

Communiqué de presse du 29 avril 2020

ZHAW, département de psychologie appliquée en coopération avec la plateforme Jeunes et médias de l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) et la Fondation Jacobs

Smartphones et jeux vidéo : les activités numériques préférées des enfants en primaire

En Suisse, les enfants en âge de fréquenter l'école primaire consacrent la plus grande partie de leur temps libre aux jeux et au sport. C'est la conclusion à laquelle arrive la dernière étude MIKE, réalisée par la Haute école zurichoise des sciences appliquées (ZHAW) avant le début de la crise du coronavirus. Si l'exercice de hobbies chronophages diminue, les activités sans média restent prioritaires, quand bien même la moitié environ des enfants disposent d'un téléphone portable. Par ailleurs, la télévision et les jeux vidéo restent des activités médiatiques importantes.

Jouer, chez soi ou dehors, et faire du sport (foot, vélo et natation) sont les loisirs sans média que les enfants en âge de fréquenter l'école primaire préfèrent. Ce fait n'a pratiquement pas changé par rapport aux éditions précédentes de l'étude MIKE. On constate cependant un recul notable dans les catégories jouer de la musique (-27 %) et fréquenter un groupe de jeunes comme les scouts (-19 %). C'est ce qui ressort de la troisième étude MIKE menée par la ZHAW auprès de plus de 1000 enfants âgés de 6 à 13 ans en matière de loisirs et d'utilisation des médias. La diminution des activités demandant beaucoup de temps pourrait avoir un lien avec l'introduction du plan d'études *Lehrplan 21* en Suisse alémanique. Dans la plupart des cantons qui l'appliquent, le nouveau plan d'études entraîne une augmentation du nombre de cours hebdomadaires, ce qui réduit le temps des loisirs, explique Gregor Waller, chercheur à la ZHAW et codirecteur de l'étude MIKE avec Daniel Süss. Souvent, l'horaire ne permet plus de pratiquer des hobbies chronophages comme faire soi-même de la musique ou participer à un groupe comme le mouvement scout.

Près de la moitié des enfants possèdent leur propre téléphone portable

S'agissant des loisirs médiatiques, la plupart des enfants regardent la télévision (81 %), écoutent de la musique (76 %) ou jouent aux jeux vidéo (68 %) une ou plusieurs fois par semaine. L'utilisation d'appareils numériques n'est pas très répandue au début de l'école primaire, mais elle augmente constamment au fil du temps. Parmi ces appareils, le téléphone portable est de loin le plus populaire. Près de la moitié des enfants déclarent en avoir un ou en utiliser un au moins une fois par semaine. Ces chiffres varient suivant l'âge des enfants : si 25 % des enfants de 6 à 9 ans ont leur propre téléphone portable, 60 % sont dans cette situation entre 10 et 11 ans et 77 % entre 12 et 13 ans. Le terme « propre » doit cependant être interprété avec prudence. En effet, selon les indications des parents, seul un enfant sur trois possède un téléphone portable. Les chercheurs supposent donc qu'il s'agit parfois d'un téléphone « familial » utilisé à tour de rôle par les frères et sœurs. 29 % des enfants disposent

d'une propre tablette, une proportion que ne varie pas beaucoup en fonction de l'âge. D'autres gadgets, comme les applications de suivi de la forme physique, les assistants virtuels du genre Alexa ou les lunettes de réalité virtuelle, ne sont pratiquement pas utilisés.

YouTube, le leader incontestable

Comme pour les appareils, il y a des préférences très nettes en ce qui concerne les applications utilisées. Environ deux tiers des enfants (59 % des filles et 73 % des garçons) utilisent la plateforme vidéo *YouTube* au moins une fois par semaine. Les filles y regardent surtout des vidéos du genre mode de vie ou comédie. Les garçons préfèrent, quant à eux, les vidéos ayant trait aux jeux vidéo. D'autres applications appréciées des enfants sont *WhatsApp*, *Snapchat*, *Instagram* et *TikTok*.

Près de trois filles sur cinq et quatre garçons sur cinq jouent à des jeux vidéo au moins une fois par semaine. *Fortnite* est un de leurs grands favoris. Gregor Waller voit cette tendance d'un œil critique, car ce jeu de survie est réservé aux jeunes de plus de 12 ans, alors qu'il est clairement utilisé par des enfants bien plus jeunes. Les enfants ne réalisent pas que les scènes de violence sont néfastes, ils suivent les conseils de leurs amis et ne se rendent pas toujours compte que le jeu est interdit aux enfants de leur tranche d'âge. D'autres jeux populaires sont *Minecraft*, *FIFA*, *Mario Kart* et *Super Mario*.

