

Médiamétrie : Les jeux vidéo, la vidéo et la musique, tête des loisirs

Info

Posté par : JPilo

Publié le : 2/3/2011 11:30:00

Plus on avance dans la vie, **plus on privilégie les grands médias** (télévision, radio, presse, Internet et cinéma). Les jeunes émancipés à jeunes de moins de 30 ans ayant quitté le domicile parental - leur consacrent près des ¾ de leurs contacts médias et multimédias et les jeunes à la maison 3 sur 5. Une proportion qui monte à 90% pour les jeunes seniors inactifs et 85% pour les parents expérimentés.

Pratique unanime et généralisée, Internet rassemble 7 jeunes sur 10 au cours d'une journée - qu'ils soient à la maison ou à l'émancipation. Toutefois, les jeunes émancipés ont plus de contacts quotidiens avec le web (9) que les jeunes à la maison (près de 7).



mediametrie

Les jeux vidéo, la vidéo et la musique sont des loisirs majoritairement appréciés par les jeunes, qu'ils soient encore à la maison ou bien émancipés. Bénéficiant des équipements et pratiques de leurs parents, les jeunes à la maison sont plus majoritairement exposés aux médias et loisirs numériques que les jeunes émancipés.

En revanche, les jeunes émancipés sont plus consommateurs de médias au cours de la journée. Ils consacrent plus de 7 contacts sur 10 aux activités médias - radio, TV, presse, Internet et cinéma. Les jeunes à la maison en consacrent 6 sur 10. Les jeunes émancipés consacrent plus de contacts à la presse (le double) et à la radio (1,5 fois plus) que les jeunes à la maison.

Les jeunes émancipés pratiquent plus le téléphone fixe que les jeunes à la maison à ils sont 1 sur 5 contre 1 sur 7. Cela peut s'expliquer par les offres à triple play qui permettent de téléphoner gratuitement, alors que les jeunes à la maison privilégient leur mobile, moyen de communication personnel.

Les jeunes à la maison consacrent 2/3 de contacts en plus au téléphone mobile que les jeunes émancipés. Ces derniers privilégient davantage la voix (versus SMS/texto) : ils y consacrent

1/3 de leurs contacts avec leur tÃ©lÃ©phone mobile. Les jeunes Ã la maison se servent davantage et principalement de leur tÃ©lÃ©phone mobile pour envoyer des SMS : les textos reprÃ©sentent 84% de leurs contacts avec leur tÃ©lÃ©phone mobile. De maniÃ¨re gÃ©nÃ©rale, les jeunes ont tendance Ã accroÃ®tre leur communication par textos. La part de ce mode de communication a trÃ¨s nettement augmentÃ© ces derniÃ¨res annÃ©es par rapport aux communications tÃ©lÃ©phoniques.

Les jeunes Ã la maison sont joueurs : 3 sur 10 pratiquent les jeux vidÃ©o alors que les jeunes Ã©mancipÃ©s sont 15%. En revanche, ils ont des pratiques Ã©quivalentes en matiÃ¨re de vidÃ©o et de musique.

Ces tendances sont confortÃ©es par la prÃ©sence d'Ã©enfants dans le foyer puisque les parents expÃ©rimentÃ©s privilÃ©gient les mÃ©dias classiques : ils leur consacrent 85% de leurs contacts mÃ©dias et multimÃ©dias lors d'une journÃ©e, soit 5,5 contacts de plus que les couples 35-49 ans sans enfant. La presse, la radio et la tÃ©lÃ©vision tiennent une place importante. Mais les parents expÃ©rimentÃ©s sont de plus en plus nombreux Ã pratiquer Internet au cours d'une journÃ©e : 56% en 2010.

Les couples 35-49 ans sans enfant ont plus de contacts avec Internet, le tÃ©lÃ©phone mobile et autres loisirs numÃ©riques. Le nombre de leurs contacts avec Internet, en forte augmentation, atteint 5,6 par jour en 2010.

CONTACTS QUOTIDIENS AVEC LES MEDIAS

Ces diversitÃ©s de comportements accompagnent une tendance globale : d'annÃ©e en annÃ©e, les FranÃ§ais intensifient leurs contacts quotidiens avec les mÃ©dias. En 2010, les personnes vivant en France ont eu 41 contacts avec les mÃ©dias et loisirs numÃ©riques au cours d'une journÃ©e. Cela correspond Ã une augmentation de 7% par rapport Ã 2008. Toutes les tranches d'Ã¢ge sont concernÃ©es, mÃªme si c'est surtout auprÃ¨s des 18-24 ans que ce phÃ©nomÃ¨ne est le plus marquÃ©, en lien avec l'augmentation de leur pratique d'Internet et du tÃ©lÃ©phone mobile.

Nos concitoyens apprÃ©cient de diversifier les mÃ©dias : prÃ¨s d'un FranÃ§ais sur 3 est en contact avec au moins 4 grands mÃ©dias (TV, radio, presse, Internet et cinÃ©ma) au cours d'une journÃ©e ; il y en avait 1 sur 4 il y a deux ans.

Les mÃ©dias Ã« classiques Ã» - tÃ©lÃ©vision, radio, presse et cinÃ©ma - dominent le paysage mÃ©diatique puisque la quasi-totalitÃ© de la population (99%) est en contact avec au moins l'un d'entre eux au cours d'une journÃ©e. Les loisirs numÃ©riques Ã« vidÃ©o, tÃ©lÃ©phone fixe et mobile, musique et jeux vidÃ©o - ne sont pas en reste : plus de 3 FranÃ§ais sur 4 les pratiquent au cours d'une journÃ©e.

Les loisirs numÃ©riques sont pratiquÃ©s de maniÃ¨re rÃ©guliÃ¨re tout au long de la journÃ©e Ã la diffÃ©rence des grands mÃ©dias caractÃ©risÃ©s par des temps forts de consommation, les Ã« prime-time Ã». Internet et le tÃ©lÃ©phone mobile sont les activitÃ©s qui ont connu la plus forte progression ces deux derniÃ¨res annÃ©es.