

**Novembre 2021**

## **Responsable de l'étude**

Akila Nedjar-Guerre, Maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication

## **Projet de recherche mené par l'équipe du Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Education (LIRE)**

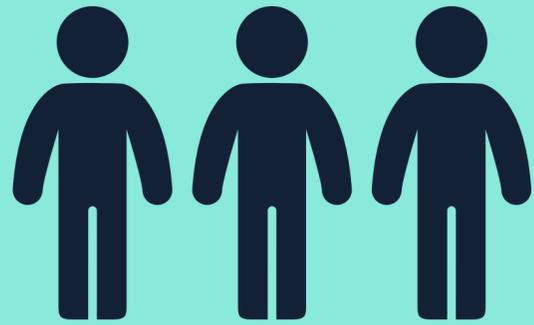
Olivier Galy, Guillaume Wattelez, Stéphane Frayon, Christophe Serra-Mallol, Fabrice Wacalie, Pierre-Yves Leroux, Paul Zongo, Emilie Paufique, Solange Ponidja

Synthèse mise en forme par Olivier Guillon, étudiant en MMI

*Recherche financée par l'Université de Nouvelle-Calédonie et la Fondation Nestlé*

Cette synthèse est issue d'une recherche plus large sur les cultures alimentaires des adolescents calédoniens menée en 2018 et 2019 par l'équipe pluridisciplinaire du LIRE de l'Université de Nouvelle-Calédonie. C'est la première étude sur le territoire calédonien qui porte sur les équipements informatiques et les pratiques d'usage des écrans par les adolescents de 11 à 15 ans.

## Méthodologie d'étude

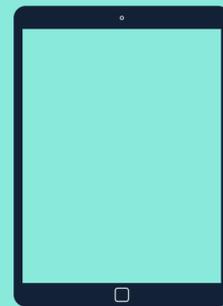


867 élèves âgés de 11 à 15 ans

8 sites scolaires sur tout le territoire : Nouméa, Dumbéa, Païta, Koumac, Poindimié, We



3 provinces  
de Nouvelle-Calédonie



Questionnaire via tablette  
et en présence des chercheurs

## Sommaire

### 1. Equipement des adolescents et de leurs familles



### 2. Temps d'usage des écrans



### 3. Pratiques d'usage et plateformes visionnées par les adolescents

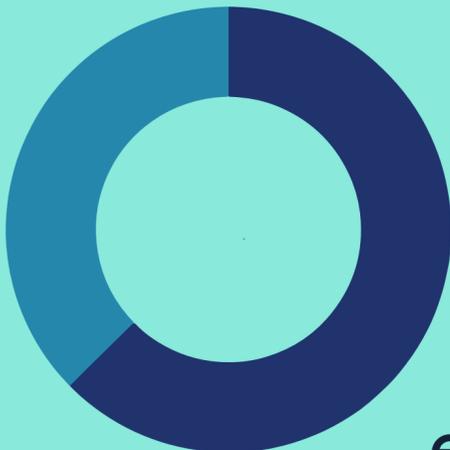


## Panel étudié

### Lieu de vie



**37,37 %  
en milieu rural**



**62,63 %  
en milieu urbain**

### Ethnicité

**45,79 %  
de mélanésiens**



**37,60 %  
d'européens**

**10,27 %  
de polynésiens**

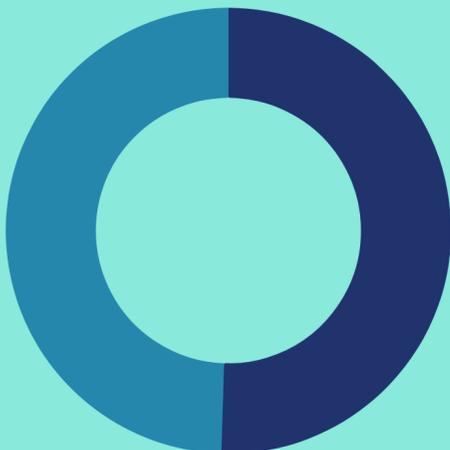
**6,34 %  
autres...**

*L'ethnicité a été définie à partir de la question soumise à l'ensemble des adolescents : « A quelle communauté vous sentez-vous appartenir ? »*

### Genre



**49,25 %  
de filles**



**50,75 %  
de garçons**

### Catégorie socio-professionnelle

**57,90%  
basse**



**13,38%  
moyenne**

**28,72%  
élevée**

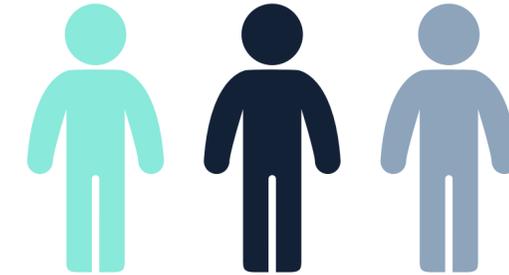
*La catégorie socio-professionnelle a été définie à partir de la profession de la personne principale en charge de l'adolescent, et selon la grille de référence de l'ISEE (2020).*

# 1. L'équipement des adolescents et de leurs familles



Familles qui possèdent une télévision

## Ethnicité



### Mélanésiens

94,46 %

### Européens

95,08 %

### Polynésiens

99,30 %

## Lieu de vie

93,83 %

97,24 %

Rural

Urbain

## Catégorie socio-professionnelle

96 %

91 %

97 %

Élevée

Moyenne

Basse

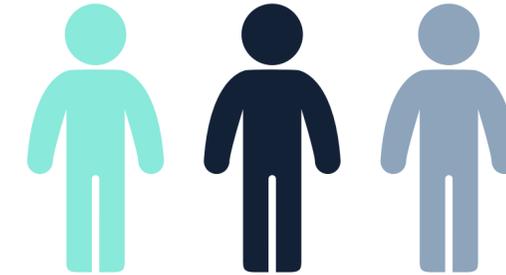
# 1. L'équipement des adolescents et de leurs familles

