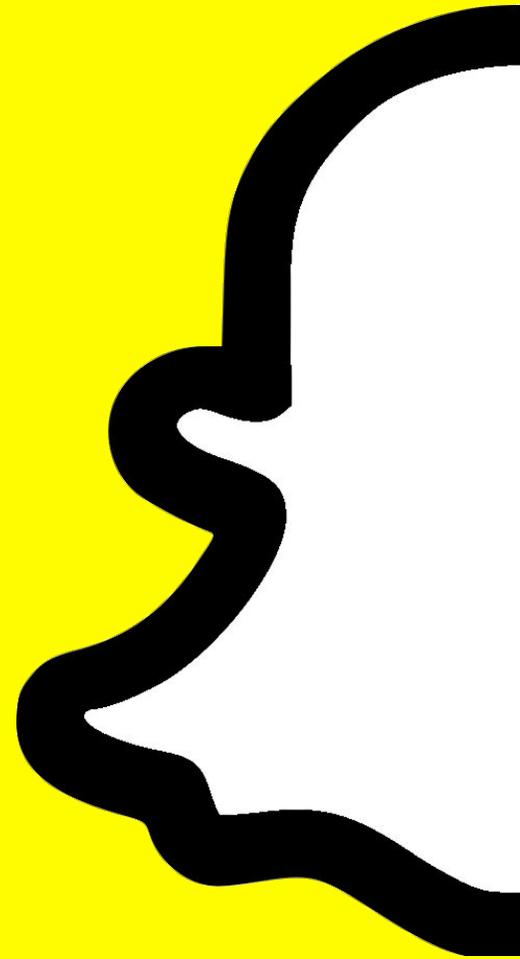


Indicateur du bien-être numérique 2022

Résultats de l'étude



MÉTHODOLOGIE

9 003

Participants

Sondage en ligne de 12 minutes

3

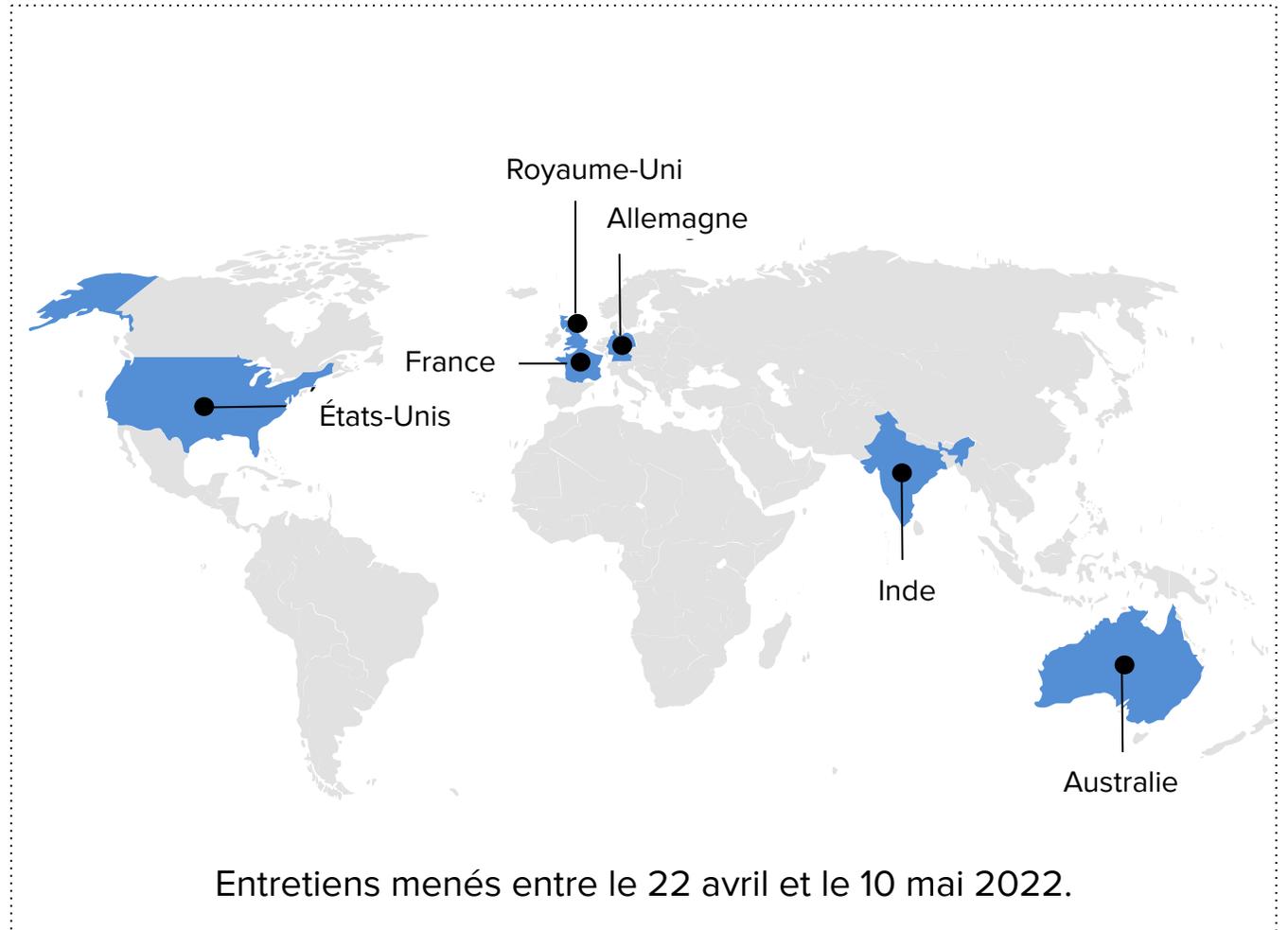
Audiences

- Adolescents de la génération Z (13-17 ans)
- Adultes de la génération Z (18-24 ans)
- Parents d'adolescents âgés (13-19 ans)

6

Pays

Allemagne, Australie, États-Unis, France, Inde, Royaume-Uni.





1. L'INDICATEUR DU BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE EST UNE SOURCE INDISPUTABLE POUR MESURER LE BIEN-ÊTRE PSYCHOLOGIQUE EN LIGNE

Fondement

Cet indicateur s'appuie sur plus de 40 ans de recherches sur le bien-être subjectif dans le milieu numérique, et comprend des études sur les risques en ligne menées sur plusieurs années par notre équipe de recherches auprès d'adolescents et d'adultes originaires de 34 pays différents.

Validité

L'indicateur du bien-être numérique (Digital Well-Being Index en anglais, ou DWBI) que nous avons obtenu révèle des liens évidents entre, d'une part, l'exposition aux risques, les réseaux sociaux et les dispositifs de soutien et, d'autre part, l'état actuel du bien-être en ligne. Les scores de bien-être des participants ont permis de les diviser en quatre groupes : Épanouissement, Satisfaction, Intermédiaire et En difficulté.

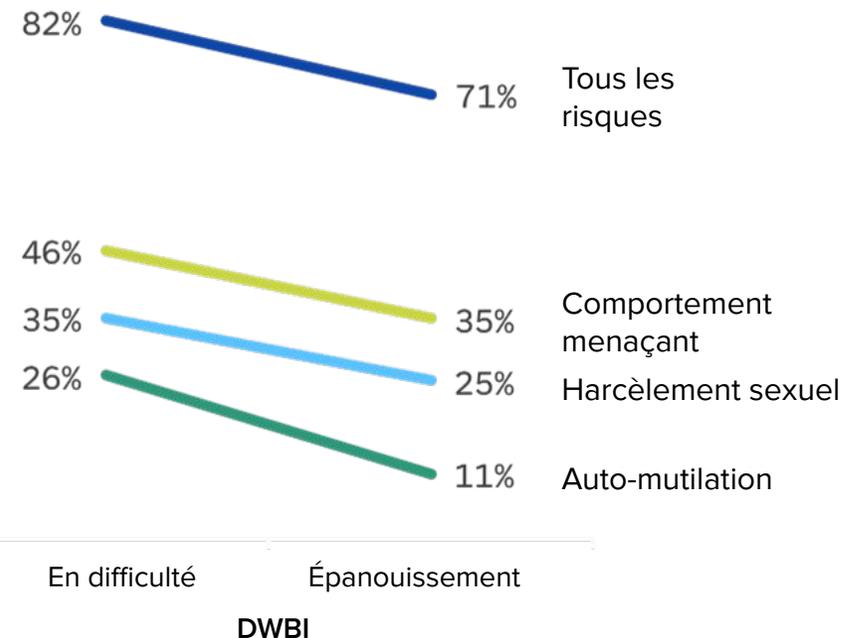
Plusieurs dimensions

Les résultats montrent des domaines dans lesquels les Snapchatters témoignent d'expériences positives qui les aident à s'épanouir et qui contrebalancent souvent les situations délicates.

Statistiques fiables

Nous avons affiné les données grâce à des évaluations en amont et à des analyses en aval. Les résultats finaux de l'indicateur du bien-être numérique ont présenté des propriétés statistiques fiables (ex. en matière de validité et de cohérence interne).

Lien entre le risque en ligne et le DWBI





2. LES RÉSEAUX SOCIAUX JOUENT UN RÔLE CENTRAL DANS LE BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE

1

Influence positive

Ce point concerne les personnes pour lesquelles les réseaux sociaux ont une influence positive sur le bien-être numérique.

