

Influence d'Internet sur le comportement d'achat des enfants

- Cadre de réflexion et essai de modélisation-

ASKRI JENDOUBI SOUMAYA

Doctorante en sciences de gestion

Université Paris I, Panthéon

17, rue de la Sorbonne

75231 PARIS cedex 05

Tél : 0140463166

ZOGLAMI TRABELSI AMIRA

Doctorante en sciences de gestion

Institut Supérieur de Gestion de Tunis

41 rue de la liberté, 2000

Le Bardo, Tunisie

Tél : 71 588 423 / 71 588 514

Faculté des Sciences Economiques

et de Gestion de Tunis

Département marketing/ Unité de Recherche ERMA

BP n°246 Elmanar II 2092 – Tunisie

Tél : 00216 98 347478

suemaya@yahoo.fr

Institut Supérieur de Gestion de Tunis

Laboratoire LARIME

41 rue de la liberté, 2000, Le Bardo- Tunisie

Tél : 00216 22 624694

amiraisg@gmail.com

Influence d'Internet sur le comportement d'achat des enfants

- Cadre de réflexion et essai de modélisation-

Résumé :

Cette recherche a pour objectif de construire un modèle structurel qui appréhende le lien entre l'utilisation du web et le comportement d'achat de l'enfant. Les résultats sont issus d'une étude qualitative qui s'est déroulée en deux étapes : les entretiens semi-directifs et les dessins. L'étude met en avant les différentes motivations utilitaires, hédoniques, psychologiques, symboliques et sociales que l'enfant pourrait avoir quant à son utilisation du Web. Nous avons également pu tracer l'influence que pourrait avoir Internet sur le comportement d'achat de l'enfant qui influence directement et indirectement les futures consommations de ses parents et des personnes de son entourage en général.

Mots clés :

Internet, enfant, motivations, comportement d'achat

The influence of Internet on the children purchasing behavior

- Proposition of a conceptual framework -

Abstract :

This research has for objective to build a structural model which arrests the link between the use of the Web and purchasing behavior of the child. The main outcome of this work results from semi-directive interviews and drawings done by children. The study advances the utilitarian, hedonic, psychological, symbolic and social motivations that the child could have to use the Web. We were also able to know more about the influence that could have Internet on the purchasing behavior of the child who is a direct and indirect influencer of the future consumptions of his/her parents

Key words :

Internet, child, motivations, purchasing behavior

Influence d'Internet sur le comportement d'achat des enfants

INTRODUCTION

L'enfant, un consommateur qui a toujours suscité la curiosité des chercheurs compte tenu de la complexité psychologique et sociologique qu'il présente dans son comportement. Connue par sa réceptivité et son amour pour la découverte, les nouvelles technologies captivent toujours son attention.

Les opportunités offertes par les NTIC aux enfants sont bien multiples. Aussi riche et captivant qu'il l'est, Internet demeure une énigme que l'enfant veut résoudre, un monde qu'il veut découvrir, un univers qui l'amuse et qui lui ouvre la porte à de nouvelles perspectives qu'il ne connaissait point auparavant. Il se trouve exposé à de riches informations, bien présentées, un monde attirant, modelé selon ses propres désirs, il semble en être influencé, son comportement d'achat est, en conséquence, dépendant des expériences virtuelles qu'il vit sur le Web. Qu'il soit connecté pour chercher des informations utiles, pour apprendre, pour se divertir ou pour communiquer (Johnson, 2010), les effets du Web sur le comportement de l'enfant ne sont pas totalement virtuels et peuvent être bien palpables et tangibles. Le monde physique et le monde virtuel sont interconnectés, il est important que les chercheurs comprennent comment cela pourrait affecter l'enfant (Beals et Bears, 2010).

L'objectif de cet article est de modéliser l'influence que pourrait avoir Internet sur le comportement d'achat des enfants tout en veillant à exposer la représentativité de l'ordinateur et d'Internet pour l'enfant ainsi que les opportunités liées à son utilisation. Les résultats sont issus d'une étude exploratoire qui se caractérise par l'utilisation de deux méthodes de recherche qualitative : les entretiens semi-directifs et les dessins.

CADRE CONCEPTUEL

Internet : représentativité pour l'enfant

L'enfant et l'ordinateur

Tout comme la télévision a déjà profondément marqué les enfants, Internet est apparu comme étant un outil essentiel au développement cognitif et social des enfants et des jeunes en général (Paré, 2001). En effet, l'utilisation même de l'ordinateur contribue au développement

de compétences cognitives et particulièrement de compétences visuelles : à titre d'exemple, les jeux d'action en ligne englobent à la fois les images, le mouvement rapide, l'intense interaction et plusieurs activités simultanées susceptibles d'améliorer les compétences visuelles de l'utilisateur (Subrahmanyam *et al.*, 2000; Subrahmanyam, *et al.*, 2001 ; DeBell et Chapman, 2006).

Utilisé à la base comme un moyen éducatif (Enseignement assisté par ordinateur EAO), l'utilisation de l'ordinateur a commencé à se démocratiser pour laisser apparaître des motifs d'ordre psychologique et sociologique. Selon Turkle (1986), la relation entre l'enfant et l'ordinateur passe par trois principales phases : Entre 4 et 8 ans, l'enfant est « philosophe » : il manifeste un réel malaise avec la catégorisation de l'ordinateur en tant que « vivant » ou pas, surtout que cette invention semble être de nature humanisante. L'interactivité avec cet objet rend les frontières entre le vivant et le non vivant embrouillée aux yeux de l'enfant. Entre 7 et 8 ans, l'enfant commence à considérer l'ordinateur comme un réel concurrent qu'il devrait maîtriser et abattre. Il essaye d'atteindre la perfection absolue dans un objectif de victoire. A ce stade, l'ordinateur est considéré comme un objet constructif dans le sens où il pousse l'enfant à donner le meilleur de lui-même, à puiser dans ses connaissances et ses compétences et à découvrir ses potentiels. A partir de l'adolescence, l'ordinateur semble aider l'enfant dans la construction de son identité en l'incitant à la réflexion sur soi. L'ordinateur assure également l'interaction sociale avec les autres enfants de son âge et cela en offrant la possibilité de partage des champs d'intérêts (Turkle, 1986).

L'enfant et Internet

Le virtuel, symbole d'imaginaire et d'irréel, est tout ce qui pourrait nous faire rêver, nous faire évader d'un quotidien routinier. A la vitesse grand « V », Internet s'est développé et s'est démocratisé en très peu de temps. Il demeure, par excellence, l'expérience virtuelle la plus souvent vécue par le consommateur. L'enfant, avide de connaissances et jouissant d'une incontestable imagination, demeure l'utilisateur le plus enthousiasmé quant à l'utilisation des nouvelles technologies. Il recourt, de plus en plus, à Internet pour assouvir ses besoins d'apprentissage, de créativité, d'imagination et de communication. Selon plusieurs études, un enfant est connecté, au moins, 3h par semaine (Kraut *et al.*, 1996 ; Stanger et Gridina, 1999 ; Woodward et Gridina, 2000). Des statistiques témoignent de l'importance que revêt Internet dans la vie des jeunes : Calysto et la Voix de l'enfant¹ publient une enquête réalisée en face à

¹ CALYSTO est une agence conseil ayant pour vocation d'accompagner, de former, d'informer et de conseiller.

face au sein des établissements scolaires auprès d'un échantillon de 35 000 enfants et adolescents âgés de 11 à 17 ans rencontrés entre le 7 novembre et le 16 décembre 2011. Selon cette enquête les internautes les plus actifs sur internet (95%) sont ceux âgés entre 11 et 17 ans. 60% des collégiens et 50% des lycéens y passent une heure en moyenne par jour.