## Lieu de vie



Familles qui possèdent un écran

## Ethnicité



Rural



Urbain



## Catégorie socio-professionnelle



Élevée

Moyenne

Basse

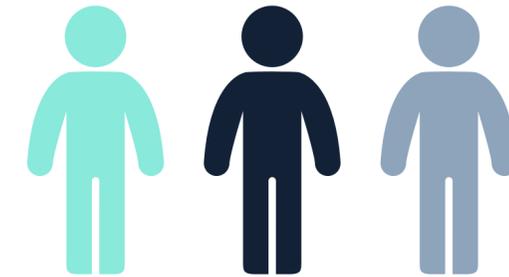
# 1. L'équipement des adolescents et de leurs familles

## Lieu de vie

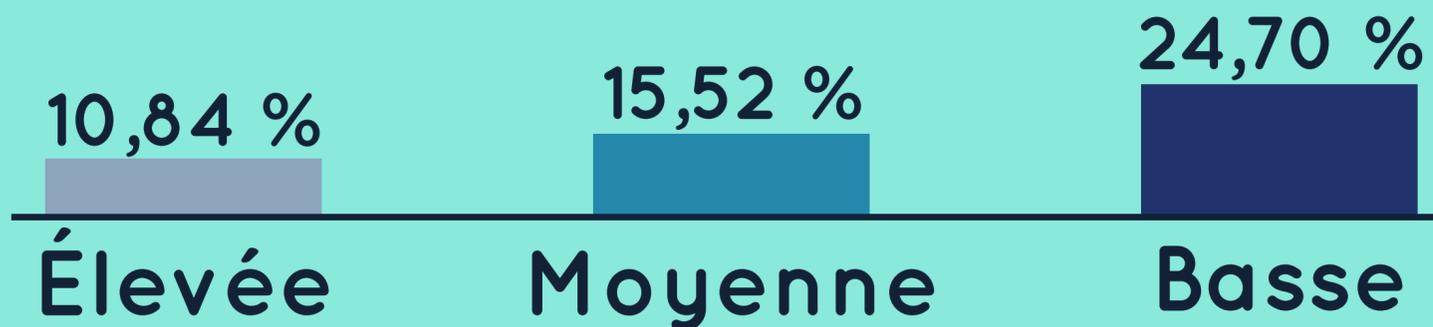


Familles qui possèdent deux écrans

## Ethnicité



## Catégorie socio-professionnelle



# 1. L'équipement des adolescents et de leurs familles



Familles qui possèdent  
plus de trois écrans

## Lieu de vie

57,72 %

77,90 %

Rural

Urbain

## Catégorie socio-professionnelle

82,73 %

75 %

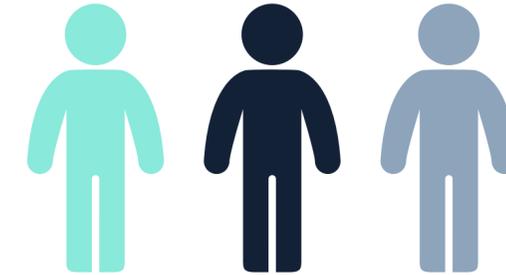
63,15 %

Élevée

Moyenne

