

# ASSOCIATION MARCEL HICTER POUR LA DEMOCRATIE CULTURELLE - FMH

La production média sur les réseaux sociaux chez les adolescents

Par Michèle Grenier, chargée de projet et Brigitte Spineux, chargée de mission, Association Marcel Hicter.

DECEMBRE 2013

La production média sur les réseaux sociaux chez les adolescents

Par Michèle Grenier, chargée de projet et Brigitte Spineux, chargée de mission, Association Marcel Hicter.

Le monde numérique est devenu omniprésent chez les jeunes et les outils de communication contemporains – Internet, téléphonie mobile, télévision – ont pénétré massivement leur univers : ils vivent connectés avec smartphone, tablette et internet de façon personnalisée, avec un accès web indépendant de l'ordinateur familial. « (...) les jeunes disposent d'une large autonomie. L'encadrement parental est lâche et souffre certainement encore de la fracture générationnelle au sujet des nouvelles technologies et des nouvelles formes de contenus (...). La distance est encore plus forte avec le corps enseignant qui oriente peu les pratiques des élèves. Pourtant, les jeunes ne semblent pas fermés aux suggestions venues du monde adulte, pour autant qu'elles frappent leur curiosité. (...) Ils s'avèrent capables de naviguer à travers toutes les dimensions médiatiques pour nourrir leur intérêt envers les sujets qui les passionnent »<sup>1</sup>.

Le défi des médiateurs socioculturels réside entre autres dans l'intégration de ce nouveau profil d'adolescents et de jeunes adultes dans leur stratégie d'intervention, pour un profit pédagogique optimal.

**Adolescents producteurs autant que consommateurs**

Autre modification déterminante dans le profil des utilisateurs avec l'apparition des nouveaux médias : chacun peut devenir producteur autant que consommateur. Production d'images, de

commentaires, mais aussi de produits plus élaborés (images + texte + montage, jusqu'à la production de produits en série <sup>2</sup> dont l'influence est forte en termes d'identifications et de modèles à suivre. La fabrication de médias par les adolescents se traduit là par une mise en scène de sa propre vie (réelle ou non) par chacun et induit une fragilisation, voire une confusion de la frontière entre réel et imaginaire, à l'instar de celle entre espace public et espace privé qu'a induit l'usage du GSM. Les réseaux sociaux constituent des supports de diffusion de ces produits, qu'il soient texte, commentaires, images fixes ou animées.

D'après l'étude menée en 2011 par Média-Animation<sup>3</sup>, une activité de production a vu le jour via les nouveaux médias, elle prend peu à peu le pas sur la consommation. Depuis peu également, la production d'images fixes ou animées a supplanté la production de textes.

S'ils sont très largement consommateurs de contenus, les jeunes en produisent de plus en plus. La démocratisation et la flexibilité des appareils d'enregistrement (principalement la photo) les poussent à produire des images qu'ils s'échangent volontiers sur les réseaux sociaux. Ces lieux virtuels, mais communautaires, encouragent à la participation et motivent les jeunes. Les comportements sont également très éloignés de la sophistication de ce que permettent dorénavant les technologies. Les contenus médiatiques se relayent pour l'essentiel autour de soi et sont rarement élaborés. Les jeunes semblent avoir un usage simple des TIC qui, malgré l'omniprésence de plus en plus forte des réseaux sociaux, peut s'éteindre selon l'intérêt qu'ils y portent. L'autoportrait ou « selfie » réalisé à partir d'un smartphone est ainsi devenu la forme la plus fréquente d'images produites.

L'autoportrait en tant qu'image médiatisée

L'importance du selfie dans les relations qu'entretiennent les adolescents mérite de décortiquer plus avant les aspects sociologiques liés aux images médiatisées.

Pierre Bourdieu, lorsqu'il traite du réalisme

photographique, écrit : «Une oeuvre, apparaît comme « ressemblante » ou « réaliste » lorsque les règles qui définissent les conditions de production coïncident avec la définition en vigueur de la vision objective du monde ou, plus précisément, avec la « vision du monde » du spectateur, c'est-à-dire avec un système de catégories sociales de perception et d'appréciation qui sont elles-mêmes le produit de la fréquentation prolongée de représentations produites selon les mêmes règles. C'est ainsi qu'en conférant à la photographie un brevet de réalisme notre société ne fait rien d'autre que de se confirmer elle-même dans la certitude tautologique qu'une image conforme à sa représentation de l'objectivité est vraiment objective.»<sup>4</sup>

L'espace social d'une image est caractérisé par son orientation vers un public dont elle participe à la constitution.<sup>5</sup> Selon la fonction qui lui est assignée, elle est soit image artistique, soit image médiatique. La fonction de la première est de type individuel et subjectif, celle de la seconde, collectif et social. L'image artistique est placée dans un champ qui tend à l'autonomie, l'image médiatique est en position subalterne et sous contrôle de la critique.

L'espace social de l'image médiatisée est aussi caractérisé par une distance sémiotique. Ce n'est plus le langage de l'image pour elle-même à titre artistique. L'image médiatique devient l'objet d'une recherche et d'une prise de contrôle, soit que le discours critique tende à infléchir sa production — voire à intervenir directement en se faisant prescripteur (il faut faire ceci ou cela, de telle et telle manière) — ; soit qu'il vienne à se loger dans l'objet lui-même comme une sorte de commentaire in situ, de « critique off », enfantant des objets hybrides fait d'images, de langage, d'objets. L'image entre alors dans un domaine spécifique de la sphère culturelle : celui de la communication, des médias.

