

Communiqué de presse du 9 novembre 2016

ZHAW, Département de psychologie appliquée, en partenariat avec Swisscom

Etude JAMES: les jeunes passent de plus en plus de temps en ligne

Les jeunes Suisses passent en moyenne 25% plus de temps avec leur smartphone, leur tablette etc. qu'il y a deux ans à peine. C'est ce que révèle l'étude JAMES 2016, menée conjointement par la Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW) et Swisscom. Sur Internet, on regarde souvent des vidéos sur YouTube ou Netflix, mais on utilise aussi intensément les réseaux sociaux. Pour la première fois, Instagram et Snapchat ont détrôné Facebook parmi les réseaux sociaux les plus fréquentés.

Depuis la première enquête JAMES en 2010, le temps passé en ligne par les jeunes suisses a augmenté d'une demi-heure par jour: pendant la semaine, ils surfent, d'après leurs propres dires, en moyenne 2 heures et 30 minutes par jour (2014: 2 heures) et le samedi-dimanche, 3 heures et 40 minutes (2014: 3 heures). Comme presque tous les jeunes Suisses possèdent un smartphone, et de plus en plus, un abonnement à tarif forfaitaire, l'accès Internet mobile est devenu un élément du quotidien. C'est ce que montre l'étude JAMES 2016, dont c'est la quatrième édition depuis 2010, ce qui permet de distinguer des tendances. Le plus frappant est que les jeunes originaires de l'immigration utilisent l'Internet plus intensivement que les jeunes d'origine suisse.

«Cela peut s'expliquer, notamment, parce que les réseaux sociaux leur permettent de rester en contact avec leurs familles et leurs proches à l'étranger, en toute facilité», explique Daniel Süss, chercheur et directeur d'études à la ZHAW, qui a réalisé l'enquête JAMES pour la quatrième fois avec le codirecteur de l'étude, Gregor Waller, et son équipe.

Smartphones et tablettes – toujours et partout

Aujourd'hui, presque tous les jeunes Suisses possèdent leur propre téléphone mobile – et presque toujours un smartphone. 1 sur 100 seulement ne possède pas de téléphone portable. En outre, 40% des jeunes possèdent leur propre tablette, et quatre sur cinq en ont un à leur disposition dans le ménage. Compagnon permanent, le smartphone est utilisé en tout temps et partout, pour tous les médias; il remplace de plus en plus le PC, l'ordinateur portable, l'appareil-photo, la radio, la console de jeux et la montre. Près d'un tiers des sondés ont à disposition plus de 5 gigaoctets de volume de données. La tendance est la suivante: moins de téléphone et moins de SMS, mais davantage de temps passé sur le web, et une utilisation plus intensive des réseaux sociaux ou des messageries comme WhatsApp. 97% des jeunes communiquent quotidiennement, ou plusieurs fois par semaine, via une application de messagerie. Neuf sur dix utilisent souvent les réseaux sociaux en déplacement, grâce à leur téléphone portable (2016: 87%; 2014: 76%). Les clips vidéo aussi sont visionnés de plus en plus souvent sur un smartphone, à travers Facebook, YouTube etc. (2016: 78%; 2014: 69%; 2012: 40%). A titre de comparaison: le nombre d'appels téléphoniques réguliers s'est stabilisé autour de 71%, tandis que l'envoi de SMS a fait un bond en arrière de 58% (2014: 69%; 2012: 93%).

Snapchat et Instagram dépassent Facebook

94% des jeunes Suisses possèdent un compte sur au moins un réseau social. Avec 62%, Facebook a perdu son rang de réseau social préféré parmi les 12-19 ans, depuis le premier sondage en 2010. Après des années de suprématie absolue, il a été détrôné par Instagram (81%) et Snapchat (80%). C'est aussi Facebook qui subit le plus fort recul en matière de fréquence d'utilisation: en 2014, 79% des jeunes utilisaient cette plateforme plusieurs fois par semaine; aujourd'hui, ils ne sont plus que 55%. L'affiliation à Facebook et sa fréquence d'utilisation dépendent beaucoup de l'âge: plus il est bas, moins on utilise Facebook. Les 12-15 ans apportent de nouvelles préférences: ils préfèrent échanger sur des plateformes plus récentes, comme Instagram et Snapchat. En revanche, environ 80% des 18-19 ans sont encore inscrits sur Facebook, et 83% l'utilisent souvent. «Ce n'est pas tant une migration vers d'autres plateformes que la naissance d'une nouvelle génération d'utilisateurs», explique Michael In Albon, délégué à la protection de la jeunesse dans les médias chez Swisscom.

Les réseaux sociaux ne remplacent pas les rencontres entre amis

Le quotidien médiatique des jeunes est surtout marqué par le téléphone portable: 99% l'utilisent chaque jour ou plusieurs fois par semaine, souvent pour surfer sur le web (95%) ou écouter de la musique (94%).

