

L'ÉLÈVE DU SECONDAIRE

Jacques Piette, PH.D.
professeur,
Département de lettres et communications
Université de Sherbrooke

L'ÉLÈVE DU SECONDAIRE

CARACTÉRISTIQUES MARQUANTES ET DÉCISIVES

À l'adolescence, les loisirs du jeune se diversifient, les relations sociales prennent de plus en plus d'importance et l'utilisation des médias se fait maintenant en toute indépendance, très souvent en dehors de la présence des parents.

Les années du secondaire vont marquer une transformation radicale de la relation du jeune avec les médias. De moyens de divertissement et de découverte du monde, les médias vont progressivement s'imposer comme vecteur important de la recherche identitaire et de l'exploration du rapport aux autres. Dans cette période charnière, où se construit et s'affirme sa personnalité et son image sociale, la fréquentation des médias constitue autant d'occasions de se positionner affectivement, intellectuellement et socialement.

Le jeune entre bientôt dans l'âge *de la gang*. Sa chambre à coucher devient un refuge « interdit aux adultes ». Les médias servent désormais prioritairement à garder le contact avec les copains (téléavertisseur, téléphone, *chat*, courrier électronique) et à marquer son adhésion à la culture jeune (écoute de la radio, échange de disques compacts, téléchargement de *MP3*, visionnement en groupe de vidéocassettes et sorties au cinéma entre amis).

L'adolescent a une utilisation très « active » des médias. Il lui arrive d'ailleurs souvent de mener plusieurs activités en même temps. Il parle au téléphone en regardant la télévision ou avec la manette de jeux vidéo entre les mains. Il fait ses devoirs en écoutant de la musique. Pendant qu'il visite un site Internet, il communique avec d'autres internautes sur les réseaux de *chat*. Lorsqu'il est à l'ordinateur, il en profite pour écouter sa musique préférée et pour télécharger des *MP3* sur Internet, etc.

Le *zapping*, symbole de la culture « adovisuelle » par excellence, permet au jeune d'exercer son pouvoir et son contrôle sur la télévision qu'il juge souvent trop lente à son goût. Entre ses mains, la télécommande devient un instrument de contrôle. Les chaînes non désirées sont rayées des options disponibles. Il s'en sert naturellement pour sauter les messages publicitaires ou pour suivre plusieurs émissions à la fois. Les chaînes sont régulièrement parcourues au cas où il y aurait quelque chose de plus intéressant ailleurs, au grand dam d'ailleurs de ceux qui, à ses côtés, doivent subir cette pratique étourdissante.

Les parents se désespèrent d'ailleurs souvent des comportements de leurs adolescents face à la télévision. Loin de percevoir le caractère proactif et sélectif de l'écoute, ils

condamnent plutôt ce qu'ils considèrent comme une activité totalement futile, que leur renvoie l'image de ces « corps mous, avachis dans le salon, la télécommande à la main ».

Les premières années du secondaire sont encore fortement imprégnées des différences marquées entre garçons et filles en matière d'utilisation et de préférences médiatiques. Le deuxième cycle du secondaire va toutefois combler progressivement cette distance entre les sexes. Par la découverte de nouveaux terrains d'exploration et de reconnaissance communs, particulièrement dans les domaines de la musique, du cinéma, mais aussi dans les formes de communication interactive que permettent les « nouveaux médias ».

Bien qu'il lui arrive encore souvent de « retomber » dans ses habitudes d'enfance, au secondaire, le jeune développe une approche de plus en plus personnalisée des médias. D'activité de loisir principale, la consommation des médias devient souvent une activité « secondaire », eu égard aux nombreuses autres activités de loisir qui, pour la plupart, prennent place désormais à l'extérieur du foyer familial.