L'image médiatisée constitue un objet culturel composé de couches bien plus nombreuses que le seul aspect « esthétique ». Si nous ne voulons passer à côté d'éléments importants, il convient d'associer trois types de paramètres pour l'analyser:

- des paramètres sémiotiques qui lui donnent la

cohérence d'un langage

- des paramètres technologiques qui correspondent à l'usage de techniques de production des images
- des paramètres sociologiques en tant que fait social et organisationnel

### **Nouveaux médias et éducation permanente.**

L'absence de modes d'emploi et de médiateurs aux outils que représente les nouveaux médias pose problème. C'est pourtant là que leur action pourrait prendre tout son sens, alors qu'ils semblent absents des réseaux sociaux ou bien les utilisent seulement pour informer de leurs propres activités. Leur rôle pourrait être d'autant plus important que les nouveaux médias ne sont pas dénués de finalités consuméristes, voire politiques. Néanmoins des initiatives commencent à apparaître en Fédération Wallonie Bruxelles. Dans le cadre du programme « La culture a de la classe » de la Cocof pour l'année scolaire 2013-2014, deux projets<sup>6</sup> introduits à la demande d'enseignants, sont menés afin de répondre à cette problématique de manière créative.

Le premier projet trouve son origine dans le problème suivant : des jeunes de onze à douze ans déjà en possession de leurs propres smartphones et comptes Facebook ne trouvaient d'autre alternative que la violence en cour de récréation pour résoudre des conflits nés sur la toile. Le centre multimédia de l'asbl FIJ, les institutrices titulaires ainsi que la responsable du cours d'adaptation en informatique travaillent actuellement avec deux classes de 6ème primaire à l'élaboration par un processus créatif d'une charte pour l'utilisation des réseaux sociaux et d'internet. Ces élèves meneront une réflexion critique sur leurs pratiques et sensibiliserons les autres classes. Les thèmes de vie privée, de droit à l'image et le concept d'« ami » sur internet seront explorés par les élèves sous forme de jeux de rôles, d'enquêtes. L'objectif consiste à les amener à s'approprier leur vie virtuelle. L'asbl FIJ lutte contre l'exclusion sociale, scolaire et professionnelles des jeunes en milieu populaire. Dans le même ordre d'idée que le projet ci-dessous, les responsables du centre multimédia ont mis en place une formation pour apprendre à gérer sa réputation

sur internet ouverte à tous.

Le deuxième projet concerne des adolescents de 2ème secondaire. L'objectif consiste à amener les élèves à une réflexion critique sur les dérives possibles d'internet et des nouvelles technologies associées. Le point de départ du projet est un débat mené par les animateurs de l'asbl Prospective Jeunesse, spécialisée dans les problématiques d'assuétudes. Les élèves détermineront alors avec les professeurs et l'animateur d'ISudio les thèmes qui les touchent et entameront l'élaboration de séquences filmées. Le scénario de chaque séquence sera construit par les élèves avec l'aide de leur professeur de français à partir de jeux de rôles. Accompagnés de l'animateur de ISudio, les élèves, après une initiation au jeu d'acteur et à la captation caméra et l'élaboration d'un synopsis, réaliseront eux-mêmes leurs capsules vidéo qui seront diffusées au sein de l'école.

Ces deux projets sont prometteurs en ce sens qu'ils partent tous les deux des préoccupations des élèves eux-mêmes pour les amener à une réflexion critique mais également à une expression personnalisée qui leur permettra de communiquer avec les autres classes de chaque école. Les deux projets sont porteurs d'un objectif primordial en éducation permanente : l'ouverture à l'expression citoyenne par la socialisation des pratiques culturelles liées ici aux nouvelles technologies présentes sur le réseau internet et par l'initiation à l'utilisation créative des moyens d'expression liés à l'image.

1 « Médias sans frontières – Productions et consommations médiatiques dans une société multiculturelle », Dossiers de l'éducation aux médias, 2011, Média Animations, Bruxelles. P.26

2 Voir ainsi les vidéos de Norman, Cyprien, Seb... auxquels s'identifient les très nombreux « viewers » de ces produits

3 Voir dossier Médias sans frontières

4 Pierre BOURDIEU, « Sociologie de la perception esthétique », pp. 161-176, in : Les sciences humaines et l'oeuvre d'art, Bruxelles : Éd. La Connaissance (coll. « Témoins et témoignages/Actualité »), 1969, p. 174

5 Voir DAVALLON Jean, 1990, L'image médiatisée, de l'approche sémiotique des images à l'archéologie de l'image comme production symbolique, Thèse de Doctorat d'État ès Lettres et Sciences Humaines, Avignon, p. 343 disponible sous [http://www.univ-avignon.fr/fileadmin/documents/Users/Fiches\\_X\\_P/T-JD-Vol\\_1x.pdf](http://www.univ-avignon.fr/fileadmin/documents/Users/Fiches_X_P/T-JD-Vol_1x.pdf)

6 « Les jeux, mes amis et moi », projet mené par l'association FIJ en partenariat avec l'Athénée Victor Horta de St-Gilles, et le projet « Toi(s) et Moi(s) sur la toile » mené par l'asbl ISudio en partenariat avec l'association Prospective Jeunesse et le Collège Roi Baudouin de Schaerbeek. La Culture a de la classe 2013-2014, Cocof.