Basse

## Ethnicité



Mélanésiens

57,93 %

Européens

81,30 %

Polynésiens

73,74 %

Autres

86,36 %

# 1. L'équipement des adolescents et de leurs familles



Adolescents qui possèdent un téléphone mobile personnel

## Lieu de vie

69,75 %

81,77 %

Rural

Urbain

## Catégorie socio-professionnelle

83,13 %

83,62 %

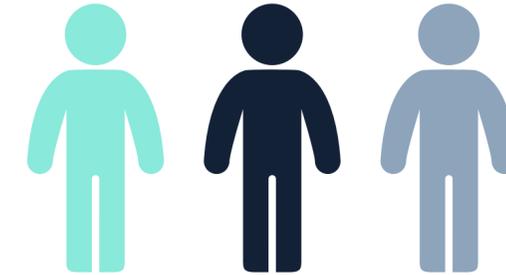
72,91 %

Élevée

Moyenne

Basse

## Ethnicité



Mélanésiens

67,51 %

Européens

89,45 %

Polynésiens

77 %

## 2. Temps d'usage des écrans



Temps d'écran  
en h/jour la semaine

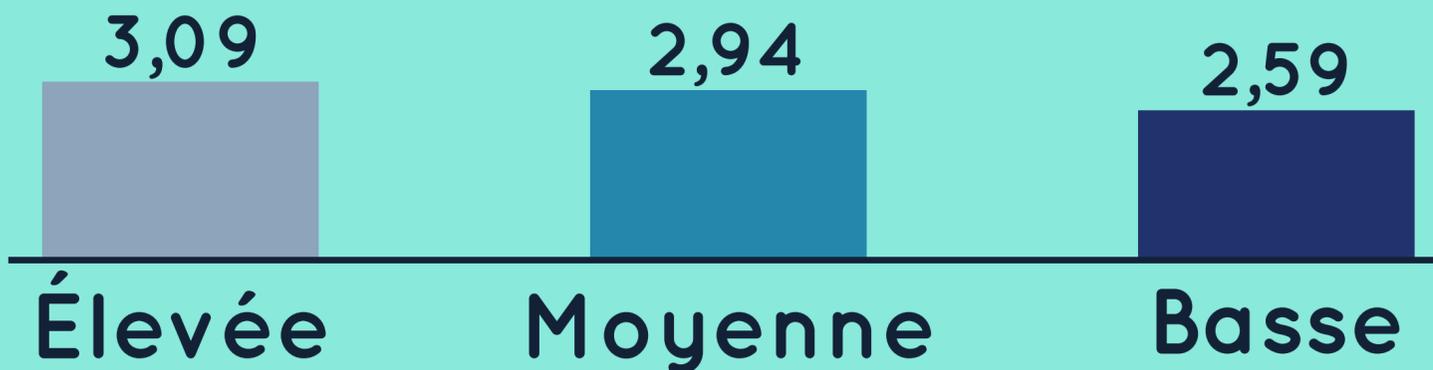
### Lieu de vie



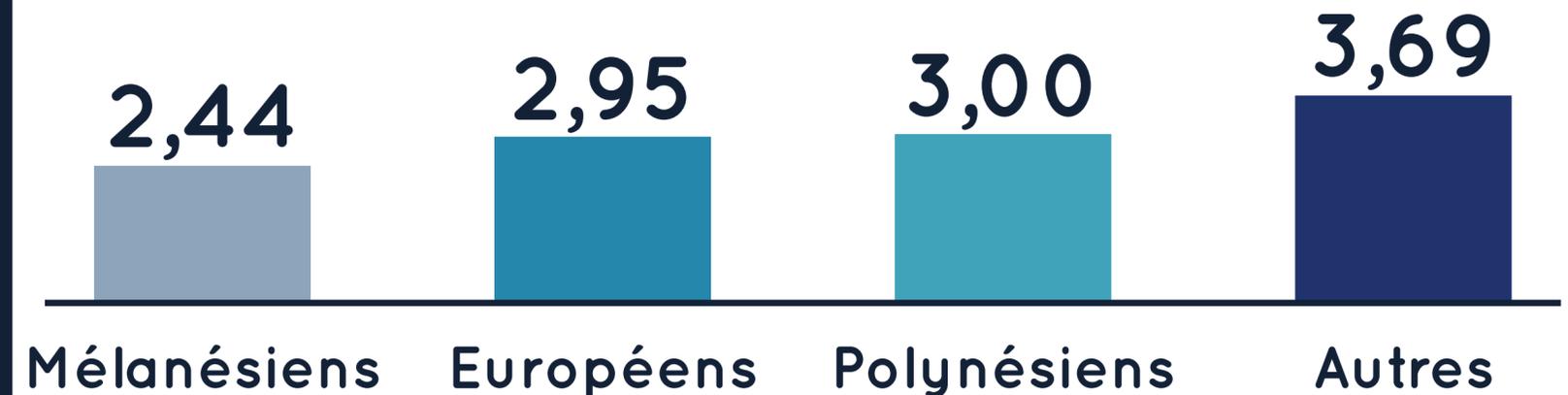
### Genre



### Catégorie socio-professionnelle



### Ethnicité

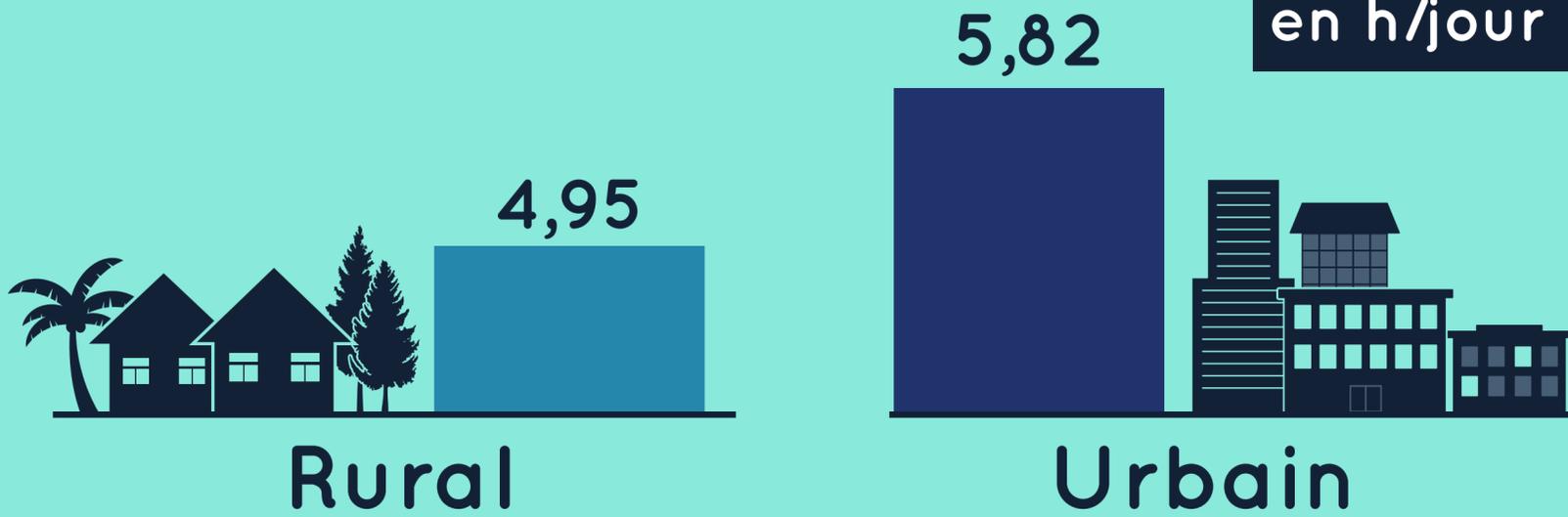


## 2. Temps d'usage des écrans

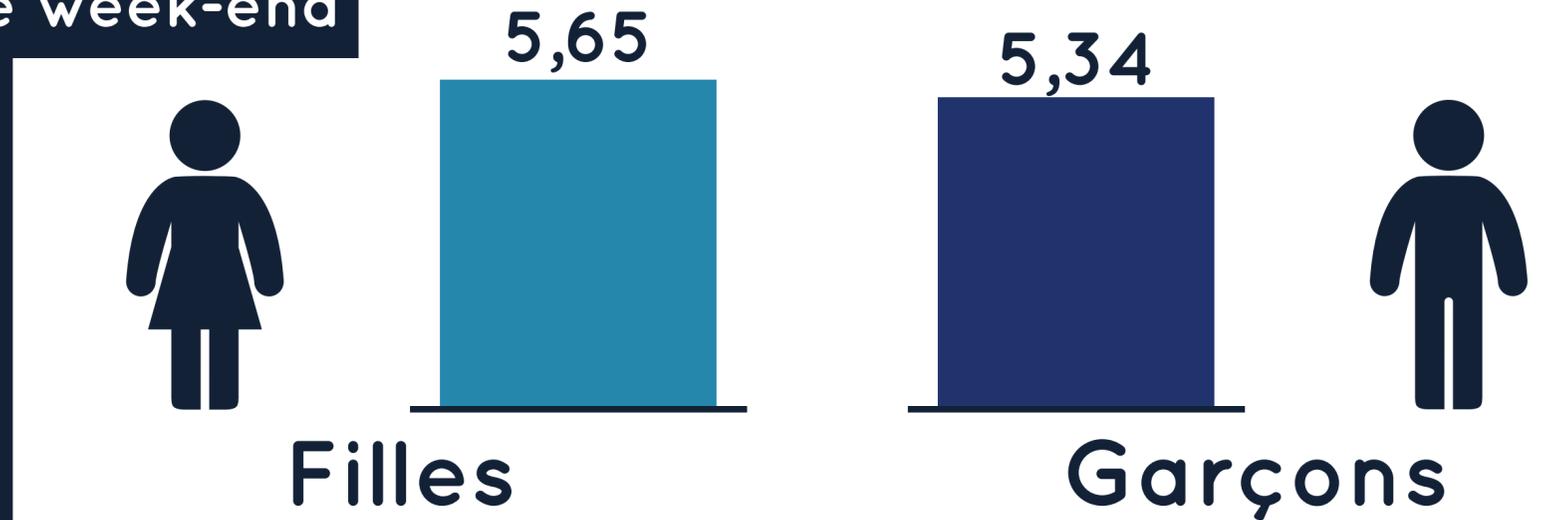


Temps d'écran  
en h/jour le week-end

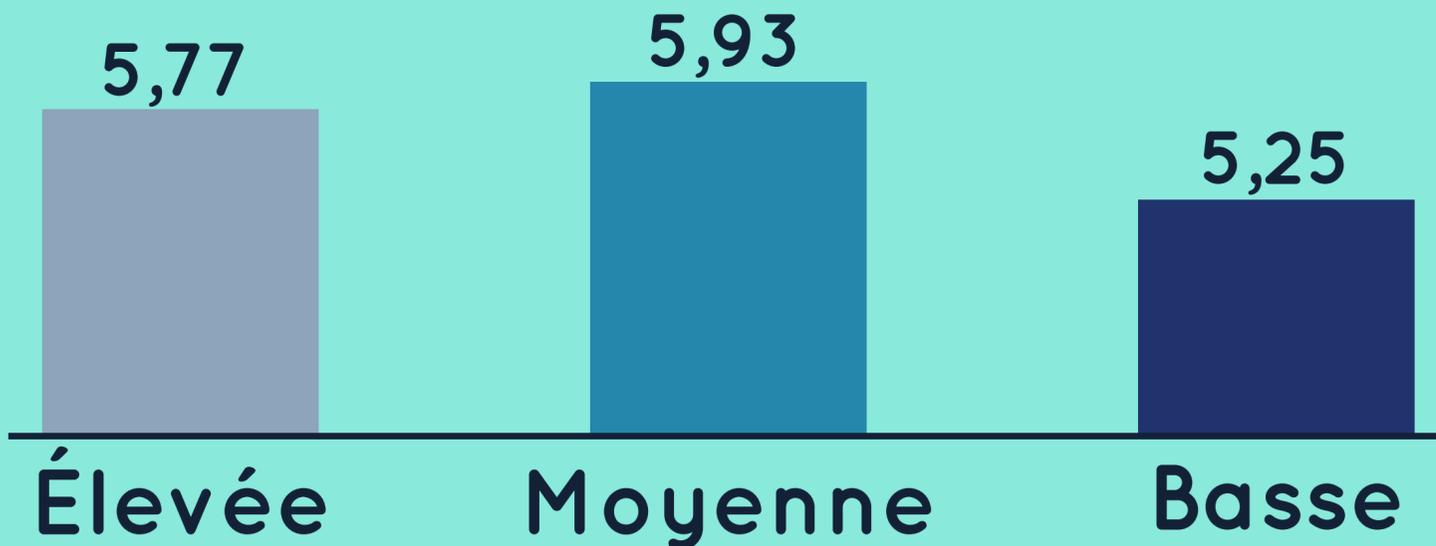
### Lieu de vie



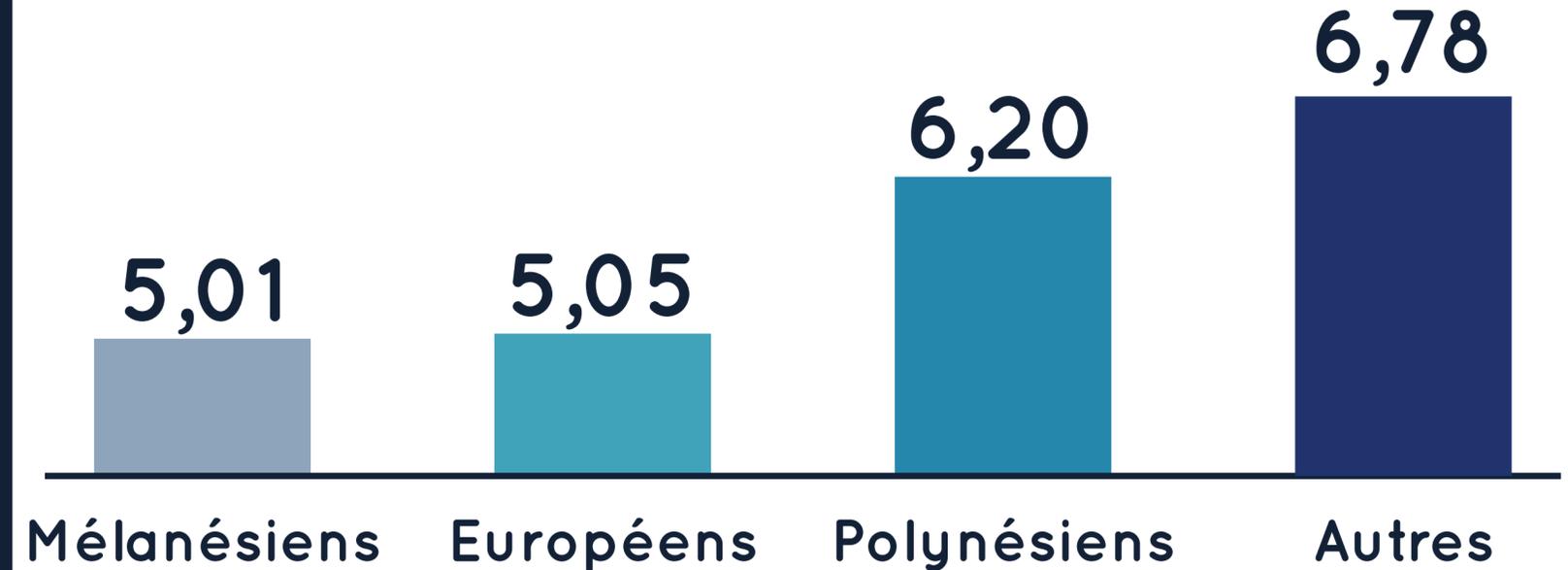
### Genre



### Catégorie socio-professionnelle



### Ethnicité

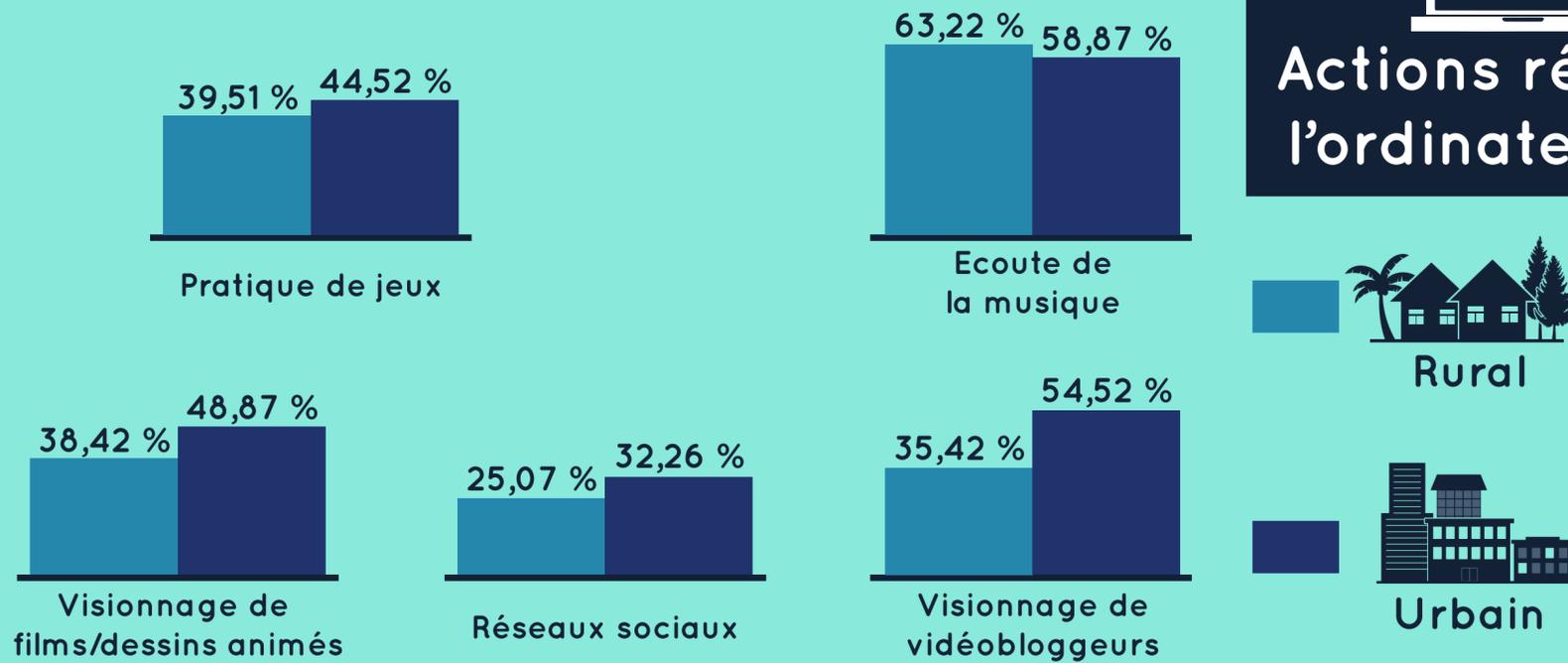


# 3. Pratiques d'usage et plateformes visionnées par les adolescents.

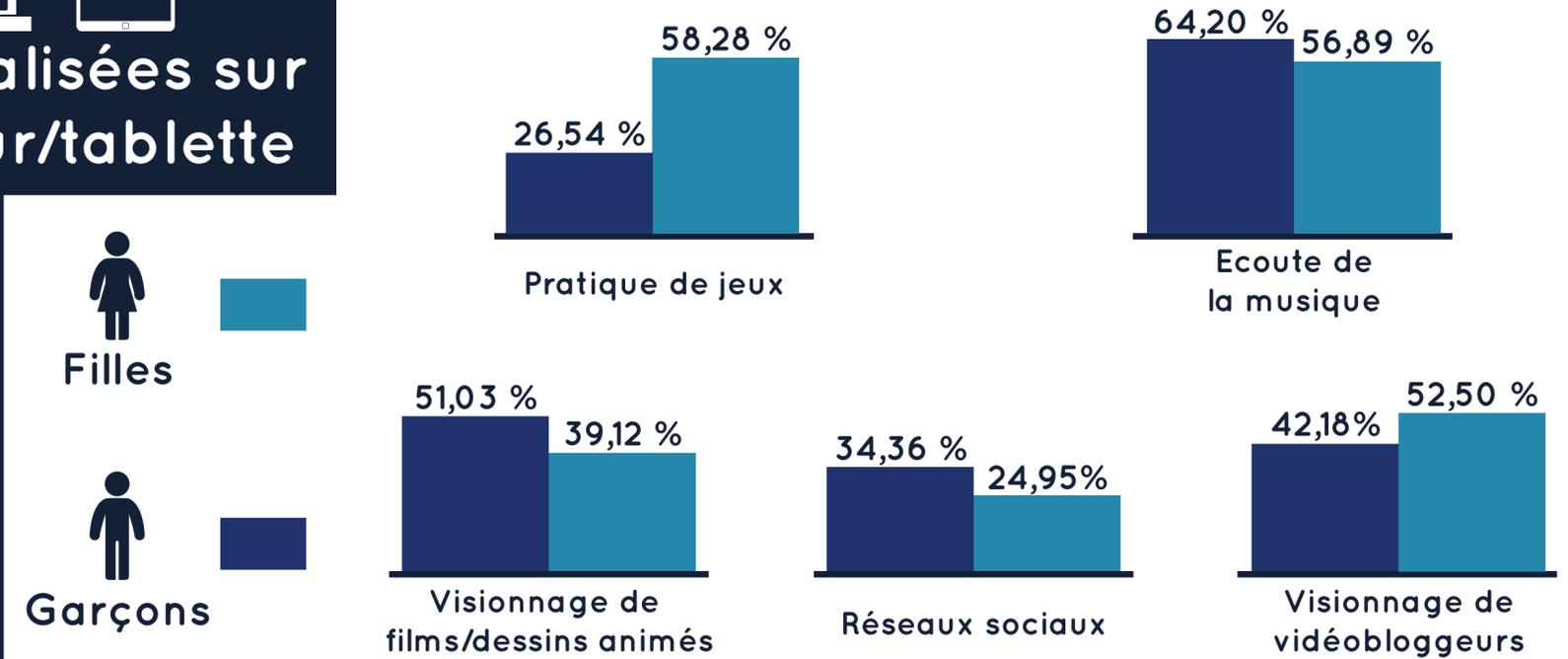


## Actions réalisées sur l'ordinateur/tablette

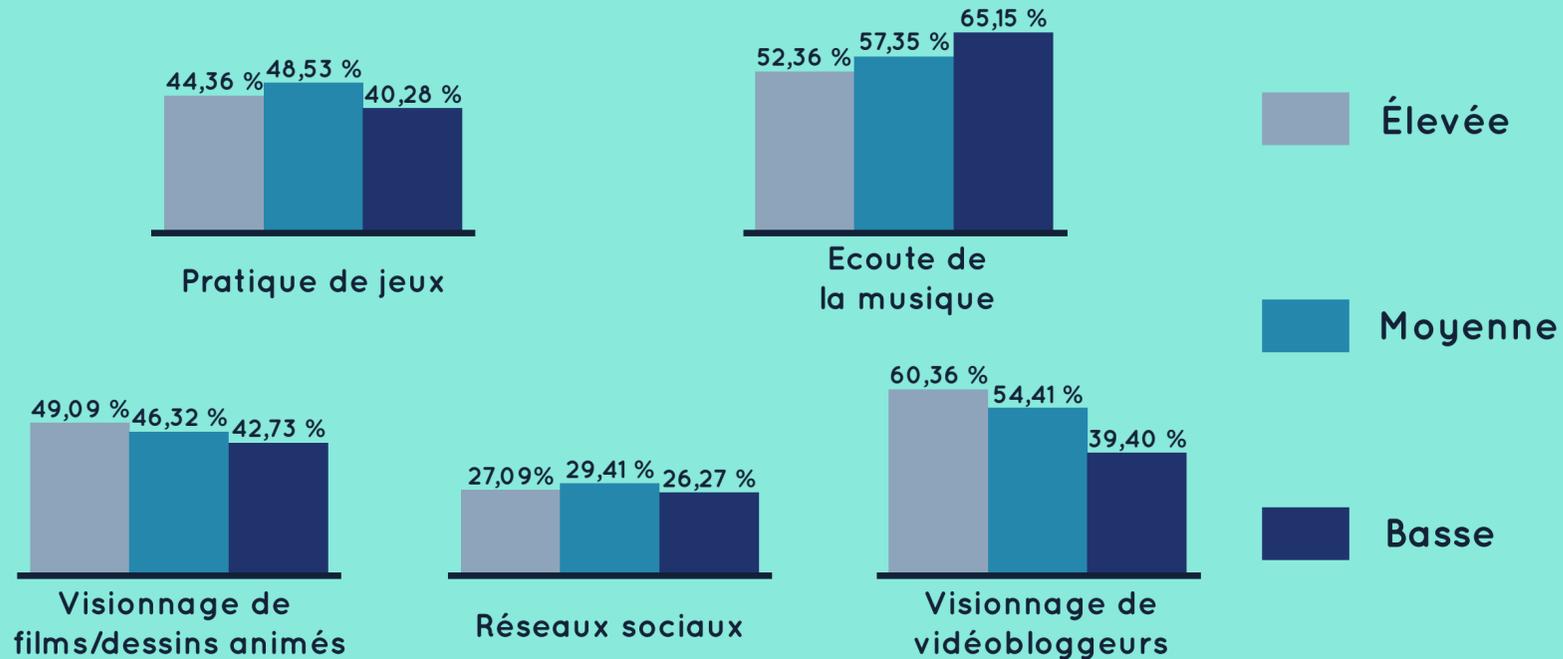
### Lieu de vie



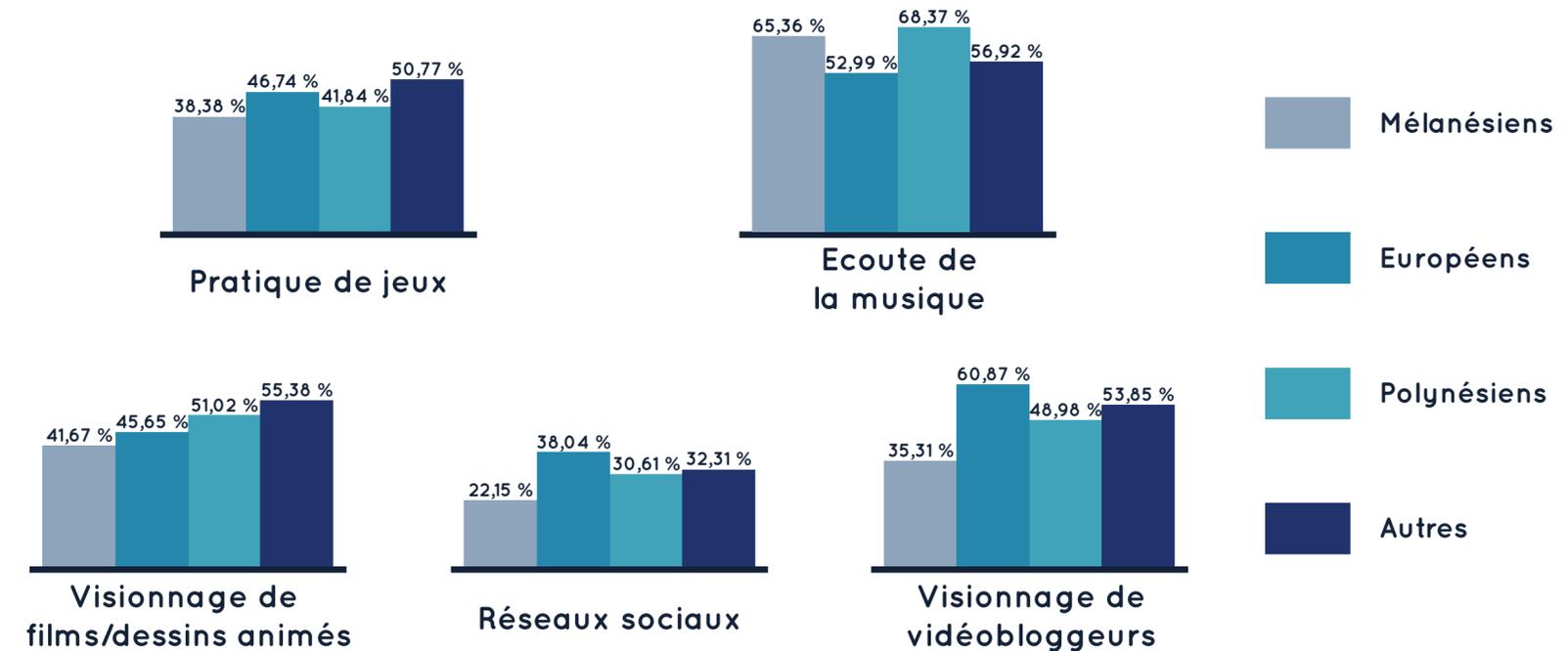
