffusés directement sur Internet. En 2012 déjà, bon nombre de jeunes suisses intégraient *YouTube* dans cette catégorie. Cette plateforme propose un mélange bigarré de contenus audiovisuels de professionnels et d'amateurs, et son utilisation est souvent bien ancrée dans les routines quotidiennes des jeunes (Heeg et al., 2018). La plateforme de films et de séries *Netflix*, arrivée sur le marché suisse en 2014,

s'est rapidement placée dans le top 3 des applications. Un autre mouvement en matière d'utilisation de contenus audio se dessine, à savoir un désamour envers des applications comme *Musik* ou *iTunes*, qui imposent un paiement, au profit des services de streaming, utilisables sans coûts fixes directs – avec en tête *Spotify*, disponible depuis 2011 en Suisse et qui propose, outre de la musique, des podcasts et des livres audio. Ces services de streaming permettent de sélectionner des contenus médiatiques

d'archivage qui peuvent être perçues comme fastidieuses (Vitale, Janzen & McGrenere, 2018). Les jeunes semblent échapper à ce dilemme en utilisant de plus en plus d'abonnements forfaitaires disponibles sur ces services de streaming (Bernath et al., 2020).

Les **réseaux sociaux** appartiennent aux applications les plus appréciées de nombreux jeunes dès 2012. Ils fournissent du divertissement, des actualités ou des possibilités de s'épanouir de façon créative. Ils

Graphique 10: Les applications de smartphone préférées en 2020



dans une collection quasiment infinie spontanément, selon ses envies, et de les utiliser sans avoir à se fixer à quelques titres et à devoir les acquérir moyennant paiement. Les jeunes semblent s'être habitués à ne pas devoir tenir compte de restrictions de temps et de contenu, comme les stations de télévision ou de radio linéaires en imposent. Par rapport à d'autres appareils également compatibles avec le streaming, le smartphone, en raison de sa portabilité permet aux jeunes de passer du temps avec leurs pairs sur le chemin de l'école ou du travail. Chez eux, les services de streaming peuvent offrir une alternative à l'utilisation commune en famille, et donc une forme de limite. S'observe ainsi une tendance à minimiser l'archivage et la possession personnelle des données et à privilégier les contenus en streaming. L'enregistrement de quelques données médiatiques sur le smartphone s'accompagne d'un ensemble d'inconvénients sous forme de tâches de gestion et

permettent aussi l'observation virtuelle des idoles ainsi que la confrontation et la communication avec des pairs, et jouent un rôle essentiel en matière de communication personnelle. Par ailleurs, les réseaux sociaux sont importants pour les jeunes, eu égard à la formation de l'identité et à l'intégration dans un cercle d'amis. Il n'est donc pas étonnant que leur popularité reste intacte, même en 2020. Au fil des années, une extension et un certain équilibrage des fonctions ont eu lieu - bientôt, on a pu partager sur plusieurs plateformes, outre des photos avec des filtres, des vidéos assorties d'effets et des bande-sons de façon permanente ou temporaire, avec des contacts personnels ou de façon publique, et échanger des messages privés multimédias. En matière de préférences, l'intérêt s'est déplacé vers les plateformes qui privilégient les images (animées). *Instagram* est devenu leader incontesté et a remplacé *Facebook* – seuls quelques jeunes font état de cette dernière application comme étant leur préférée. Le fait

que *Facebook* n'ait manifestement pas réussi à franchir le fossé des générations est confirmé par d'autres statistiques actuelles: l'âge moyen des utilisateurs en Suisse est de 43 ans (IGEM, 2021). De plus, au sein du top 3, on assiste à une diversification des réseaux sociaux. Le petit dernier arrivé et devenu rapidement un des préférés est *TikTok*. En 2014, quand *musical.ly* a été publié, la plateforme était surtout réservée aux vidéos de playback rapidement créées, partagées et consommées, mais elle contient de plus en plus souvent des créations moins artistiques, comme des vlogs. On remarque aussi le gain d'importance de *Snapchat*. Ce service a été fondé en 2011. Il a été le premier à introduire la fonction d'échange de messages visuels temporaires, bientôt disponible sur les autres réseaux sociaux. La conservation de souvenirs, comme on les connaît par exemple sous la forme d'albums photo ou de flux de médias sociaux est donc moins l'objectif (Bayer, Ellison, Schoenebeck & Falk, 2016; Kofoed & Larsen, 2016). Il s'agit plutôt d'un chat sans contrainte grâce à des «photographies temporaires» (Lobinger & Schreiber, 2017, p. 8), ce qui est actuellement très prisé chez les jeunes. Cela représente non seulement une économie d'espace de sauvegarde pour le smartphone, mais aussi une libération physique, de pouvoir mener des conversations sans preuves physiques (Bayer et al., 2016; Shein, 2013). La fascination des jeunes pour de tels échanges pourrait résider dans le fait qu'il ressemble plus aux interactions personnelles qui peuvent contribuer à améliorer le bien-être (Bayer et al., 2016; Sandstrom & Dunn, 2014). Dans le domaine de **l'Instant Messaging**, on constate en Suisse une concentration parallèle à la fusion de la messagerie et de téléphonie parmi les applications préférées des jeunes. Alors qu'en 2012, un large spectre d'applications faisait partie des favoris – et notamment *Viber*, *MSN*, *SMS*, la *téléphonie* ou le *Blackberry Messenger* – seul *WhatsApp* y figure encore en 2020. Outre le fait qu'aucun coût direct ne résulte de son utilisation, d'autres indices révèlent la popularité de l'application. D'une part, *WhatsApp* a complété sa fonction de messagerie instantanée d'origine avec des aspects qui se répartissaient auparavant sur plusieurs applications payantes. Ainsi en 2020, le service offre une large gamme de formats de communication, avec des appels téléphoniques et en visio, ou encore l'échange de messages vocaux et de fichiers. De plus, *WhatsApp* est très largement utilisé, par 84% de toute la population suisse (IGEM, 2021), ce qui permet une com-

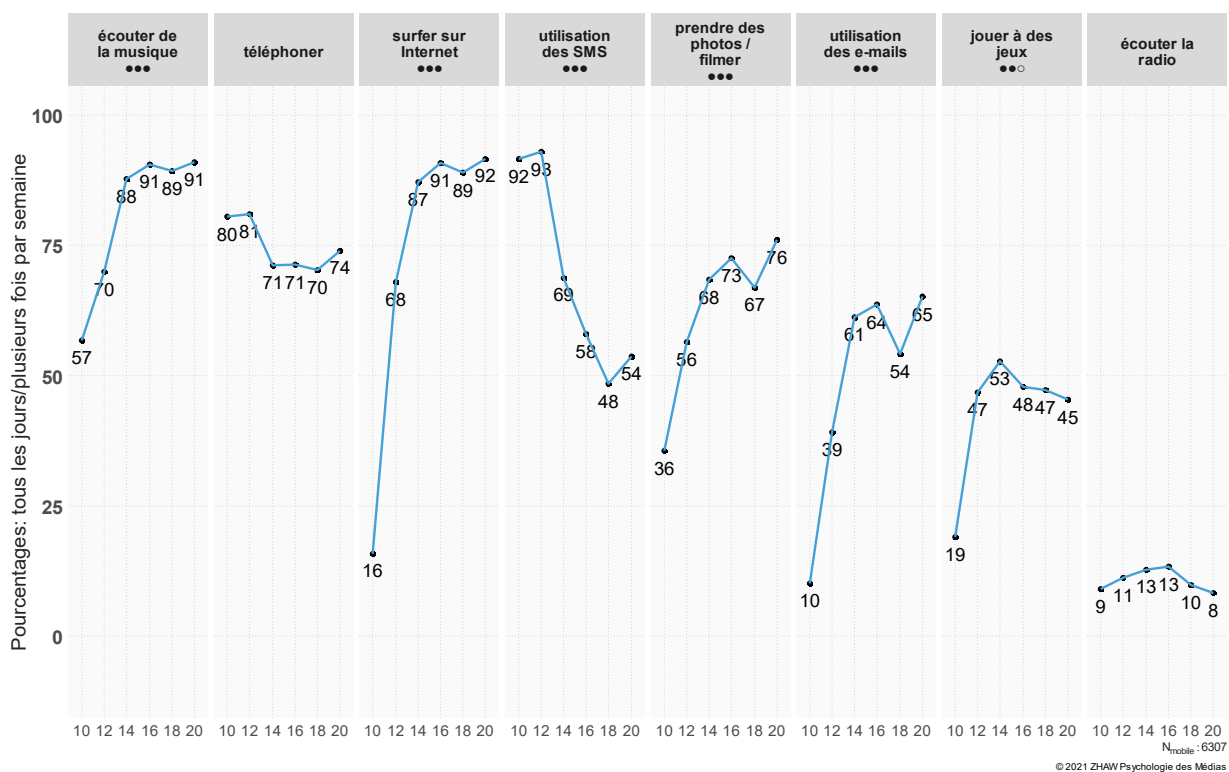
munication universelle avec diverses personnes de l'environnement social comme la famille, les amis, l'école, le travail ou les associations. Plus besoin de passer d'une application à l'autre selon le format et le partenaire de communication, ce qui rend l'utilisation plus simple et plus confortable. Les jeunes ont conscience que la protection des données et la sphère privée sur *WhatsApp* ne sont pas un principe fondateur (Heeg et al., 2018). Pourtant, les risques inhérents à l'application semblent passer après les avantages cités pour l'utilisation au quotidien. Reste à savoir si, eu égard à la publication de nouvelles dispositions relatives à la protection des données, des messageries plus sécurisées comme *Threema* ou *Signal* vont gagner en importance auprès des jeunes à l'avenir.

