

L'OTM Jr. publie le 5e rapport annuel sur les comportements de consommation des médias chez les enfants canadiens, y compris la découvrabilité de la télévision et de la vidéo, les jeux et la sécurité en ligne

Découvrabilité de la télévision et de la vidéo, casques VR, consoles de jeux Nintendo et la réalité de l'intimidation en ligne - découvrez les dernières données de l'OTM Junior.

OTM JR. | 9 mai 2023

En tant que produit de l'Observateur des technologies médias (OTM), l'OTM Junior se concentre sur les comportements de consommation des médias des Canadiens âgés de 2 à 17 ans. Dans sa cinquième année, l'OTM Junior se penchera sur des sujets tels que la découvrabilité de la télévision et de la vidéo, la consommation audio et radio dans la voiture, le harcèlement en ligne chez les adolescents, les jeux vidéo et les casques de réalité virtuelle, et bien plus encore pour vous aider à mieux comprendre la plus jeune génération de consommateurs de médias au Canada.

Voici quelques faits saillants du nouveau rapport « Génération de demain » et de l'infographie « Aperçu des grandes tendances de 2023 » :

- Comment les enfants canadiens découvrent-ils du nouveau contenu télévisuel et vidéo à regarder? Les recommandations d'amis sont la méthode la plus populaire, suivies des mises à jour des médias sociaux et des suggestions personnalisées. Les filles sont plus susceptibles de découvrir de nouvelles émissions sur les réseaux sociaux ou les suggestions « Vous pourriez aimer » fournies que sont des garçons.
- Les jeux vidéo sont un passe-temps important chez les enfants. Près des quatre cinquièmes de tous les enfants ont joué à un type de jeu vidéo au cours du mois dernier, que ce soit sur une console, une application ou un ordinateur. Les consoles de jeu sont extrêmement populaires chez les enfants canadiens : huit sur dix en possèdent une. Nintendo est la console la plus prisée, suivie de Playstation et Xbox.
- Les réseaux sociaux continuent de se développer chez les enfants. Sept enfants âgés de 7 à 17 ans sur dix ont visité un site de réseautage social au cours du dernier mois. Avec une utilisation accrue, les préoccupations concernant la sécurité en ligne continuent d'être au centre des préoccupations. Selon l'enquête la plus récente, un adolescent sur cinq déclare avoir été victime d'intimidation ou de harcèlement en ligne.
- Alors que la radio AM/FM a connu de légères baisses pendant la pandémie, nous la voyons maintenant revenir à des niveaux normaux avec des déplacements vers l'école et des activités parascolaires de retour en pleine forme. La radio AM/FM est le type de contenu audio le plus couramment écouté avec des enfants dans un véhicule : 57 % déclarent écouter la radio AM/FM via un récepteur ou en ligne.
- L'OTM Junior a demandé aux parents à quel point il est important pour leurs enfants de consommer du contenu produit au Canada. Près de six parents canadiens sur dix pensent qu'il est « extrêmement » ou « assez important » que leurs enfants consomment du contenu canadien, et l'importance est encore plus élevée chez ceux qui ont des enfants de moins de 11 ans.

ACCÉDER AU PORTAIL DE L'OTM

Nouveauté : vous n'avez pas encore de compte d'utilisateur pour accéder à l'OTM ? Créez votre propre compte [ici](#).

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.