### Genre



### Catégorie socio-professionnelle



### Ethnicité

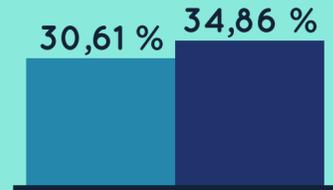


# 3. Pratiques d'usage et plateformes visionnées par les adolescents.

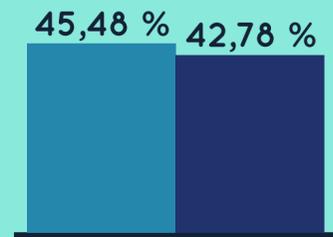


## Actions réalisées sur le téléphone portable

### Lieu de vie



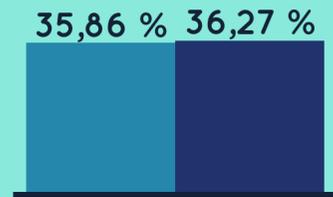
Conversations téléphoniques



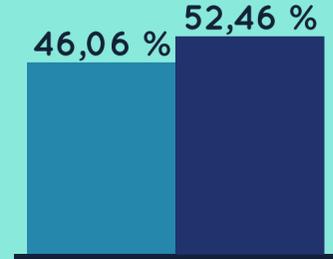
Pratique de jeux



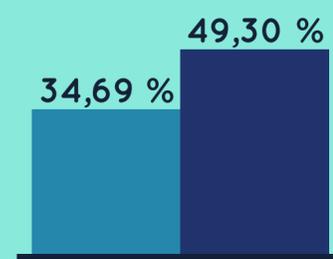
Ecoute de la musique



Visionnage de films/dessins animés



Réseaux sociaux



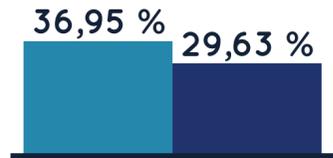
Visionnage de vidéobloggeurs



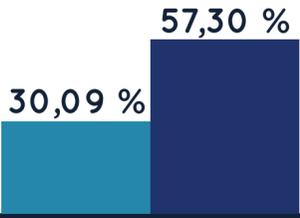
