

## Articles du 4 juin 2004

Dans cette édition :

1. Santé en ligne : les médecins peuvent dormir sur leurs deux oreilles
2. Démystifier les neuf mythes de l'apprentissage en ligne
3. Portrait des 12-17 ans : que font les ados sur Internet?

**1- Santé en ligne : les médecins peuvent dormir sur leurs deux oreilles** - Si Internet constitue une source privilégiée d'information relative à la santé pour un nombre important de personnes, le diagnostic des médecins traitants demeure cependant toujours prépondérant. Plusieurs études démontrent ainsi que la toile est utilisée avant tout comme une ressource de renseignements supplémentaires, renseignements qu'il faut d'ailleurs parfois savoir prendre avec un grain de sel.

L'information sur la santé véhiculée en ligne est très populaire, notamment chez les Américains qui en sont particulièrement friands. Selon les résultats d'une enquête menée par Harris Interactive en février dernier, près des trois quarts (74 %) des internautes adultes des États-Unis, soit 51 % de l'ensemble de la population adulte du pays ou environ 111 millions de personnes, ont en effet indiqué avoir navigué sur le Net en quête d'une telle information. Rappelons qu'au Québec, ce sont plutôt 24,1 % des adultes qui affirmaient à la même époque s'être servis d'Internet comme source d'information en matière de santé lors des trois mois précédant le sondage(1).

Lorsqu'ils demeurent avec des questions relatives à leur état de santé ou à celui d'un de leurs proches à l'issue d'un rendez-vous médical ou à la suite de l'observation d'un malaise, nombreux sont donc les internautes à se tourner vers le Web. Il est toutefois important de souligner que cette recherche d'information additionnelle ne conduit que très rarement les patients à remettre en cause la confiance qu'ils ont envers leur médecin ainsi que les traitements qui leur ont été prescrits.

Et c'est tout à fait réjouissant, puisque s'il est certes positif d'être mieux informé, réaliser un autodiagnostic à partir d'information glanée çà et là sur la toile s'avère certainement un pensez-y bien. Bien que plusieurs sites aient ainsi recours à des spécialistes ou à des experts dont les avis professionnels peuvent grandement aider certaines personnes, d'autres paraissent nettement moins recommandables. Or, on le sait, il n'est pas toujours facile de départager rapidement les premiers des seconds qui, souvent, s'intéressent bien davantage aux portefeuilles des internautes qu'à leurs petits et plus gros bobos.

Les questions de santé étant par ailleurs très sensibles, les renseignements récupérés sur le Net peuvent aussi causer de la confusion chez ceux qui les consultent et les alarmer sans raison... parfois même jusqu'à provoquer des attaques de « cybercondrie », fléau qui, semble-t-il, fait de plus en plus de victimes.

Les médecins peuvent donc se rassurer. Bien qu'ils se présentent parfois à leur rendez-vous armés d'imprimés issus du Web, leurs patients leur sont toujours fidèles.

Note :

1- CEFRIO (2004). *NETendances* [En ligne], février, [http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/divers\\_0204.asp](http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/divers_0204.asp) (Page consultée le 4 juin 2004)

Rédactrice : Catherine Lamy, analyste-conseil en veille stratégique, CEFRIO

Sources :

Harris Interactive (2004). No significant change in the number of « cyberchondriacs » : those who go online for health care information [Communiqué de presse, en ligne], 12 avril, <http://www.harrisinteractive.com/news/allnewsbydate.asp?NewsID=789> (Page consultée le 4 juin 2004)

« Health websites no threat to GPs » [En ligne], *BBC news*, 12 mai 2004, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/health/3703465.stm> (Page consultée le 4 juin 2004)

Lawson, Sevan (2004). « Bitter pill for « cyberchondriacs » », *BBC news*, 26 mai, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3736653.stm> (Page consultée le 4 juin 2004)

**2- Démystifier les neuf mythes de l'apprentissage en ligne** - Pour réussir l'implantation d'un système d'apprentissage en ligne (e-learning) certaines conditions sont nécessaires : avoir une bonne stratégie d'apprentissage, de bons logiciels et de bons programmes ainsi qu'un plan clair et bien pensé. Mais surtout, il ne faut pas se laisser bernier par les neuf mythes qui entourent le e-learning...

Mythe 1- Tout le monde sait ce qu'est l'apprentissage en ligne. Bien que le terme soit de plus en plus connu, il reste que les définitions diffèrent souvent d'une personne à l'autre. Il ne faut donc pas prendre pour acquis que tout le monde parle de la même chose.

Mythe 2- L'apprentissage en ligne... « y a rien là ! » Au contraire, l'apprentissage en ligne représente un changement profond qui transforme une organisation dans son ensemble. En effet, les changements se font sentir au niveau des processus d'apprentissage, des technologies, de la gestion globale, de la structure, des compétences et de la culture organisationnelle.

Mythe 3- Les difficultés viennent de la technologie. Les difficultés viennent plutôt des humains, qui contrairement aux logiciels et autres outils inanimés, sont empreints de sentiments et d'émotions qui peuvent entrer en contradiction avec le désir de mutation des organisations. Il faut donc s'assurer de prendre en compte les résistances potentielles aux changements pour ainsi s'assurer que les usagers vont accepter le projet d'implantation de l'apprentissage en ligne et que l'organisation, en entier, lui apportera son support.

Mythe 4- Les apprenants (learners) sont les seuls qui comptent réellement. La haute direction, les cadres intermédiaires ainsi que tout le personnel des ressources humaines et de la formation sont également parties prenantes au projet.

Mythe 5- Les apprenants (learners) savent à quoi s'attendre. Comme on vient de le voir (mythe 1), les définitions et, par le fait même, les attentes varient en matière

d'apprentissage en ligne. Il faut donc mettre en place une stratégie marketing destinée à toutes les parties impliquées dans le processus, en particulier les apprenants. Comme dans toute bonne stratégie marketing il faut bien « positionner » le produit (de quel type d'outils d'apprentissage en ligne qu'il s'agit ? comment serviront-ils ? à quoi ? et à qui ?) et il faut établir la « stratégie de marque » (quelle est la valeur du projet ? quelle est son « image » ?).

Mythe 6- La communication doit se faire à sens unique. Lors de la mise en place d'un système d'apprentissage en ligne, il est essentiel d'avoir un plan de communication qui implique des échanges bidirectionnels entre les différentes parties prenantes.

Mythe 7- Le succès réside dans la bonne marche des TI.  
Loin d'être une finalité, l'installation du matériel informatique constitue plutôt la première étape du processus d'implantation. Deux étapes restent à suivre, l'implantation, où les apprenants assimilent les outils, et l'intégration, moment où l'apprentissage en ligne devient partie intégrante de l'organisation au même titre que les autres fonctions.

Mythe 8- Une fois c'est assez ! La mise en place d'un projet d'apprentissage est un processus itératif. Une fois en place, pas le temps de s'asseoir sur ses lauriers. Il faut déjà penser à la version numéro 2.0 !

Mythe 9- C'est magique ! Enfin, tout comme il n'existe pas deux organisations identiques, chacun des projets d'apprentissage en ligne diffèrent les uns des autres. Malheureusement, il n'existe pas de formule ou de modèle qui peuvent garantir le succès d'une stratégie d'implantation !

L'apprentissage en ligne peut entraîner des bénéfices importants pour votre organisation, mais pour cela il faut se méfier...des mythes!

Rédactrice : Caroline Jacob, analyste-conseil en veille stratégique, CEFRIO

Source : Dublin, Lance (2004). « The nine myths of e-learning implementation : ensuring your real return on your e-learning investment » [En ligne], *ASTD 2004 time register*, ASTD International Conference (2004 : Washington, D.C.), 7 avril, 4 p.  
<http://www.astd.org/NR/rdonlyres/6267344B-F4A0-449E-8B43-6DEECF80C71D/2990/DublinREV.pdf> (Page consultée le 4 juin 2004)

**3- Portrait des 12-17 ans : que font les ados sur Internet?** – Quelle place prend Internet dans la vie des ados québécois? Délaissent-ils les médias traditionnels au profit du Web : regardent-ils moins la télévision, parlent-ils moins au téléphone, lisent-ils moins de livres? L'enquête NetAdos 2004, initiée par le CEFRIO en collaboration avec Léger Marketing, met non seulement l'accent sur ce que font les 12-17 ans tant sur Internet qu'à l'extérieur du Web mais trace aussi un portrait sociodémographique de cette génération qui transformera profondément les domaines de l'éducation, du travail et de la consommation. Menée auprès d'adolescents et de leurs parents (2000 entrevues), cette deuxième édition met aussi en lumière la perception des parents face à cet univers. Des résultats très attendus!

« Au chapitre des surprises, NetAdos nous révèle que contrairement à ce que véhicule la croyance populaire, les plus grands utilisateurs d'Internet (plus de 10 heures/sem.) ne négligent pas pour autant les médias ou les activités culturelles jugées plus traditionnelles, déclare Éric Lacroix, directeur veille stratégique et enquêtes au CEFRIO. Ces derniers sont,

en effet, de plus grands cinéphiles (80 %) que les plus faibles utilisateurs du Web (73 % moins de 3 h/sem.), de plus grands adeptes de concerts et de spectacles (38 % contre 30 %) et de plus grands amateurs de théâtre (31 % contre 23 %). »

En outre, l'enquête nous apprend que les utilisateurs plus intensifs d'Internet sont aussi de grands consommateurs de médias. Ces derniers passent donc plus de temps à écouter la télévision que les plus faibles utilisateurs (11,8 h/sem. contre 8,5 h/sem.), à discuter au téléphone (4,6 h/sem. contre 2,9 h/sem.) et à lire des journaux et des magazines (1,8 h/sem. contre 1,3 h/sem.). Toutefois, bien que la télévision demeure le média favori des ados québécois qui y consacrent en moyenne 9,5 heures par semaine, NetAdos démontre qu'Internet gagne rapidement du terrain (8 h/sem.). Par surcroît, 59 % des ados déclarent que s'il leur était retiré, l'accès domestique au Net leur manquerait.