Au 21^{ème} siècle, deux majeurs soucis relatifs à l'usage d'Internet par l'enfant ont été relevés par les recherches antérieures : l'utilisation d'Internet risque, en premier lieu, de poser problème dans le sens où l'enfant risque d'être exposé à des informations inappropriées et nuisibles (Media Awareness Network, 2008). Cependant, sans accès à Internet, l'enfant est cognitivement et socialement défavorisé (Jackson *et al.*, 2006). Il devient de plus en plus indispensable d'avoir une connexion chez soi.

Les opportunités de l'utilisation d'Internet par les enfants

Apprentissage et usage éducatif

Les recherches antérieures lèvent le voile sur les différentes raisons susceptibles de pousser l'enfant à utiliser Internet. Parmi les toutes premières motivations quant à l'utilisation d'Internet par les enfants, demeure les recherches réalisées dans le contexte scolaire (Kraut *et al.*, 1996 ; Turow, 1999; Turow et Nir, 2000; Valkenburg et Soeters, 2001). Il s'agit, dans ce cas, de l'utilisation d'Internet par l'enfant cherchant à assurer de meilleurs résultats scolaires. Internet demeure une gigantesque bibliothèque à domicile, une source incontestable d'informations et contribue au développement rapide des connaissances de l'enfant. Ce dernier se trouve, en effet, plus réceptif en étant exposé à des informations bien présentées et très diversifiées, il commence même à maîtriser les langues, des compétences mathématiques et des capacités à résoudre les problèmes (Han et Hwang, 2003; Yoo, 2005).

Grace à Internet, nous assistons à la naissance d'un nouveau paradigme de l'apprentissage : il s'agit de l'apprentissage interactif (Tapscott, 1998a). C'est ainsi, que la notion même de l'apprentissage a connu une évolution :

- L'apprentissage supporté par les médias technologiques : l'approche traditionnelle au savoir est linéaire. Hicks et Hicks (1999) pensent que l'utilisation d'un ordinateur depuis l'enfance modifie leurs manières de penser et se reflète sur leur façon de recueillir, d'organiser et d'analyser l'information. Le mode de pensée linéaire est remplacé par des modes de pensée

en parallèle ou en mosaïque. Le rôle des nouvelles TI donnent lieu à des apprentissages de niveaux et de vitesses multiples en donnant plus de souplesse aux apprenants (Leblanc et Vézina, 1999a).

- L'apprentissage centré sur l'exploration et la découverte : Selon Papert (1996) « *Le scandale de l'éducation, c'est qu'à chaque fois qu'on enseigne quelque chose à un enfant, on le prive du plaisir et du bienfait de la découverte* ». Aujourd'hui, c'est l'apprenant qui construit son savoir.

- L'apprentissage centré sur l'apprenant : Cet apprentissage commence par une évaluation des capacités de l'apprenant, de son style d'apprentissage, de son milieu social, puis il faudrait faire appel à de nombreux logiciels afin de structurer et d'adapter l'expérience de l'apprentissage à chaque enfant.

- L'apprentissage pour l'apprentissage : Les ordinateurs sont devenus notre mémoire. L'essentiel aujourd'hui est beaucoup plus d'apprendre à analyser et à synthétiser l'information que de la mémoriser (McGovern, 1999).

- L'apprentissage perpétuel : Selon Soderberg du National Technological University « *Les gens pensent à tort qu'en sortant de l'université, ils sont bons pour au moins dix ans - alors qu'en fait ils sont bons pour environ dix secondes* » (Tapscott, 1998a, p.146). Ainsi, l'apprentissage doit se faire d'une manière continue.

Socialisation : participation et communication

Parmi les principales motivations d'utilisation d'Internet par les enfants on note la communication. Cette communication se réalise par le biais de plusieurs services offerts sur Internet, principalement les e-mails, les messages instantanés et les *chat rooms* (Kraut *et al.*, 1996; Turow, 1999). Selon Walrave (2008), 31% des jeunes sont connectés pour se détendre mais 50% des jeunes utilisent Internet pour nouer des liens sociaux (Walrave, 2008a). Patchin et Hinduja, (2006) confirment l'importance d'Internet pour nouer et entretenir des contacts sociaux. Néanmoins, Internet ne pourrait être utilisé par l'enfant pour des motifs communicationnels que lorsque des amis ou des membres de la famille sont déjà connectés. Les plus jeunes enfants utilisent Internet pour des motifs beaucoup plus informationnels que communicationnels (Gross, 2004 ; Jackson *et al.*, 2006). Sur Internet, l'enfant apprend à communiquer, à participer à divers sujets et à échanger des informations avec les autres

présents sur les groupes d'intérêt, ce qui rend le processus de socialisation encore plus fluide (Livingstone et Haddon, 2009).

Développement de la créativité de l'enfant

La multiplicité des sources d'informations ainsi que la présentation originale du texte et de l'image, surtout sur les sites dédiés aux enfants, sont susceptibles de développer la créativité du jeune qui se trouve, au début, ébloui par ce contenu qu'il n'a pas l'habitude de voir, commence à développer une intelligence visuelle (Subrahmanyam *et al.*, 2000; Subrahmanyam, *et al.*, 2001 ; DeBell et Chapman, 2006), pour finir par développer un esprit créatif (Livingstone et Haddon, 2009).

Divertissement

Etant un besoin prégnant pour l'enfant, le divertissement fait partie des premières raisons à l'origine de l'utilisation d'Internet par les enfants (Jackson *et al.*, 2006). Jouer constitue une part indiscutable de l'activité quotidienne d'un enfant (Larson et Verma, 1999). Les sites de jeux sur Internet développent l'esprit compétitif de l'enfant en offrant un degré de complexité croissant tout en assurant son divertissement grâce à de stimulations visuelles et auditives (Schapper, 1999).

Qui est l'enfant internaute ?

L'utilisation d'Internet par les enfants dépend de plusieurs facteurs. En effet, les caractéristiques sociodémographiques peuvent déterminer l'usage d'Internet. Premièrement, le genre de l'enfant peut avoir un effet sur l'utilisation d'Internet. Seo *et al.*, (2011) ont montré que les garçons utilisent Internet plus que les filles. Deuxièmement, l'âge étant déterminant du contexte d'usage de l'ordinateur (Turkle, 1986), les motifs d'utilisation possibles d'Internet peuvent également dépendre de l'âge de l'enfant.

Troisièmement, les activités de loisir de l'enfant dépendent du milieu familial dans lequel il grandit. En effet, plus les parents sont instruits et appartiennent à un rang social élevé, plus ils consacrent du temps et de l'argent aux activités de loisirs pour leurs enfants notamment Internet.