Rural



Urbain



### Genre



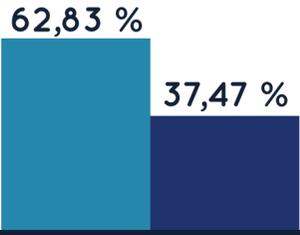
Visionnage de films/dessins animés

Conversations téléphoniques

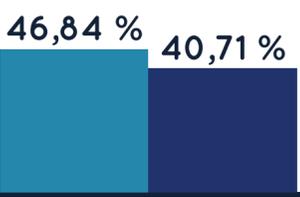
Pratique de jeux



Visionnage de films/dessins animés

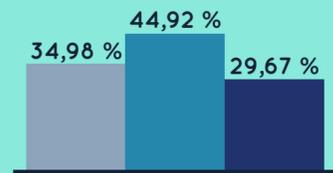


Réseaux sociaux

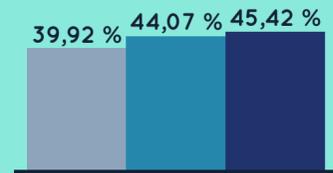


Visionnage de vidéobloggeurs

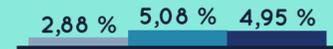
### Catégorie socio-professionnelle



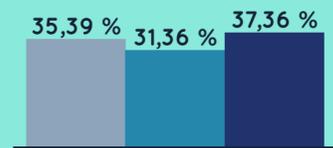
Conversations téléphoniques



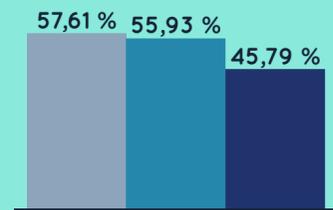
Pratique de jeux



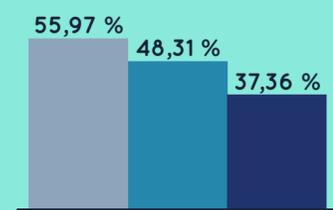
Ecoute de la musique



