

Sondage CIIP – Edipresse "Les jeunes et les médias"

L'actualité fait partie de leurs centres d'intérêt !

A propos de l'échantillon :

Lancé à l'occasion de la 2^{ème} Semaine des médias à l'école en Suisse romande, ce sondage a été proposé sur internet du 14 au 18 mars 2005, sur les sites de la CIIP (www.ciip.ch et www.e-media.ch), ainsi que sur les sites du groupe Edipresse (www.edicom.ch, www.lematin.ch, www.24heures.ch, etc. La mise en évidence par des bannières sur ces derniers explique la sur-représentation des répondants vaudois). Des enseignants ont aussi proposé à leurs classes de remplir le questionnaire. Près de 1080 personnes ont pris part au sondage. Nous avons éliminé de l'échantillon les réponses partielles et celles des répondants qui n'entraient pas dans la catégorie des 12-18 ans. Il reste 587 répondants, répartis très équitablement entre filles et garçons. Soulignons que les réponses reposent sur des affirmations, peut-être pas tout à fait conformes à la consommation réelle de médias. Le questionnaire découlant d'une démarche volontaire, en ligne, nous avons sans doute un échantillon représentatif des jeunes les plus motivés par l'usage des médias. Le fait que 25% des répondants ne soient pas de langue maternelle française est néanmoins un indicateur de fiabilité important.

Le recours à la presse écrite : plutôt encourageant

La supposée désaffection pour la presse traditionnelle n'est peut-être pas aussi forte qu'on veut bien le dire chez les jeunes. Même parmi les 12-15 ans, ils sont 46% à prétendre lire un journal au moins trois fois par semaine. Chez les 16-18 ans, la proportion passe à 52%. A l'inverse, moins d'un quart des 12-15 ans assurent lire un journal moins d'une fois par semaine. La proportion chute à 17% chez leurs aînés. On observera que les garçons qui ne lisent jamais sont presque deux fois plus nombreux que les filles. La maison reste le lieu privilégié de la consultation du journal. Moins d'un tiers des jeunes affirment lire au moins de temps en temps au collège, dans une bibliothèque ou une médiathèque scolaire.

Le recours à la télévision : les garçons en évidence

L'intérêt pour l'actualité ne semble pas sensiblement stimulé par le média télévisuel. L'audimat des journaux télévisés chez les jeunes apparaît néanmoins flatteur. Ils sont 61% à suivre les informations sur le petit écran au moins trois fois par semaine chez les 12-15 ans, 58% parmi les 16-18 ans. Chez les plus jeunes, plus d'un tiers affirme les suivre tous les jours : est-ce le poids des habitudes familiales ? Les grands adolescents ne sont plus 25% à en faire de même. Alors que près de 40% des jeunes reconnaissent disposer d'un poste dans leur propre chambre, la télévision fait l'objet d'un culte plus marqué chez les garçons. Ces derniers sont beaucoup plus nombreux à obtenir l'installation d'un poste à côté de leur lit (l'effet jeu vidéo ?). Entre 16 et 18 ans, quasiment un garçon sur deux en dispose, alors que chez les filles, la proportion est de moins d'un tiers.

Le recours à internet : ludique avant tout

Seuls 38% des adolescents prennent la peine de suivre l'actualité sur Internet au moins une fois par semaine. Au quotidien, il n'y en a guère qu'un sur dix! La consultation de sites pour un usage scolaire croît avec les années mais reste très marginale, quand on la compare à l'usage ludique d'Internet. Moins de 8% des adolescents s'y plongent dans ce but chaque jour. Même parmi les moins de 15 ans, ils sont plus des deux tiers à dialoguer avec leurs amis sur la Toile au moins une fois par semaine. Près de la moitié des 16-18 ans a besoin de cet exutoire au quotidien. Les trois-quarts des adolescents puisent dans le cyberspace des informations en lien avec leurs hobbies au moins une fois par semaine.

L'écoute de la radio : la détente avant l'information

Moins d'un tiers des 12-18 ans semble se mettre délibérément à l'écoute des flashes d'information ou des émissions d'actualité. Vu de manière plus positive, un ado sur cinq accepte de prêter l'oreille aux actualités chaque jour s'il tombe dessus par hasard.

Centres d'intérêts : les enjeux de société en évidence

Sans surprise, les sorties et les loisirs constituent le centre d'intérêt privilégié des adolescents, avec les programmes de télévision, le sport et la technologie. Les problèmes de société (comme la violence urbaine ou les questions de santé) ne leur sont pas indifférents. Ils sont près d'un tiers à dire s'y intéresser "beaucoup" parmi les 12-15 ans et près de 40% parmi les 16-18 ans (ce qui en fait le troisième centre d'intérêt, bien avant l'actualité des célébrités ou les faits divers). Signe des temps : seul un ado sur dix reconnaît s'intéresser beaucoup à la politique...

Quand on se penche sur les préférences des uns et des autres, on constate que moins d'un quart des filles s'intéresse fortement à l'actualité locale. Alors qu'un tiers confesse se passionner pour la mode.

Téléphones portables :

Les adolescents qui ne disposent pas d'un téléphone mobile font figure de curiosité : parmi les filles de 16 à 18 ans, seules 2% s'en passent. Chez les garçons de 12 à 18 ans, moins d'un quart vivent sans. Le portable est fortement sollicité pour communiquer via SMS : dès 12 ans, plus des trois quarts des adolescents jonglent avec des textos au moins trois fois par semaine.

Image de la presse quotidienne : plutôt flatteuse !

Plus de neuf ados sur dix considèrent que le journal quotidien est un moyen efficace de s'informer. Ils sont huit sur dix à estimer qu'elle est en phase avec la vie de tous les jours. Les deux tiers assurent que ce type de presse traite de sujets qui les intéressent. Chez les 16-18 ans, ils sont encore sept sur dix à juger que les quotidiens sont "agréables à lire et bien présentés" (signe que les efforts pour rajeunir les formules portent leurs fruits). Six ados sur dix osent même qualifier la presse quotidienne de "divertissante". En revanche, les ados énoncent un plaisant paradoxe : six sur dix déplorent que les journaux contiennent des articles trop longs ; or les 16-18 ans sont presque aussi nombreux à juger que les titres "*survolent l'information et ne creusent pas assez les sujets*". Dans cette catégorie, une majorité se dessine même pour dire que les journaux sont chers et ne donnent pas assez la parole aux gens. Enfin, près d'un ado sur deux pense que les journaux disent tous la même chose sur les mêmes sujets au même moment.

Education aux médias à l'école : utilité plébiscitée

Près de neuf sondés sur dix jugent utile d'apprendre à lire et à décoder les médias durant les heures d'école. Une majorité moins nette, mais une majorité tout de même, estime que lire la presse est une activité qui s'apprend. Un plébiscite important, quand on sait que cette démarche dépend fortement de l'initiative personnelle des enseignants. A une exception genevoise près en effet (en 9^{ème} année), l'éducation aux médias ne fait pas l'objet d'une inscription spécifique dans la grille horaire. Elle est "intégrée aux autres branches", avec une intensité et des fortunes diverses. Chaque canton met en place une formation, un dispositif et des ressources différentes. C'est pour stimuler ce travail de sensibilisation en milieu scolaire que la CIIP a lancé la Semaine des médias annuelle et le site www.e-media.ch.

Christian Georges
Collaborateur scientifique CIIP
Responsable du secteur "Médias & TIC"