2

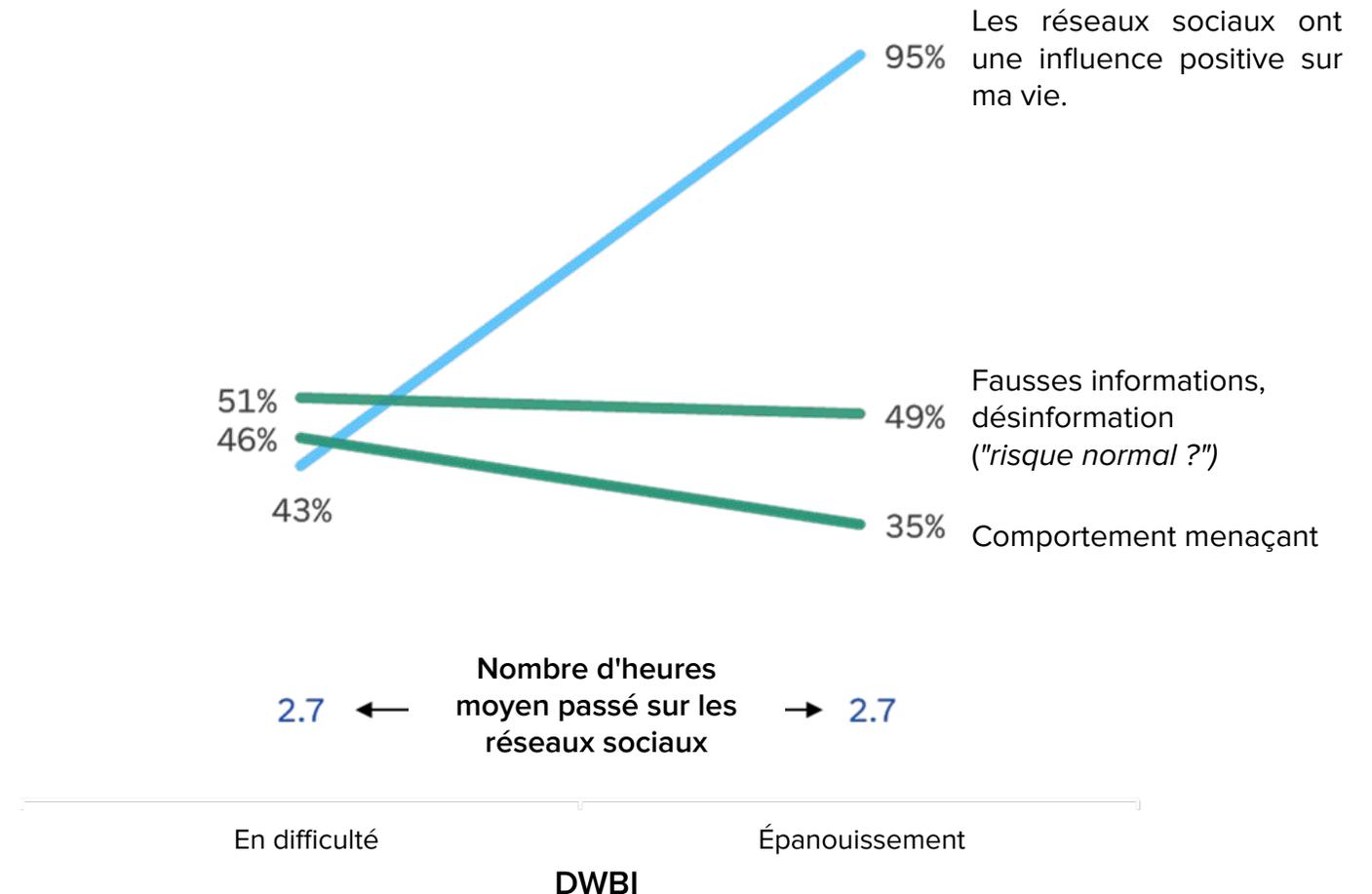
Plus qualitatif que quantitatif

Le bien-être numérique dépend plus de la nature et de la qualité des interactions en ligne que du temps passé sur les réseaux sociaux.

3

Importance du type de risque

Les risques ciblés personnellement ont une forte relation avec le bien-être numérique, tandis que les risques "normalisés" ont une faible relation avec celui-ci.



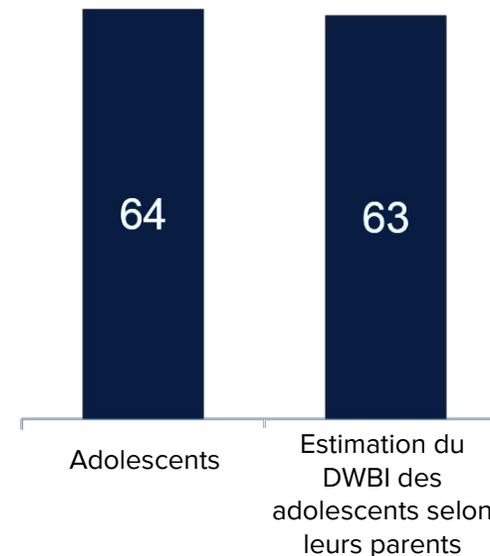


3. DE MANIÈRE GÉNÉRALE, LES PARENTS SONT CONSCIENTS DU BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE DE LEURS ADOLESCENTS

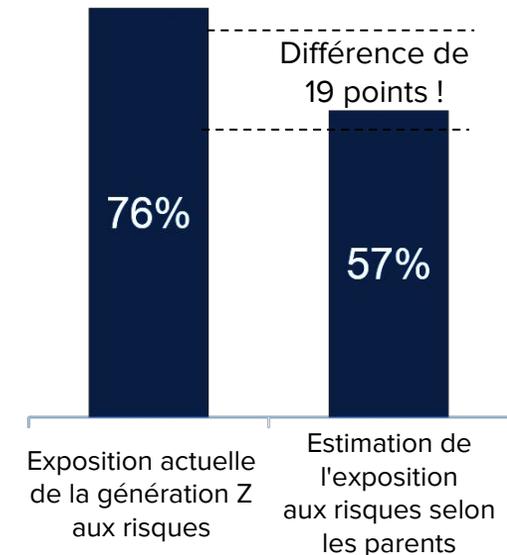
En abordant régulièrement le sujet des activités en ligne avec leurs enfants, les parents peuvent jouer un rôle décisif.

- La capacité des parents à estimer avec précision l'étendue du bien-être numérique de leur enfant dépend de la régularité avec laquelle ils se renseignent.
- Les adolescents dont les parents prennent régulièrement des nouvelles ont un meilleur bien-être numérique et conservent un niveau de confiance plus élevé envers leurs parents.
- À l'inverse, le sous-ensemble des parents qui ne s'informaient pas régulièrement des expériences en ligne de leurs enfants sous-estimait considérablement l'exposition aux risques de ces derniers (de près de 20 points).

Parents ayant donné une estimation correcte du bien-être numérique de leurs adolescents (entre 13 et 17 ans)



Parents ayant sous-estimé l'exposition de leurs adolescents aux risques en raison d'un manque de communication régulière

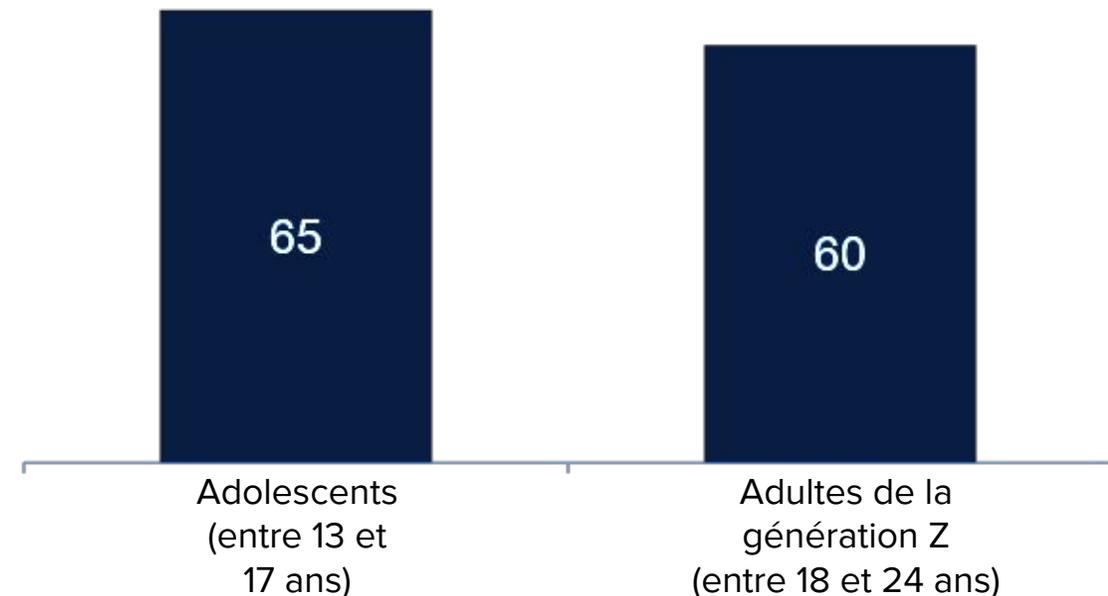




4. LA GÉNÉRATION Z (18-24 ANS) PRÉSENTENT UN BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE PLUS FAIBLE QUE CELUI DES ADOLESCENTS

- Nos données reflètent un sentiment d'incertitude sans précédent, ressenti plus fortement par la génération Z. Plusieurs sondages nationaux tirent la même conclusion : les jeunes adultes se portent moins bien mentalement et physiquement que les autres groupes démographiques.
- Par rapport aux adolescents, la génération Z est moins satisfaite de leur vie en ligne et obtient des scores beaucoup plus faibles en matière de santé physique et émotionnelle.

DWBI





PRÉSENTATION DE L'INDICATEUR DU BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE

Émotion positive : 12



Réussites : 13



Engagement : 13



Émotion négative : 11



Relations : 13

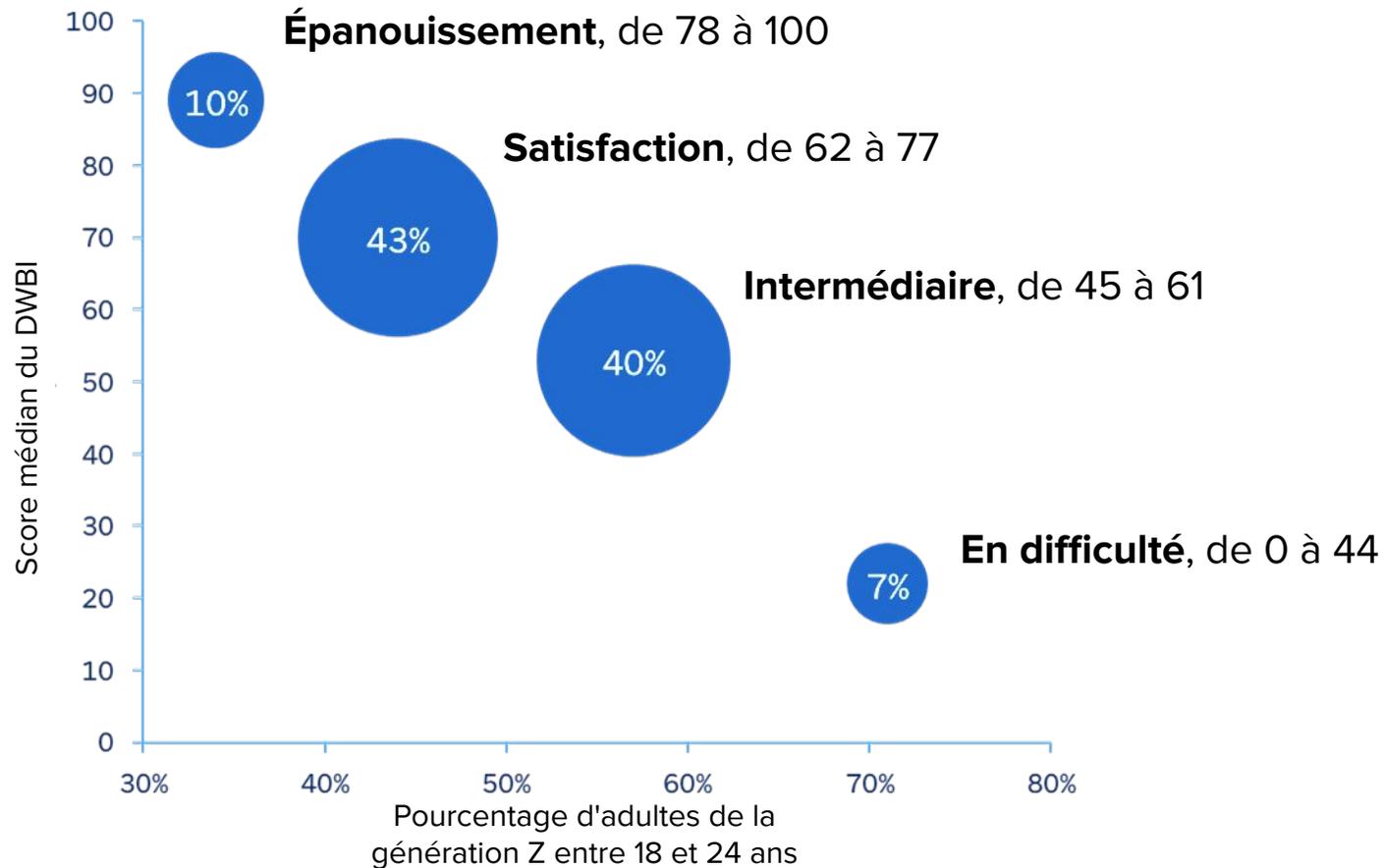


Score 2022

62



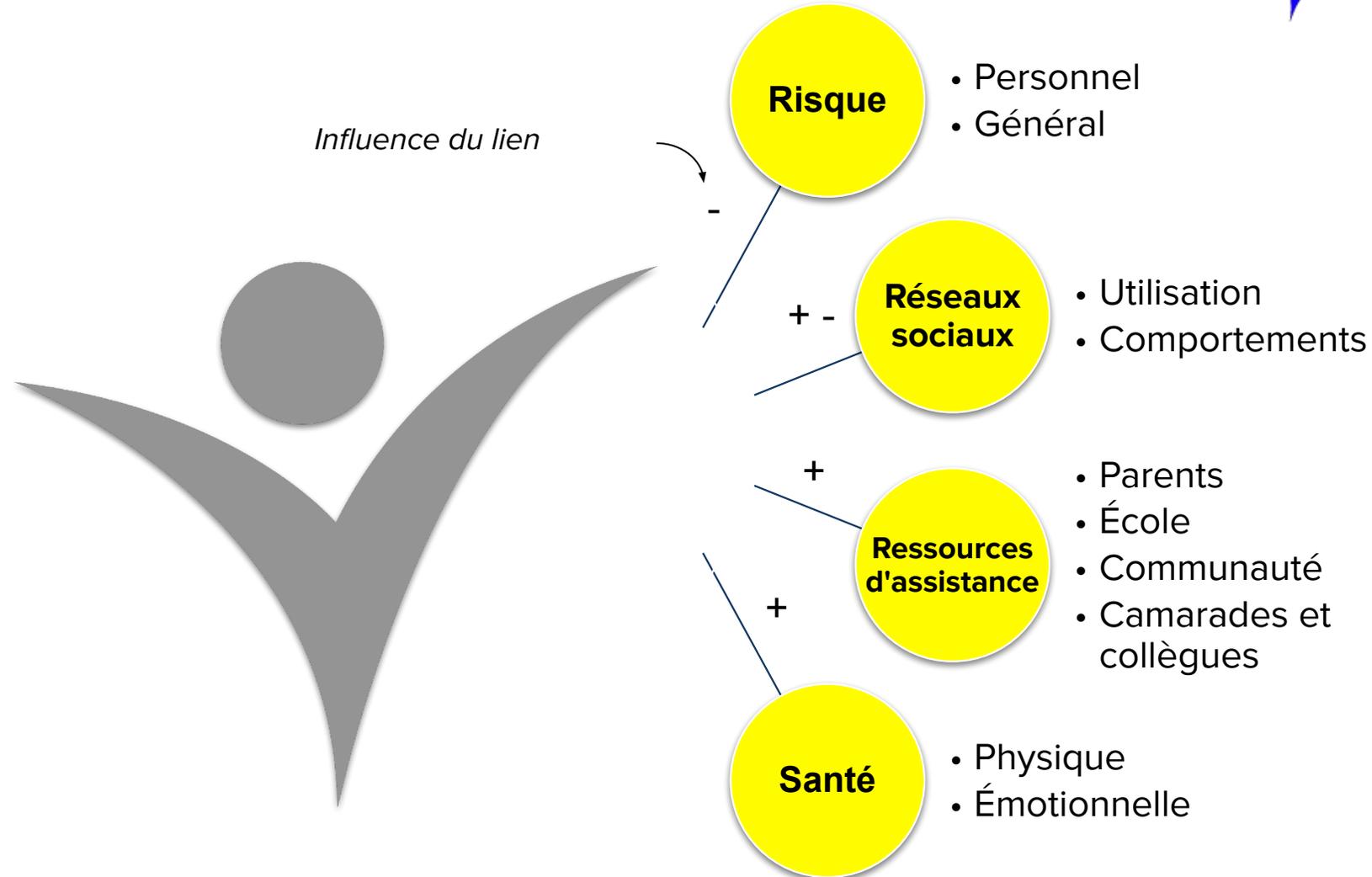
TAILLE DES GROUPES ET FOURCHETTE DES SCORES POUR LE DWBI



Base : génération Z, N = 6 002

Groupe de bien-être numérique	Description
Épanouissement (très élevé)	Expérience très positive, uniquement des notes élevées
Satisfaction (élevé)	Toutes les dimensions dans les deux catégories les plus élevées, expériences globalement très positives sans l'être toutes
Intermédiaire (moyen)	Évaluations en milieu de fourchette, notes à la fois élevées et basses, expérience mitigée
En difficulté (bas)	Notes basses (entre 1 et 3) dans toutes les dimensions, expériences et événements négatifs récurrents

VALIDITÉ : LIENS AVEC LE BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE

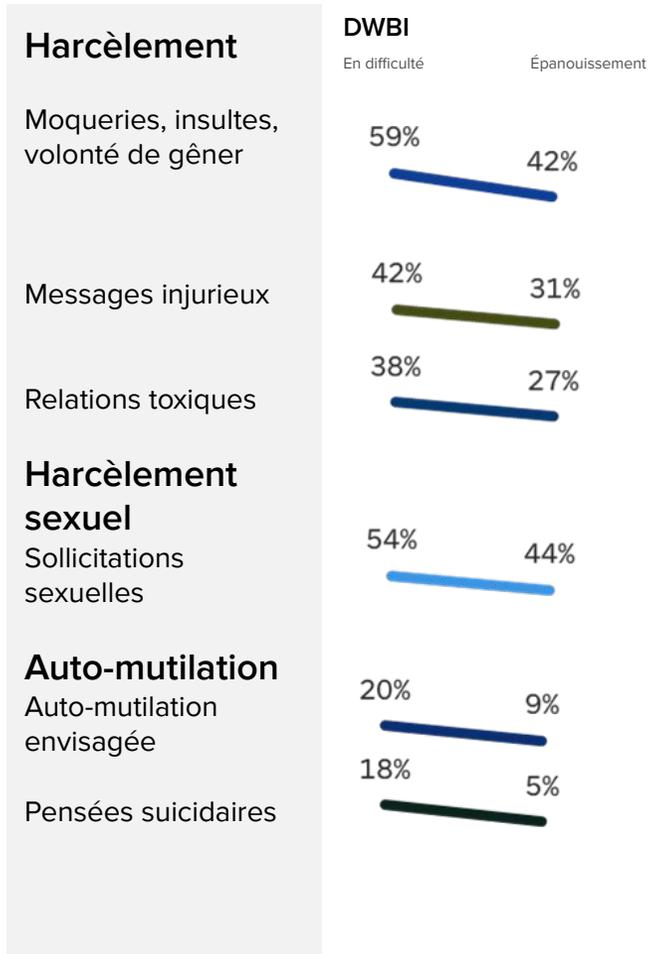




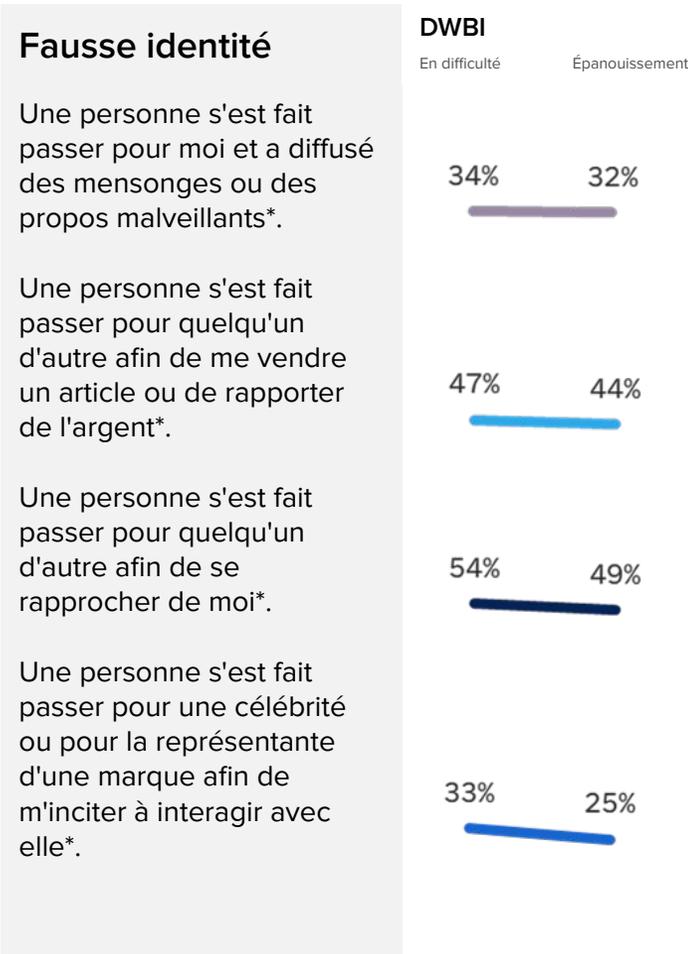
LIEN ENTRE LE DWBI ET LES RISQUES

Chaque type de risque a son propre lien.