PREMIER CYCLE DU SECONDAIRE

LES MÉDIAS COMME DOMAINE GÉNÉRAL DE FORMATION

Sa chambre à coucher devient un refuge où il peut s'adonner librement, et pendant des heures, à ses habitudes de consommation médiatique : écoute de la musique, lecture, conversations téléphoniques, etc. Selon les revenus familiaux, sa chambre constitue même un endroit technologiquement très équipé : téléviseur, ordinateur personnel, accès Internet, lecteur CD et chaîne stéréophonique, console vidéo, magnétophone, magnétoscope, baladeur, etc. Si l'équipement technologique se trouve dans des pièces communes, l'adolescent en prend souvent le contrôle et, entre frères et sœurs, un système de répartition des activités est souvent nécessaire pour permettre à chacun d'y avoir accès de manière équitable.

À cet âge, le jeune est encore un très grand consommateur de télévision, il l'écoute le matin, après l'école, en soirée, en fin de semaine. En revenant de l'école et jusqu'à l'heure du souper, elle constitue, dans la majorité des cas, sa principale activité de temps libre. La télévision lui sert à se divertir et l'écoute n'est souvent pas très sélective. Le jeune regarde un peu tout ce qui passe, car il cherche surtout à se relaxer pour relâcher la tension accumulée toute la journée à l'école.

L'attention qu'il porte au petit écran est très variable, il le regarde en parlant au téléphone, en faisant ses devoirs, la télécommande toujours proche pour personnaliser son menu. En soirée, l'écoute de la télévision se fait encore souvent en famille. C'est d'ailleurs l'occasion de retrouver le plaisir de suivre ensemble les émissions préférées de tous. De même la fin de semaine, il partage à l'occasion son temps d'écoute avec les parents et les frères et sœurs, en regardant les nouveautés louées au club vidéo.

La télévision a perdu son aura magique. Le jeune n'hésite d'ailleurs pas à la critiquer vertement pour dénoncer la présence envahissante des reprises d'émissions, la rediffusion de vieux films, le matraquage publicitaire, les reportages assommants, l'information ennuyeuse, en somme, une très grande part de la programmation qui ne répond pas à ses attentes. Et s'il trouve la télévision vraiment trop « rasante », alors il n'hésite pas à se

tourner vers des activités à ses yeux plus stimulantes : écoute de la musique, pratique de jeux vidéo et surtout usage de l'ordinateur, ce dernier offrant l'avantage d'un rapport plus interactif, particulièrement apprécié à cet âge.

En somme, la télévision est devenue un objet banal, tout à fait intégré dans le mobilier de la maison. Elle ne soulève plus la passion d'antan, mais elle constitue quand même une source de divertissement non négligeable, surtout qu'à cet âge, les jeunes ont encore tant de temps à perdre...

Ce sont les émissions d'humour qui ont la cote. Elles peuvent même réussir à intéresser le jeune à des sujets aussi rébarbatifs que les actualités et les affaires publiques, si les thèmes abordés sont traités sur un mode humoristique. Le jeune préfère aussi les émissions où ça bouge : enchaînement rapide des plans, caméra en mouvement, musique entraînante, animateur dynamique.

Parmi les adolescents qui évoluent dans un milieu essentiellement francophone, plusieurs commencent à fréquenter les contenus en anglais : radio, films américains en version originale, séries télévisées et comédies de situation, magazines jeunesse et de mode, pages *Web*, etc.

Les émissions sportives et les films d'action attirent particulièrement les garçons, tandis que les filles affichent une prédilection pour les téléromans et les drames sentimentaux. Les comédies, les vidéoclips et les émissions jeunesse rejoignent mieux un public mixte.

Les garçons sont maintenant de véritables experts en jeux vidéo. Ils les connaissent par cœur. Mais le plaisir est toujours là, plus fort que jamais. Le jeune ne se formalise nullement de l'irréalisme des situations ou de la pauvreté des scénarios que proposent les jeux, pas plus qu'il ne s'offusque de la violence, parfois extrême, mise en scène ; il considère au contraire que cela met du « piquant dans l'action »...

Pour le jeune, jouer à des jeux vidéo durant des journées entières n'est pas l'activité insignifiante que décrivent bon nombre d'adultes. Il la voit comme une expérience très intense qui procure un plaisir extrême. C'est l'occasion de compétitions passionnantes entre amis, où on met à l'épreuve ses connaissances et ses habiletés, et où on s'échange les derniers trucs qui permettent d'améliorer ses performances. De plus, au point de vue des relations avec les copains, le jeu vidéo est un passe-temps commode, à cet âge où on n'est pas encore très à l'aise dans les relations de groupes. Comme pour la pratique du sport, tout le plaisir est dans l'action. Pas besoin de faire la conversation, on sort les manettes et on passe un bon moment sans complication. Devant une console de jeu, tout devient facile, tout le monde sait quoi dire et quoi faire.

Pour les filles, le bon vieux téléphone et sa nouvelle extension interactive, le *chat* sur Internet, arrivent en tête de liste des activités que l'on aime faire avec ses copines. Pas besoin de prétextes pour s'appeler. On décroche le combiné, et c'est parti pour de longues heures de conversations, qui fluctuent selon l'humeur du moment et les commentaires sur les derniers potins de l'école concernant les professeurs, les amies, les vedettes de l'écran et... les garçons.

Le domaine du *show-business* est une source inépuisable de conversations et l'on s'alimente aux nombreux magazines qui traitent des derniers *scoops* sur la vie des acteurs de cinéma, des comédiens de la télévision et des vedettes de la musique. Les sujets traités dans les magazines qui s'adressent spécifiquement au public des adolescentes, tout comme ceux consacrés aux dernières tendances dans le domaine de la mode, sont l'occasion d'échanges d'opinions personnelles dans un plaisir sans cesse renouvelé.

La pratique d'Internet s'intensifie, surtout chez les jeunes qui l'ont à la maison. D'abord et avant tout perçu et utilisé comme moyen de divertissement, bien qu'ils en reconnaissent aussi les grandes possibilités pour la recherche sérieuse d'information, Internet jouit d'un très grand prestige chez les adolescents.

Quoiqu'il lui semble « révolutionnaire » d'un point de vue technologique, Internet est perçu par le jeune comme une évolution plutôt qu'une révolution. D'ailleurs, la pratique d'Internet tend aussi rapidement à se banaliser. Elle s'insère rapidement dans le quotidien du jeune et cela sans perturbation majeure de son environnement. Internet s'intègre facilement aux côtés de ses autres habitudes médiatiques. Un peu moins de télévision, un peu moins de lectures, un peu moins de sorties. Le temps consacré à Internet est emprunté aux autres activités.

Le plaisir de naviguer ne remplace pas les autres plaisirs que procurent la télévision, le cinéma ou la lecture. Internet n'occupe pas la place des autres médias, il s'y ajoute et les complète. Qui plus est, Internet s'entend bien avec la musique : on peut l'écouter pendant qu'on navigue, on peut la télécharger (*MP3*).

L'attrait d'Internet — et c'est en grande partie ce qui le distingue des médias traditionnels, comme la télévision, dont les « programmes sont imposés » — repose sur la possibilité qu'il offre de pouvoir agir et diriger soi-même, à son gré, ce qu'on veut voir et entendre. Les diverses opérations possibles (visite de sites, téléchargement, *chat*, courriel, création de pages *Web*) séduisent le jeune parce qu'elles lui permettent d'être « maître à bord » ; il est fasciné par les possibilités qu'offre l'interactivité.

De manière générale, l'adolescent a une perception et une utilisation modérées et raisonnables d'Internet, et cette modération « croît avec l'usage ». Les utilisations excessives sont l'exception, et l'effet de dépendance est infime ; c'est bien le jeune qui s'approprie Internet et non Internet qui s'empare du jeune.

L'adolescent voit Internet comme un réseau de communication immense et infini où « tout le savoir du monde est déjà contenu ». Il est souvent convaincu qu'il suffit de connaître comment chercher pour trouver la totalité des connaissances et de l'information disponibles ; il compare volontiers Internet à une mégabibliothèque, une encyclopédie sans limites et en constante expansion, souvent bien plus agréable à consulter que la bibliothèque municipale ou scolaire.

Le jeune considère que l'information qu'on trouve sur Internet est fiable. Il ne s'interroge pas spontanément sur la crédibilité et la véracité de l'information. Pour lui, la question ne se pose pas plus pour Internet que pour les autres médias, exception faite des pages personnelles qu'il identifie comme lieu d'expression qui vaut ce que valent les opinions personnelles.

Malgré l'immensité du réseau, le jeune a tendance à tisser de « petites toiles personnelles » : il revient sur les mêmes sites connus et sans cesse revisités. Après de premières explorations tous azimuts à la mesure du *Web*, le jeune préfère délimiter un espace confortable, par exemple s'il *chatte* régulièrement, ce sera avec ceux qui habitent un périmètre somme toute limité : sa région, sa ville, son école, son cercle d'amis.

PREMIER CYCLE DU SECONDAIRE

CARACTÉRISTIQUES MARQUANTES ET DÉCISIVES

Malgré des activités de loisir plus diversifiées et des travaux scolaires de plus en plus exigeants au début du secondaire, le jeune passe encore beaucoup de son temps libre en compagnie des médias. S'il gagne en autonomie, son rapport aux médias est encore fortement empreint des habitudes qu'il a développées au primaire.

Les tentatives des parents en vue de contrôler l'écoute de la télévision s'avèrent inefficaces, et elles sont progressivement abandonnées. Les recommandations en fonction du classement des films et des émissions de télévision sont ainsi largement ignorées. De même, lorsque l'accès à Internet est possible de la maison, les parents contrôlent très peu ce que fait leur adolescent. Dans toutes ses sphères d'activités médiatiques, c'est le jeune qui décide pour lui-même ce qu'il veut voir, lire et entendre.

Après souvent d'âpres conflits, un *modus vivendi* s'instaure quant à l'utilisation du téléphone, de la télévision, de l'ordinateur et de la radio à la maison. Et c'est davantage en termes de fréquence qu'en termes de contenu que s'exerce désormais le contrôle parental. À ce chapitre, on constate souvent qu'un grand libéralisme prévaut dans la majorité des foyers.

Au début du secondaire, la séparation entre garçons et filles est étanche. Jusque vers l'âge de 14 ans, les jeunes forment des groupes généralement unisexués, et les goûts, les préférences et les habitudes au regard des médias contribuent grandement à maintenir cette séparation.

En entrant de plain-pied dans l'adolescence, le rapport du jeune avec les médias se modifie radicalement. De simples outils de divertissement, les médias deviennent des moyens qui l'aident à se découvrir et à s'affirmer. Il s'ensuit une période de grande exploration et d'expérimentation. Sous l'influence de ses échanges avec les autres, le jeune développe des goûts qui sont souvent en rupture avec ses anciennes habitudes. Il s'engage sur de nouveaux territoires culturels et dans de nouvelles utilisations des médias.

Dans les clans qui se font et se défont à l'école comme ailleurs, la question des préférences en matière de contenus médiatiques joue un rôle déterminant. On se tient avec ceux qui écoutent le même style de musique, qui syntonisent les mêmes stations de radio, qui partagent la même passion pour les ordinateurs et les jeux vidéo, qui puisent leur référence aux mêmes lectures, qui fréquentent les mêmes réseaux de clavardage (*chat*), etc. Ce qui, hier encore, laissait indifférent est désormais porté au pinacle, les habitudes pourtant solidement ancrées sont rapidement abandonnées, et le plaisir naïf fait maintenant place à des jugements critiques souvent très sévères.

Un changement majeur s'opère. Le jeune ne cherche plus simplement à partager le plaisir que procure le contact des médias, comme c'était le cas dans les années du primaire. Désormais, les opinions et les jugements sur la culture médiatique servent de matériaux d'échanges dans la construction de ses relations avec ses pairs. C'est l'époque de la recherche du point de vue des autres. Non seulement le jeune reconnaît-il le droit à un avis personnel différent du sien, mais il suscite et encourage son expression. Des communautés d'intérêt, qui transcendent les différences d'origine et de milieu, se créent et évoluent dorénavant sur la base des échanges que favorisent les médias.

Sa relation avec les médias se complexifie. Il saisit mieux la dynamique économique à la base du fonctionnement de l'industrie médiatique. Il comprend que les contenus sont développés en vue d'attirer le public dont la présence garantit la rentabilité financière. Il est en mesure de reconnaître les diverses stratégies mises en place pour séduire et attirer le plus large auditoire possible.

Le jeune commence à saisir le processus du montage et son importance. Il identifie les effets voulus par les réalisateurs pour rejoindre le téléspectateur. Il est capable de repérer les plans et leurs relations avec les effets recherchés.

L'image est désormais moins vue comme une preuve de la véracité de ce qui est montré. L'adolescent comprend qu'elle est fabriquée intentionnellement et qu'en cherchant à séduire et à convaincre l'image peut aussi servir à berner et à manipuler.

Le jeune de cet âge estime que les médias peuvent avoir une forte influence sur les gens, mais il considère souvent que cet effet n'opère pas sur lui mais sur les autres, particulièrement sur les plus jeunes, qu'il perçoit comme un public vulnérable.

DEUXIEME CYCLE DU SECONDAIRE

LES MÉDIAS COMME DOMAINE GÉNÉRAL DE FORMATION

La fréquentation des médias fait désormais partie intégrante de sa routine quotidienne, et l'adolescent s'écarte peu des habitudes qui se sont maintenant stabilisées. S'il est de ceux pour qui le contact permanent avec les amis et le fait d'être joignable en tout temps constitue une priorité, il n'hésitera pas à consacrer une part de son budget personnel à l'acquisition de la panoplie des moyens lui permettant de communiquer à distance. Sa préférence ira pour les médias interactifs : abonnement Internet pour les services de messagerie électronique et de *chat*, téléphone cellulaire, téléavertisseur, etc. Ceux pour qui la musique occupe une place privilégiée constituent d'importantes collections d'enregistrements de leurs artistes préférés : CD, cassettes, *MP3*.

L'écoute de la musique est au cœur des interactions avec les autres. On fait part de ses découvertes. On partage ses derniers coups de cœur. Il en va de même pour les passionnés de lecture et les amateurs de cinéma. Ils se constituent une bibliothèque et une vidéothèque qui reflètent leurs goûts et leur personnalité.

À cet âge, la consommation de télévision diminue considérablement, et les critiques du jeune à l'égard du petit écran deviennent parfois acerbes. Il lui reproche son caractère

passif, son conformisme, sa facilité. Son écoute se concentre sur des émissions bien particulières, qu'il ne suit plus avec la même régularité qu'auparavant. Trop de choses le retiennent à l'extérieur, et il recherche un environnement plus stimulant en termes d'échanges.

Bien qu'il soit encore très peu intéressé par le domaine de l'information, l'adolescent du deuxième cycle du secondaire est déjà plus au fait de l'actualité telle qu'elle est rapportée par les médias. Les événements majeurs commencent à l'interpeller. Les tragédies l'attristent. Les injustices le scandalisent. Les médias ne sont plus uniquement vus comme source de divertissement. Aux yeux du jeune, la dimension liée à l'information peut parfois devenir plus importante.

L'adolescent réalise que le monde est infiniment complexe et que les médias d'information constituent des sources importantes pour le comprendre. Il s'aperçoit aussi qu'il peut puiser en eux les éléments lui permettant de se forger une opinion personnelle.

DEUXIEME CYCLE DU SECONDAIRE

CARACTERISTIQUES MARQUANTES ET DECISIVES

C'est à partir de cet âge que la consommation des médias subit de manière générale une baisse sensible. L'éloignement de l'écran (télévision, jeux vidéo, ordinateur) est proportionnel à l'importance que prennent, pour l'adolescent, les activités qu'il partage à l'extérieur avec ses copains.

Le jeune de 15 à 17 ans devient un utilisateur des médias nettement plus sélectif. Son profil de fréquentation se précise. Il se sert de moins en moins des médias, notamment de la télévision, pour meubler son temps libre ; d'autres activités plus importantes à ses yeux l'éloignent de ses anciennes habitudes.

Le temps de la grande exploration et des découvertes tous azimuts prend fin. Le jeune sait maintenant ce qu'il préfère en termes de médias, et il se tient avec ceux qui partagent les mêmes intérêts que lui à ce chapitre. Des communautés d'intérêt se constituent autour d'habitudes partagées : les férus d'ordinateur se rencontrent pour mettre en commun leur passion pour l'informatique ; ceux qui sont restés attachés au domaine du jeu vidéo organisent des joutes en ligne sur Internet ; pour d'autres, c'est autour de l'écoute de la musique et du visionnement de films sur vidéocassettes que s'organisent bon nombre d'activités entre copains.

Dans l'univers des médias, plus grand chose n'étonne le jeune. Les informations sur les trucages, les *making of*, les prouesses des cascadeurs, les techniques d'effets spéciaux, tout cela lui est familier et ne suscite plus le même engouement. L'adolescent plus âgé commence à réaliser les possibilités qu'offrent les médias ; il a même à l'occasion développé certaines compétences techniques dans la production médias : photographie, enregistrement sonore, maniement de la caméra, programmation informatique, création de pages *Web*, publication de journaux scolaires, réalisation de documents multimédias. À maints égards, l'adolescent intéressé par les médias apparaît parfois comme un « spécialiste » en regard de ses parents ou de ses enseignantes et enseignants.

Pour le jeune de cet âge, le rapport aux médias, même s'il prend place dans une activité solitaire, n'est pas perçu et encore moins vécu comme un geste de retrait ou d'isolement. La relation avec les médias est pour lui un acte de communication. Naviguer sur Internet, c'est rejoindre la communauté des internautes, qui valorise cette forme de communication ; suivre régulièrement une émission de télévision, c'est appartenir au public qui apprécie ce type de contenu et se reconnaître en lui ; écouter la musique de ses artistes préférés, c'est afficher son adhésion envers une démarche artistique, c'est partager avec un artiste une même sensibilité, un même rapport au monde.

Bien que la dimension divertissement soit toujours présente, la relation avec les médias s'inscrit désormais de plus en plus dans un rapport utilitaire. On consulte les journaux pour planifier ses sorties. On tient compte des avis des critiques du monde des arts et des spectacles. On se sert d'Internet pour rechercher de l'information utile pour ses travaux scolaires. On consulte davantage la presse spécialisée pour obtenir des informations particulières.

L'adolescent comprend de plus en plus que les médias fonctionnent sur le modèle des institutions sociales qu'il connaît, et il sait que le mode de production et de fonctionnement des médias est complexe. Il commence à saisir que des relations de pouvoir sont en jeu entre les médias et les instances politiques et économiques. Il prend progressivement conscience que les médias diffusent des contenus qui véhiculent des valeurs et renvoient à des prises de position sur le monde. Le jeune est en mesure de réaliser qu'il existe des relations de pouvoir entre la télé, les instances gouvernementales et le monde économique. Il a toutefois trop rarement l'occasion de s'interroger et de développer des habiletés de réflexion critique à ce sujet.

Bien que généralement il affiche encore une attitude rébarbative envers le monde de l'information sérieuse, le jeune commence à prêter attention à certains sujets qui le touchent de près, et il lui arrive, à l'occasion, de s'intéresser aux actualités. Il est maintenant plus au fait des grands événements qui marquent l'actualité.

Les différences entre garçons et filles s'estompent peu à peu. On se découvre de nouveaux champs d'intérêt et les médias font très souvent office de médiateur. Cinéma, littérature, musique, Internet sont l'occasion d'échanges passionnés qui permettent d'apprendre à exprimer ses émotions, ses sentiments et ses pensées les plus intimes dans la découverte d'affinités qui créent de nouvelles complicités.

Âge important pour la formation de l'identité sociale. C'est là en effet que se consolident les habitudes de consommation médiatique que le jeune va conserver durant sa vie d'adulte. S'il n'a pas développé de goût pour la lecture, pour les arts, pour la participation au débat et l'engagement dans les enjeux sociaux à partir de sa connaissance des actualités, ces domaines risquent d'être désertés dans sa vie d'adulte.

Lorsqu'on l'amène à se prononcer sur les rapports que les citoyens doivent entretenir avec les médias, l'adolescent est en mesure de reconnaître qu'il est important que tous les individus fassent montre de discernement et maintiennent une distance critique, bien qu'il admette volontiers que la réalité, et au premier chef la sienne, soit souvent tout autre.