Malgré le smartphone, la tablette etc., la pratique de loisirs non médiatiques depuis la première enquête en 2010 reste inchangée: 76% des jeunes rencontrent régulièrement leurs amis (en 2014: 79%), 66% font régulièrement du sport (en 2014: 64%) et 58% ne font volontiers «rien du tout» (en 2014: 60%). «Certes, les jeunes peuvent échanger en ligne entre eux, partout et à tout moment. Mais c'est accessoire et ne remplace pas les contacts en personne», argue Daniel Süss. «D'ailleurs, le clavardage (chatting) et les réseaux sociaux peuvent aussi être incommodants, et l'omniprésence du smartphone peut avoir un effet dissipant au quotidien. C'est pourquoi les familles devraient limiter l'utilisation d'appareils durant les repas ou les discussions, et les écoles devraient imposer des règles claires sur les smartphones.»

Les vidéos à la conquête du web

L'ordinateur et l'Internet sont intensivement exploités par les jeunes à des fins de divertissement. Quatre jeunes sur cinq (79%) utilisent quotidiennement ou plusieurs fois par semaine des portails vidéo tels que YouTube, myVideo ou Vimeo. Avec 68% d'utilisateurs, le streaming de musique sur Internet (p. ex. Spotify) a gagné en importance depuis 2014 (57%). En troisième place, l'entretien des profils personnels sur les réseaux sociaux (67%). Les préférences entre sites web montrent que l'image et les vidéos deviennent de plus en plus importantes: YouTube est de loin le site le plus visité. C'est là que les jeunes «consomment» des vidéos et de la musique ou apprennent à l'aide de vidéos didactiques. Cette tendance en faveur des «sons et lumières» est confirmée par l'importance croissante des services de streaming vidéos (comme Netflix) et des plateformes de photos/vidéos comme Instagram ou Snapchat. On remarque aussi un changement dans les appétences et le comportement des «fans»: 75% des jeunes peuvent citer un «YouTubeur» favori. «Aujourd'hui, les jeunes célèbrent et encensent les vedettes de YouTube, comme à l'époque les <boys bands> ou <girls bands>», explique Daniel Süss.

Faire des rencontres en ligne

25% des jeunes en Suisse déclarent qu'ils ont déjà été abordés en ligne par un inconnu démontrant des intentions sexuelles non souhaitées. On appelle ce phénomène le «cybergrooming». Comme dans les enquêtes précédentes, les filles en ont fait l'expérience nettement plus souvent que les garçons (34% contre 17%). 41% des jeunes Suisses ont déjà rencontré une fois physiquement une personne inconnue dont ils ont fait la connaissance sur Internet. Ce taux augmente avec l'âge: chez les 12-13 ans, il est de 25% environ, et de près de 50% chez les 18-19 ans. «En soi, rencontrer en personne quelqu'un dont a fait la connaissance sur Internet ne constitue pas un risque», estime Michael In Albon. «Mais il faut respecter certaines règles: par exemple, se donner rendez-vous dans un endroit public fréquenté, et être accompagné d'un adulte lors de la première rencontre.»

L'étude JAMES

Depuis 2010, l'étude JAMES se penche sur l'utilisation des médias par les jeunes en Suisse. JAMES signifie «Jeunes, activités, médias – enquête Suisse». Il s'agit d'une étude représentative réalisée tous les deux ans pour le compte de Swisscom par la Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW), qui interroge 1000 jeunes de 12 à 19 ans des trois grandes régions linguistiques de Suisse sur leurs habitudes en lien avec les médias.

Le département de psychologie appliquée de la ZHAW

Le département de psychologie appliquée de la ZHAW est le centre de recherche leader en Suisse en matière de psychologie comportementale. Il rassemble l'Institut de psychologie et l'IAP (Institut de psychologie appliquée). Avec nos programmes d'études de niveau bachelor ou master, notre centre de recherche et développement et une offre variée de formations professionnelles et de prestations de conseil pour les particuliers comme les entreprises, nous produisons des analyses concrètes à des fins personnelles ou professionnelles. www.zhaw.ch/psychologie

Swisscom, partenaire de la ZHAW

L'utilisation de médias sur différents terminaux fait aujourd'hui partie du quotidien des jeunes. Une bonne connaissance des médias et la protection des jeunes dans ce domaine sont donc devenues cruciales. Swisscom s'engage résolument sur ces deux fronts: depuis 2001, nous avons connecté gratuitement à l'Internet plus de 6800 écoles en Suisse, et proposons aux classes du niveau secondaire des formations pour améliorer les compétences médiatiques. Swisscom est le donneur d'ordre de l'étude JAMES, réalisée tous les deux ans par la ZHAW.

Pour en savoir plus:

www.zhaw.ch/psychologie/james

www.swisscom.ch/james

#etudejames2016

Contacts:

ZHAW Département de psychologie appliquée, Marketing & Communication, +41 77 429 72 91,

anja.vonrotz@zhaw.ch

Swisscom SA, relations médias, 3050 Berne, +41 58 221 98 04, media@swisscom.com