3.10 Comment le smartphone a-t-il modifié l'utilisation du téléphone portable?

L'utilisation du téléphone portable par les jeunes a subi des changements majeurs lors de la dernière décennie. On constate notamment une forte augmentation pour plusieurs fonctions basées sur Internet entre 2010 et 2014 (cf. Illustration 11). Cela s'explique par la vaste diffusion des smartphones. Ainsi en 2010, près de la moitié des jeunes utilisateurs de téléphone mo-

être conscients de devoir utiliser les données mobiles avec parcimonie et de se connecter à un WLAN (gratuit) dès que possible, ce comportement a changé au fil des années. La proportion de jeunes avec un abonnement a augmenté, la part d'utilisateurs de formule prépayée a chuté (cf. études JAMES de 2010 à 2018). De plus en plus, les abonnements de téléphonie mobile comprennent des quantités de données très élevées voire illimitées, si bien qu'Internet est devenu complètement utilisable indépendamment du lieu.

Graphique 11: Utilisation des fonctions de mobile au fil du temps



bile déclaraient posséder un smartphone (Waller & Süss, 2012). En 2012 et 2014, ils sont passés à 79% et 97% (Willemse et al., 2014; Willemse, Waller, Süss & Huber, 2012). En 2020, seulement 0,2% des téléphones sont des Feature Phones, c'est-à-dire des téléphones à clavier numérique (Bernath et al., 2020).

Avec le smartphone, l'Internet mobile s'est inscrit dans la vie quotidienne. Alors qu'en 2011, seulement 20% de la population suisse utilisaient aussi Internet en déplacement, ils sont 86% en 2021 – une majorité, dans la tranche d'âge des 14-19 ans, ils sont même 93% à le faire (Latzer et al., 2021). Si les jeunes étaient nombreux au début de l'ère du smartphone à

Le smartphone a permis de surfer sur Internet sans ordinateur, d'envoyer des e-mails ou d'écouter de la musique depuis une bibliothèque quasiment illimitée. Il ouvre aussi de nouvelles possibilités en matière de jeux. En plus de l'accès à Internet, la diffusion des commandes tactiles a contribué à transformer la totalité de l'écran en «zone de jeu» et en panneau de commande, par rapport aux anciens téléphones mobiles. Les caméras intégrées dans les smartphones ont détrôné les appareils photo numériques classiques en termes de qualité grâce à une assistance numérique ingénieuse, si bien qu'aujourd'hui, il est possible de créer des photos ou des vidéos d'une qualité supérieure avec le téléphone portable. Sur la

base de cette évolution, de nouvelles applications fortement axées sur le visuel, comme Instagram ou Snapchat, ont pu se positionner en tête (ch. chapitre 3.9). Avec l'Internet mobile, les applications de messagerie instantanée basées sur Internet, WhatsApp en tête, se sont inscrites dans le quotidien. Elles réduisent l'utilisation de SMS sans les supprimer tout à fait. Pour bon nombre de jeunes, la téléphonie est restée une activité fréquente exercée avec le téléphone portable au fil des années.

En revanche, d'autres fonctionnalités n'ont pas survécu au passage à l'an 2000, et n'ont plus figuré dans le questionnaire JAMES. Il s'agit notamment de l'envoi de MMS ou de la transmission de photos/films ou de fichiers MP3 par Bluetooth.

Finalement, on retient que le téléphone portable est utilisé de façon beaucoup plus variée qu'il y a dix ans. La technique s'est développée sans cesse et une vaste gamme d'applications diverses permet aujourd'hui une utilisation personnalisée du téléphone portable. Qu'il s'agisse de communication, d'information ou de divertissement - tout se trouve à portée de main. Le smartphone est devenu une telle évidence dans nos vies qu'on se demande dans quelle mesure il représente une part primordiale de notre identité (Harkin & Kuss, 2021; Park & Kaye, 2019; Ross & Bayer, 2021).

L'omniprésence du smartphone dans le quotidien des jeunes ouvre de nouvelles possibilités, mais génère aussi des défis. Elle place les jeunes régulièrement devant un dilemme (Heeg et al., 2018). Ainsi, le smartphone permet une communication spontanée indépendamment du lieu, mais il crée aussi une pression à être joignable en permanence et à devoir répondre immédiatement. De nouveaux phénomènes sont également apparus comme le «Phubbing», qui amène à négliger ou à ignorer des interlocuteurs présents physiquement au profit d'activités avec le smartphone (Aagaard, 2020). Pour développer une bonne gestion du smartphone, il faut non seulement des compétences techniques avec les médias, mais aussi la prise en compte d'aspects sociaux et émotionnels.

