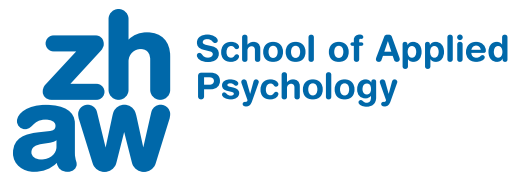


Cooperation partner



Zürich University  
of Applied Sciences



# JAMES focus

---

Effacité des cours sur la compétence en matière  
de médias

lic. phil. Sarah Genner  
lic. phil. Isabel Willemse  
Gregor Waller MSc  
Prof. Dr. Daniel Süss

Domaine de recherche: psychologie des médias, 2013

**Internet:**  
[www.psychologie.zhaw.ch/JAMES](http://www.psychologie.zhaw.ch/JAMES)

# Impressum

## Editeur

Haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHAW)  
Département de psychologie appliquée  
Pfingstweidstrasse 96  
Case postale 707, CH-8037 Zurich  
Téléphone +41 58 934 83 10  
info.psychologie@zhaw.ch  
www.psychologie.zhaw.ch

## Direction du projet

Prof. Dr Daniel Süss  
Gregor Waller, MSc

## Auteurs

lic. phil. Sarah Genner  
lic. phil. Isabel Willemse  
Gregor Waller MSc  
Prof. Dr Daniel Süss

## Partenaires de coopération

Swisscom SA  
Michael In Albon

### Partenaires en Suisse romande:

Dr Patrick Amey et Jennifer Blanchard  
Université de Genève  
Département de sociologie

### Partenaires au Tessin:

Dr Marta Cola et Alice Ponzoni  
Università della Svizzera italiana  
Facoltà di scienze della comunicazione

### Partenaire en Allemagne:

Thomas Rathgeb  
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest MPFS

### Design du logo JAMESfocus

Sarah Genner

### Citations:

Genner, S., Willemse, I., Waller, G. & Süss, D. (2013). *JAMESfocus. Efficacité des cours sur la compétence en matière de médias*. Zürich : Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

© ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften – Département Angewandte Psychologie

## Contenu

1. Avant-propos.....	4
2. Comment et de qui les enfants et les jeunes acquièrent-ils leurs compétences en matière de médias? .....	5
3. Résultat de l'étude JAMES sur les cours en matière de compétence sur les médias .....	5
Un cinquième des jeunes Suisses a suivi un cours sur les médias .....	6
Utilisation des médias et possession d'appareils .....	7
Ordinateur et Internet .....	9
Cyber-harcèlement et sphère privée .....	11
Réseaux sociaux .....	12
Téléphone portable .....	16
Contenus problématiques sur le téléphone portable .....	17
4. Conclusions.....	20
5. Conseils pour les écoles et les parents.....	21

## 1. Avant-propos

L'étude JAMES est une étude suisse représentative sur l'utilisation des médias et les activités de loisirs des jeunes de 12 à 19 ans. L'étude est menée par la ZHAW tous les deux ans depuis 2010. L'année suivante, une analyse secondaire des données obtenues est réalisée et donne lieu à une publication dans les rapports JAMESfocus. En 2013, JAMESfocus comporte quatre rapports intermédiaires portant sur les thématiques suivantes:

- *Le rôle des médias dans la relation parent-enfant*
- *Utilisation des médias et résultats scolaires*
- *Efficacité des cours sur la compétence en matière de médias*
- *Sphère privée dans les réseaux sociaux.*

Le rapport de l'étude JAMES 2012 ainsi que l'ensemble des rapports de JAMESfocus 2013 sont accessibles sous [www.psychologie.zhaw.ch/JAMES](http://www.psychologie.zhaw.ch/JAMES).

Nous remercions nos collègues du groupe de recherche Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, à Stuttgart, et notamment Thomas Rathgeb, Sabine Feierabend et Ulrike Karg, qui publient depuis 15 ans l'étude JIM en Allemagne et nous ont permis d'échanger à propos des expériences recueillies à l'occasion de différentes discussions.

Une étude trilingue nécessite le soutien de partenaires de recherche dans d'autres régions linguistiques. Il s'agit en l'occurrence des Dr Marta Cola et Alice Ponzoni de la Faculté de communication de l'Université de la Suisse italienne à Lugano et des Dr Patrick Amey et Jennifer Blanchard du Département de sociologie de l'Université de Genève. La collecte des données n'aurait pas été possible sans leur soutien – grazie mille et merci beaucoup.

Nous remercions enfin Swisscom, dont l'engagement dans le domaine de la compétence en matière de médias a permis d'atteindre de nombreuses personnes en Suisse et dont le soutien financier a permis aux projets JAMES et JAMESfocus de voir le jour.

L'équipe de recherche ZHAW en psychologie des médias

## 2. Comment et de qui les enfants et les jeunes acquièrent-ils leurs compétences en matière de médias ?

La compétence en matière de médias est considérée comme une qualification-clé de la société de l'information. Ce concept a donné lieu à de nombreuses définitions scientifiques (voir Jarren & Wassmer, 2009). La compétence en matière de médias recouvre généralement, outre les compétences techniques liées à l'utilisation, la capacité d'aborder les médias de manière responsable et critique sans effets secondaires négatifs (voir Süss, 2008). En fonction de la définition, la compétence en matière de médias inclut également les compétences de création active ou les compétences sociales et communicatives supplémentaires (voir Süss, Lampert & Wijnen, 2010). Une conception actuelle de la compétence en matière de médias prend également en compte des aspects des médias numériques tels que la gestion prudente des données personnelles sur Internet, les règles de communication sur Internet et la protection régulière contre les distractions numériques.

Les recherches antérieures ont montré que les enfants et les jeunes apprennent à utiliser les médias notamment par observation et imitation de personnes-référentes et que le comportement en matière de médias met en évidence des corrélations entre les parents et les enfants, voir p. ex. Zehnder (1988) ou Frey-Vor & Schuhmacher (2006). Ainsi, les enfants, grands consommateurs de télévision, ont très probablement des parents passant plus de temps devant le téléviseur que la moyenne (Frey-Vor & Schuhmacher 2006, p. 203).

Lors d'un questionnaire auquel près de 1000 jeunes du canton de Zurich ont participé en 2011, 35% des personnes interrogées ont déclaré avoir appris par eux-mêmes comment utiliser Internet (39% des garçons, 30% des filles). Dans 40% des cas, ils ont été aidés par le père, et dans 17% des cas par la mère, pour leurs premiers pas avec Internet. Un quart des personnes interrogées ont été aidées par des amis, 19% par un frère et 13% par une sœur. 95% ont reçu le soutien d'un enseignant (Hipeli, 2012, p. 176). Dans ce même questionnaire, près de la moitié des jeunes ont déclaré avoir appris des choses sur les aspects positifs et négatifs d'Internet (Hipeli, 2012, p. 183). La plupart des élèves interrogés préfèrent, lorsqu'ils rencontrent des problèmes avec Internet, 1. demander de l'aide à des amis qui s'y connaissent, 2. s'informer eux-mêmes sur Internet ou 3. demander à leur père. Près d'un quart des jeunes trouvent positif ou très positif que des experts répondent à leurs questions sur Internet pendant l'école ou lorsqu'il y a un cours sur Internet à l'école (Hipeli, 2012, p. 187).

Bien que l'influence de la famille et des camarades de leur âge détermine fortement la manière dont les jeunes utilisent les médias, les cours sur la compétence en matière de médias constituent une modalité importante de transmission systématique des connaissances en relation avec les médias. Nous examinerons ci-après dans quelle mesure la participation des jeunes à un cours sur la compétence en matière de médias est corrélée à leur comportement dans ce domaine et à leurs connaissances sur les médias.

## 3. Résultat de l'étude JAMES sur les cours en matière de compétence sur les médias

L'étude JAMES 2012 a interrogé des jeunes de 12 à 19 ans, entre autres sur leur participation à des cours sur la compétence en matière de médias. Deux questions leur ont été posées à cet effet:

1. **«As-tu déjà assisté à un cours sur les médias, notamment Internet, la téléphonie mobile, les réseaux sociaux etc. (dispensé pendant les heures de classe par un spécialiste étranger à l'établissement)?»** Les réponses possibles étaient oui, non et ne sais pas. Dans le cas où les jeunes répondaient par oui, une question subsidiaire était posée:

2. «**Ce cours t'a-t-il apporté quelque chose?**» Les réponses possibles étaient les mêmes.