Visionnage de films/dessins animés



Réseaux sociaux



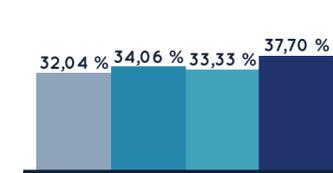
Visionnage de vidéobloggeurs

Élevée

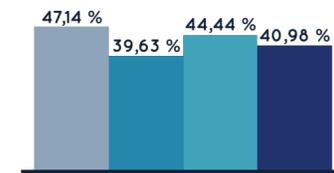
Moyenne

Basse

### Ethnicité



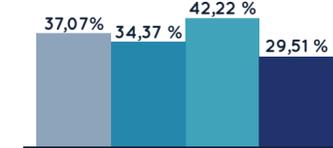
Conversations téléphoniques



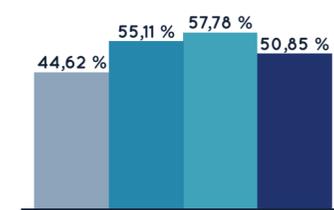
Pratique de jeux



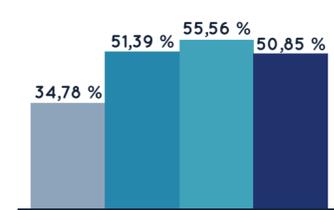
Ecoute de la musique



Visionnage de films/dessins animés



Réseaux sociaux



Visionnage de vidéobloggeurs

Mélanésiens

Européens

Polynésiens

Autres

# 3. Pratiques d'usage et plateformes visionnées par les adolescents.

## Sources d'informations



Rural



Urbain

