

Jeunes et médias: déconstruire les stéréotypes (2e partie)

Dans le dernier numéro de l'*Educateur*, nous rapportons des extraits d'un article présentant certains adolescents comme des «toqués du mobile». Une approche journalistique courante, mise en cause dans un cahier stimulant, publié par l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire en France, sous le titre *Jeunes et médias: au-delà des clichés. Déconstruire les stéréotypes*¹.

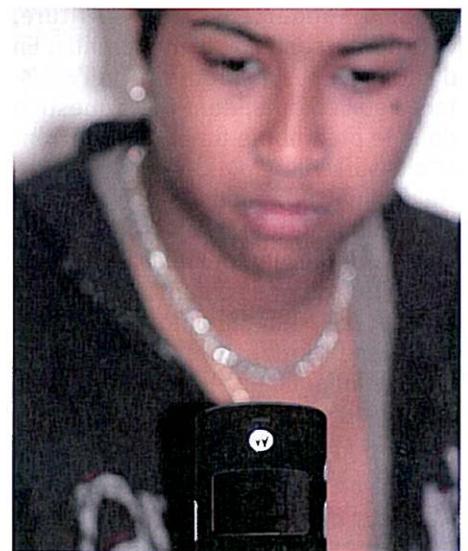
«A chaque nouvelle apparition d'un nouveau média, la crainte s'épanouit, classiquement déclinée autour du pôle sexuel/agressivité et appliquée plus spécifiquement aux nouvelles générations, car la jeunesse est facilement l'objet d'inquiétudes», commente Agnès Pecolo, maître de conférences à l'Université Bordeaux III. «Toute fréquentation assidue juvénile alarme, on redoute les impacts sur un public jugé fragile (il va de soi que l'adulte est exempt de toute atteinte). Les thèmes de l'effroi se bousculent alors: addiction, incitation ou désensibilisation à la violence, conditionnement des imaginaires, hypnose, autisme, asociabilité, passivité, fragilisation des distinctions réalité/fiction, virtuel/réel, mimétisme, immoralité et déclin culturel...» L'universitaire va plus loin: «Le malaise, à la lecture des médias, vient moins de l'aspect normatif (nécessaire à toute culture) que de l'hypocrisie consistant à avancer, sous couvert d'effets «scientifiques» que l'on sait improuvables, une

morale qui ne dit pas son nom». Son impression? «Le numérique est un outil de plus au service de la richesse et de la bassesse humaine.» Plutôt que de crier «Au loup!», Agnès Pecolo encourage à observer les jeunes et à les écouter, sans les considérer a priori comme des zombies décérébrés. Les médias, insiste-t-elle, sont non seulement des «supports de socialisation juvénile», mais «deviennent des supports de rites de passage»: «Avoir un portable, c'est entrer dans l'adolescence, ne plus utiliser MSN mais Facebook, c'est avoir grandi. Regarder les dessins animés à la télévision, c'est être encore petit. Pratiquer et posséder tel ou tel média, regarder ou pas, ou plus, tel contenu médiatique fonctionne comme des marqueurs de l'âge, des signes adressés aux parents, aux copains et à soi-même.» Et Agnès Pecolo de conclure: «La préférence médiatique pour la figure du *geek* ou le mot addiction, qu'on ne prend même plus la peine de définir, n'est pas neutre en ce qu'elle alimente des clichés qui ont le mérite d'être simples et clairs: ils engouffrent tout et permettent de faire peur.»

Sa collègue d'université Marie-Christine Lipani Vaissade observe que, dans le prisme des médias, la jeunesse est «souvent montrée comme désabusée, violente, individualiste»: «La parole des jeunes est souvent confisquée, ce sont les adultes qui s'expriment à la place des jeunes, la parole de l'adulte apparaissant comme plus légitime. Il y aurait, à en croire les chercheurs analysant le contenu des médias, une sorte de sémantique journalistique particulière, une façon des parler de la jeunesse reposant entre autres sur une logique d'amalgame.» Intéressant: pour son article dans la *Tribune de Genève*, la journaliste a pris la peine de recueillir les témoignages de trois filles de moins de 20 ans. La première d'entre elles est présentée comme «raisonnable». Ce qui

permet d'enchaîner avec la phrase significative suivante: «La plupart de ses amies n'ont pas la même sagesse; elles ne quittent pratiquement jamais leur cellulaire.»

Lauréat d'un prix «Stop aux clichés sur les jeunes» en 2008, le journaliste au *Monde* Luc Bronner confesse: «Notre tendance naturelle est de s'intéresser en priorité à ce qui ne fonctionne pas, «aux trains qui n'arrivent pas à l'heure» (...). C'est particulièrement vrai pour la jeunesse, souvent perçue comme une nouvelle classe dangereuse avant d'être considérée pour son potentiel.» Le comité qui organise la remise du prix «Stop aux clichés» insiste sur une recommandation faite aux médias: «La parole des jeunes doit également être plus présente et d'une autre nature. Il est en effet trop fréquent qu'on interroge des jeunes pour témoigner et trop rarement pour livrer une analyse, une parole collective.»



¹ Jeunes, pratiques et territoires. *Cahiers de l'action* no 35, 13 euros.