Pour les évaluations suivantes, les réponses «ne sais pas» ont été considérées absentes et n'ont pas été incluses dans l'analyse. Les résultats ont été présentés séparément en fonction des deux questions, en tenant compte du fait que dans la question sur l'intérêt du cours, l'échantillon ne prend en compte que ceux qui ont suivi un cours sur les médias.

Aucune information n'est disponible sur la nature et la durée des cours sur les médias auxquels les jeunes interrogés ont participé. Il peut s'agir d'exposés d'une heure ou de cours portant sur des thèmes très spécifiques, ou encore d'ateliers sur plusieurs jours portant sur l'utilisation des médias. Par conséquent, les conclusions doivent être considérées avec prudence.

## Un cinquième des jeunes Suisses a suivi un cours sur les médias

22% des jeunes interrogés ont suivi un cours sur les médias. 78% ont déclaré ne pas avoir suivi un tel cours. Parmi ceux qui ont suivi un cours (n=222), 62% ont déclaré que ce cours leur a apporté quelque chose. 38% ont l'impression de ne pas avoir profité de ce cours.

**Tableau 1: Caractéristiques démographiques des participants à un cours sur les médias**

Caractéristique		Participants à un cours sur les médias en %	Part des participants à un cours sur les médias en ayant tiré un profit en %
Région	Suisse alémanique	21	63
	Suisse romande	26	62
	Tessin	21	46
Tranche d'âge	12-13 ans	31	40
	14-15 ans	28	62
	16-17 ans	21	73
	18-19 ans	16	73
Sexe	Filles	20	63
	Garçons	25	62
Statut socio-économique	Faible	21	64
	Moyen	22	57
	Elevé	26	76
Issu(e) de l'immigration	Non	22	64
	Oui	22	49
Type d'établissement scolaire (n=430)	Prégymnasial	21	37
	Seco.	32	69
	Court	42	60
Domicile/urbanisation de l'école	Ville	17	63
	Campagne	27	62

Les jeunes du Tessin ayant suivi un cours sur les médias ont tendance à le trouver moins utile que les jeunes de Suisse alémanique et de Suisse romande. Par ailleurs, les chiffres montrent que les 12-13 ans ont moins profité des cours suivis que les moins jeunes. Une explication possible pourrait être que les connaissances initiales des jeunes ont été sous-estimées et, par conséquent, que le niveau des cours était éventuellement inférieur au niveau de connaissances actuel. Alors que le sexe n'a manifestement aucune incidence dans la perception de l'utilité du cours par les jeunes, le statut socio-économique est un facteur pertinent. Les jeunes avec un statut socio-économique supérieur ont suivi un cours plus tôt et l'ont plus souvent perçu comme étant utile. La situation concernant le niveau d'études est à l'opposé: le nombre d'élèves du gymnase ayant suivi un cours est plus faible que celui

des élèves du secondaire. Par ailleurs, ils ont pu nettement moins profiter des cours que les autres niveaux de formation. Les jeunes non issus de l'immigration déclarent avoir plus fortement profité des cours que les jeunes issus de l'immigration. Dans les zones rurales, le nombre de participants aux cours sur les médias était nettement plus élevé que dans les zones urbaines, même si la distinction ville-campagne n'intervient pas quant au fait de si les jeunes ont profité du cours ou non.

### Utilisation des médias et possession d'appareils

S'agissant de l'*utilisation des médias*, on n'observe aucune différence entre les jeunes ayant suivi un cours sur les médias et ceux qui n'en ont pas suivi. On observe, certes, différentes tendances, mais aucune d'entre elles n'est pertinente statistiquement (cf. figure 1).

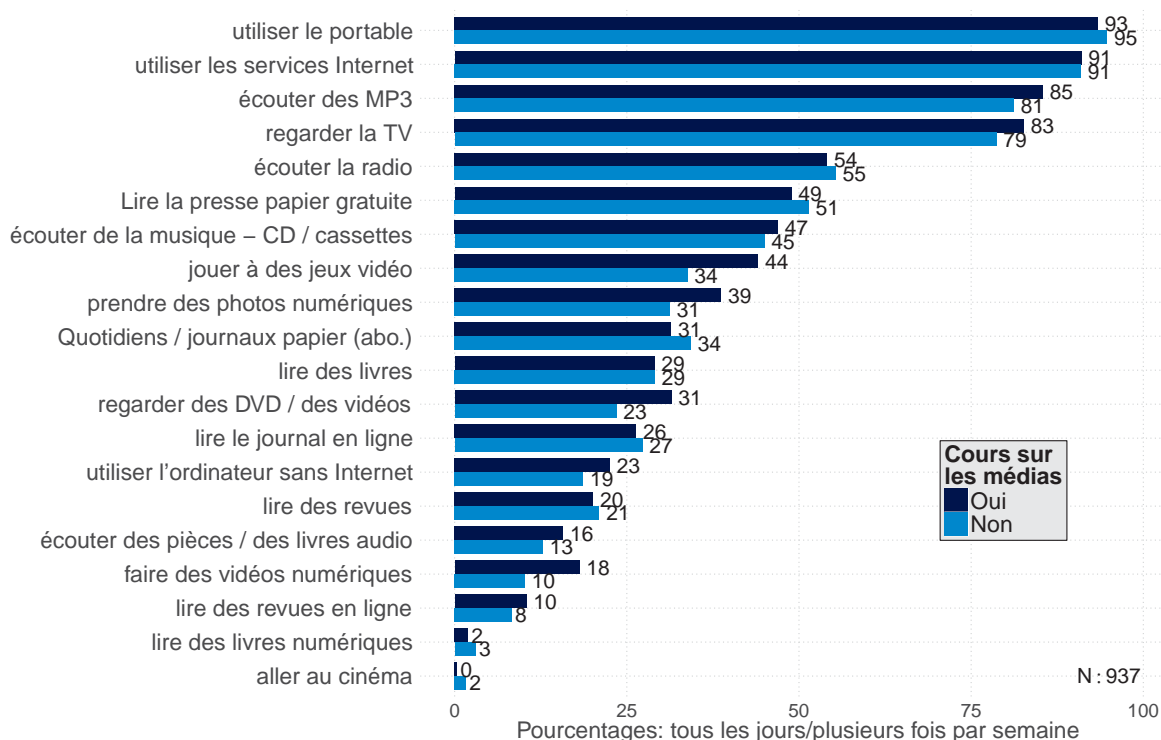


Figure 1: Loisirs médias en fonction de la fréquentation d'un cours sur les médias

On observe une différence significative dans l'évaluation du bénéfice du cours. Les personnes interrogées ayant tiré profit du cours écoutent nettement moins régulièrement (9%) des pièces audio ou des livres audio que ceux qui n'ont pas profité du cours (27%) (cf. figure 2).

Les jeunes auxquels le cours a apporté peu de choses font en général plus de photos numériques et de vidéos. L'interprétation qui peut en être faite est que les jeunes qui produisent régulièrement des photos et des vidéos disposent déjà de compétences dans l'utilisation des médias numériques et n'ont donc pratiquement pas profité du cours.