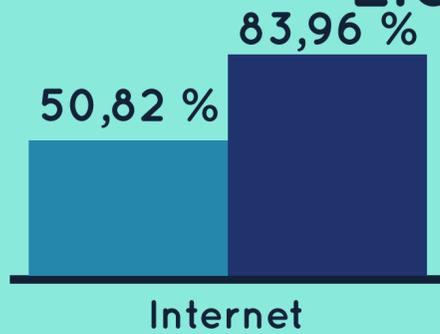


Filles

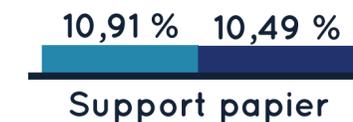
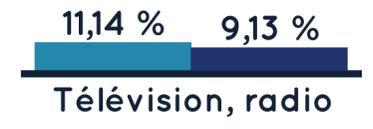
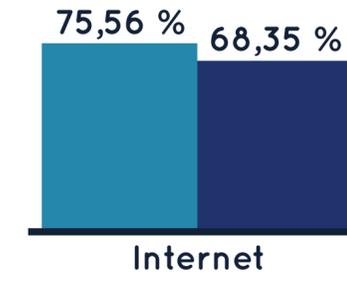


Garçons

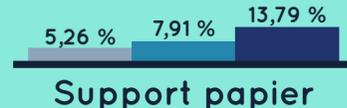
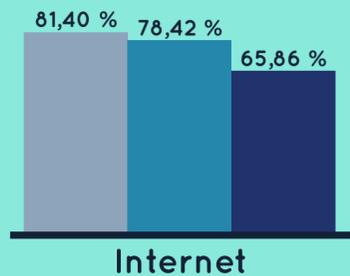
### Lieu de vie



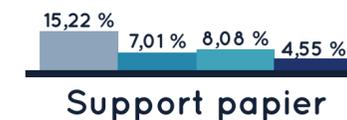
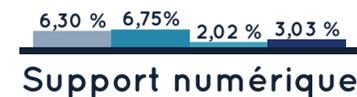
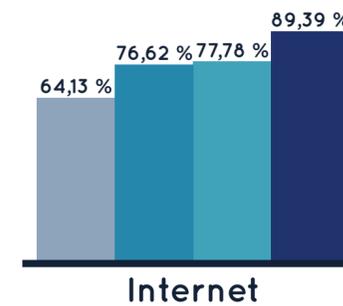
### Genre



### Catégorie socio-professionnelle



### Ethnicité



### 3. Pratiques d'usage et plateformes visionnées par les adolescents.



Plateformes pour regarder les vidéobloggeurs

37,6 %

36,5 %

92,5 %

4,7 %

39,5 %

Facebook

Snapchat

Youtube

Whatsapp

Instagram