D'autres éléments peuvent influencer l'utilisation d'Internet par les enfants tels que les normes culturelles, le statut socioéconomique, les valeurs, les préférences personnelles et le style de vie (Livingstone et Haddon, 2009). Ainsi, ces différents facteurs déterminants du

comportant en ligne des enfants peuvent être classés en deux catégories : les facteurs individuels relatifs à l'enfant et son milieu et les facteurs macroéconomiques liés à la région où l'enfant grandit, sans oublier le rôle médiateur des parents, des instituteurs et des pairs (Livingstone et Haddon, 2009), comme l'indique le schéma suivant :

Figure 1 : Un modèle analytique des facteurs individuels et régionaux influençant les activités en ligne de l'enfant

Pris et traduit de : Source : Livingstone S. et Haddon L. (2009), « Kids online : opportunities and risks for children », Great Britain, 2009, p9.

INFLUENCE D'INTERNET SUR LE COMPORTEMENT DE L'ENFANT

Il semblerait qu'en général, le comportement d'achat des consommateurs est dépendant de leurs expériences virtuelles sur Internet. Une étude a été menée par deux instituts spécialisés dans les études de marché (Fleishman-Hillard et Harris Interactive, 2008), elle révèle l'impact d'internet sur les pratiques des consommateurs en Europe. Ces instituts ont réussi à créer un

nouvel outil d'analyse susceptible de mesurer l'influence que pourrait avoir Internet sur les comportements et les décisions des consommateurs. Il s'agit de l'*Indice d'Influence du Numérique* (IIN). Réalisée auprès de 4900 consommateurs en France, au Royaume Uni et en Allemagne, l'étude a permis de mettre en avant le pouvoir d'Internet et l'influence majeure qu'il a sur le consommateur surtout par rapport aux médias traditionnels.

Pour toute décision d'achat, il s'est avéré que pratiquement la moitié des consommateurs sollicités des trois pays cherchent des informations utiles sur les médias sociaux et les sites de notations de produits bien avant d'acheter. Assurant un gain de temps pour 81% des français interrogés, Internet demeure le meilleur outil de recherche d'informations par excellence. Il s'est avéré également que l'activité de l'internaute est fortement liée au pays du répondant, des particularités nationales sont présentes. Par conséquent, certaines entreprises ont même essayé de maîtriser, stratégiquement, les informations présentes en ligne pour influencer les décisions d'achat des consommateurs (Dellarocas, 2006; Harmon, 2004). Internet pourrait même constituer un réseau gigantesque de bouche à oreille pouvant avoir un grand impact sur les habitudes de consommation de la personne et l'intention d'achat (Zhu et Zhang, 2010 ; Chiang et Hsieh, 2011). Les répercussions d'Internet sur le comportement d'achat du consommateur peuvent dépendre des caractéristiques de la personne et aussi du produit en question : il semblerait que l'utilisation du Web a plus d'influence sur le consommateur quand il s'agit de produits à acheter en ligne (tels que les logiciels) que de produits achetés hors ligne (Zhu et Zhang, 2010).

Qu'en est-il de l'enfant ?

Les enfants peuvent à la fois être des consommateurs et des prescripteurs, directs et indirects, de tout ce que la famille pourrait acquérir et consommer, c'est aussi un futur consommateur (MacNeal, 1992). C'est ainsi que mis à part les effets probables de l'utilisation d'Internet sur les futures consommations de l'enfant, ce dernier semble exercer une forte influence sur son entourage, notamment sur ses parents (Paré, 2001).

Le CRIOC² a réalisé une étude sur la prescription des enfants. Cette étude a montré que pour les enfants sont prescripteurs d'Internet : pour les 7- 8 avec 36% ; les 9-10 avec 39% ; les 11-12 avec 42% ; les 13-14 avec 44% ; les 15-16 avec 45% et les 17-18 avec 60%.

² Le CRIOC : Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs, a pour objet d'apporter une aide technique aux organisations de consommateurs, de valoriser la fonction de consommation et le promouvoir la protection des consommateurs (www.crioc.be)

En effet, selon Stratts (2000), les Américains âgés de 13 à 17 ans dépensent 141\$ milliards par an (l'équivalent de 80\$ par adolescent par semaine).

Ainsi, l'influence des enfants orientent les achats de leurs parents sur le net dans des domaines aussi courants que l'épicerie et les vêtements, sont consultés sur les achats d'importance comme une voiture ou un électroménager (selon le NFO WorldGroup³). En effet, 74% des parents Américains qui achètent en ligne font participer leurs enfants à l'opération et dans 48% des cas ce sont les enfants qui manipulent la souris, et qui suggèrent le site Web sur lequel acheter, dans 42 % des cas.

Cela nous amène à poser des questions non seulement par rapport à tout ce qui pourrait amener l'enfant à utiliser Internet mais surtout à dégager les répercussions possibles de cet usage sur son comportement d'achat.

INTERNET ET L'ENFANT-CONSOMMATEUR : UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE

Comprendre l'influence que pourrait avoir Internet sur l'enfant revient à cerner les facteurs qui pourraient déterminer sa présence sur le Web. L'étude des motivations de l'enfant par rapport à l'utilisation d'Internet nous permettra de dégager les différentes raisons susceptibles de l'amener à l'usage de cette toile. Il serait également pertinent, d'un point de vue marketing, d'explorer et de comprendre les différentes répercussions possibles de la présence en ligne de l'enfant sur son comportement et notamment son comportement d'achat, chose qui n'a pas réellement fait l'objet de travaux antérieurs. Le recours à une démarche qualitative exploratoire est ainsi justifié, il s'agit d'explorer les facettes cachées du comportement de l'enfant par rapport à son utilisation d'Internet.

Description de la méthodologie adoptée

Notre méthodologie repose sur l'utilisation de deux méthodes de recherche qualitative l'une directe et l'autre indirecte et qui sont respectivement les entretiens semi-directifs et les dessins.

Les entretiens semi-directifs

³ NFO WorldGroup : National Family Opinion, c'est le 8ème groupe mondial d'études marketing.

Des entretiens ont été menés avec des enfants Tunisiens dont l'âge est compris entre 7 et 11 ans. Un guide d'entretien a été préalablement préparé (Annexe 1). Le guide comporte, après une entrée en matière, des questions tournant autour des motifs d'utilisation d'Internet par l'enfant, les activités en ligne les plus recherchées, les sentiments éprouvés sur le Web et finalement les effets possibles de la navigation sur le Web sur l'enfant. Le sujet a été brièvement expliqué aux enfants interrogés qui étaient surtout amenés à parler de leurs expériences virtuelles sur Internet. Les questions de la dernière partie du guide, à savoir celles dédiées aux répercussions d'Internet sur le comportement de l'enfant, ont été également posées au parent présent le jour de l'entretien afin de les comparer avec les propos de l'enfant et mieux comprendre la position de son entourage sur l'influence du Web sur l'enfant. L'analyse thématique a été par la suite effectuée sur le corpus selon la démarche décrite et préconisée par Bergadà (1990). Les entretiens ont duré entre 20 et 40 minutes.

Une fois l'entretien terminé, nous avons demandé à chaque enfant de faire un dessin qui illustre ce que représente Internet à ses yeux. A travers cette deuxième méthode qualitative (indirecte), nous avons voulu mieux comprendre et analyser la perception et la relation de l'enfant avec Internet en se focalisant sur les détails et le contexte des choses.

Les dessins

L'utilisation des dessins s'explique par la probable incapacité de l'enfant de s'exprimer par rapport à son expérience avec Internet. Etant parfois réticent avec nous qui sommes parfaitement des étrangers à ses yeux, s'exprimer en dessinant lui paraît à la fois amusant et nettement plus facile que l'expression verbale. D'autant plus que dans certains cas, « *les désirs et les besoins des consommateurs sont si profondément ancrés dans leurs cerveaux que le langage devient un outil de communication insuffisant. A leur place, les chercheurs se tournent vers la métaphore. Les psychologues cognitivistes ont appris que les êtres humains pensent en images, pas en mots* » (Wells et al., 2000).

Par ailleurs, « *il y a des avantages à demander à des jeunes enfants de dessiner plutôt que de leur demander de répondre à des enquêtes écrites. Par exemple, ils peuvent percevoir un questionnaire écrit comme un test dont les réponses sont vraies ou fausses, ils peuvent ne pas lire correctement ou interpréter la question posée de manière erronée* » (Levin et Barry, 1997). L'image nous serait ainsi doublement utile : d'une part, l'enfant devient plus motivé et enthousiasmé quant à la participation à cette étude, il aura l'occasion à la fois de s'exprimer aisément et de s'amuser. D'autre part, cela nous a permis d'avoir plus d'informations sur les

représentations mentales ainsi que les pensées les plus profondes des enfants par rapport à leur utilisation du Web. Il leur était demandé de faire un dessin, en 20 minutes, représentatif sur ce qu'est Internet pour eux tout en expliquant, par la suite, l'image réalisée. Ces dessins ont été par la suite analysés avec le corpus issus des interviews.

Caractéristiques de l'échantillon

La taille réduite étant une des caractéristiques des recherches qualitatives (Bergadaà, 1990), l'échantillon se compose de 15 enfants. La collecte s'est arrêtée une fois que la saturation avait été atteinte et que l'on a commencé à voir des informations redondantes. Ci-dessous un tableau récapitulatif des caractéristiques de notre échantillon :

Tableau 1. Caractéristiques de l'échantillon

<i>Enfant</i>	<i>Age</i>	<i>Sexe</i>	<i>Brève description du dessin réalisé</i>
1	7 ans	F	Un ordinateur et le globe terrestre sur l'écran
2	7ans	M	Un ordinateur et des jeux à l'intérieur
3	11 ans	F	Un clavier et un renard qui tape dessus
4	9 ans	M	Un ordinateur portable et un ballon sur son écran
5	9 ans	F	Un enfant assis devant son ordinateur
6	10 ans	M	Des vêtements sur l'écran d'un ordinateur
7	6 ans	M	Un ordinateur portable et plusieurs visages souriants sur l'écran
8	8 ans	F	Un ordinateur portable dans la nature et Mickey près du clavier
9	8 ans	M	Un ordinateur et une souris
10	11 ans	M	Lui assis et son ordinateur portable entre ses mains
11	11 ans	M	Un ordinateur avec un film qui défile sur l'écran et une tête qui observe
12	7 ans	F	Un ordinateur et un jeu de Winx sur l'écran
13	8 ans	M	Un ordinateur sur un bureau
14	10 ans	F	Un ordinateur et un jeu de football
15	10 ans	F	Un ordinateur et sa mamie sur l'écran

Note: M = masculin ; F=Féminin

Résultats et discussions

L'analyse des entretiens nous a permis de dégager les différentes raisons susceptibles de pousser les enfants à utiliser Internet ainsi que les différentes répercussions sur leurs

comportements. Par ailleurs, les dessins nous ont permis de mieux cerner la représentativité du Web auprès des enfants. Ainsi, nous avons analysé les différents dessins tout en se référant à l'explication donnée par l'enfant.

Représentativité de l'Internet pour l'enfant

Les dessins réalisés par les enfants étaient assez diversifiés. Certains points communs ont été relevés : la présence de l'outil qui leur a permis de se connecter sur Internet, à savoir l'ordinateur. Certains ont dessiné des ordinateurs portatifs, d'autres des ordinateurs de bureau, le choix semble être dépendant de l'ordinateur utilisé réellement par l'enfant. Ce qui diffère d'un dessin à un autre c'est ce qu'on voit sur l'écran ou alors la présence d'autres personnages fictifs.

Dessin 1. Sur l'écran on voit le globe terrestre, très visible sur le dessin. L'enfant a bien expliqué l'importance que représente Internet dans ses études, il a également mis l'accent sur le rôle que pourrait jouer le Web dans la découverte de nouveaux pays et de nouvelles personnes. Internet est, pour lui, un moyen d'accéder au monde entier et aussi une source d'informations incontournable pour ses études.

Dessin 2. Sur l'écran, des personnages sont présents. Pour l'enfant l'ordinateur est considéré comme un outil de jeux. En effet, internet lui permet de diversifier et d'amplifier son accès aux jeux.

Dessin 3. Un clavier et un renard qui tape dessus. L'enfant justifie son choix par le fait que le renard symbolise la ruse et l'intelligence, le clavier c'est Internet, c'est donc Internet qui pourrait faire de son utilisateur une personne intelligente et rusée.

Dessin 4. Un ordinateur portable avec un ballon sur l'écran, le ballon qui symbolise, d'après l'explication de l'enfant, le jeu, le divertissement et le plaisir. Internet est ainsi un moyen de divertissement et source de plaisir pour l'enfant.

Dessin 5. Un simple dessin où un enfant était assis devant son ordinateur. L'enfant se rappelle simplement de lui-même quand il se connecte sur Internet. Il explique que cette expérience virtuelle est tellement gratifiante qu'il voulait s'en rappeler.

Dessin 6. Un écran où il y a des vêtements (deux pulls et un pantalon). Internet est un moyen de connaître les nouvelles tendances, d'être à la mode. L'enfant explique que sur Internet il pourrait voir des films ou consulter son Facebook où des groupes publient des photos de stars ou celles de ses amis ce qui représente, pour lui, un bon moyen pour connaître les nouvelles tendances vestimentaires.

Dessin 7. Un ordinateur portable et plusieurs visages souriants sur l'écran. Cela symbolise le divertissement ainsi que le plaisir que pourrait assurer Internet. L'enfant explique qu'en étant sur Internet, il arrive à « oublier » ses soucis, liés aux études, et de s'évader pendant un moment pour se divertir. Il continue à expliquer la remarque que sa maman lui fait à chaque fois qu'elle entre dans sa chambre : « *Pourquoi tu souris alors que t'es tout seul dans la chambre ?* »

Dessin 8. Un gazon bien vert, un ciel tout bleu, soleil brillant et un ordinateur sur le sol où Mickey est debout. L'explication de l'enfant tourne autour de ses activités sur Internet à savoir le divertissement et le visionnage des films de dessins animés.

Dessin 9. Un ordinateur et une souris. Pour l'enfant, l'ordinateur est un instrument de travail utilisé par « des grands ». A travers son dessin il n'a décrit que l'aspect extérieur de l'ordinateur.

Dessin 10. C'est le plaisir qui se dégage à travers le grand sourire dessiné sur les lèvres de l'enfant. Il explique qu'Internet lui permet d'avoir tout ce qu'il veut et qu'il en est ravi.

Dessin 11. Un ordinateur portable avec des formes sur l'écran. Internet est considéré comme une véritable source de divertissement et de plaisir. L'enfant explique que cette tête dessinée est la sienne et qu'il préfère rester dans sa chambre seul pour utiliser Internet.

Dessin 12. Un ordinateur portable avec le jeu Winx sur l'écran. C'est son dessin animé préféré et elle est ravie de retrouver ce jeu sur Internet ainsi que toutes les photos de ces personnages. Internet est ainsi un moyen de divertissement et source de plaisir pour l'enfant

Dessin 13. Un simple dessin d'un ordinateur sur un bureau. L'enfant se rappelle simplement de l'aspect extérieur et du lieu sur lequel l'ordinateur est placé.

Dessin 14. Un ordinateur portable avec un jeu de football sur l'écran. L'enfant est tout excité en décrivant ses exploits à ce jeu ainsi que les sensations et les sentiments qu'il éprouve à jouer. Internet est ainsi une véritable source de plaisir pour l'enfant.

Dessin 15. Un ordinateur et sa mamie sur l'écran. En effet, Internet est considéré par l'enfant comme un téléphone moderne qui lui permet d'être en contact permanent avec sa grand mère qui vit à l'étranger. Pourtant, l'enfant n'est pas dupe et il nous a expliqué qu'Internet est un « moyen gratuit de voir et d'entendre sa mamie ».

A la première partie de l'entretien, l'enfant avait à répondre à trois questions qui pouvaient nous donner une idée sur la représentativité d'Internet. Ci-dessous un tableau récapitulatif des réponses des participants.

Tableau 2. Représentativité de l'Internet pour l'enfant : quelques réponses

Question	Exemple de réponse
<i>Si tu veux décrire Internet en un mot, lequel est-ce ? Pourquoi ?</i>	<i>Génial-Drôle-Incroyable-Bizarre-Super- Complicqué-Amusant-Etudes</i>
<i>Si Internet était un animal, lequel ce serait ? Pourquoi ?</i>	<i>Renard-Lapin (2 fois)-Lion(3)- souris-tigre (2fois)- ours(2)- dragon(2)</i>
	<i>(Certains n'ont pas pu répondre à cette question)</i>
<i>Donne-moi ta propre définition d'Internet.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Un univers</i> - <i>Google : source d'informations (4 fois)</i> - <i>Un écran qui englobe tout ce qu'on cherche (2)</i> - <i>Un moyen d'apprentissage</i> - <i>Un moyen de loisir (6 fois)</i>

Les adjectifs qualificatifs d'Internet aux yeux des enfants ainsi que les animaux choisis nous clarifient davantage les perceptions de l'enfant par rapport à Internet. Il s'agit d'une toile qu'ils trouvent originale dans la mesure où ils trouvent des réponses à toutes leurs questions sans avoir à fournir un grand effort de recherche. La rapidité et « l'intelligence » du Web les impressionne et les attire encore plus. C'est un monde qui peut leur fournir « tout » sans avoir à recourir aux parents pour trouver des réponses à leurs questionnements, ils se sentent, de ce fait, plus indépendants.

L'analyse des dessins nous laisse également voir la représentativité que pourrait avoir Internet pour l'enfant. Cette toile est avant tout un moyen de divertissement et de loisir. L'enfant se

connecte pour jouer, se divertir et s'évader d'un quotidien qui pourrait parfois être difficile et dur à ses yeux. Internet est également une source d'informations pour l'enfant, surtout l'écolier, qui s'y recourt à chaque fois qu'il a à préparer un dossier ou un projet scolaire. C'est aussi son moyen pour assouvir ses besoins de découverte et d'apprentissage. L'enfant apprend à se vêtir, à communiquer, commence à connaître de nouveaux pays, de nouvelles cultures, ce qui est indispensable à son processus de socialisation.

Se connecter sur Internet : quelles opportunités pour l'enfant ?

L'analyse du corpus laisse entrevoir une grande diversité au niveau des opportunités offertes par Internet. Nous pouvons regrouper ces motivations en cinq volets : utilitaire, hédonique, psychologique, symbolique et social.

Les motivations utilitaires

Les participants ont tous expliqué, par unanimité, l'utilité d'Internet. Cette utilité se manifeste par l'importance que pourrait avoir le Web dans le processus d'apprentissage, ce qui a été déjà soulevé par les travaux antérieurs (Kraut *et al.*, 1996; Tapscott, 1998a; Turow, 1999; Turow et Nir, 2000; Valkenburg et Soeters, 2001) et se confirme par le présent travail. Cette même utilité pourrait également se manifester par le rôle que joue Internet dans la scolarisation de l'enfant. Ce dernier pourrait accéder rapidement à des informations et en profiter pour un probable usage scolaire « *...Internet me permet de trouver toutes les informations possibles surtout quand l'institutrice nous demande de réaliser des dossiers sur certains sujets, je n'ai pas besoin de lire beaucoup de livres...* ». Il s'agit donc d'une source d'informations que l'enfant considère efficace et rapide.

Les motivations hédoniques

Se divertir demeure l'une des premières motivations que l'enfant pourrait avoir par rapport à Internet. Cette toile offre la possibilité à l'enfant d'apprendre certes mais aussi de vivre des expériences gratifiantes où il arrive à puiser dans ses compétences pour s'auto-améliorer. Les jeux sont bien multiples sur Internet : les films d'animation ou les dessins animés, les sites éducatifs et même les réseaux sociaux « *...je me diverte à fond sur Internet, je joue avec des copains ou seul, parfois je m'oublie, j'oublie l'heure ou ce que j'ai à faire, je continue à*

jouer, c'est un vrai plaisir... ». Le plaisir associé à l'utilisation d'Internet est encore plus important quand l'enfant découvre de nouvelles choses dans un contexte divertissant « ...j'ai appris à cuisiner grâce à un jeu, je n'aime pas cuisiner réellement, je n'aime pas la cuisine mais après avoir joué j'ai commencé à aimer cette activité, voir comment préparer certains plats, ce qu'il faut mettre comme ingrédients pour chaque plat... ».

Les motivations psychologiques

Sur Internet, l'enfant trouve l'occasion de se sentir plus indépendant et plus autonome : il arrive à trouver des réponses à ses questions sans recourir à la source d'informations « normale » pour tout enfant, à savoir les parents. Certains enfants ont parlé de la non disponibilité de leurs parents, et que ces derniers se trouvent parfois absents, notamment à cause de leurs conditions de travail, l'enfant recourt, de ce fait, au Web pour assouvir ses besoins de découverte « ...Maman n'est pas toujours là, papa aussi, c'est surtout le week end que je ne me connecte pas sur Internet...au cours de la semaine je me connecte, je saisis n'importe quelle question sur google et je trouve des réponses rapidement, je n'ai plus besoin d'attendre que mes parents soient là pour me répondre... ».

D'autres enfants ont insisté sur l'autonomie qu'assure Internet au point même que les parents semblent dépendre de leurs enfants « ...Parfois c'est ma maman qui me demande de lui chercher des recettes de cuisine...je cherche toute seule et je lui en trouve facilement, elle est contente... ». Grâce à Internet, l'enfant pourrait se sentir plus responsable, il prend des décisions et agit en fonction de ses propres jugements. Cela va certainement contribuer à sa construction identitaire mais le risque allié à l'absence des parents et de contrôle est toujours présent.

Les motivations symboliques

Internet symbolise des personnages fictifs qu'ils apprécient tels que les avatars aux jeux ou alors les personnages des dessins animés. Pour d'autres, Internet symbolise des personnes qui leur sont chères. En effet, il permet à quelques enfants d'être en liaison avec des proches éloignés de se sentir toujours proches d'eux et de mieux vivre la séparation « ...lorsque mamie me manque je mets skype et je passe des heures à la regarder préparer le repas, chanter avec elle....des fois je dors devant l'écran... ».

Pour certains, être connecté sur Internet est un moyen de se différencier des autres, voire même de surpasser ses amis et ses collègues, c'est un moyen de devenir plus intelligent en

ayant plus de compétences que les autres, Internet symbolise l'intelligence et incarne des valeurs compétitives ancrées chez tout enfant, certains participants parlent même d'Internet comme étant une « vraie personne » « ...c'est mon ami le plus intelligent... » et utilisent fréquemment le pronom personnel « il ». Cette confusion a été traitée d'une manière plus approfondie auprès des enfants qui expliquent qu'Internet n'est pas seulement un moyen mais une personne qui les accompagne, qui les aide et avec qui ils partagent beaucoup de souvenirs.

Les motivations sociales

Internet pourrait être le lieu de rencontre de tout le monde, un moyen pour discuter et échanger des idées avec les autres. Les réseaux sociaux ont accentué cet échange pour donner un nouveau contexte à l'échange en temps réel entre les individus « ...je ne peux pas comparer Internet à mes amis, Internet c'est mes amis ! Mes amis je ne peux les voir qu'à l'école mais avec Internet on pourrait discuter même tout le soir, j'ai même commencé à bien les connaître grâce à Facebook, avant je ne les connaissais pas très bien mais sur Facebook je peux voir ce qu'ils aiment et ce qu'ils n'aiment pas, à l'école on ne discute que des études... ».

Internet est également un moyen pour connaître de nouvelles personnes « ...c'est en jouant que j'ai connu mes amis... », même si d'autres enfants, suite aux consignes de leurs parents, évitent de discuter avec les inconnus « ...si un inconnu vient me parler, je ne lui réponds jamais, ni vu ni connu... ».

En discutant en ligne avec les autres, l'enfant apprend à échanger des idées, à défendre son avis et à accepter la différence. L'enfant arrive ainsi à acquérir des compétences de communication qu'il pourrait utiliser dans un contexte réel, son processus de socialisation est, de ce fait, facilité.

Répercussions de l'usage d'Internet sur le comportement d'achat de l'enfant

L'usage d'Internet semble avoir de nettes répercussions sur le comportement d'achat de l'enfant.

Attachement aux nouvelles technologies

D'abord, l'enfant acquiert des compétences liées aux nouvelles technologies. Il commence à aimer et même à s'attacher à ces outils qui répondent efficacement à ses besoins. Etant satisfait des apports d'Internet, l'enfant devient plus ouvert par rapport à l'adoption de toute nouveauté, il devient ainsi plus accro à l'innovation « *...depuis que je me connecte sur Internet, j'ai envie de m'acheter un Ipad, j'ai entendu mes amis dire que c'est très pratique, on pourrait l'amener où l'on veut, on pourrait avoir Internet partout où l'on va, c'est génial ! ...* ».

Changement des préférences et des habitudes de consommation

Etre présent sur Internet offre l'occasion à l'enfant de voir ce que les autres mangent, portent, achètent, il se compare aux autres et découvre des sites de commerce électronique ainsi que les bannières publicitaires qui les attirent. L'enfant se trouve influencé par cela et essaye d'avoir des habitudes de consommation semblables à celles qu'il s'imagine suite à sa présence en ligne « *...je vois les photos sur Facebook, j'essaye d'avoir une idée sur les nouvelles tendances, la mode de cette année, les couleurs en vogue...ça me donne une idée sur ce que je dois choisir comme habits quand je sors avec ma mère...* ».

En discutant avec les parents, certains ont avoué avoir des difficultés à satisfaire les besoins de leurs enfants qui deviennent de plus en plus irréalistes « *...ma fille me demande de lui acheter une chambre à coucher comme celle qu'elle a achetée à son jeu «Pet Society», c'est impossible, ça n'existe pas et elle en est triste...* ». Le virtuel suscite l'imagination de l'enfant qui devient plus exigeant et parfois frustré de se trouver incapable de trouver des produits pouvant répondre à son imagination qui s'est accentuée sur le Web. Il risque également de faire éloigner l'enfant de sa famille en le rendant plus solitaire.

Pour résumer les résultats des travaux antérieurs et ceux du présent travail, nous pouvons tracer un modèle conceptuel liant l'utilisation d'Internet par l'enfant à son comportement :

Figure 2. Modèle conceptuel développé

Manifesté par :

Discussion

La revue de la littérature ainsi que la partie exploratoire nous ont permis de tracer un modèle explicatif des répercussions d'Internet sur le comportement de l'enfant (Figure 2). Il s'est avéré que l'utilisation du Web par l'enfant est expliquée par de multiples motivations, certaines sont purement utilitaires, d'autres sont psychologiques, symboliques, hédoniques et sociales. Quelque soient les motivations de l'enfant, ce dernier est influencé par son expérience virtuelle sur Internet et connaît plusieurs changements. Il s'attache de plus en plus aux nouvelles technologies comme il commence à aimer, à acheter et à recommander des produits qu'il ne connaissait pas auparavant. Internet suscite également son imagination, il commence à devenir plus exigeant et développe de nouvelles habitudes de consommation.

Les répercussions de l'utilisation du Web sur l'enfant ne sont pas identiques d'un enfant à un autre. Elles dépendent de plusieurs facteurs individuels et macro économiques. En effet, nous avons pu remarquer que l'âge de l'enfant détermine le choix de l'activité en ligne ainsi que le type de répercussions sur l'enfant : généralement les plus âgés s'intéressent aux vêtements et commencent à avoir des goûts vestimentaires différents après l'utilisation du Web. La CSP des parents est aussi un élément important dans le sens où l'enfant est plus encouragé quant à l'utilisation des nouvelles technologies si les parents sont prêts et capables d'investir dans ce sens. Il semblerait aussi que certains facteurs macroéconomiques peuvent jouer un rôle déterminant dans l'utilisation d'Internet par l'enfant. A titre d'exemple, et d'après les enfants et les parents qui ont participé à notre étude, plusieurs instituteurs encouragent l'utilisation du Web par les enfants et cela en leur recommandant l'utilisation d'Internet pour faciliter la préparation de leurs enquêtes et dossiers. La qualité des sites Web est aussi importante aux yeux de l'enfant qui se trouve plus encouragé quant à l'utilisation d'Internet si le site est attractif, les répercussions sur son comportement sont, par conséquent, plus remarquables. Certains ont même parlé des images qui peuvent tellement attirer leur attention qu'ils veulent tout de suite soit imiter la personne sur l'image soit aller au lieu présenté sur la photo.