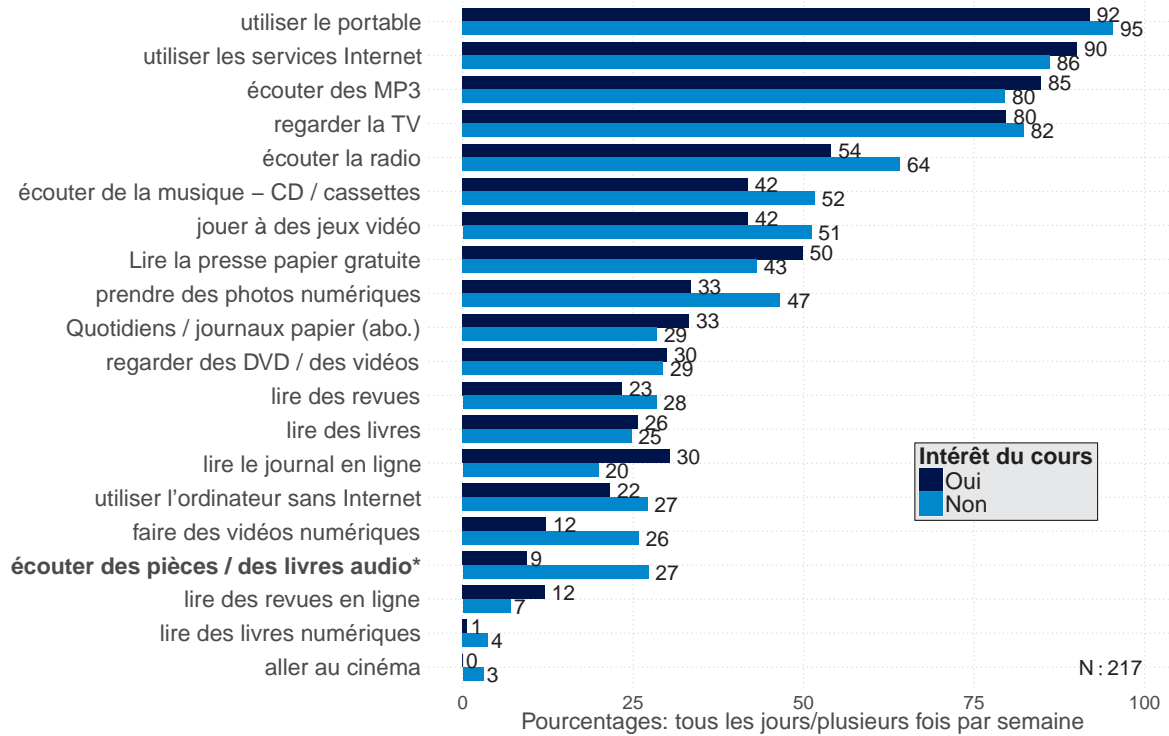


Figure 2: Loisirs médias en fonction de l'intérêt du cours

Il n'y a pratiquement pas de différence, concernant la possession d'appareils, entre les jeunes qui ont suivi un cours et ceux qui n'en ont suivi aucun. La seule différence significative statistiquement concerne le poste radio: le nombre de jeunes ayant assisté à un cours sur les médias et possédant leur propre poste radio est nettement supérieur (63%) à celui de ceux qui n'y ont pas assisté (48%).

Si l'on considère uniquement ceux qui ont suivi un cours (figure 3), la différence est marginale: les personnes qui ont estimé que le cours qu'ils avaient suivi était utile sont deux fois moins nombreuses à posséder une tablette. La tendance constatée est la suivante: plus tôt les jeunes possèdent de «nouveaux» terminaux numériques (tels que des ordinateurs/portables avec accès Internet, des consoles de jeu ou des tablettes), moins ils considèrent que le cours est utile. Plus tôt ils disposent de leurs propres «terminaux traditionnels» tels que poste TV ou radio, mieux ils ont profité du cours.



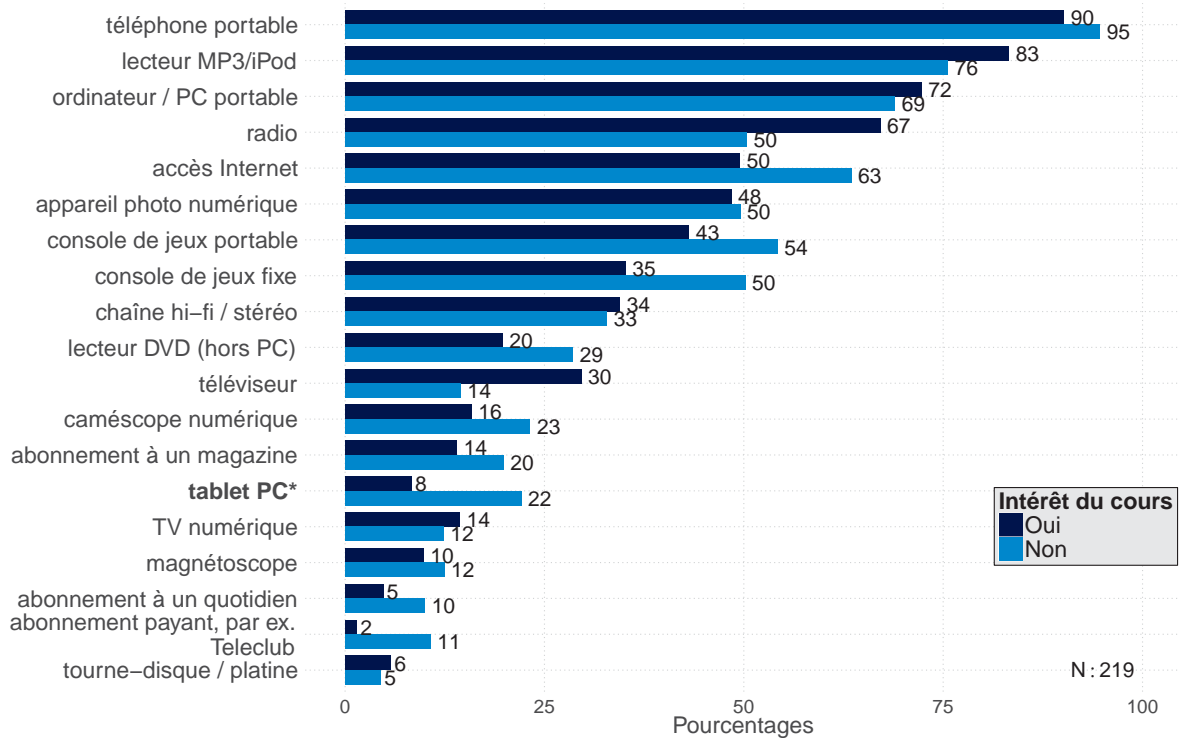


Figure 3: Possession d'appareils par les jeunes en fonction de l'intérêt du cours

### Ordinateur et Internet

On observe une tendance claire concernant les *compétences techniques en informatique*: Plus les connaissances techniques en informatique sont développées, plus les jeunes ont suivi tôt un cours sur les médias (cf. figure 4). Cette corrélation est significative statistiquement dans le cas de la programmation. Ceci peut s'expliquer par le fait que les compétences avancées telles que la programmation ou bien la création d'un site Web sont plus liées à la transmission des connaissances que des activités moins exigeantes telles que l'installation d'applications. Il était prévisible que les jeunes au fait de la technique aient suivi un cours spécial sur ce thème. En ce qui concerne l'appréciation de l'intérêt du cours, on ne constate pas de différences significatives.

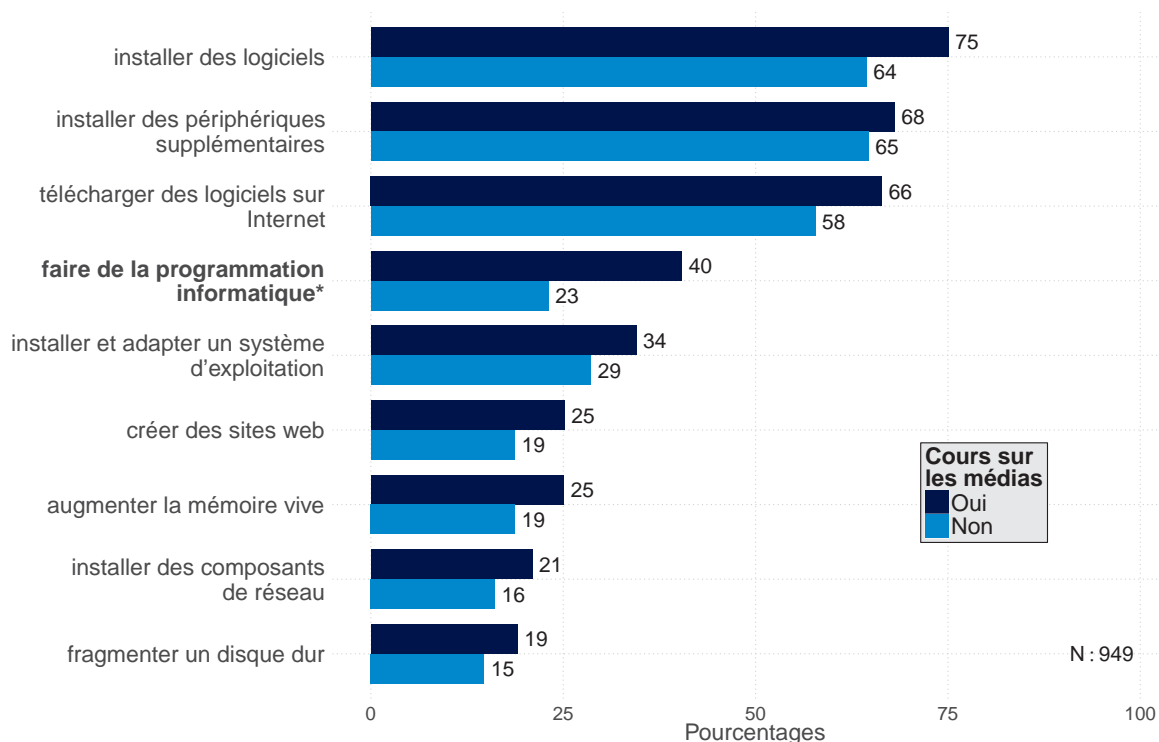


Figure 4: Travaux déjà effectués soi-même sur un ordinateur en fonction de la participation à un cours

Le bloc de questions *Utilisation d'Internet à des fins de divertissement* n'a pas mis en évidence de différences significatives selon que les personnes ont suivi des cours sur les médias ou non. Il en est de même pour l'évaluation de l'intérêt du cours. Toutefois: on constate que les personnes qui n'ont pas pu profiter du cours ont tendance à utiliser plus souvent les portails vidéo tels que YouTube. De même, aucune différence significative n'a été constatée dans le bloc de questions sur la communication sur Internet. Il n'y a pas non plus, sur les questions relatives à la *recherche d'informations sur Internet*, de différences notables entre les personnes ayant suivi les cours et celles qui n'en ont pas suivi. Il en est de même pour l'évaluation de l'intérêt du cours.

Le fait que les jeunes créent eux-mêmes des *contenus Internet* (cf. figure 5), ne semble pas être lié à la fréquentation d'un cours sur les médias. La situation est différente pour ce qui est de l'évaluation de l'intérêt du cours: les participants téléchargeant régulièrement de la musique ou des contributions à des newsgroups/forums ont plutôt tendance à déclarer qu'ils n'ont pas profité du cours sur les médias auquel ils ont participé.

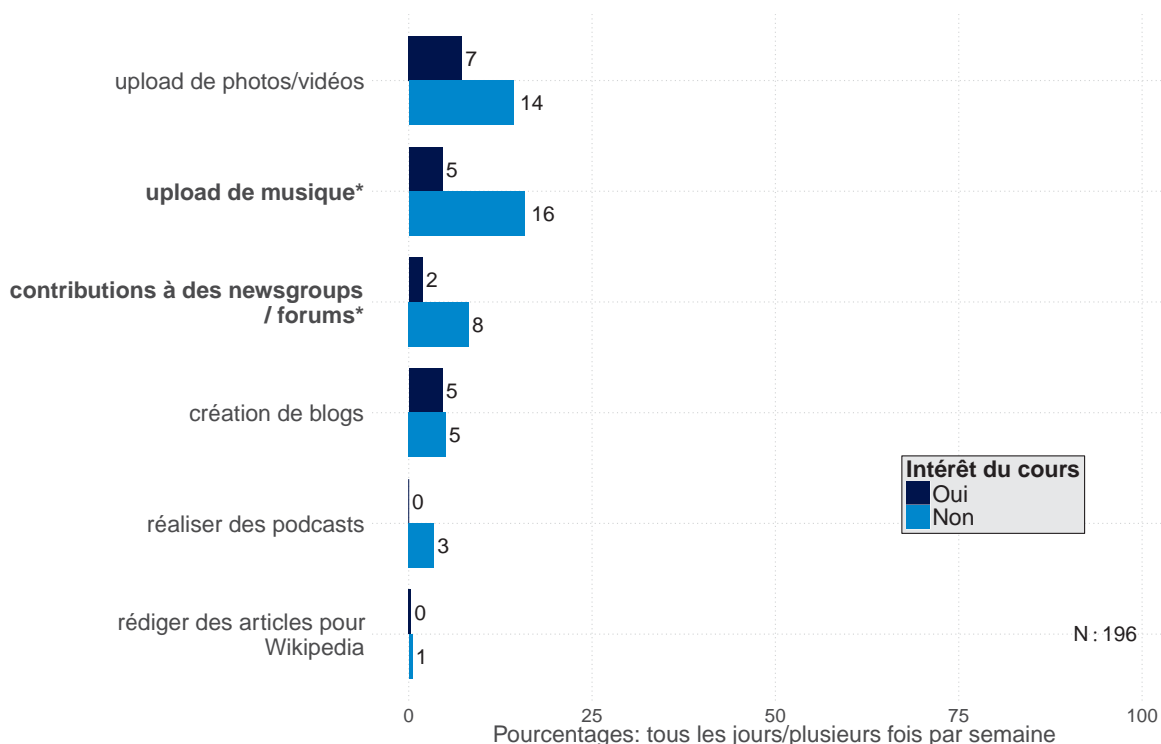


Figure 5: Création active de contenus sur Internet en fonction de l'intérêt du cours

## Cyber-harcèlement et sphère privée

Le cyber-harcèlement est un sujet faisant actuellement l'objet d'une discussion publique intense. Les conséquences pour les jeunes victimes de cyber-harcèlement peuvent être graves. La publication sur Internet de photos ou de vidéos d'autres personnes, sans leur consentement, n'est pas pour autant constitutive de harcèlement. Toutefois, dans le cas où les photos sont offensantes ou particulièrement intimes, les conséquences peuvent être importantes. Les limites de ce qui peut être perçu comme offensant varient individuellement d'une personne à l'autre.

Il n'y a pas toutefois de corrélation significative entre les cours sur les médias qui ont été suivis et les expériences désagréables sur Internet telles que les photos ou les vidéos qui ont été mises en ligne sans l'accord de la personne concernée, ou le cyber-harcèlement (cf. figure 6). Ceux qui ont suivi un cours ont tendance à avoir une plus grande expérience avec ces situations en ligne. Ceci peut être lié au fait que de nombreux cours sur les médias sont organisés par les établissements lorsqu'il y a déjà eu des problèmes avec l'utilisation des médias à l'école. Il n'y a pas non plus de différences significatives en ce qui concerne l'expérience de l'intérêt du cours.

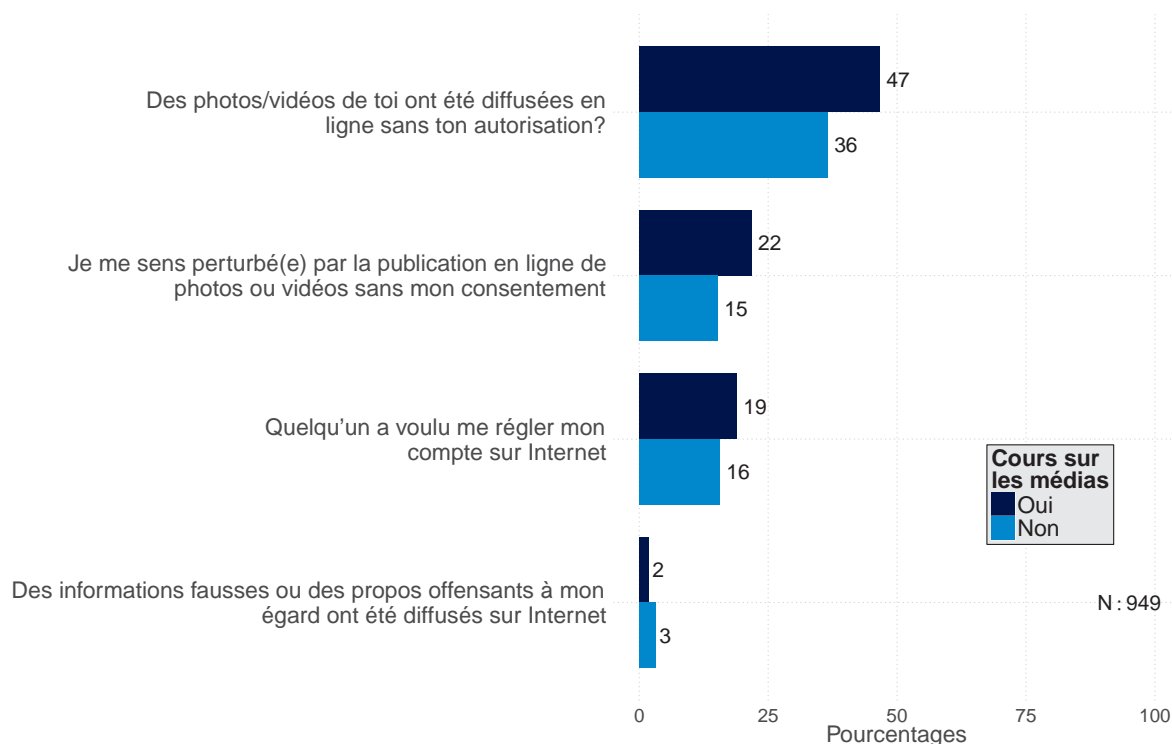
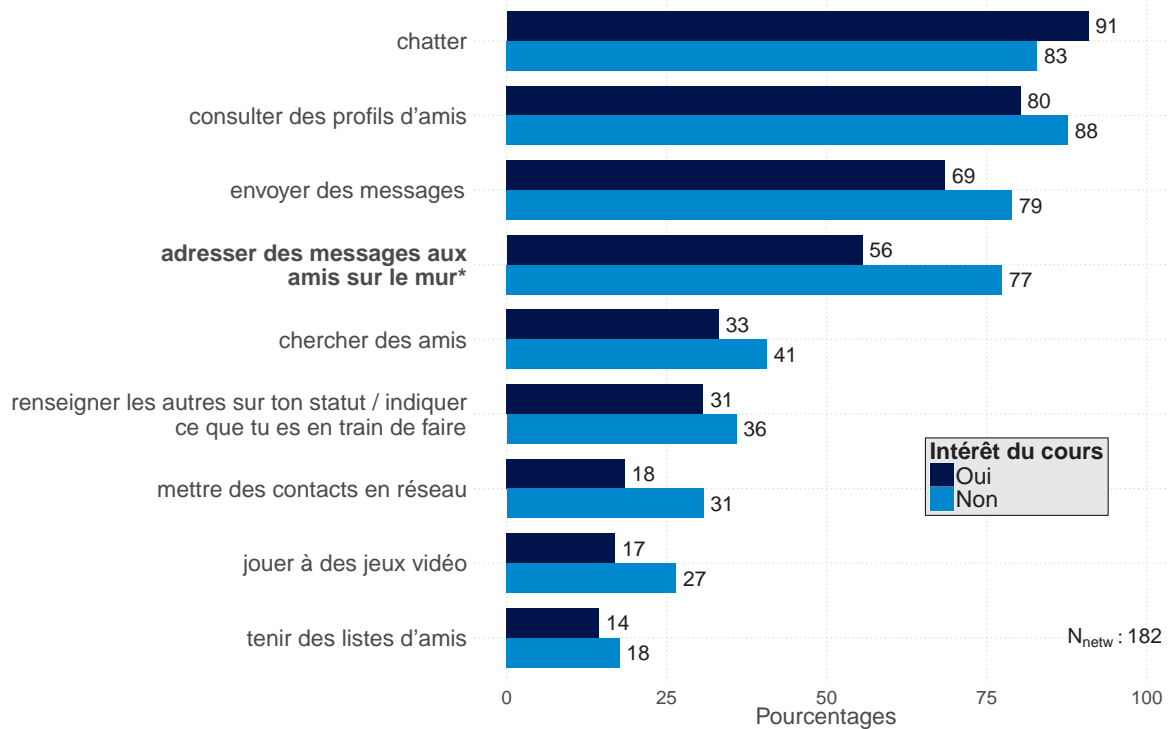


Figure 6: Expériences négatives sur Internet en fonction de la participation à un cours sur les médias

## Réseaux sociaux

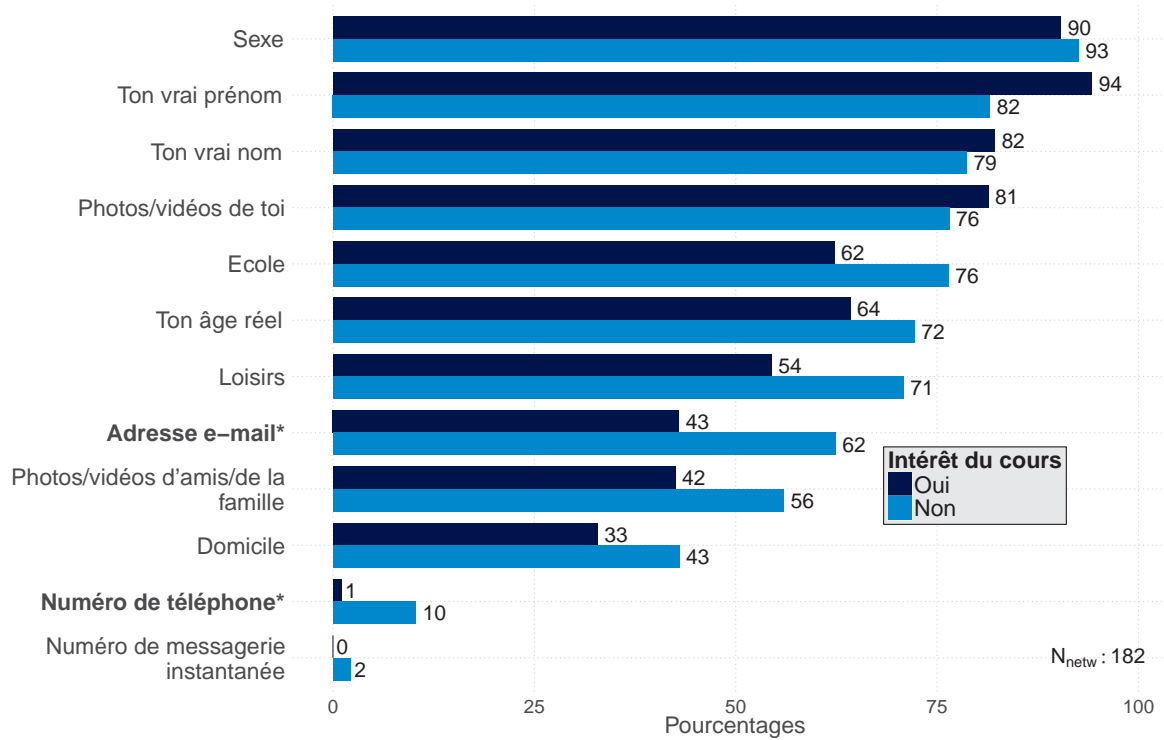
Les réseaux sociaux constituent actuellement un sujet d'actualité tant dans les médias que dans les familles et les écoles. L'étude JAMES 2012 a permis de constater que 82% des jeunes Suisses possèdent au moins un compte sur les réseaux sociaux. Facebook était par ailleurs le site Web préféré des personnes interrogées (Willemse, Waller, Süss, Genner & Huber, 2012). De nombreux cours sur l'utilisation des médias s'intéressent également aux réseaux sociaux. Il y est souvent question des informations que les jeunes donnent d'eux-mêmes mais aussi des activités auxquelles ils s'adonnent sur ces plateformes. Le fait que les jeunes aient suivi ou pas un cours sur les médias ne semble pas avoir d'incidence sur les activités au sein des réseaux.

Les jeunes auxquels le cours a apporté quelque chose étaient clairement moins actifs dans les médias sociaux. On constate en particulier qu'ils écrivent beaucoup moins sur les murs (ex. Facebook) des autres personnes (cf. figure 7). Cela donne à penser que les contenus des cours en question ont contribué à rendre les jeunes plus prudents lorsqu'ils publient des informations sur le mur visible publiquement d'autres personnes.



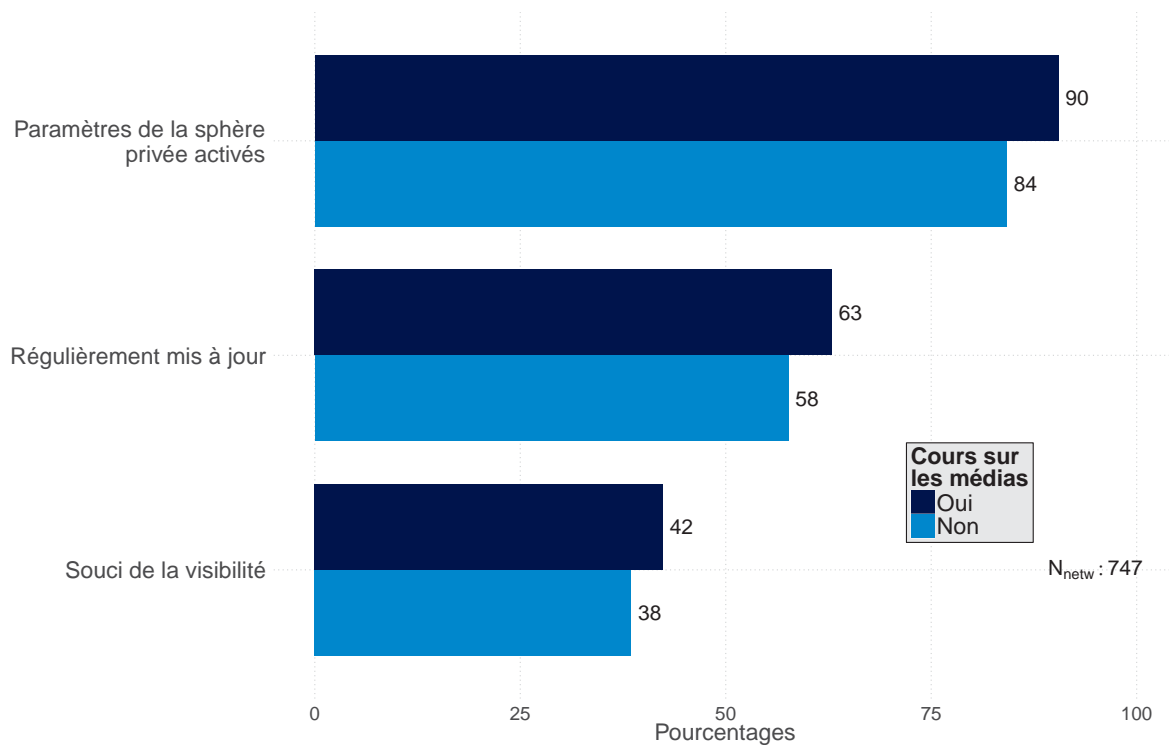
**Figure 7: Activités sur les réseaux sociaux en fonction de l'intérêt du cours**

On ne constate pas non plus de différence significative entre les jeunes ayant suivi un cours et ceux qui ne l'ont pas fait en ce qui concerne la divulgation d'informations. On observe des tendances pour ce qui est des photos personnelles: les jeunes n'ayant pas suivi de cours sont 88% à publier leurs propres photos, alors que ceux qui ont suivi un cours sur les médias représentent 81%. Les loisirs et le domicile sont globalement mentionnés plus fréquemment par ceux qui ont suivi un cours (56 et 37%) que par ceux qui n'en ont pas suivi (46% et 29%). On observe des différences nettes à propos de la question portant sur l'intérêt du cours. Lorsque les jeunes ont profité du cours sur les médias, ils publient beaucoup plus rarement leur adresse email et leur numéro de téléphone. Ils ont également tendance à être plus réservés avec les informations dans d'autres domaines – hormis celles relatives au sexe, au nom réel et aux photos personnelles (cf. figure 8).



**Figure 8: Révélation d'informations sur les réseaux sociaux en fonction de l'intérêt du cours**

Plusieurs réseaux sociaux permettent de restreindre l'accès à de nombreuses informations sur les profils à un cercle limité de membres. Les personnes ayant participé à des cours sont 90% à utiliser ces fonctions de protection de la sphère privée, ce qui est plus que le nombre des autres personnes interrogées n'ayant pas suivi des cours sur les médias (84%). Par ailleurs, les personnes ayant participé à un cours ont tendance à plus souvent (63%) actualiser leurs paramètres sur la sphère privée que les jeunes qui n'ont jamais participé à un cours sur les médias (58%). Ces deux groupes se soucient de manière comparable de la visibilité de leurs données privées (cf. figure 9).



**Figure 9: Protection de la sphère privée sur les réseaux sociaux en fonction de la participation à un cours sur les médias**

La figure 8 fait apparaître que les jeunes ayant profité de la participation à un cours sur les médias dévoilent plus d'informations sur les réseaux sociaux que ceux n'ayant pas profité de ces cours. Les premiers accordent plus d'importance à la protection de leur sphère privée. Ils ont activé les paramètres de la sphère privée bien plus souvent (94%) que ceux qui n'ont pas bénéficié de cours (78%). Dans les deux groupes, près de la moitié des participants au cours actualisent régulièrement leurs paramètres (cf. figure 10).

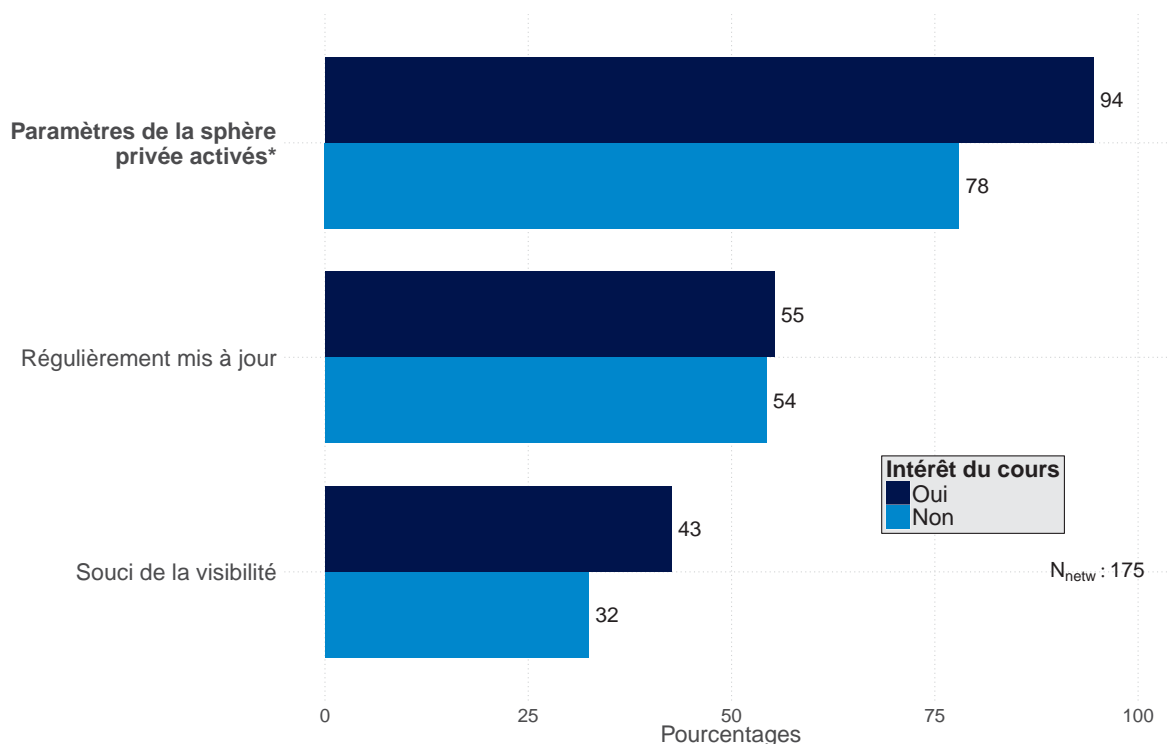


Figure 1: Protection de la sphère privée sur les réseaux sociaux en fonction de l'intérêt du cours

### Téléphone portable

Le fait que les quatre cinquième des jeunes détenteurs de téléphones portables disposent déjà d'un smartphone étend les possibilités d'utilisation pour nombre d'entre eux (Willemse et al., 2012). Les personnes participant à un cours sur les médias s'avèrent fondamentalement plus actifs dans l'utilisation de téléphones portables que leurs pairs qui n'ont jamais participé à un cours sur les médias. Les personnes participant à un cours utilisent le téléphone portable nettement plus pour les e-mails (51%), pour regarder la télévision (22%) et pour envoyer des MP3 (21%). Ces activités sont moins fortement pratiquées par les jeunes n'ayant pas participé à un cours sur les médias (e-mail: 36%; TV: 11%; MP3: 11%).

Si l'on considère exclusivement les participants aux cours (figure 11), on constate une différence nette dans l'appréciation de l'intérêt du cours. Dans de nombreuses fonctions, la tendance est que les jeunes profitant du cours sont plus actifs. La différence est claire pour les services d'informations, auxquels près de la moitié de ce sous-groupe s'est abonnée, contre seulement un cinquième de ceux qui ont trouvé le cours utile. 41% des jeunes ne trouvant aucun intérêt dans le cours regardent la télévision sur leur téléphone portable, contre 15%, qui ont reconnu l'utilité du cours. Les MP3 sont envoyés par un tiers des personnes n'ayant pas profité des cours. En revanche, 13% seulement de ceux qui envoient régulièrement des fichiers de musique déclarent avoir profité de la participation au cours sur les médias.



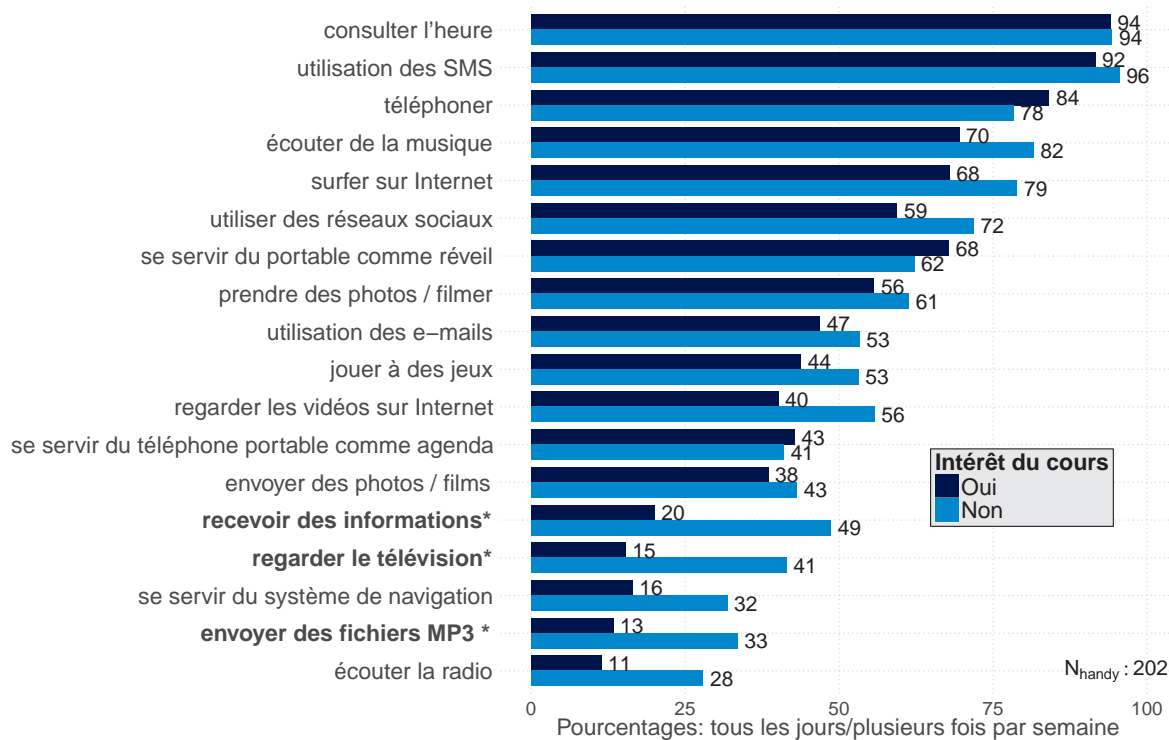


Figure 11: Fonctions du téléphone portable selon l'intérêt du cours

### Contenus problématiques sur le téléphone portable

Après l'utilisation générale du téléphone portable, il convient d'examiner les aspects problématiques de cet appareil. Ceci est notamment justifié dans la mesure où ces aspects sont souvent abordés dans les cours sur les médias ou bien justifient la consultation des experts par les écoles.

La participation à un cours sur les médias n'a aucune incidence sur l'utilisation de *contenus violents sur le téléphone portable*. Toutefois ceux qui ont profité du cours ont été relativement moins confrontés à de tels contenus et ont eux-mêmes moins créé et envoyé ce genre de contenus (cf. figure 12).

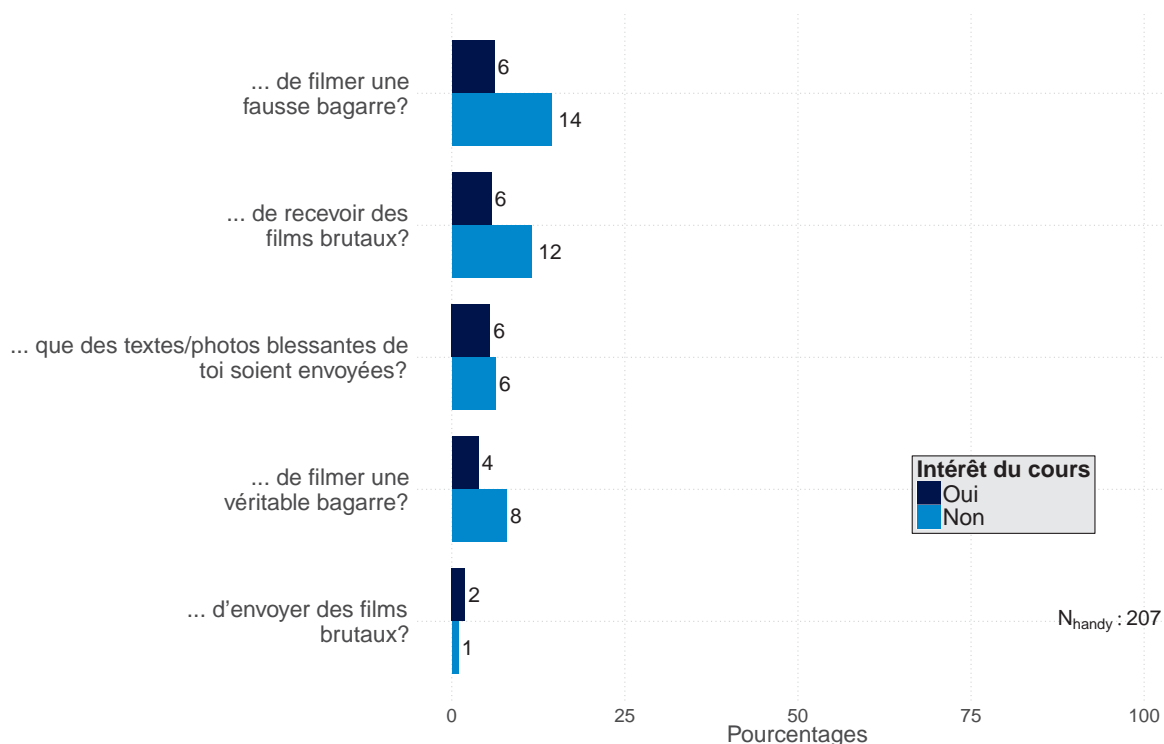


Figure 12: Contenus violents sur le téléphone portable en fonction de l'intérêt du cours

Il n'est pas possible de constater de différences significatives concernant les *contenus problématiques sur téléphone portables comme la pornographie ou les photos/vidéos érotiques*. Le sexting, ou l'envoi de photos, de vidéos ou de textes érotiques réalisés soi-même, peut constituer un facteur de risque pour le cyber-harcèlement, ce que de nombreux cours sur les médias signalent. On observe une tendance allant dans ce sens dans les données chez les personnes ayant participé au cours (figure 13): les participants ayant trouvé un avantage à leur participation à un cours sur les médias envoient moins souvent des photos ou des vidéos érotiques ou provocantes d'eux-mêmes que ceux qui n'ont pas pu bénéficier d'un cours.

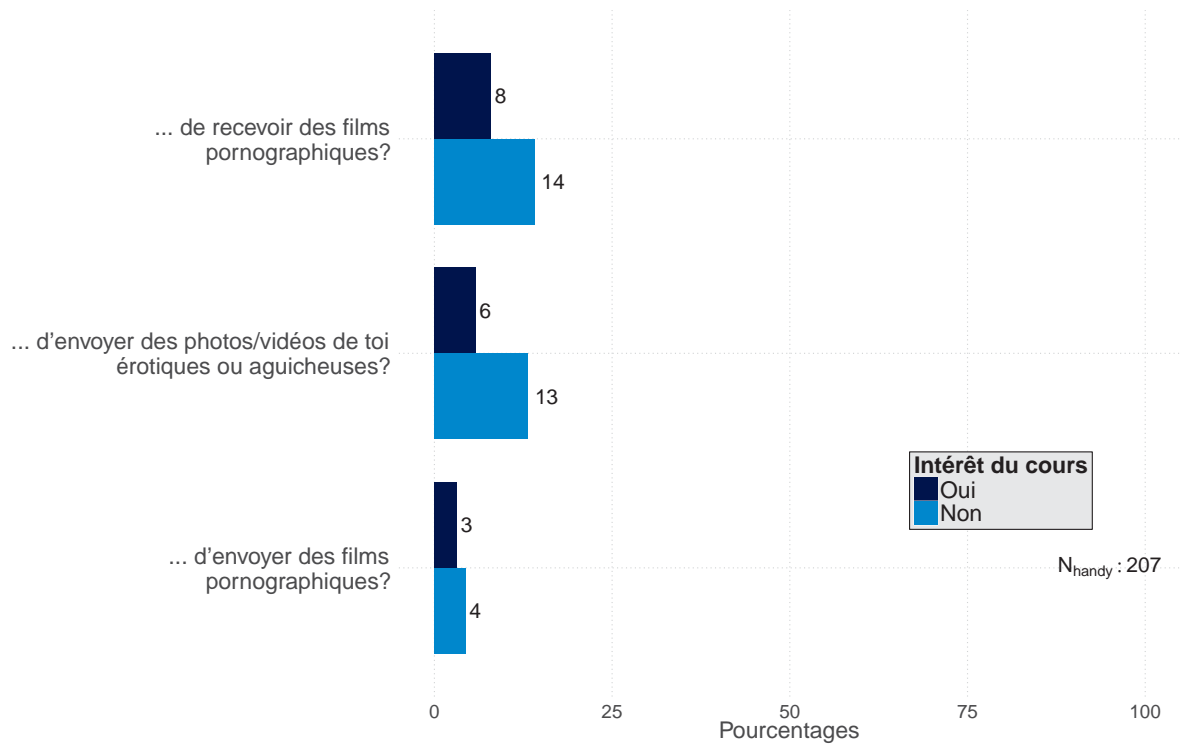


Figure 13: Contenus pornographiques/érotiques sur téléphone portable en fonction de l'intérêt du cours

## 4. Conclusions

Un jeune suisse sur cinq a déjà participé à un cours sur les médias. Dans leur grande majorité, ceux qui ont participé à ce genre de cours l'ont trouvé utile. Ainsi, le potentiel des cours sur les médias chez les jeunes Suisses est loin d'être épuisé.

Toutefois, les données de l'étude JAMES ne permettent pas de tirer de conclusions sur les contenus des cours sur la compétence en matière de médias auxquels ils ont participé. La présente analyse secondaire a toutefois permis de tirer un certain nombre d'enseignements: plus la compétence en matière de médias des élèves est générale, plus ils ont tiré profit d'un cours. Les données présentes montrent de manière analogue que plus les compétences techniques en informatique et sur Internet sont approfondies, plus les jeunes ont pu profiter des cours. L'étude a montré par ailleurs, à l'inverse, que les personnes qui avaient déjà des compétences informatiques ont tiré un profit moindre du cours (ou ont besoin de suivre un cours avancé de compétence en matière de médias). Même si aucune différence entre les sexes n'a été observée dans la participation au cours ou dans son intérêt, les résultats 2012 sur les compétences techniques en informatique et sur Internet font apparaître que les filles doivent encore rattraper les garçons en matière de technique (Willemse et al. 2012).

Le boom des réseaux sociaux tels que Facebook a mis l'accent sur la protection de la sphère privée et fait l'objet des efforts dans le développement de la compétence en matière de médias. L'étude JAMES de 2012 a montré que les paramètres de la sphère privée se sont améliorés globalement entre 2010 et 2012 (Willemse et al. 2012). L'efficacité des cours sur les médias a pu être confirmée dans l'analyse approfondie. Les personnes ayant profité de la participation à un cours protègent sensiblement mieux leurs données dans les réseaux sociaux.

Le cyber-harcèlement est une thématique largement discutée dans les mass-médias, les campagnes de prévention et les écoles. Cependant, les données disponibles ne permettent pas d'établir que les cours sur les médias organisés à ce jour aient permis un effet préventif concernant le cyber-harcèlement. Il est toutefois permis de supposer que jusqu'à présent, les cours ont plutôt été organisés dans une optique interventionniste que préventive, c'est-à-dire lorsqu'un incident lié au cyber-harcèlement s'était déjà produit dans les écoles.

Il n'y a pas de résultat significatif dans les données sur les contenus problématiques des téléphones portables. En revanche, les jeunes ayant tiré profit des cours sur les médias ont moins tendance à avoir de problèmes avec les contenus correspondants: ils ont plus rarement tendance à être impliqués dans la réception et l'envoi de contenus pornographiques, érotiques et violents.

Sur la base des données JAMES, on peut ainsi conclure que les cours sur la compétence en matière de médias sont particulièrement utiles lorsque les connaissances préalables et les compétences techniques des jeunes sont plutôt approfondies. Pour ceux qui disposent déjà d'un niveau élevé de compétences techniques et de connaissances sur les médias, il conviendrait de concevoir des cours d'un niveau adapté afin de garantir une efficacité accrue.

## 5. Conseils pour les écoles et les parents

- **Des cours au niveau adapté.** Les cours sur les médias sont particulièrement utiles pour ceux qui ont une faible compétence en matière de médias. Ceux qui utilisent fréquemment les médias numériques profitent moins d'un cours de base. Il est donc recommandé de vérifier le niveau des jeunes avant d'organiser un cours et éventuellement de constituer des groupes parallèles sur des objectifs différenciés.
- **Prévenir plutôt que guérir.** Les cours organisés dans les écoles sur les risques des médias numériques (p. ex. le cyber-harcèlement) sont plus judicieux dans une optique préventive que lorsqu'il y a déjà eu des incidents dans l'école.
- **Montrer l'exemple.** Les parents et les autres référents ont un rôle important pour montrer l'exemple à propos de l'utilisation des médias pour l'acquisition d'une compétence dans le domaine des médias. Les cours destinés aux parents peuvent constituer un complément utile aux cours destinés aux jeunes (p. ex. associés à une soirée avec les parents).
- **Un accompagnement plutôt qu'une interdiction.** Lorsqu'ils utilisent les médias numériques de manière créative, les jeunes se familiarisent avec les questions techniques ainsi qu'avec les aspects positifs et critiques: la compétence en matière de médias ne se développe pas en évitant les risques mais en permettant aux enfants et aux jeunes de les maîtriser tout en étant accompagnés.

## Bibliographie

- Frey-Vor, G. & Schumacher, G. (2006). *Kinder und Medien 2003/2004. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Schriftenreihe Media Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos-Verlag.
- Hipeli, E. (2012). *Netzguidance für Jugendliche. Chancen und Grenzen der Internetkompetenzförderung und ihrer Vermittlung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Jarren, O. & Wassmer, C. (2009). Medienkompetenz – Begriffsanalyse und Modell. Ein Diskussionsbeitrag zum Stand der Medienkompetenzforschung. *merz - Medien und Erziehung, Zeitschrift für Medienpädagogik*. 53(3), 46-51.
- Süss, D. (2008). Mediensozialisation und Medienkompetenz. In Batinic, B., Appel, M. (Hrsg.), *Medienpsychologie* (S. 361-378). Springer.
- Süss, D., Lampert, C. & Wijnen, C. W. (2010). *Medienpädagogik: Ein Studienbuch zur Einführung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Süss, D. (2012). Positiver Medienumgang und Medienkompetenz. In Steinebach, C., Jungo, D., Zihlmann, R. (Hrsg.), *Positive Psychologie in der Praxis* S. 220-227. Beltz.
- Willemse, I., Waller, G., Süss, D., Genner, S. & Huber, A.-L. (2012). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Zehnder, U. (1988). *Kinder vor dem Bildschirm: über den Umgang mit Kindern und Fernsehen (und anderen Medien)*. Schriftenreihe / Schweizerischer Verband Schule und Elternhaus, Band 45.

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

## **Angewandte Psychologie**

Pfingstweidstrasse 96  
Postfach 707  
CH-8037 Zürich

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

E-Mail [info.psychologie@zhaw.ch](mailto:info.psychologie@zhaw.ch)  
Web [www.psychologie.zhaw.ch](http://www.psychologie.zhaw.ch)