4 Résumé et discussion

Plusieurs grandes évolutions sociales ont marqué ou accompagné la gestion des médias par les jeunes dans les années 2010. Elles ont entraîné quelques changements. Parallèlement, il existe quelques constantes sur certains aspects: le comportement d'utilisation est resté le même pendant toute la décennie. Nous allons énumérer ci-après les tendances sociales à long terme ainsi que les constantes, et discuter de leur manifestation dans l'utilisation des médias.

La tendance à l'**individualisation** représente une tendance de plus en plus forte à une réalisation personnelle unique. Elle se fonde sur la hausse de la liberté de choix et l'autodétermination (Zukunftsinstitut, 2021a). Cette évolution se reflète fortement dans la consommation de médias des jeunes. Le menu a été alimenté par une offre plus large: outre la télévision et la radio linéaires, des services de streaming on-demand comme *Netflix* ou *Spotify* sont nés. Parallèlement à la diffusion massive de l'offre, l'accès aux contenus a été considérablement simplifié, par exemple sous la forme d'une application pratique et conviviale. De plus, la réception a été détachée du temps et – grâce au smartphone – du lieu où se trouve l'utilisateur. Aujourd'hui, tout le monde peut consommer n'importe quel média d'information et de divertissement presque partout et à tout moment. Que ce soit sous forme de texte, d'audio ou d'audiovisuel, la liberté de choix et l'autodétermination ont énormément augmenté durant les dix dernières années. De nouvelles compétences (médias) sont nécessaires. Les consommatrices et consommateurs doivent se poser une série de questions: Comment choisir le média optimal? Quand consommer quels contenus pour permettre la communication ultérieure basée sur lesdits contenus? Quelles applications correspondent le mieux à mon répertoire sur le smartphone? Le menu de médias et le répertoire d'applications deviennent l'expression de la personnalité et du style de vie de chacun.

La tendance à la **connectivité** correspond à l'évolution sociale vers plus de réseau. Ce réseau est permis avant tout par l'avènement d'infrastructures numériques, comme Internet ou le réseau de téléphonie mobile. Il en résulte une

quantité de nouvelles possibilités qui influent directement sur le quotidien de chacun (Zukunftsinstitut, 2021b). Et cet effet se traduit aussi dans la gestion des médias par les jeunes. La diffusion et l'utilisation d'Internet et du smartphone ont augmenté au cours de la dernière décennie, de même que les plateformes de communication qui s'appuient sur ces structures, comme les services de messagerie ou les réseaux sociaux. Ceux-ci sont très utilisés par les jeunes pour échanger individuellement et en groupe. Les jeunes s'organisent, échangent dans des contextes privés, scolaires et sociaux par le biais de ces canaux. La tendance à la connectivité était notamment l'une des conditions fondamentales pour l'enseignement à distance en temps de crise – comme pendant la pandémie de coronavirus. Parmi les inconvénients de cette mise en réseau intensive, il y a la joignabilité permanente, le flux incessant de communication ou la documentation permanente imposée de la vie quotidienne à grand renfort de photos et de vidéos sur les différentes plateformes sociales. Là encore, la même règle s'applique: il faut de nouvelles compétences pour se tenir à jour de l'évolution et l'intégrer à profit dans la vie personnelle.

Grâce au **Gender Shift**, les schémas traditionnels hommes/femmes perdent de leur importance. Le sexe n'est plus une notion gravée dans le marbre, les nuances deviennent possibles (Kelber, 2022). Le Gender Shift se révèle par certains aspects de l'utilisation des médias par les jeunes: la féminité et l'érotisme sont inclus sciemment par les filles dans leur quotidien numérique. L'utilisation habile de photos érotiques réalisées soi-même n'est plus un tabou et elle est assimilée à un style vestimentaire révélateur pour sortir. Dans la gestion de la pornographie d'origine industrielle, les sexes se ressemblent: les filles les consomment plus souvent, les garçons moins souvent qu'auparavant. Les préférences dépendent moins des rôles attribués que des goûts personnels. L'industrie réagit en produisant plus de films «female-friendly» dans lesquels les rôles des hommes et des femmes sont moins marqués par des stéréotypes fantasmés. À côté de ces ajustements entre les sexes, quelques **différences entre les sexes** restent stables sur certains aspects de l'utilisation des médias: les filles lisent plus souvent des livres, les garçons

dédient ce temps aux jeux vidéos. Manifestement dans ce domaine, le bénéfice retiré du média diffère selon le sexe. Si ces différences se maintiennent pendant la prochaine décennie, elles pourraient aussi avoir des causes d'ordre biologique.

Une autre tendance qui se manifeste chez les jeunes en Suisse consiste dans le **Relationship Minimalism** (Nordmann, 2021). On entend par là l'entretien de contacts peu nombreux, mais étroits et de qualité. En particulier les jeunes «trient» certains amis de leur environnement social pour se restreindre à quelques amitiés plus intimes. Cette tendance est l'expression d'un style de vie minimaliste en termes de possessions matérielles. La devise de ce mouvement est: moins c'est mieux – on y gagne une vie moins axée sur la consommation, plus simple et donc aussi plus heureuse (Nordmann, 2021). On trouve un signe de minimalisme relationnel dans la réduction des rencontres physiques entre amis. Déjà, avant la pandémie, cette fréquence diminuait régulièrement chez les jeunes. En contrepartie, les adolescents exercent plus d'activités dans le cadre de leur famille. On pourrait en déduire qu'ils se concentrent sur des amitiés plus étroites et moins nombreuses ainsi que sur la famille. Reste à savoir si cette tendance est aussi marquée pour les contacts en ligne, si les «tendances au tri» s'y manifestent ou si c'est l'effet inverse: le réseau en ligne deviendrait alors une sorte de lieu de compensation du réseau personnel.

Le **digital divide** (fossé numérique) est moins une tendance qu'une description de l'état de la société. Il décrit, depuis les années 1990, les inégalités démographiques et socioéconomiques en termes d'accès et d'utilisation des technologies de l'information et de la communication (Ritzhaupt, Cheng, Luo & Hohlfeld, 2020). L'écart se creuse notamment chez les jeunes de Suisse en matière de médias d'information écrite. Les abonnements aux journaux et aux revues sont plus souvent disponibles chez les jeunes des ménages socioéconomiquement plus aisés. Il en va de même pour les abonnements à la musique en streaming. Un autre fossé – non numérique – existe dans la pratique de sport extrascolaire. Les jeunes des ménages socioéconomiquement moins aisés en font toujours moins souvent que leurs pairs

issus de ménages plus aisés. Étant donné que le sport constitue un facteur important pour la santé physique et psychique, la société doit aller à l'encontre de cette tendance. Il est inadmissible que, dans un pays comme la Suisse, l'activité sportive des jeunes dépende des revenus de leurs parents. Il faut donc combler dès que possible cet **Activity Gap**. Il n'existe aucune scission au sein des réseaux sociaux. Étant donné qu'aucune taxe n'est prélevée pour la création d'un profil, les questions d'argent n'ont aucune importance. Le paiement est effectué avec les données personnelles, qui peuvent être mises à disposition pour toutes les catégories sociales. Il en va de même avec les abonnements de streaming de films et de séries. Entre-temps, ces abonnements sont disponibles dans près des trois quarts des ménages, indépendamment du statut social. Aucune différence n'est constatée pour les abonnements à tarif forfaitaire pour jeux vidéos. La propension à déboursier de l'argent pour un abonnement à un média semble être présente, à condition qu'il s'agisse d'une offre visant au divertissement. Le nivellement de l'accès à Internet est passé par la popularisation du smartphone et de l'abonnement à tarif forfaitaire qui s'y rapporte.

En plus des tendances citées précédemment, il convient de noter des **constantes** étonnantes dans la gestion des médias au cours de la décennie. Ainsi, la fréquence de lecture de livres chez les jeunes reste stable en dépit des progrès de la numérisation. Manifestement, le livre offre une valeur capable de s'imposer, même face à la concurrence numérique. L'utilisation de jeux reste aussi très constante. Ces deux activités ont pour point commun qu'elles procurent une expérience de plaisir optimal et qu'elles sont exercées délibérément. On sait bien qu'il faut investir un certain temps exclusif pour accéder à un niveau de plaisir adapté. Une certaine constance apparaît aussi dans la consommation de contenus violents. Même si on rapporte une hausse de la violence et de la criminalité juvéniles, celle-ci *ne va pas de pair* avec une augmentation de la violence dans les médias, qui ne peut donc pas être considérée comme une source possible du problème (Baier, 2021). Autre constante: par rapport aux jeunes suisses, les jeunes issus de l'immigration dédient en moyenne plus de temps au téléphone portable, à Internet et aux

jeux Les raisons sont multiples et reposent sur la base multiculturelle des jeunes issus de l'immigration: les médias soutiennent ces jeunes en jetant des ponts entre les cultures, les coutumes, les langues et les religions. Qu'il s'agisse de changement ou de constante, l'étude JAMES a montré ces dix dernières années que les médias font partie intégrante du quotidien des jeunes et qu'ils marquent de leur empreinte l'organisation de leurs loisirs. La prochaine décennie révélera sous quelle forme cette influence évoluera dans le futur.