Harry Potter peut faire peur aux enfants

Pour la première fois, l'étude MIKE s'est penchée sur la question de savoir quels contenus télévisés ou en ligne font peur aux enfants qui les regardent. Outre, les scènes d'horreur en général, le film le plus souvent mentionné est *Harry Potter*. Daniel Süss trouve cela d'autant plus étonnant qu'il s'agit du film le plus populaire. Le chercheur à la ZHAW précise que de nombreux enfants deviennent témoin par hasard des scènes qui leur font peur. Ils peuvent les voir lorsqu'ils regardent la télé avec leurs parents ou leurs frères et sœurs plus âgés ou tomber sur des scènes qui ne leur sont pas destinées lorsqu'ils se lèvent la nuit. Plus de la moitié des enfants déclarent qu'ils essaient de penser à autre chose pour oublier des contenus négatifs vus à la télé. 44 % en parlent à leurs parents, alors que 31 % ne font rien. De manière générale, la majorité des expériences faites avec des contenus consommés à la télé ou en ligne sont néanmoins positives.

Les parents fixent des règles

La plupart des parents sont conscients de leur responsabilité pour ce qui est des habitudes médiatiques de leurs enfants. Leur principale stratégie pour contrôler l'usage des médias par les enfants est de fixer des règles, par exemple concernant la durée d'utilisation et les contenus autorisés ou interdits. De nombreux parents soulignent notamment l'importance qu'ils attachent aux discussions menées avec les enfants sur leur comportement médiatique et aux activités alternatives. Toutefois, contrairement à l'enquête auprès des enfants, celle réalisée chez les parents n'est pas représentative, car seule la moitié des adultes interrogés ont répondu au

questionnaire, et principalement des femmes et des personnes avec un niveau de formation élevé.

Il est très probable qu'en ce moment, la crise du coronavirus a un impact sur la consommation médiatique et qu'elle pose de nombreux défis aux parents. Actuellement, il est très important de faire un usage perspicace des médias. Les familles passent beaucoup de temps à la maison et les médias numériques sont constamment disponibles, explique Daniel Süss. Il est d'autant plus important que les parents limitent le temps d'utilisation de la télévision ou du portable. Il recommande néanmoins, et en particulier pour les enfants en primaire, de fixer des règles particulières pour ces temps de crise et d'être un peu moins strict qu'en temps normaux. Lorsque les enfants retourneront à l'école, il faudra définir de nouvelles règles ou revenir à celles qui s'appliquaient avant la pandémie. Enfin, il est important de proposer aussi des activités hors ligne aux enfants.

L'étude MIKE (Medien, Interaktion, Kinder, Eltern) livre une analyse représentative de la manière dont les élèves d'école primaire en Suisse utilisent les médias. Les auteurs de l'étude ont interrogé, d'avril à juin 2019, plus de 1000 enfants de 6 à 13 ans et plus de 600 parents provenant des trois grandes régions linguistiques du pays. Réalisée par l'équipe de recherche en psychologie des médias de la ZHAW, l'étude MIKE est soutenue par la Fondation Jacobs et par Jeunes et médias, la plateforme nationale de promotion des compétences médiatiques de l'Office fédéral des assurances sociales. L'édition 2019 est la troisième des études MIKE.

Renseignements :

Haute école zurichoise des sciences appliquées ZHAW

Contact avec l'équipe d'étude par l'intermédiaire de Tanja von Rotz, responsable du marketing et de la communication du département de psychologie appliquée
Tél. +41 (0)58 934 84 08, courriel : tanja.vonrotz@zhaw.ch

Office fédéral des assurances sociales (OFAS)

Martina Robbiani, Domaine Famille, générations et société, secteur Questions de l'enfance et de la jeunesse, Tél. +41 58 485 07 80, courriel : martina.robbiani@bsv.admin.ch

Fondation Jacobs

Alexandra Güntzer, Chief Communication Officer, tél. +41 (0)44 388 61 06, courriel : alexandra.guentzer@jacobsfoundation.org

Annexe :

Fiche d'information sur les principaux résultats de l'étude MIKE 2019 (en allemand et anglais).

Département de psychologie appliquée de la ZHAW

Le département de psychologie appliquée de la ZHAW est le centre de compétence leader dans son domaine scientifique en Suisse. Il se compose de l'institut psychologique et de l'institut de psychologie appliquée (IAP). Grâce à son cycle d'études menant au bachelor et au master, à son secteur Recherche et développement ainsi qu'à son offre de conseil et de spécialisation, il permet aux individus et aux entreprises d'appliquer dans leur environnement privé et professionnel des connaissances scientifiquement étayées. www.zhaw.ch/psychologie