Liens négatifs forts avec le DWBI



Liens faibles avec le DWBI. Ces risques sont-ils considérés comme "normaux" ?



Base : génération Z, N = 6 002. * Petits échantillons au sein des groupes aux deux extrémités.

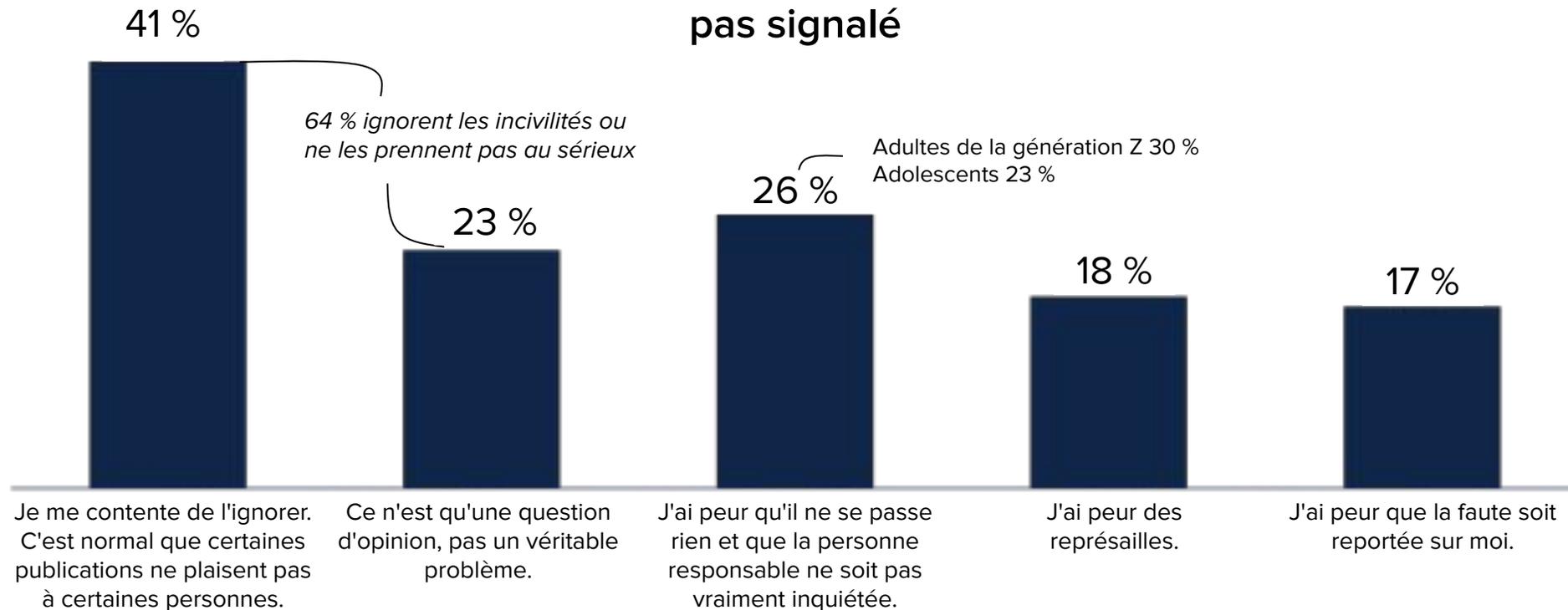
Q5 : Le cas échéant, lesquelles des expériences suivantes avez-vous personnellement vécues EN LIGNE au cours des trois derniers mois, tous appareils numériques confondus ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.



PREUVES DE LA NORMALISATION DES RISQUES



Raisons pour lesquelles un problème n'est pas signalé



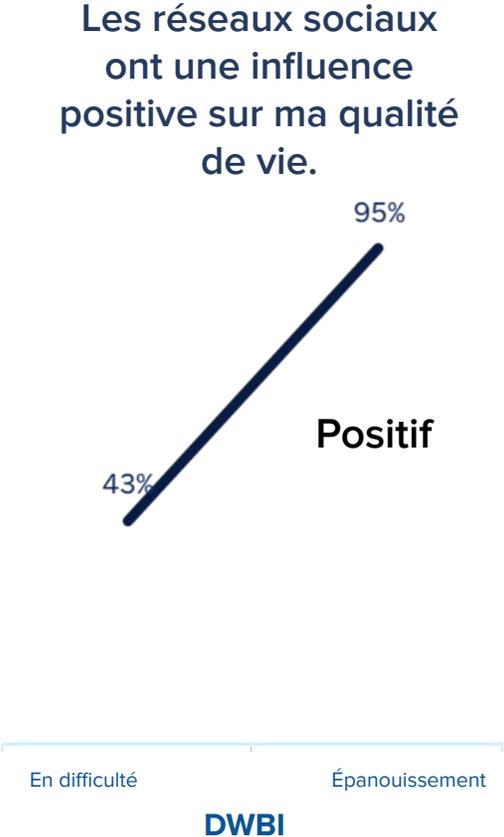
Base : utilisateurs récurrents de Snapchat, d'Instagram et d'autres réseaux sociaux, N = 6 087

Q21 : Pour quelles raisons ne signalez-vous pas un problème ou refusez-vous de le faire ?

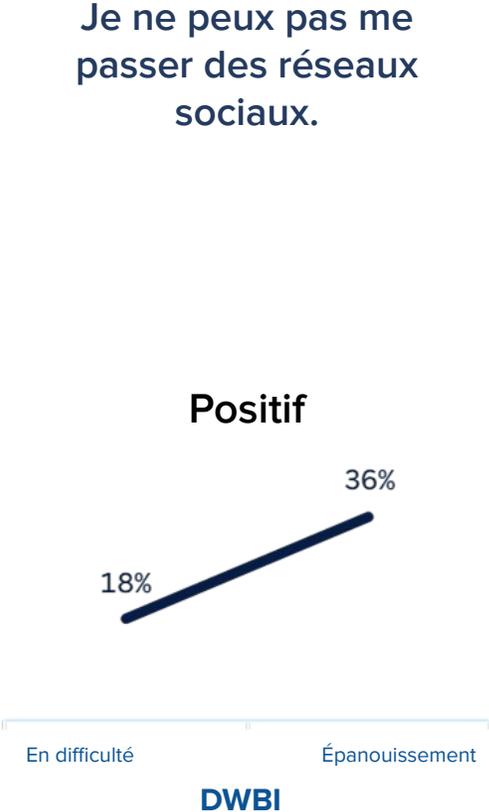


LIEN ENTRE LE DWBI ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

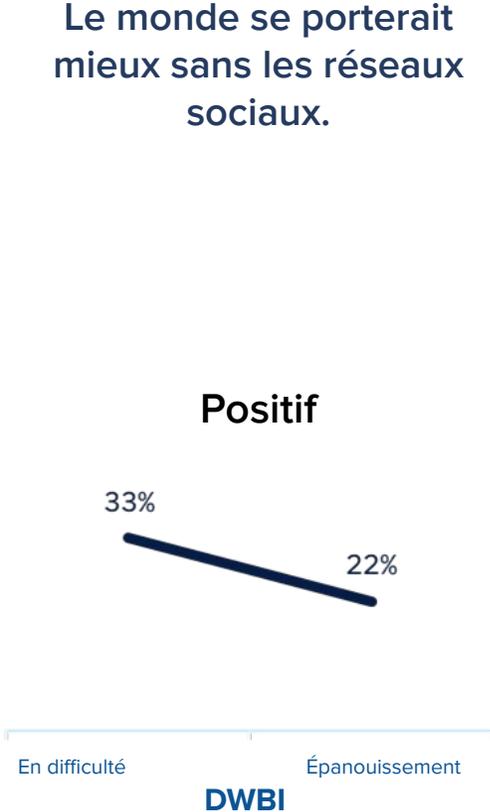
Pour la plupart des participants, les réseaux sociaux ont une influence positive sur le bien-être numérique.



(Pourcentage ayant choisi cette affirmation)
Base : génération Z, N = 6 002



(Pourcentage se déclarant d'accord ou totalement d'accord)



(Pourcentage se déclarant d'accord ou totalement d'accord)

Q12b : Laquelle de ces propositions représente le mieux votre vision des réseaux sociaux ?
Q26 : Dans quelle mesure chacune de ces affirmations s'applique-t-elle à votre cas ?

POUR LA GÉNÉRATION Z, LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT BÉNÉFIQUES AU QUOTIDIEN

78 %



des jeunes de la génération Z pensent que les réseaux sociaux ont une influence positive sur leur qualité de vie.

- Cet avis est bien plus répandu chez les adolescents (84 %) que chez les adultes de la génération Z (71 %).
- Cet avis est davantage partagé par le groupe masculin (81 %) que par le groupe féminin (75 %). Cette différence vaut autant pour les adolescents que pour les adultes.
- Les parents (73 %) partagent l'avis des adultes de la génération Z quant à l'influence des réseaux sociaux.





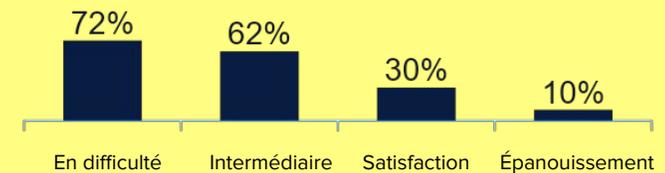
LIEN ENTRE L'INDICATEUR DU BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE ET LES RÉSEAUX D'ASSISTANCE

Plus les réseaux d'assistance sont vastes, plus le bien-être numérique augmente.

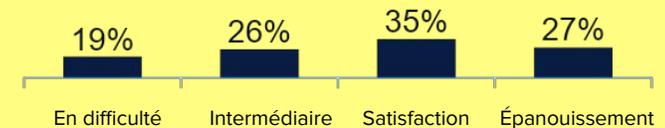
Nombre de ressources d'assistance*

Segment du bien-être numérique

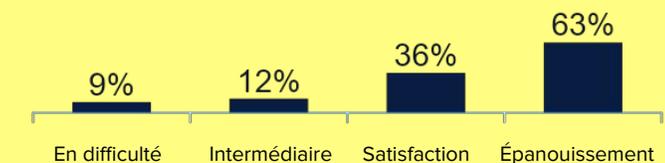
De 0 à 3



De 4 à 6



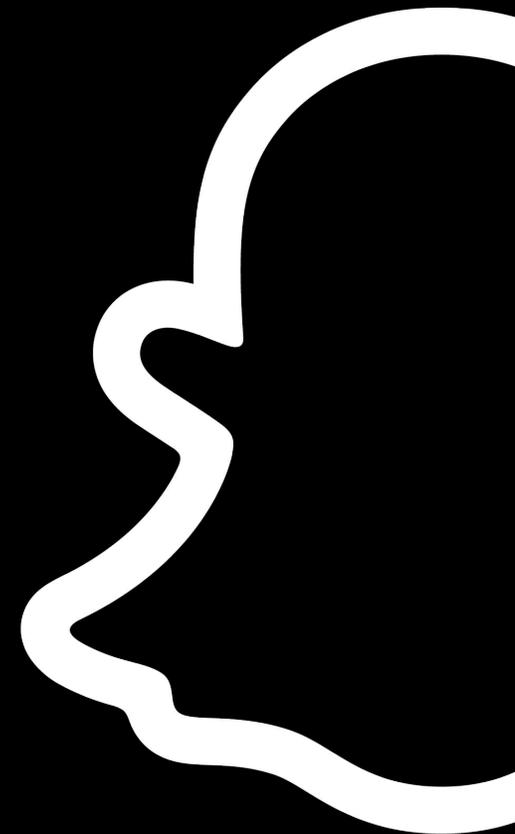
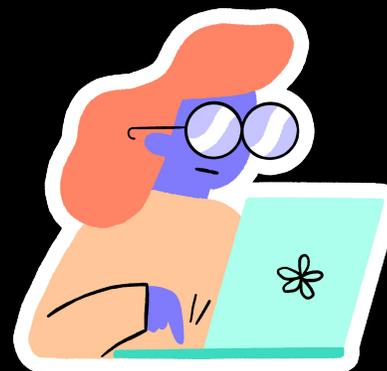
De 7 à 12



* Les ressources d'assistance désignent les personnes qui viennent en aide aux jeunes de la génération Z chez eux, à l'école, dans la communauté ainsi que parmi leurs amis et collègues. Elles doivent avoir répondu "d'accord" ou "totalement d'accord".

Base : génération Z, N = 6 002

RISQUES EN LIGNE : ÉTAT DES LIEUX

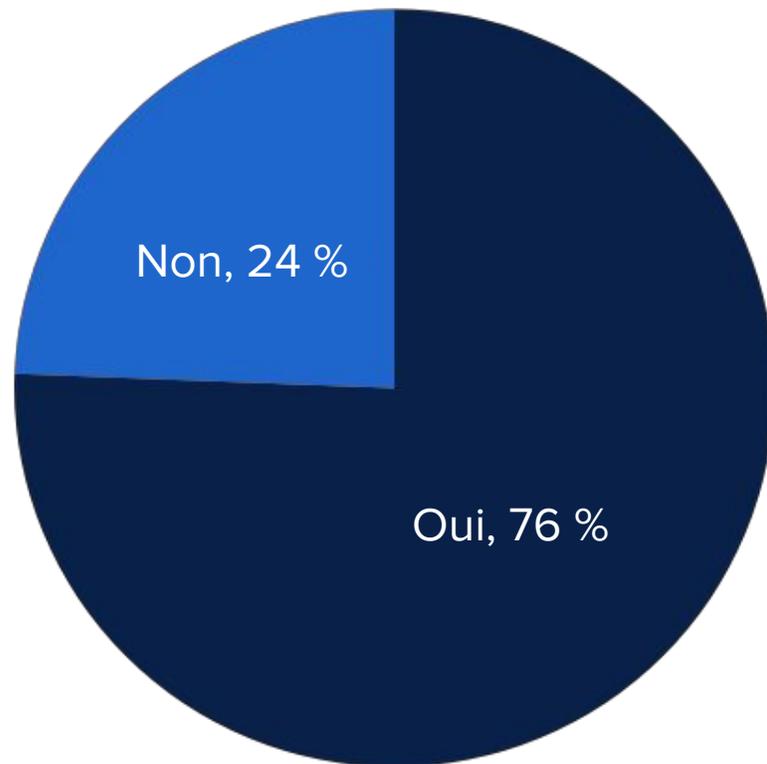




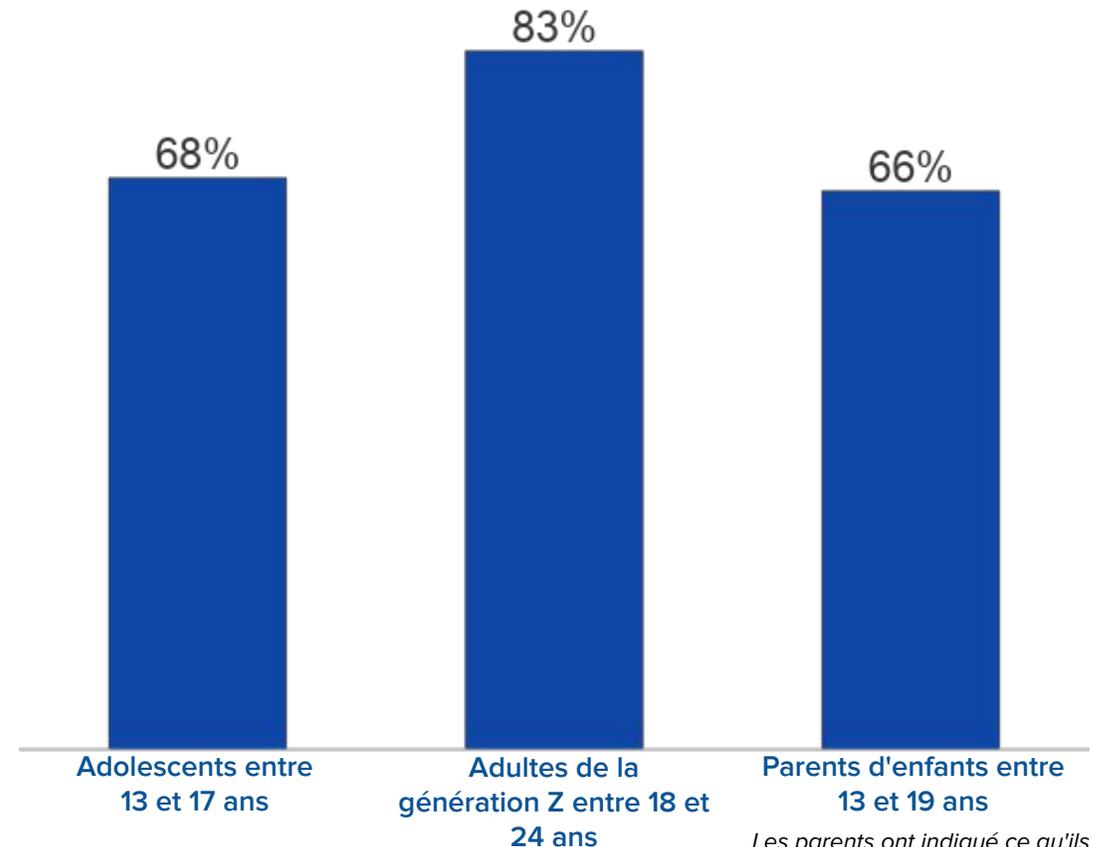
TROIS JEUNES SUR QUATRE AFFIRMENT AVOIR DÉJÀ ÉTÉ CONFRONTÉS À UN RISQUE

Chez les adultes de la génération Z, cela concerne plus de 8 personnes sur 10.

Au moins un risque affronté au cours des trois derniers mois



Taux général de risques



Les parents ont indiqué ce qu'ils savaient des risques auxquels leurs enfants avaient été confrontés.

Base : génération Z, N = 6 002

Q5 : Le cas échéant, lesquelles des expériences suivantes avez-vous personnellement vécues EN LIGNE au cours des trois derniers mois, tous appareils numériques confondus ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.



DISTRIBUTION DES RISQUES : PRÉDOMINANCE DES RISQUES GÉNÉRAUX

Général	Comportement menaçant	Harcèlement sexuel	
	Discours haineux, intimidation et harcèlement, menaces de violence, 39 %	Images intimes non consentues et avances sexuelles non désirées, 26 %	
Fausse information ou désinformation, 50 %	Fausse identité	Contrebande et extrémisme	Auto-mutilation
Contact non désiré, 35 %	Usurpation d'identité en ligne, piratage de compte, 27 %	Contenu extrémiste, drogues illicites, vente d'armes, 16 %	Auto-mutilation et suicide envisagés, 14 %

Base : génération Z, N = 6 002

Q5 : Le cas échéant, lesquelles des expériences suivantes avez-vous personnellement vécues EN LIGNE au cours des trois derniers mois, tous appareils numériques confondus ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

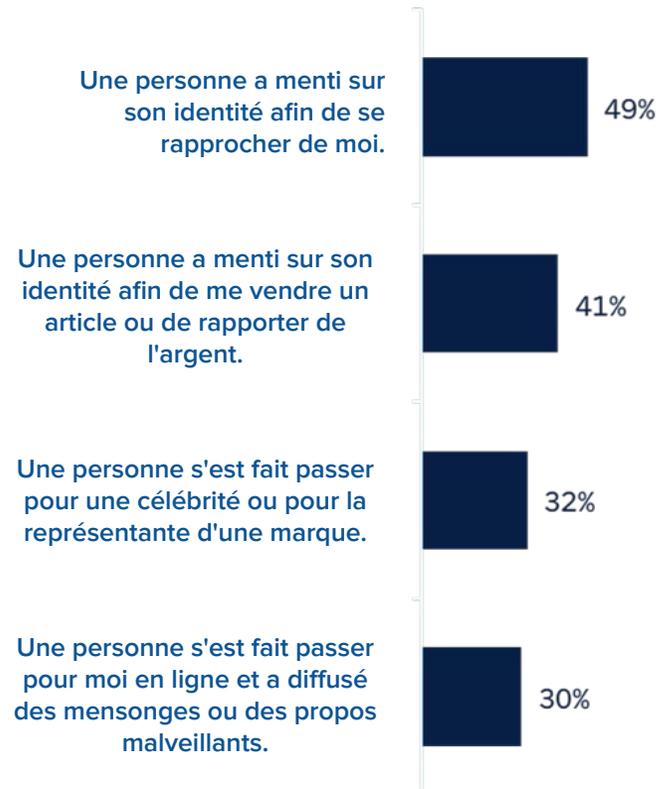


DÉTAILS DES RISQUES

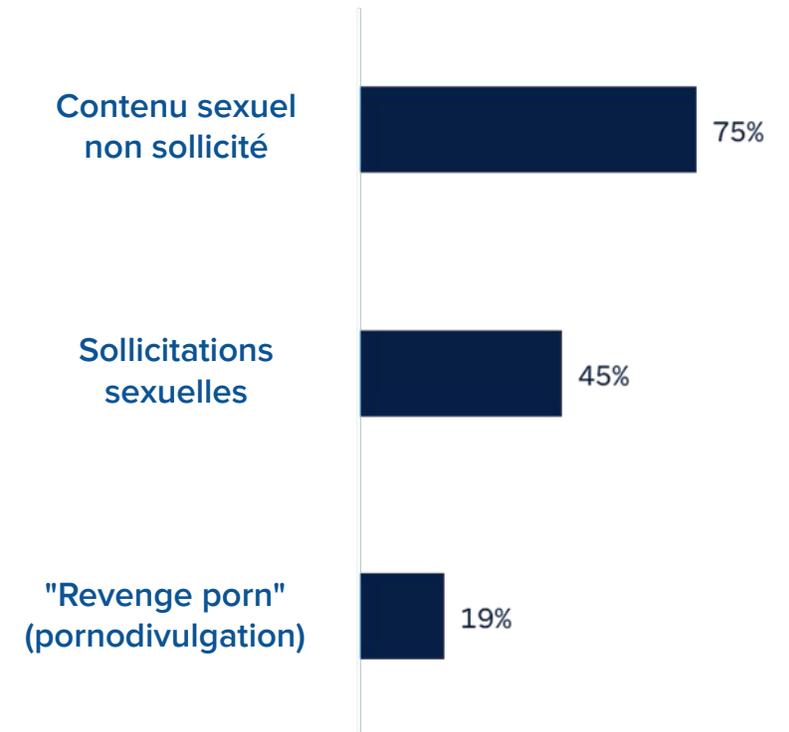
21 % Intimidation et harcèlement



19 % Usurpation d'identité en ligne



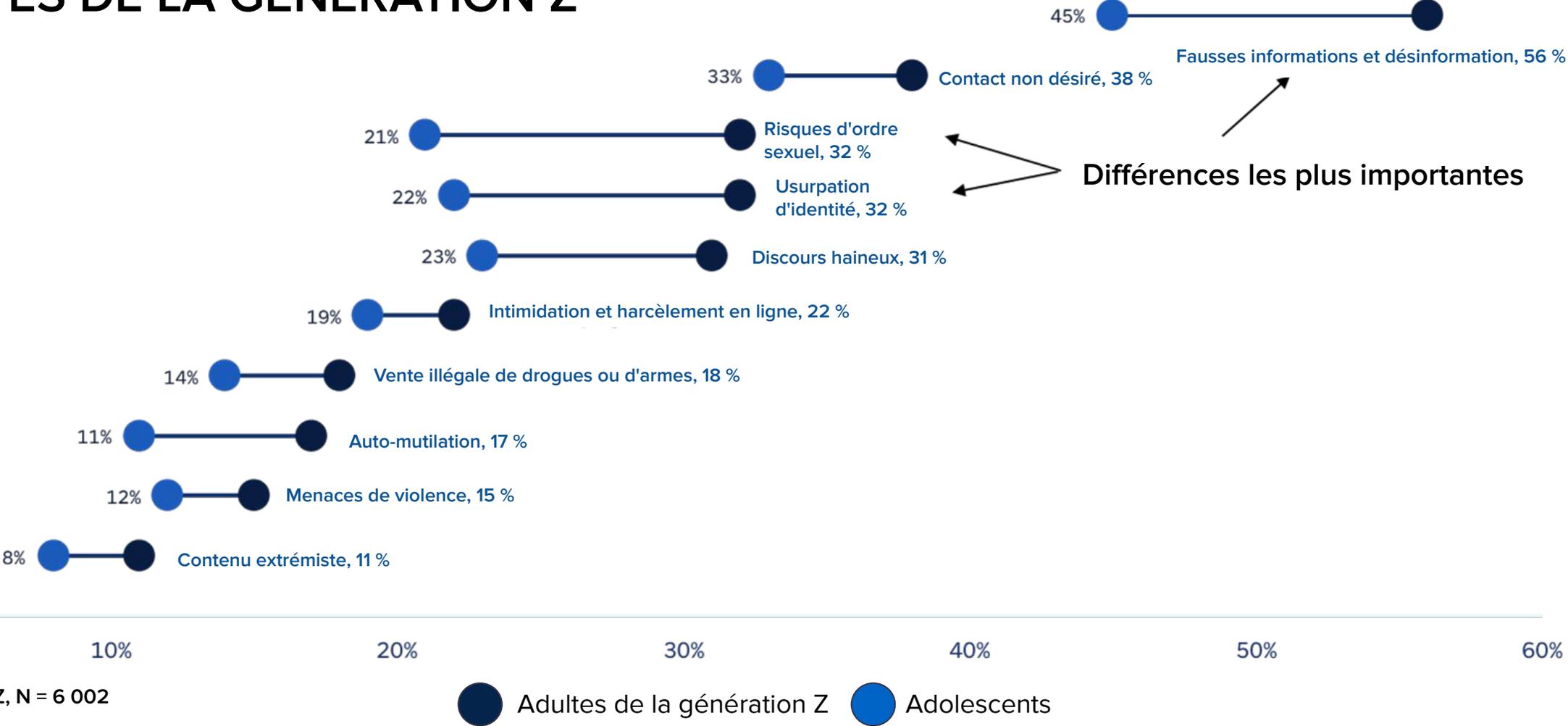
12 % Images intimes non consentues



Base : génération Z, N = 6 002

Q6A : Exposition à des images intimes non consentues, au harcèlement, à l'usurpation d'identité ou à l'auto-mutilation

CROISSANCE DU NOMBRE DE RISQUES ENTRE ADOLESCENTS ET ADULTES DE LA GÉNÉRATION Z



Base : génération Z, N = 6 002

Q5 : Le cas échéant, lesquelles des expériences suivantes avez-vous personnellement vécues EN LIGNE au cours des trois derniers mois, tous appareils numériques confondus ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.



UN JEUNE SUR SEPT (14 %) A DÉJÀ PENSÉ À S'AUTO-MUTILER

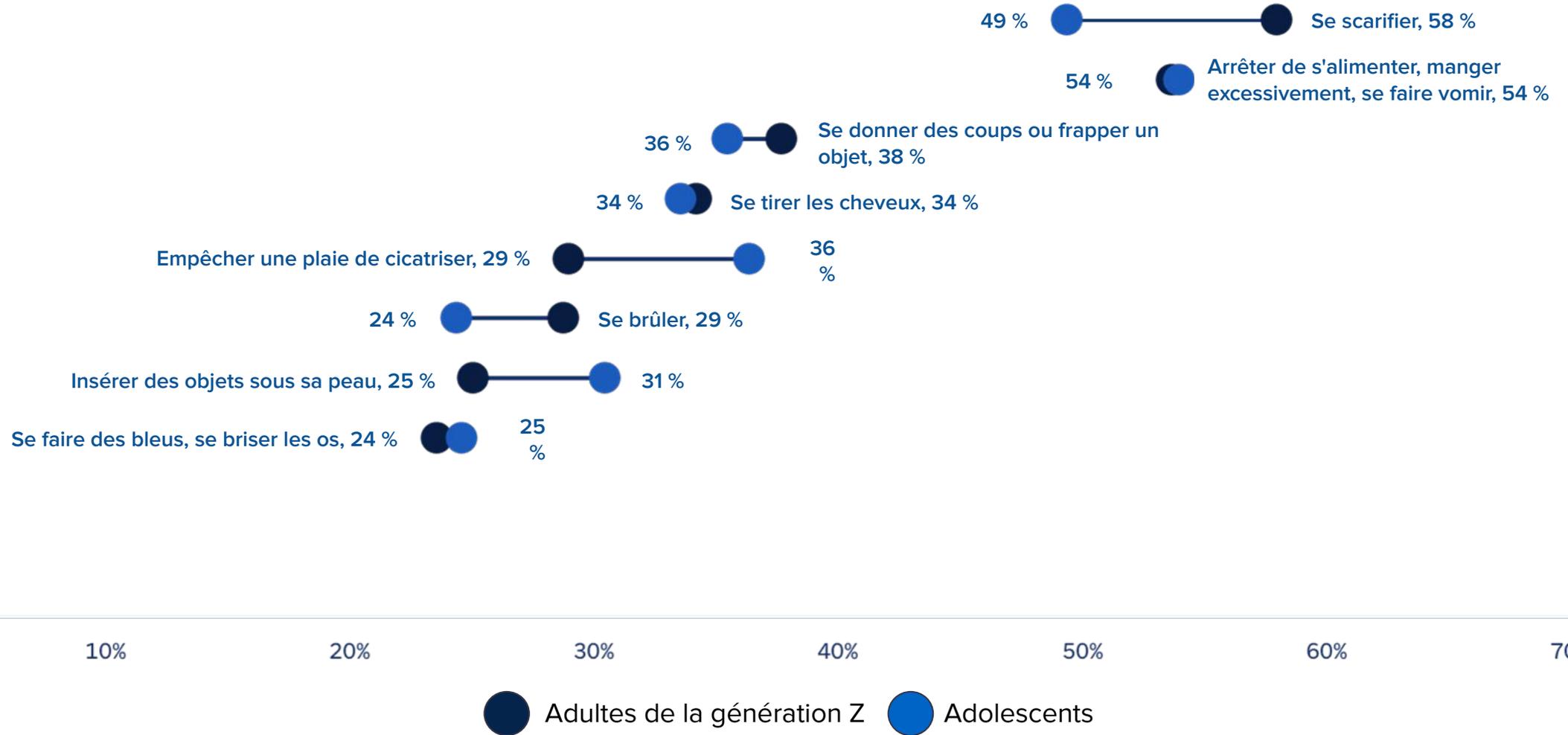
49 %

**SONT PASSÉS À L'ACTE ET SE
SONT AUTO-MUTILÉS**

- Lorsqu'ils pensent à s'auto-mutuler, les adolescents (57 %) sont plus susceptibles de passer à l'acte que les adultes de la génération Z (44 %).



TYPES D'AUTO-MUTILATION

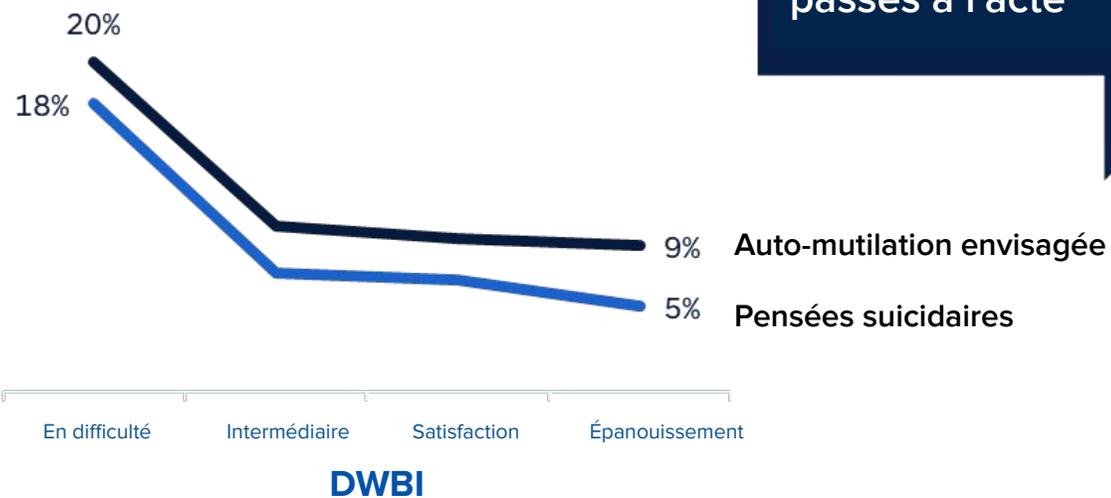


Base : jeunes de la génération Z étant passés à l'acte d'auto-mutilation, N = 303

Q6Da : Répondez à cette question uniquement si vous êtes assez à l'aise et que cela ne vous perturbe pas trop. Laquelle de ces propositions décrit le mieux la façon dont vous vous êtes fait du mal ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

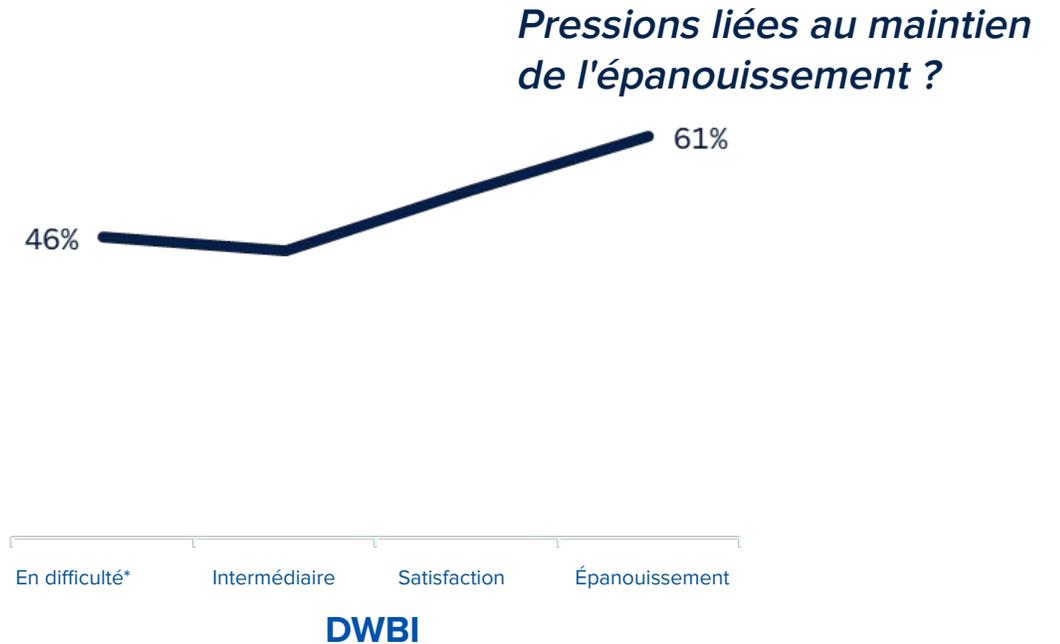
LES PLUS ÉPANOUIS RISQUENT-ILS PLUS DE S'AUTO-MUTILER ?

Plus le DWBI est élevé, plus le taux d'auto-mutilation diminue, mais...



Parmi ceux étant passés à l'acte

... les participants qui présentent le plus haut DWBI sont aussi ceux qui sont le plus passés à l'acte.

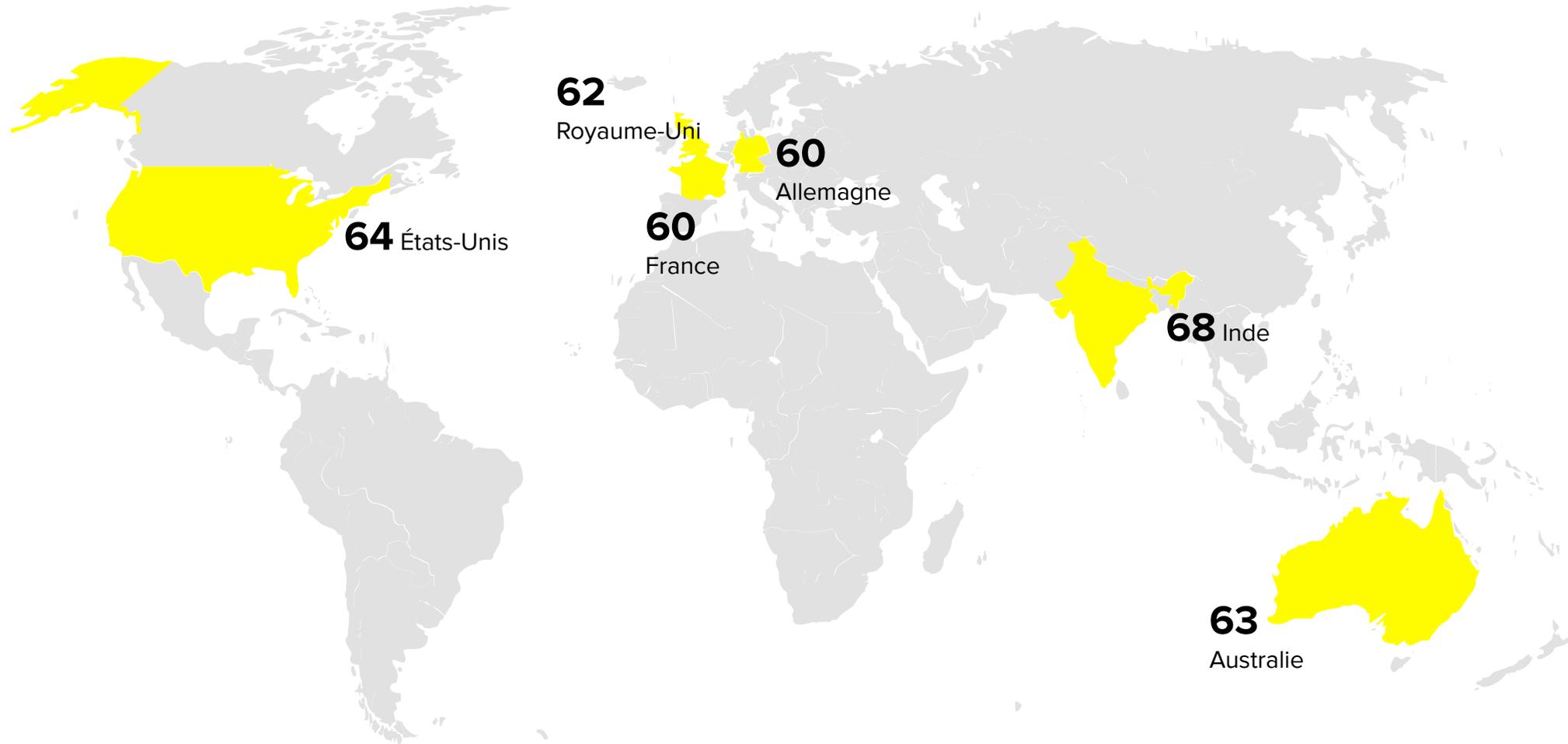


Base : jeunes de la génération Z ayant déjà pensé à s'auto-mutiler, N = 619
* Petits échantillons (N = moins de 90) au sein des groupes aux deux extrémités.



DWBI DANS LE MONDE

MOYENNE MONDIALE = 62





INVENTAIRE DU BIEN-ÊTRE NUMÉRIQUE : 20 ÉLÉMENTS

Émotion positive

Je ressens souvent de la fierté.

Je ressens souvent de la joie.

De manière générale, j'ai l'impression que mes activités en ligne ont de la valeur et du sens.

Mes activités en ligne me donnent un sentiment de fierté et de réussite.

Engagement

Je vis plus d'expériences positives que négatives en ligne.

Quand je suis en ligne, mes activités occupent toute mon attention.

La plupart du temps, mes activités en ligne m'intéressent beaucoup.

Je trouve des sources de joie et d'intérêt en ligne.

Relations

Mes relations virtuelles me satisfont beaucoup.

Mes amis m'écoutent avec attention lorsque je m'exprime en ligne.

J'ai reçu l'aide et le soutien dont j'avais besoin de la part d'autres personnes en ligne.

Certaines de mes connaissances en ligne font partie de mes proches.

Émotion négative

J'ai très peur que les autres ne m'aiment pas.

J'ai peur de ce que les autres pourraient dire de moi en ligne.

Je ressens souvent de la solitude.

J'ai souvent l'impression de me faire exclure et de ne pas avoir d'amis proches.

Réussites

Je suis les actualités afin de savoir ce qui se passe dans ma communauté et dans le monde.

J'acquiers des compétences utiles.

J'ai l'occasion de développer mes compétences et capacités.

Ce que j'apprends me permet d'avoir plus confiance en moi.



DÉFINITIONS DES RISQUES

Risque	Définition
Piratage de compte	Une personne a utilisé mon compte sur les réseaux sociaux ou mon adresse e-mail pour publier ou envoyer du contenu à mon insu. [Cela inclut une personne qui utilise mon téléphone ou mon compte pour publier des messages en se faisant passer pour moi.]
Fausse information ou désinformation	Une Story d'actualités ou une découverte que j'ai faite en ligne semblait vraie, mais elle était en fait erronée et trompeuse. Cela inclut les images et vidéos modifiées.
Discours haineux	J'ai lu ou reçu des propos attaquant une personne ou un groupe pour des raisons basées sur l'âge, le genre, la nationalité, la religion, l'origine ethnique, le handicap, la grossesse, le statut de vétéran ou l'orientation sexuelle.
Vente illégale de drogues	J'ai vu ou reçu du contenu qui faisait la promotion de la vente, de la distribution ou de la livraison de substances illicites ou contrefaites via Internet ou des plateformes en ligne.
Vente d'armes	J'ai vu ou reçu du contenu qui faisait la promotion de la vente, de la distribution ou de la livraison d'armes à feu et de munitions ou d'autres armes dangereuses via Internet ou des plateformes en ligne.
Intimidation et harcèlement en ligne	J'ai fait l'objet d'intimidation, de harcèlement, de moqueries ou d'insultes blessantes en ligne.
Usurpation d'identité en ligne	J'ai déjà eu affaire à quelqu'un qui utilisait une fausse identité en ligne.
Images intimes non consentuelles	Contenu sexuellement explicite produit ou diffusé sans le consentement des personnes qui y figurent.
Auto-mutilation envisagée	J'ai déjà pensé à me faire du mal après une interaction en ligne.
Pensées suicidaires	J'ai déjà pensé à me suicider après une interaction en ligne.
Menaces de violence	Une personne en ligne a menacé de s'en prendre à moi, à quelqu'un d'autre ou à un lieu.
Contact non désiré	Une personne avec laquelle je ne souhaite pas interagir ou à laquelle je ne m'attendais pas a obtenu mes coordonnées en ligne afin de me contacter personnellement. [Cela peut inclure les personnes qui me "suivent" en ligne pour savoir où je me trouve, ce que je fais ou avec qui je suis, les faux comptes qui essaient de me convaincre de les suivre en retour, etc.]
Avances sexuelles non désirées	J'ai reçu des moqueries, des blagues ou des avances d'ordre sexuel dont je ne voulais pas.
Extrémisme violent ou contenu et messages terroristes	J'ai vu ou reçu des communications extrémistes en ligne ou du contenu encourageant et cautionnant des actes de violence pour des motifs comme la religion, la politique ou des croyances racistes.

En gras, les participants ont dû préciser le type de harcèlement en ligne, d'usurpation d'identité en ligne, etc. Ces définitions se trouvent sur la diapositive suivante.



DÉFINITIONS DES RISQUES – Suite

Intimidation et harcèlement en ligne

Manque de respect : une personne a exprimé des critiques à mon égard ou m'a manqué de respect en ligne.

Stalking en ligne : une personne a suivi ma trace, ce qui a été une expérience dérangement et effrayante.

Sabotage de relations : une personne a répandu des rumeurs ou des mensonges afin de nuire à mes relations, ou a essayé de le faire.

Divulgarion de données personnelles : une personne a recueilli et diffusé des informations privées à caractère personnel me concernant (mon nom, mon âge, mon e-mail, mon adresse, mon numéro de téléphone, des photos de moi, etc.) à mon insu.

Exclusion : une personne a fait exprès de m'exclure d'un groupe ou d'une conversation en ligne.

Messages injurieux : une personne m'a envoyé au moins un message ou e-mail violent, blessant ou abusif.

Moqueries, insultes, volonté de gêner : une personne a fait exprès de se moquer de moi, de m'insulter et de me mettre dans une situation gênante en ligne.

Trolls : une personne a fait exprès d'envoyer des commentaires indésirables et/ou polémiques dans le but de me provoquer et de me pousser à me battre ou à me disputer.

Aversion et mépris envers les femmes/Misogynie : j'ai vu ou reçu des images ou du contenu blessant, haineux ou sexiste qui s'attaque à mon genre.

Usurpation d'identité en ligne

Une personne s'est fait passer pour moi en ligne et a diffusé des mensonges ou des propos malveillants.

Une personne s'est fait passer pour quelqu'un d'autre afin de me vendre un article ou de rapporter de l'argent.

Une personne s'est fait passer pour quelqu'un d'autre afin de se rapprocher de moi.

Une personne s'est fait passer pour une célébrité ou pour la représentante d'une marque afin de m'inciter à interagir avec elle.

Images intimes non consenties

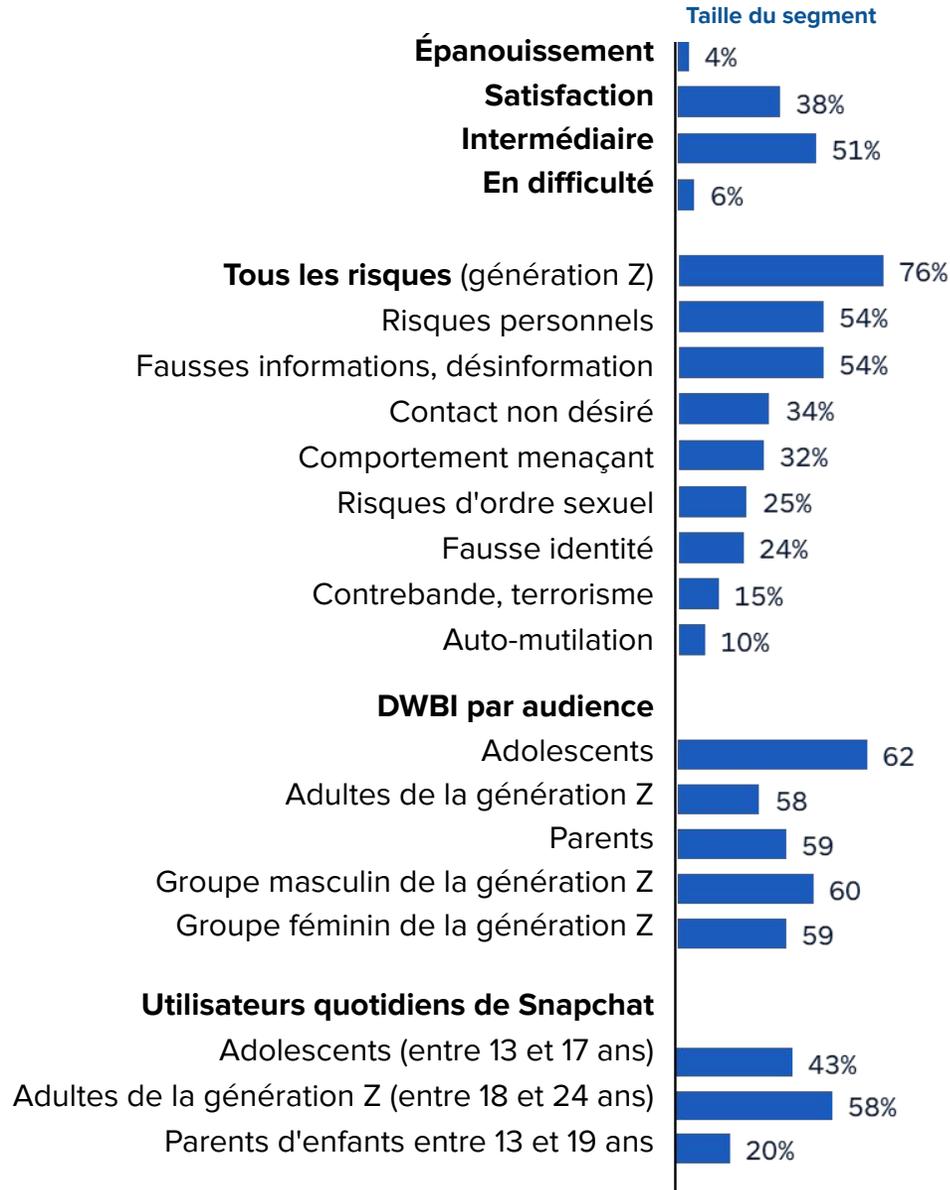
Contenu sexuel non sollicité : j'ai vu ou reçu des images, des messages ou des vidéos d'ordre sexuel dont je ne voulais pas.

"Revenge porn" (pornodivulgarion) : une personne a publié ou partagé des images ou des vidéos sexuellement explicites de moi sans mon autorisation.

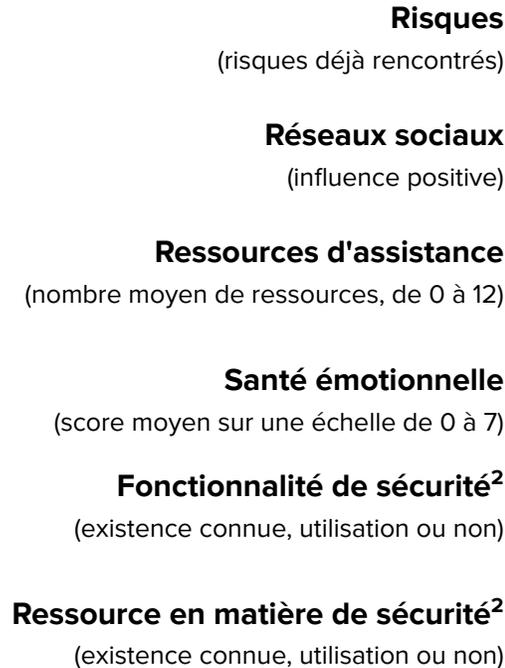
Sollicitations sexuelles : une personne m'a demandé de participer à des activités ou à des conversations d'ordre sexuel, ou de lui fournir des informations personnelles à caractère sexuel, notamment en me demandant ou en exigeant des photos dénudées.



APERÇU POUR LA FRANCE, DWBI = 60



Liens avec le DWBI Génération Z



DWBI En difficulté Épanouissement

1. Ressources d'assistance à la maison, à l'école, dans la communauté et parmi les camarades ou collègues
2. Fonctionnalité = bloquer un Snapchatter
3. Ressource = santé mentale