#### La génération Internet

Sur le plan des prévisibilités, NetAdos 2004 fait à nouveau la preuve que les 12-17 ans sont les plus grands utilisateurs d'Internet au Québec : 89 % d'entre eux s'en servent régulièrement contre 58 %\* des adultes. Et que font principalement les 12-17 ans sur le Net? Ils consultent des outils de recherche (92 %), communiquent par courriel (79 %), naviguent sans but précis (74 %), clavardent (72 %), visitent des sites reliés à des films, des émissions de télé (65 %), s'échangent de la messagerie instantanée (64 %) ou encore jouent en ligne (61%).

NetAdos fait aussi tomber un autre cliché : « Souvent perçu comme étant très populaire chez les jeunes, le téléchargement de musique en ligne ne se classe pourtant qu'au 9e rang de leurs activités virtuelles préférées, fait remarquer Éric Lacroix. Dans les faits, seulement la moitié des adolescents internautes s'y adonnent. Et ce pourcentage chute à 25 % lorsqu'il est exclusivement question de musique québécoise (environ 10 %\* pour les adultes). Nous sommes donc loin d'un piratage à grande échelle de la musique québécoise. »

Autre donnée intéressante : les 12-17 ans québécois préfèrent naviguer en français. Ainsi, plus de la moitié des ados (54 %) visitent une majorité de sites francophones alors que près du tiers d'entre eux (31 %) fréquentent davantage de sites en anglais. Les filles (62 %) sont en outre nettement plus nombreuses que les garçons (46 %) à opter pour des sites en français.

#### Travaux scolaires

N'allez toutefois pas croire que les 12-17 ans ne font que s'amuser sur le Web. En effet, Internet est devenu la source d'information privilégiée par la majorité d'entre eux pour réaliser leurs travaux scolaires : 61 % l'utilisent davantage que les livres à cette fin. Plus précisément, les adolescents québécois consacrent en moyenne deux heures par semaine à leurs activités scolaires en ligne alors que leur utilisation à des fins personnelles (loisirs) les occupe environ six heures par semaine.

#### Les parents

Résultat réjouissant : la majorité des parents (66 %) considèrent que l'école joue bien son rôle de formation à Internet auprès des élèves. Toutefois si la majorité des ados (85 %) ont déclaré que leur institution scolaire a pignon sur le Web, seulement 29 % des parents ont par contre indiqué que celle-ci correspondait avec eux par courriel ou leur permettait de le faire.

Encore cette année, NetAdos fait la preuve que les parents québécois se sentent très concernés par les activités en ligne de leurs jeunes, 91 % d'entre eux ayant déclaré qu'il était important pour eux de les encadrer. Par ailleurs, comme les jeunes l'ont eux-mêmes indiqué, la plupart des parents se disent au courant des activités virtuelles de leurs enfants,

que ce soit à des fins scolaires (71 %) ou de divertissements (76 %). D'autre part, la majorité des parents (71 %) disent se sentir compétents en matière de sécurité en ligne pour accompagner leurs enfants dans leurs activités sur Internet.

Les données relatives aux adultes québécois sont issues de l'enquête NETendances, réalisée également par le CEFRIO : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp>

Informations : Pour plus de détails, communiquez avec nous ou téléchargez les faits saillants de l'enquête à [http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_depliant.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_depliant.pdf) ou encore le rapport intégral à [http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos\\_2004\\_rapport.pdf](http://www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_rapport.pdf)

Source : CEFRIO (2004). Portrait des 12-17 ans : que font les ados sur Internet? [Communiqué de presse, en ligne], 28 mai, [http://www.cefrio.qc.ca/Communiqués/commun\\_55.cfm](http://www.cefrio.qc.ca/Communiqués/commun_55.cfm) (Page consultée le 4 juin 2004)

---

Ce bulletin est préparé par le CEFRIO :

Pour consulter les archives du bulletin : [http://www.cefrio.qc.ca/pub\\_bul.cfm](http://www.cefrio.qc.ca/pub_bul.cfm)

Reproduction: les nouvelles du bulletin SISTech peuvent être reproduites à des fins non commerciales à la condition expresse d'indiquer la mention suivante: Bulletin SISTech, CEFRIO et de créer un hyperlien à l'adresse : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca>