

# L'APPROPRIATION DES NOUVEAUX MÉDIAS ET DES NOUVEAUX MODES DE COMMUNICATION CHEZ LES JEUNES DE 12 À 18 ANS

Patrick Verniers

Internet, les téléphones mobiles et les jeux vidéo font partie de la vie des jeunes. Ils utilisent l'ordinateur principalement à domicile à côté de parents qui ont parfois moins de compétences qu'eux dans l'utilisation de ces nouveaux outils de communication. En 2006, une enquête européenne a exploré la manière dont les jeunes s'approprient les médias portables et en réseaux. Patrick Verniers a participé au volet belge de la recherche. Il en ressort que les enfants, beaucoup plus sages que beaucoup le craignent, se retrouvent fort seuls devant l'écran à la maison tandis que l'école porte peu d'intérêt à ces nouveaux médias. L'auteur lance un plaidoyer pour une nouvelle éducation aux médias qui aide chaque jeune à se construire son propre « univers multimédiatique ».

Patrick Verniers est directeur de Media-Animation asbl.

## Mots-clés

- Ordinateurs
- Jeunes
- Parents
- Ecole
- Jeux vidéo
- Internet
- Education aux médias

## Les dimensions de la « culture Web »

Internet semble déjà profondément implanté dans les foyers où les jeunes belges vivent. En effet, c'est à cet endroit que la plupart de leurs apprentissages et découvertes semblent se faire. Par l'usage qu'en font les jeunes, on observe que cette « culture web » se base essentiellement sur le fait d'être connecté rapidement aux autres. Cette communication est tribale, les jeunes semblent en effet communiquer presque toujours avec les personnes qu'ils connaissent déjà. L'apprentissage de cet outil se fait de manière très sauvage, ils apprennent à se servir d'Internet soit grâce aux pairs/amis, soit par eux-mêmes. Très rares sont les cas où l'école et les parents semblent avoir eu à jouer ce rôle. Le téléphone portable, surtout par la pratique du SMS, semble confirmer cette importance de rester en contact, de pouvoir

être joignable en permanence par sa tribu. Ce média, par la création de blogs essentiellement, permet aux jeunes de se mettre en scène.

En effet, ils expérimentent la réaction des autres membres de leur « tribu » par cet outil et font partager à cette dernière la manière dont ils souhaitent être perçus. MSN et l'email, par ailleurs, placent le jeune au sein d'une communication plus horizontale : par ces outils, il reste en contact avec ses pairs avec une volonté très forte d'être présent au sein de ce groupe, et de se mobiliser ensemble au moindre appel.

Les jeunes ne sont cependant pas dupes, ils déclarent savoir où ils peuvent surfer en sécurité et redoutent plus les accidents entre les mains inexpertes des plus jeunes, voire, même, des parents. Dernier aspect de la culture Web, elle est horizontale aussi en ce qui concerne l'acquisition des compétences. J'apprends par mes amis et leurs compéten-

ces seront les miennes. Mon modèle est souvent un aîné compétent. Les parents et mes professeurs sont rarement de bons guides.

### L'essentiel se joue à la maison

Le choc d'Internet et ses effets se font surtout sentir à partir de moment où Internet entre dans le domicile. Les jeunes qui n'utilisent Internet qu'à l'école ou chez des amis présentent une appropriation qui reste nettement plus marquée par les croyances et les représentations sociales. A domicile, c'est vraiment l'usage propre et la personnalité du jeune, éclairés par les contacts entre pairs (amis) qui structurent les compétences, les croyances et les représentations.

Les parents semblent plutôt libéraux : les jeunes déclarent que ces derniers ne les empêchent pas outre mesure de pratiquer leurs activités sur le net (MSN, chat, email, jeu, visite de sites Internet et téléchargement). Ils ne semblent pas non plus très impliqués dans l'univers « Internet » de leurs enfants. Seul 20 % des jeunes belges discutent de leur pratique d'Internet avec leurs parents.

Aux yeux des jeunes les parents ne paraissent pas être de grands usagers d'Internet. Internet est plus souvent sujet familial de conversation là où parents et enfants le pratiquent.

La convergence familiale traditionnelle autour du téléviseur, déjà atténuée là où plusieurs téléviseurs sont disséminés dans le domicile, se trouve encore atténuée par le renforcement des communications avec les amis et amies, à travers le portable et la messagerie sur Internet.

Le public familial traditionnel, souvent intergénérationnel, est traversé, durant la vision des programmes télévisés, par d'autres réseaux de contacts soutenus entre pairs, à travers MSN et les SMS du portable. Ainsi s'imbriquent simultanément différents publics, croisant le présentiel avec le connecté.

### Le blog, le média dont je suis le héros

Près d'un jeune belge francophone sur deux « blogge ». Phénomène ou mode passagère ? On peut observer que le modèle médiatique de la mise en évidence des vedettes sous les yeux du public se folklorise dans les pages personnelles et les blogs : ces sites dont je me fais le héros.

Cependant, le public premier de ces sites est constitué par les pairs (frères, soeurs, amis, amies, copains, copines, condisciples) qui réagissent généralement de manière positive, comme des « supporters ».

D'autre part ce genre médiatique folklorisé qui prend son modèle sur les langages des stratégies mass médiatiques, ne se développe plus sur fond de marketing ou de propagande, comme dans les médias, mais comme des dimensions de l'anthropologie sociale et de l'auto construction sociale des jeunes. Celui ou celle qui fait son blog ne cherche pas à conquérir un marché, mais, simplement, à prendre sa place dans la société.

### Des jeunes très (trop ?) sages et des parents absents

La liberté du net ne produit pas certains de ces effets automatiques attendus. Là où l'adulte les attend impertinents et libertaires, les jeunes usagers d'Internet semblent plus conscients et respectueux des limites sociales de leur droit à l'expression (« il faut veiller à ne pas être méchant », « on fait vite du mal à quelqu'un, si on ne fait pas bien attention à ce qu'on dit »)

Là où l'adulte les attend explorateurs et fouineurs, les jeunes restent plutôt fidèles à leurs sites favoris et développent peu une vraie culture de la curiosité, si aucun éducateur ne les y pousse. L'appropriation est donc fortement personnalisée. Le déterminisme du dispositif

**MEDIA**  
animation  
ASBL  
communication • éducation

**Média Animation asbl est reconnu par la Communauté Française** principalement dans deux domaines.

En tant que **Centre de ressources en éducation aux médias et multimédias** de l'enseignement libre de la Communauté française de Belgique. A ce titre, il s'adresse spécifiquement aux équipes éducatives.

En tant que **service général d'éducation permanente des adultes**. A ce titre, il développe un ensemble d'activités à destination du monde associatif et culturel.

Avenue E. Mounier 100  
(3<sup>e</sup> étage)  
B - 1200 Bruxelles  
BELGIQUE  
02 242 57 93

info@media-animation.be  
<http://www.media-animation.be>

technique semble peu dominant dans les usages des jeunes. Chacun évolue d'une manière personnelle, liée à bien d'autres facteurs que la seule puissance de la navigation sur les réseaux. Apparemment, la machine propose et l'utilisateur dispose.

### L'école doit revoir sa copie

La conclusion la plus frappante de l'ensemble de cette étude réside dans le fossé marqué entre les usages de l'Internet à la maison et à l'école. Les jeunes déclarent ne jamais (41,5%) ou rarement (35,3%) utiliser Internet au sein de leur établissement scolaire. Lorsqu'ils utilisent Internet, les élèves déclarent surtout l'utiliser dans le cadre de travaux spécifiquement scolaires : documentation, langues. Il est généralement interdit, dans de nombreux établissements scolaires, de discuter sur MSN (72,3%), de chatter (72,7%), d'envoyer des mails (51,9%), de jouer en ligne (67,1%) ou de visiter certains sites (66,6%).

L'interaction entre l'institution scolaire et le jeune ne semble pas développée au sujet d'Internet. Les élèves ignorent souvent s'il existe une charte qui règle l'usage d'Internet à l'école (42,7%) ou si leurs professeurs s'y connaissent dans ce domaine (38,2%). 46% des élèves ne discutent jamais (et 32,5 % rarement) d'Internet avec leurs professeurs ou éducateurs.

Lorsque l'on demande l'avis des jeunes sur ce que l'école devrait faire en matière d'Internet, une grosse minorité pense qu'il serait important que l'école leur apprenne à trouver de bons sites (46,9%), à les aider à juger de la validité des informations qu'ils y trouvent. L'école devrait encore, donner un meilleur accès à Internet et apprendre aux jeunes comment trouver rapidement de l'information sur Internet.

Malgré des plans d'équipement ambitieux, malgré une formation continue des enseignants, les usages à l'école restent

très épisodiques et sans aucune mesure avec le développement des usages dans la vie du jeune.

L'étude Mediapro invite dès lors les responsables éducatifs à réinventer complètement leur rôle. Après examen de la manière dont Internet et les technologies portables et en réseau se trouvent appropriés par les jeunes, il ne semble pas qu'il faille envisager une éducation spécifique au TIC ou aux multimédias. Ce sont d'ailleurs les compétences techniques qui semblent poser le moins de problèmes aux jeunes.

### Pour une nouvelle éducation aux médias

La nouvelle éducation aux médias consiste, selon nous, à prendre en compte les médias dans la complexité de leur enchevêtrement dans des dispositifs d'usages et d'appropriations qui diffèrent considérablement d'un jeune à l'autre. Le paysage médiatique n'est plus une géographie commune, mais une ville (contrairement à un village), au sens où chaque citoyen se construit, dans la même ville médiatique, un village numérique qui est le sien.

L'éducation traditionnelle aux médias consiste souvent à analyser et à comparer des médias, des programmes et des émissions (ou articles). Logiquement, la nouvelle éducation au média prendrait, de plus, en compte l'analyse et la comparaison de ces « complexes multimédias » : des architectures singulières et fortement personnelles qui, en prolongeant les sens physiques, associent différents médias en les combinant de manière complémentaire et cohérente. Ces architectures révèlent, à leur façon, les nouvelles typologies de la personnalité et de l'identité individuelle et sociale. « Regarde tes connexions et tu comprendras qui tu es » pourrait être une des maximes de cette nouvelle éducation. C'est donc fondamentalement que l'école et les milieux éducatifs doivent repenser leur rapport aux technologies et le rôle qu'ils

doivent y jouer. Un bon départ serait de construire un projet éducatif sur la base des usages réels des jeunes.

### **Comment accompagner les jeunes dans l'appropriation qu'ils font des technologies ?**

C'est en rapport à cette question que parents, enseignants et éducateurs se

doivent de porter des réponses originales et très certainement aussi complexes que la manière dont les jeunes se créent en temps réel leurs univers multimédiatiques singuliers. ■



#### **« média + appropriation »**

En 2006, plus de 9000 jeunes issus de neuf pays européens - Belgique, Danemark, Estonie, France, Grèce, Italie, Pologne, Portugal et Royaume-Uni, ont été interrogés dans le cadre d'une recherche appliquée en éducation aux médias : Médiapro (« média + appropriation »).

Le principe de cette étude était d'interroger en profondeur les jeunes sur leurs usages réels des technologies mais aussi de tenter de percevoir quelles étaient leurs représentations mentales à partir de l'analyse de la manière dont ils parlent de leur expérience médiatique. Il s'agissait de quitter le domaine des « discours » économiques et éducatifs sur les technologies et les jeunes pour s'intéresser à ce que les jeunes disent eux-mêmes de leur environnement multimédiatique.

La méthodologie utilisée a été articulée autour d'une étude quantitative complétée par des entretiens semi-directifs des catégories principales d'utilisateurs.

En Belgique, ce sont plus de 900 jeunes qui ont été interrogés et ensuite interviewés par le Grems (Groupe de recherche en médiation des savoirs de l'UCL) et Média Animation asbl (centre de ressources en éducation aux médias).

*L'étude complète est disponible dans sa version internationale en ligne sur: <http://www.mediapro.org>*

*Un numéro de la collection « Les dossiers de l'éducation aux médias » portant sur les résultats belges et les recommandations éducatives sera disponible en septembre 2008 ([www.media-animation.be](http://www.media-animation.be)). ■*