

Zoom sur les pratiques médias des 12-19

Pas moins de 1183 jeunes de 12 à 19 ans ont été interrogé·es au printemps 2024 sur leurs activités numériques. L'Enquête Médias (Enquête Médias Enquête Suisse) fournit son lot d'observations utiles pour orienter l'éducation numérique.

Il y a aujourd'hui en Suisse deux fois plus de foyers abonnés à un site de films et de séries en streaming qu'à un journal quotidien (80% contre 40%). Et deux fois plus de foyers abonnés à un service de musique en streaming qu'à un magazine (72% contre 36%). C'est en Suisse romande et au Tessin que le désamour pour l'écrit semble le plus marqué (avec respectivement 33% et 26% des foyers abonnés à un quotidien, 30% et 25% à un magazine). En 2010, 59% des ménages en Suisse étaient encore abonnés à un quotidien. Cette proportion est tombée à 37% en 2022, avec un léger rebond depuis.

Le taux d'équipement des jeunes est élevé: 98% possèdent leur propre smartphone. La moitié des 12-13 ans dispose déjà d'un ordinateur personnel, un taux qui monte à 91% à 18-19 ans. Plus surprenant, la proportion

des jeunes qui jouissent d'un abonnement *personnel* à des services en ligne (48% pour la musique, 35% pour les films et séries, 20% pour les jeux illimités – 34% chez les garçons, mais seulement 5% chez les filles). Mais pour ce qui est de l'abonnement à un magazine, cela chute à 5% (et même à 3% si l'on en croit une experte du secteur).

Au niveau des pratiques médias, on ne s'étonnera pas que 83% des 12-19 ans utilisent les réseaux sociaux tous les jours et que 47% regardent des vidéos sur internet à la même fréquence. En revanche, la moitié ne lit jamais un journal (ni sur papier, même gratuit, ni en ligne), quatre sur dix n'écourent jamais de podcasts, deux sur dix ne lisent aucun livre.

Si l'on en croit leurs estimations (livrées sur des questionnaires anonymes), les jeunes en Suisse utilisent internet

ans

férents et leurs usages médias. Parmi eux, plus de 400 Romand·es. L'étude JAMES 2024 (Jeunes Actives en milieu scolaire).



3 heures et 7 minutes par jour en semaine, 4h30 le weekend (en baisse de 30 minutes par rapport à 2022). Pour s'informer, neuf jeunes sur dix préfèrent directement s'adresser aux moteurs de recherche. Un peu plus de la moitié recourt aux réseaux sociaux, 40% aux portails vidéo (YouTube). Un quart se tourne vers Wikipédia ou vers les portails des chaînes de télévision. Une jeune sur dix consulte le site d'un journal ou d'un magazine... L'attrait de l'intelligence artificielle générative a surpris les auteur·es de l'étude: 22% des 12-19 ans affirment déjà y recourir pour s'informer «tous les jours ou plusieurs fois par semaine». Que de défis pour le monde enseignant!



JAMES 2024: étude complète à consulter ici: