



OTM 18+ | 11 mars 2022

Les enfants et la télévision traditionnelle

L'OTM Junior publie un rapport sur les jeunes et leurs habitudes d'écoute de la télévision, face à la féroce concurrence des services de VSDA et de YouTube. Quelle est la place de la télévision traditionnelle dans un univers où il suffit d'un simple clic, ou même d'une simple commande vocale, pour y avoir accès, comme d'ailleurs à beaucoup d'autres types de contenu? Le présent rapport donne un aperçu de l'écoute de la télévision comparativement à d'autres sources de contenus vidéo chez les enfants de moins de 18 ans du marché francophone. Il s'intéresse aussi aux autres activités que les enfants font tout en regardant la télévision.

Faits saillants du rapport :

- Les trois quarts des jeunes francophones de 2 à 11 ans regardent la télévision linéaire traditionnelle toutes les semaines. Les enfants plus jeunes (de 2 à 6 ans) sont les plus portés à regarder la télévision linéaire, mais l'écoute diminue quand les enfants prennent de l'âge et découvrent d'autres sources de contenu en ligne comme YouTube.
- Le temps passé par les enfants à regarder la télévision linéaire dans une semaine type est pratiquement le même dans les différentes tranches d'âge. Les trois catégories étudiées (2-6 ans, 7-11 ans et 12-17 ans) regardent environ sept heures autodéclarées de contenu télévisuel dans une semaine type. Cela dit, l'écoute de contenu en ligne augmente avec l'âge des enfants et les adolescents passent plus de temps à regarder des services de VSDA et YouTube que la télévision linéaire.
- Le contenu animé est le genre le plus prisé des enfants, principalement des plus jeunes. Les adolescents sont beaucoup plus enclins à préférer des genres de contenu qui plaisent aux auditoires plus mûrs, comme les dramatiques, les comédies, les contenus d'action et d'aventure, ou encore les émissions de télé-réalité.
- 43 % des adolescents francophones qui regardent la télévision indiquent faire autre chose en même temps, et ce, tous les jours ou presque. Communiquer avec des amis est l'activité la plus courante : textos, courriel ou messages instantanés. Le réseautage social est également une activité très courue auprès de ce groupe d'adolescents multitâches.

À propos de l'OTM

L'Observateur des technologies médias (OTM©) est le premier outil de recherche pour l'adoption et l'utilisation d'appareils technologiques du Canada. Avec plus de 12 000 entrevues téléphoniques réalisées chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 200 000 Canadiens (répartis en parts égales entre francophones et anglophones) au cours des dix dernières années, ce qui en fait l'enquête de suivi sur les technologies médias la plus précise et complète qui soit. Pour en savoir plus sur l'OTM, visitez notre portail à l'adresse www.mtm-otm.ca ou appelez au : 1 855 898-4999.