CONCLUSION

L'enfant est un consommateur qui a suscité la curiosité des sociologues et des psychologues beaucoup plus que les chercheurs en marketing. Cependant, il s'agit d'un consommateur à part entière, un véritable influenceur et prescripteur. Tentant d'assouvir ses besoins de découverte et de créativité, Internet vient lui offrir des expériences virtuelles gratifiantes susceptibles de répondre parfaitement à ses besoins. Les motivations recherchées par l'enfant sont bien multiples et plus complexes que les simples motifs utilitaires. Ce que cherche l'enfant sur Internet englobe des motifs psychologiques, symboliques, hédoniques et sociaux. Le plus intéressant reste à comprendre les répercussions de cette expérience sur le réel de l'enfant. Le virtuel est un monde parfait à ses yeux mais qu'il aurait du mal à retrouver dans son quotidien. Ce passage du virtuel au réel risque d'être assez dur pour certains qui commencent à confondre les deux mondes, d'autres se trouvent influencés par ce qu'ils vivent sur Internet et commencent à essayer de retracer ce monde dans leur quotidien en consommant les nouvelles technologies et en essayant d'avoir les habitudes alimentaires et vestimentaires découvertes sur le Web.

Le présent travail est exploratoire et pourrait être complété par une étude quantitative à une plus grande échelle en essayant de modéliser le comportement de l'enfant sur Internet ainsi que les répercussions possibles de cette expérience sur son comportement d'achat afin de pouvoir dégager des généralisations par la suite. Le questionnaire pourrait être distribué rapidement sur Internet ou alors dans les écoles.

Il serait également pertinent d'intégrer le type de communication enfant-parents qui semble influencer la réceptivité de l'enfant par rapport à tout ce qui le lie aux nouvelles technologies. Comme on pourrait comparer les résultats de plusieurs études réalisées dans plusieurs pays en vue de dégager les différences culturelles susceptibles d'avoir un impact sur le comportement de l'enfant en ligne et hors ligne.

ANNEXE 1

Guide d'entretien

Etape 1 : Entretien

Entrée en matière : Représentativité d'Internet pour l'enfant

- Si tu veux décrire Internet en un mot, lequel est-ce ? Pourquoi ?
- Si Internet était un animal, lequel ce serait ? Pourquoi ?
- Donne-moi ta propre définition d'Internet.

Evaluation de l'importance d'Internet

- Si tu avais à comparer tes jouets à Internet, qu'est ce qui est le plus important à tes yeux ? Pourquoi ?
- Si tu avais à comparer tes amis à Internet, qu'est ce qui est le plus important à tes yeux ? Pourquoi ?
- Que représente Internet pour toi ?

Activités sur Internet

- Que fais-tu sur Internet ?
- Quelle serait la chose la plus intéressante sur Internet ? (loisir, jeux, étude, travail...)

Sentiments pour Internet

- Que ressens-tu en navigant sur Internet ?
- Aimes-tu Internet ? Pourquoi ?
- As-tu déjà eu peur en utilisant Internet ? Si oui pourquoi ?

Effets sur le comportement de l'enfant

- Penses-tu que l'utilisation d'Internet t'a influencé ? Si oui comment ?
- Veux-tu acheter des produits particuliers après avoir été sur Internet ?
- Quels sont les changements possibles que t'as connus après avoir utilisé Internet ?

(PS : ces dernières questions peuvent être aussi posées à la maman ou aux parents, surtout pour les enfants dont l'âge est inférieur à 9 ans, ils auront du mal à parler des effets d'Internet sur leur comportement, un regard extérieur serait plus utile).

Etape 2 : Les dessins

Maintenant je vais te demander de me faire un dessin sur ce qu'est Internet, dessines la première idée qui te traverse l'esprit dès qu'on te parle d'Internet. Tu auras 20 minutes pour le faire.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Beals, L., et Bers, M. (2010), « Evaluating participation in an international bilingual virtual world educational intervention for youth », *Journal of virtual Worlds Research*, 2(5), May 2010.

Bergadaà, M. (1990), "The Role of Time in the Action of the Consumer", *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, n° 3, Dec, 289-302.

Block, J.J. (2008), « Prevalence underestimated in problematic Internet use study (letter) », *CNS Spectrums*, 12, 14.

Calder B., Robertson T.S. et Rossiter J.R. (1975), "Children's consumer information processing", *Communication Research* ; vol 2; 307 – 316; 1975.

Case, R. (1974), "Structure and Structure: some functional limitations on the course of cognitive growth"; *Cognitive Psychology*; vol n°6; 571 – 607; 1974.

Chiang I.P. et Hsieh C.H. (2011), "Exploring the impacts of blog marketing on consumers", *Social behavior and personality*, 2011, 39(9), 1245-1250

Comité de la pédiatrie psychosociale : Société canadienne de pédiatrie (SCP) (2003), «Les répercussions de l'usage des médias sur les enfants et les adolescents», *Paediatrics & Child Health* 2003; 8(5) : 311-317

DeBell, M., et Chapman, C. (2006). « Computer and Internet use by students in 2003 ». National Center for Educational Statistics, U.S. Department of Education, Washington, DC. Retrieved February 22, 2009, <http://nces.ed.gov/pubs2006/2006065.pdf>.

Dellarocas C. (2006), "Strategic Manipulation of Internet Opinion Forums: Implications for Consumers and Firms," *Management Science*, 52 (10), 1577–9

Ey L.A et Cupit, C. G. (2011), « Exploring Young Children's Understanding of Risks Associated with Internet Usage and Their Concepts of Management Strategies », *Journal of Early Childhood Research*, v9 n1 p53-65 Feb 2011.

Greenfield, P., et Yan, Z. (2006), « Children, adolescents, and the Internet: A new field of inquiry in developmental psychology », *Developmental Psychology*, 42, 391-394.

Gross, E. F. (2004), « Adolescent Internet use: What we expect, what teens report », *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25, 633–649.

Han, M.K., et Hwang, H.I. (2003), « Kindergarten teachers' and parents' recognition and usage situation of education-related internet web sites for children », *Child Education Journal*, 12, 215–235.

Harris I. et Fleishman H., (2008); Digital Influence Index: Whitepaper retrieved, July 2, 2008 www.harrisinteractive.de/pubs/Digital_Influence_Index_Whitepaper_DE.pdf

Harmon A. (2004), “Amazon Glitch Unmasks War of Reviewers,” *The New York Times*, (February 14), (accessed November 12, 2009), [available at <http://www.nytimes.com/2004/02/14/technology/14AMAZ.html>].

Hicks, Rick & Hicks, Kathy. (1999). Boomers, Xers and Other Strangers. Focus on the Family With Doctor James Dobson. Consulté le 28 mai 2001 sur le Web : <http://www.family.org/fofmag/pf/a0010595.html>.

Jackson, L. A., Samona, R., Moomaw, J., Ramsay, L., Murray, C., Smith, A., et Murray, L. (2007), « What children do on the Internet: Domains visited and their relationship to socio-demographic characteristics and academic performance? », *CyberPsychology and Behavior*, 10, 182-190.

Johnson, G. M. (2010), « Internet Use and Child Development: Validation of the Ecological Techno-Subsystem », *Educational Technology & Society*, 13 (1), 176–185.

Kraut, R., Scherlis, W., Mukhopadhyay, T., Manning, J., & Kiesler, S. (1996), « The HomeNetToo field trial of residential Internet services », *Communications of the Association for Computing Machinery*, 39, 55–65.

Larson R.W. et Verma S. (1999), « How children spend time across the world: work, play and developmental opportunities », *Psychological Bulletin*, vol.125, 701-736.

Leblanc, N., Vézina, M., «Le projet CBMmédia© : développement et mise à l'essai d'une application multimédia flexible», *Actes du 16e congrès de l'Association Internationale de Pédagogie Universitaire (AIPU)*, Montréal, mai 1999, 13 pages.

Leblanc N., Vézina, M., «Le projet CBMmédia© : développement et mise à l'essai d'un dispositif pédagogique multimédia flexible», *RES Academia (AIPU)*, vol. 19 (1, 2) 2001, pp. 59-96.

Lee, E.K. (2007), « An application plan of children's computer game usage and addiction prevention », *Korea Media Society, Autumn Scholarship Convention Library* (pp. 79–87).

Levin B. et Barry S. (1997), « Children's views of technology: the role of age, gender, and school setting », *Journal of computing in childhood education*, vol.8/number 4, AACE, USA, Charlottesville, p. 267-291.

Livingstone S. et Haddon L. (2009), « Kids online : opportunities and risks for children », Great Britain, 2009.

Livingstone, S., Helsper J.E. (2007), « Taking risks when communicating on the internet. The role of offline social-psychological factors in young people's vulnerability to online risks ». *Information, Communication & Society*, 10(5), 619-644.

MAC NEAL, J.U. (1992), *Kids as customer: a handbook of marketing to children*, Lexington Books New York.

McGovern, G. (1999), *The Caring Economy: Business Principles for the New Digital Age*, Blackhall Publishing, Dublin.

Media Awareness Network. (2008). « Web awareness Canada – An Overview », Ottawa. ON. Media and Internet Education Resources. Retrieved February 22, 2009, from http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/web_awareness/.

Papert, S. (1986), *The Connected Family*. Atlanta, GA: Longstreet Press.

Paré G. (2001). « Génération Internet : la prochaine grande génération », Rapport Bourgogne, Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO), Décembre 2001.

Patchin, J. W. and S. Hinduja .(2006), "Bullies Move Beyond the Schoolyard: A Preliminary Look at Cyberbullying"; *Youth Violence and Juvenile Justice* 4 (2): 148 – 169 . [CrossRef]

Piaget J. (1950), « La construction du réel chez l'enfant » ; Delachaux et Niestle.

Piaget J. (1964), « La formation du symbole chez l'enfant » ; Delachaux et Niestle.

Piaget J. (1972), « Problèmes de psychologie génétique : les stades du développement intellectuel de l'enfant et de l'adolescent » ;Paris, Denoe.

Piaget J. (1973), « Le jugement moral chez l'enfant » ; Paris, Presses Universitaires de France.

Piaget J. (1975), « Les mécanismes perceptifs » ; Paris, Presses Universitaires de France, 1975 a.

Piaget J. (1975), « L'Équilibration des Structures Cognitives : Problème Central du Développement » ; Paris, Presses Universitaires de France; 1975 b.

Piaget J. (1976), « La représentation du monde chez l'enfant »; Paris, Presses Universitaires de France ; 1976 a.

Piaget J. (1976), « Le langage et la pensée chez l'enfant » ; Paris, Presses Universitaires de France ; 1976 b.

Piaget J. (1978), « Jugement et Raisonnement chez l'enfant » ; Paris, Presses Universitaires de France ; 1978.

Roedder J. D. (2001), « 25 ans de recherche sur la socialisation de l'enfant-consommateur », *Recherche et Applications en Marketing*; vol n ° 16 ; n°1; 89; 2001.

Schapper J. (1999), « Segmentation des produits enfants, le cas des jeux vidéos » , *Décisions marketing*, Décembre, 25-35.

Seo H. A., Chun H.Y, Jwa S.H. et Choi M. H. (2011), « Relationship between young children's habitual computer use and influencing variables on socio-emotional development » , *Early Child Development and Care*, Vol. 181, No. 2, February 2011, 245–265.

Selman R.L. (1980), "The growth of interpersonal understanding"; New York; Academic Press; 1980

Stanger, J. D., Gridina, N. (1999), « Media in the home 1999: The fourth annual survey of parents and children » (*Survey Series No. 5*). Norwood, NJ, Philadelphia: Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania., Retrieved October 3, 2000, from <http://www.appcpenn.org/pubs.htm>.

Straker L.M., Campbell C.A., Jensen L.M., Metcalf D.R., Smith A.J., Abbott R.A., Pollock C.M et Piek J.P. (2011), « Rationale, design and methods for a randomised and controlled trial of the impact of virtual reality games on motor competence, physical activity, and mental health in children with developmental coordination disorder », *BMC Public Health* 2011.

Stratts, Holly. (2000). The Millennials E-Merge. Villanova. Consulté le 1 juin 2001 sur le Web : <http://publications.villanova.edu/magazine/winter%202000/tech-savvy.htm>.

Subrahmanyam, K., Kraut, R. E., Greenfield, P. M., & Gross, E. F. (2000). « The impact of home computer use on children's activities and development » , *The Future of Children*, 10, 123–144. Retrieved October 4, 2001, from <http://www.futureofchildren.org>

Subrahmanyam K., Greenfield P., Kraut R. et Gross E. (2001). « The impact of computer use on children's and adolescents' development » , *Applied Developmental Psychology*, 22, 7–30.

Tapscott, Don. (1998a), "Growing Up Digital : The Rise of the Net Generation", New-York : McGraw-Hill.

Tapscott, Don. (1998b), "The Net Generation and the School", Milken Family Foundation. Consulté le 29 mars 2001 sur le Web : http://www.mff.org/edtech/article.taf?_function=detail&Content_uid1=109.

Tapscott, Don. (1998c), "Welcome to the N-Generation. Management General », Consulté le 29 mars 2001 sur le Web : <http://www.mgeneral.com/3-now/98now/032598dt.htm>.

Tapscott, Don. (2000), "Reaching the Internet Generation", *Credit Union Executive Journal*, Vol. 40, No. 1, 24,26+

Turkle S. (1986), « Les enfants de l'ordinateur », Paris, Denoël, 1986.

Turow, J. (1999), « The Internet and the family: The view from the parents, the view from the press », Report No. 27. Philadelphia: Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. Retrieved August 23, 2001, from <http://www.appcpenn.org>

Turow, J., Nir, L. (2000), « The Internet and the family 2000: The view from parents the view from kids », Philadelphia: Annenberg Public Policy Center.

Valkenburg, P. M., & Soeters, K. E. (2001), « Children's positive and negative experiences with the Internet: An exploratory survey », *Communication Research*, 28, 652–675.

Walrave, M., Lenaerts, S., & De Moor, S. (2008). *Cyberteens @ risk? Tieners verknocht aan internet, maar ook waakzaam voor risico's? Samenvatting survey*. Antwerpen: University of Antwerp.

Wells W., Burnett J. et Moriarty S., (2000), « Advertising principles and partice », (em ed., NY, Prentice Hall.

Woodward, E. H. IV, & Gridina, N. (2000), « Media in the home in 2000: The fifth annual survey of parents and children », *Philadelphia: Annenberg Public Policy Center, University of Pennsylvania*.

Ybarra, M. L., Mitchell, K. J. (2004), « Online aggressor/targets, aggressors and targets: a comparison of associated youth characteristics », *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 45(7), p. 1308-1316.

Yoo, G.J. (2005), « Integrated children computer education », Seoul: Chang Ji Sa.

Zhu F. et Zhang X. (2010), "Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics", *Journal of Marketing*, Vol. 74 (March 2010), 133–148.