5 Bibliographie

- Aagaard, J. (2020). Digital akrasia: A qualitative study of phubbing. *AI & SOCIETY*, 35(1), 237–244. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- Albrecht, I., Kottlow, M., Stocker, P. & Ziegler, H. (2021). *Rund ein Drittel der Kinder und Jugendlichen in der Schweiz ist gestresst – Erkenntnisse für Jugendliche, Eltern und Schulen*. Zürich: Pro Juventute Schweiz.
- Baier, D. (2021). *Anstieg der Jugendkriminalität in der Schweiz: Was sind mögliche Gründe?*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- BAK, B. für K. (o. J.). Musikalische Bildung. Zugriff am 10.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.bak.admin.ch/bak/de/home/sprachen-und-gesellschaft/musikalische-bildung.html>
- BAKOM, B. für K. (2021). Anzahl Mobilfunkkundinnen und -kunden. *Telekommunikation – Zahlen und Fakten*. Zugriff am 10.11.2021. Verfügbar unter: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/mobilfunk/anzahl-mobilfunkkundinnen-und-kunden.html>
- Bauder, N. & Hajok, D. (2019). Jugend und Pornografie. Aktuelle Perspektiven auf einen «Klassiker» des Jugendmedienschutzes. *JMS Jugend Medien Schutz-Report*, 42(2), 2–7. <https://doi.org/10.5771/0170-5067-2019-2-2>
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y. & Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956–977. Routledge. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349>
- Bernath, J., Suter, L., Waller, G., Külling, C., Willemsse, I. & Süss, D. (2020). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2020*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Bernecker, K. & Becker, D. (2021). Beyond Self-Control: Mechanisms of Hedonic Goal Pursuit and Its Relevance for Well-Being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(4), 627–642. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/0146167220941998>
- Berweger, B. & Bischofberger, C. (2016). Fokusgruppen JAMES – Gespräche mit Jugendlichen über ihren Medienumgang. Präsentation unveröffentlicht, ZHAW Zürich.
- Bonfadelli, Heinz, Bucher, Priska, Hanetseder, Christa, Hermann, Thomas, Ideli, Mustafa & Moser, Heinz (2008). *Jugend, Medien und Migration: Empirische Ergebnisse und Perspektiven* (1st ed. 2008.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91149-6>
- Büchi, M. (2018). How Social Well-Being Is Affected by Digital Inequalities, 21.
- Bundesamt für Gesundheit. (2020a). Bundesrat lockert schrittweise Massnahmen zum Schutz vor dem neuen Coronavirus. Zugriff am 6.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/das-bag/aktuell/medienmitteilungen.msg-id-78818.html>
- Bundesamt für Gesundheit. (2020b). Coronavirus: Bundesrat beschliesst weitgehende Lockerungen per 6. Juni. Zugriff am 6.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/das-bag/aktuell/medienmitteilungen.msg-id-79268.html>
- Bundesamt für Statistik, B. (2022). Ausländische Bevölkerung in der Schweiz. *Ausländische Bevölkerung in der Schweiz*. Zugriff am 14.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/migration-integration/auslaendische-bevoelkerung.html>
- Büttner, M. (2019). Der Blick junger Frauen auf Pornografie – Qualitative Analyse eines Onlineforums (Angewandte Sexualwissenschaft). *Geschlechtliche und sexuelle Selbstbestimmung durch Kunst und Medien – Neue Zugänge zur sexuellen Bildung* (S. 353–387). Giessen: Psychosozial-Verlag.

- Currie, C., Molcho, M., Boyce, W., Holstein, B., Torsheim, T. & Richter, M. (2008). Researching Health Inequalities in Adolescents: The Development of the Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) Family Affluence Scale. *Social Science & Medicine*, 66, 1429–1436.
- Döring, N. (2013). Wie wird Pornografie in Online-Foren diskutiert? *Z Sex Forsch*, 26(04), 305–329.
- Eisenegger, M. & Vogler, D. (2021). Die Corona-Pandemie als Katalysator für die strukturelle Krise des Informationsjournalismus. *Jahrbuch – Qualität der Medien 2021*. Zürich: Schwabe / fög Universität Zürich.
- Feierabend, S. & Klingler, W. (1998). *JIM 98 – Jugend, Information, (Multi-)Media*. Baden-Baden: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Festic, N., Büchi, M. & Latzer, M. (2021). It's still a thing: digital inequalities and their evolution in the information society. *Studies in Communication and Media*, 10(3), 326–361. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2021-3-326>
- Fischer, D. (2012). Bildung Schweiz. *Musik will nicht die zweite Geige spielen*, (9), 9.
- Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft. (2021). *Jahrbuch Qualität der Medien*. Zürich: Schwabe. Zugriff am 11.11.2021. Verfügbar unter: <http://www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch-qualitaet-der-medien.html>
- Gränicher, P. (2021). *Sportmotorische Bestandesaufnahme SMBA Motorische Fähigkeiten der Erstklässlerinnen und Erstklässler der Stadt Zürich*. Sportamt Stadt Zürich.
- Grossegger, B. (2014). Burn out – slow down? *Pädiatrie & Pädologie*, 49(4), 29–32. <https://doi.org/10.1007/s00608-014-0154-2>
- Hankonen, N., Heino, M. T. J., Kujala, E., Hynynen, S.-T., Absetz, P., Araújo-Soares, V. et al. (2017). What explains the socioeconomic status gap in activity? Educational differences in determinants of physical activity and screentime. *BMC Public Health*, 17(1), 144. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3880-5>
- Hargittai, E. (2002). Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>
- Harkin, L. J. & Kuss, D. (2021). "My smartphone is an extension of myself": A holistic qualitative exploration of the impact of using a smartphone. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 28–38. US: Educational Publishing Foundation. <https://doi.org/10.1037/ppm0000278>
- Heeg, R., Genner, S., Steiner, O., Schmid, M., Suter, L. & Süss, D. (2018). *Generation Smartphone. Ein partizipatives Forschungsprojekt mit Jugendlichen*. Basel und Zürich: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Verfügbar unter: www.generationsmartphone.ch
- Hirnstain, M. & Hausmann, M. (2010). Neuropsychologie. In G. Steins (Hrsg.), *Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung* (S. 69–85). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92180-8_5
- Hoefl, F., Watson, C., Kesler, S., Bettinger, K. & Reiss, A. (2008). Gender differences in the mesocorticolimbic system during computer game-play. *JOURNAL OF PSYCHIATRIC RESEARCH*, 42(4), 253–258. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2007.11.010>
- Hüttermann, M. (2021). *eSports Schweiz 2021: eine Studie des Instituts für Marketing Management*. Winterthur: ZHAW School of Management and Law. Zugriff am 13.1.2022. Verfügbar unter: <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/22296>
- IGEM. (2021). *Zusammenfassung IGEM-Digimonitor 2021. Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz*. Zürich: IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien.
- Kelber, C. (2022). Gender Shift: Zukunft der Geschlechter. *Zukunftsinstitut*. Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/gender-shift-zukunft-der-geschlechterrollen/>
- Kent, S. L. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon – the Story behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. USA: Prima Communications, Inc.

- Kofoed, J. & Larsen, M. C. (2016). A snap of intimacy: Photo-sharing practices among young people on social media. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.6905>
- Kramer, M. (2020). *Visuelle Biografiearbeit: Smartphone-Fotografie in der Adoleszenz aus medienpädagogischer Perspektive*. Baden-Baden: Nomos.
- Kunczik, Michael. (2017). *Medien und Gewalt: Überblick über den aktuellen Stand der Forschung und der Theoriediskussion (essentials) (1st ed. 2017.)*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-16543-7>
- Lamprecht, M., Bürgi, R., Gebert, A. & Stamm, H. (2021). Sport Schweiz 2020 – Kinder- und Jugendbericht, 68.
- Latzer, M., Büchi, M., Festic, N. & Just, N. (2017). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2017. Universität Zürich. <https://doi.org/10.5167/UZH-142248>
- Latzer, M., Büchi, M., Kappeler, K. & Festic, N. (2021). *Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2021. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2021*. Zürich: Universität Zürich. Verfügbar unter: <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2021>
- Lobinger, K. & Schreiber, M. (2017). Photo Sharing (Springer Reference Sozialwissenschaften). In K. Lobinger (Hrsg.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (S. 1–22). Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0_19-1
- Lüdeke, S. (2018). Peerbeziehungen. *Verhaltensprobleme bei Jugendlichen* (S. 55–74). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20600-0_5
- Makhanova, A., McNulty, J. K. & Maner, J. K. (2017). Relative Physical Position as an Impression-Management Strategy: Sex Differences in Its Use and Implications. *Psychological Science*, 28(5), 567–577. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/0956797616688885>
- Miller, B. (2018). *#FEMALE PLEASURE*. Filmcoopi Zürich. Verfügbar unter: <https://www.femalepleasure.org/>
- Nordmann, L. (2021). Relationship Minimalism: Ist im Sozialleben weniger mehr? *Philosophie Magazin*. Zugriff am 28.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.philomag.de/artikel/relationship-minimalism-ist-im-sozialleben-weniger-mehr>
- Park, C. S. & Kaye, B. K. (2019). Smartphone and self-extension: Functionally, anthropomorphically, and ontologically extending self via the smartphone. *Mobile Media & Communication*, 7(2), 215–231. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/2050157918808327>
- Pro Juventute. (2022, Januar 10). Wenn Sexting öffentlich wird. *Medien & Internet*. Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.projuventute.ch/de/eltern/medien-internet/sexting>
- Rainie, L., Brenner, J. & Purcell, K. (2012). *Photos and Videos as Social Currency Online*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Rao, P. & Taboada, M. (2021). Gender Bias in the News: A Scalable Topic Modelling and Visualization Framework. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 82. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.664737>
- Ritzhaupt, A. D., Cheng, L., Luo, W. & Hohlfeld, T. N. (2020). The Digital Divide in Formal Educational Settings: The Past, Present, and Future Relevance. In M.J. Bishop, E. Boling, J. Elen & V. Svihla (Hrsg.), *Handbook of Research in Educational Communications and Technology: Learning Design* (S. 483–504). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36119-8_23
- Ross, M. Q. & Bayer, J. B. (2021). Explicating self-phones: Dimensions and correlates of smartphone self-extension. *Mobile Media & Communication*, 9(3), 488–512. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/2050157920980508>
- Rüegsegger, M. & Brauchli, V. (2019). JAMESfokus – Gespräche mit Jugendlichen über ihren Medienumgang. Präsentation unveröffentlicht, ZHAW Zürich.
- Sandstrom, G. M. & Dunn, E. W. (2014). Social Interactions and Well-Being: The Surprising Power of Weak Ties. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(7), 910–922. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/0146167214529799>

- Selva, M. & Andi, S. (2020). *Women and News: An Overview of Audience Behaviour in 11 Countries*. (S. 44). Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Shein, E. (2013). Ephemeral data. *Communications of the ACM*, 56(9), 20–22. <https://doi.org/10.1145/2500468.2500474>
- SKPPSC Schweizerische Kriminalprävention. (2022, Januar 10). Sexting und Sie? Hätten Sie ja gesagt? Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.skppsc.ch/de/download/sexting/>
- Slater, M. D. (2003). Alienation, Aggression, and Sensation Seeking as Predictors of Adolescent Use of Violent Film, Computer, and Website Content. *Journal of Communication*, 53(1), 105–121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03008.x>
- spotify.com. (2021). Über uns. Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.spotify.com/de/about-us/contact/>
- Stefanone, M. A., Lackaff, D. & Rosen, D. (2011). Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 41–49. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0049>
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A. & Olien, C. N. (1970). Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159–170. <https://doi.org/10.1086/267786>
- Topping, K. J. (2015). Fiction and Non-Fiction Reading and Comprehension in Preferred Books. *Reading Psychology*, 36(4), 350–387. Routledge. <https://doi.org/10.1080/02702711.2013.865692>
- Uusen, A. & Mürsepp, M. (2012). Gender Differences in Reading Habits Among Boys and Girls of Basic School in Estonia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 69, 1795–1804. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.129>
- Vitale, F., Janzen, I. & McGrenere, J. (2018). Hoarding and Minimalism: Tendencies in Digital Data Preservation. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (S. 1–12). New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. Zugriff am 9.12.2021. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1145/3173574.3174161>
- Waller, G., Külling, C., Bernath, J., Suter, L. & Süss, D. (2019). *JAMESfocus – News und Fake News*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Waller, G. & Süss, D. (2012). *Handygebrauch bei Jugendlichen: Grenzen zwischen engagierter Nutzung und Verhaltenssucht*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.21256/zhaw-4317>
- Weber, M. (2015). *Der soziale Rezipient*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-08748-7>
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A.-L. et al. (2014). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2014*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Willemse, I., Waller, G., Süss, D. & Huber, A.-L. (2012). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2012*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Yarosh, D. B. (2019). Perception and Deception: Human Beauty and the Brain. *Behavioral Sciences (Basel, Switzerland)*, 9(4), 34. MDPI. <https://doi.org/10.3390/bs9040034>
- Zöllner, O. (2009). *Medien, Migration, Identität. Migranten und ihre Mediennutzung. Drei Projektberichte aus der Urbanregion Stuttgart*. Stuttgart: Hochschule der Medien Stuttgart. Verfügbar unter: https://hdms.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/631/file/medien_migration_identitaet.pdf
- Zukunftsinstitut. (2021a). Megatrend Individualisierung. *Zukunftsinstitut*. Zugriff am 29.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-individualisierung/>
- Zukunftsinstitut. (2021b). Megatrend Konnektivität. *Zukunftsinstitut*. Zugriff am 29.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>

Université des sciences
appliquées de Zurich

Psychologie appliquée

Pfingstweidstrasse 96
Case postale
CH-8037 Zurich

Téléphone +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie