

Atelier 3. Quelle identité et quels repères se construire dans une société de l'image ?

LES MEDIAS ET LA FORMATION D L'IDENTITE CHEZ LES JEUNES

La question de l'identité est complexe et celle des jeunes d'aujourd'hui est, me semble-t-il, encore plus qu'avant, étant donné l'interdépendance des valeurs, des frontières, des cultures. À l'adolescence, le besoin d'être comme les autres ou de se reconnaître parmi d'autres devient de plus en plus fort. Cette quête d'identité est nourrie par les produits médiatiques.

On voit souvent l'adolescence comme période de "crise d'identité" où les jeunes ont à se poser des questions fondamentales au sujet de qui ils sont, et qui ils vont devenir et le besoin d'être comme les autres, de se reconnaître parmi d'autres, deviennent de plus en plus fort. Cette quête d'identité est nourrie par les produits médiatiques. Les jeunes tissent leur identité à partir de leurs communautés d'appartenance (famille, école, langue, ethnie...) mais aussi des médias qui offrent aux jeunes un territoire pour se reconnaître comme individu et comme groupe culturel diversifiés ; leurs marques de vêtements, leurs titres préférés de musique et de vidéos de fictions, leurs acteurs et actrices de rêves et leurs fidélités télévisuelles en font foi. Ils se servent de ces médias qu'ils traversent quotidiennement pour se reconnaître, se situer et affronter les expériences du présent et se préparer à l'avenir.

Le processus de la formation de l'identité est bien différent de ce qui se passait dans des sociétés plus traditionnelles, sociétés moins mobiles.

Actuellement, l'identité est plus fluide et plus capable de transformation que jamais. Et évidemment les médias jouent un rôle central dans le processus de briser les traditions et encouragent la renégociation permanente de l'identité.

LES MODELES

Les médias fournissent des modèles pour les jeunes et, en tant que père de trois filles, mon intérêt dans l'étude sur les jeunes et les médias s'est porté surtout sur la formation de l'identité des filles, en particulier à travers les modèles et représentations offerts dans les médias de masse populaires. Les modèles proposés aux jeunes sont issus prioritairement du monde du spectacle. Pas étonnant que les adolescentes rêvent d'être chanteuses populaires, actrices ou mannequins. Ce qui nous mène à la question des modèles à émuler pour adolescentes aux médias.

Je vais considérer deux exemples de modèles à émuler des médias destinés aux jeunes. Mon premier exemple vient du monde de la télé « réalité » britannique, un programme appelé « Big Brother » (version originale de « **Loft Story** ».) Il y a aussi une version où les participants sont des célébrités, « **Celebrity Big Brother** » où les candidats inconnus sont remplacés par des "people" et des anciennes célébrités; et les producteurs ont décidé d'avoir une non-celebritée, Chantelle Houghton, [DIAPOSITIF] qui avait pour mission de convaincre les people' qu'elle était, elle-même, une star! (de la musique pop). Elle a réussi de les convaincre et a gagné les votes du public, et a gagné le concours, (testament peut-être de l'attitude contradictoire du grand public vers la conception de célébrité - mélange de fascination et de mépris). Auparavant, Chantelle gagnait sa vie à être mannequin et « lookalike » (c'est-à-dire clone ou sosie) de Paris Hilton. [DIAPOSITIF de CH et PH]. On est bel et bien sur le terrain de Jean Baudrillard, et ses thèses que les sociétés occidentales ont subi une « précession de simulacre », copies sans originaux. DIAPOSITIF de JB] Le simulacre d'une célébrité, Paris Hilton - devient elle-même une vraie célébrité, c'est-à-dire que le simulacre d'une célébrité devient d'une célébrité, au moins au sens warhollien : Andy Warhol a dit que, *dans le future, tout le monde aura son quart d'heure de célébrité.*

Cet exercice d'ironie, cette blague postmoderne a eu du succès pour Channel 4/Chaîne 4, mais Chantelle devient elle-même modèle pour les ados que j'enseigne.

Plusieurs participants dans *Big Brother* ont dit que leur ambition est d'être pas même célébrité comme Chantelle - mais une WAG. Wag, c'est un acronyme-néologisme : W.A.G. sont les initiales de **Wives And Girlfriends** qui signifient en français "femmes et petites amies". L'expression a été employée pour la première fois en 2006 par les tabloïds anglais pour désigner les femmes et les petites amies de l'équipe de football anglaise. Un modèle de rapports masculins-féminins qui définit l'identité par rapport à l'homme avec qui elle s'attache.

La WAG No 1 du monde peut-être, c'est Victoria Beckham (ou « Posh Spice ») [DIAPOSITIF] femme de David et ancienne chanteuse des **Spice Girls**. Un des slogans publicitaires des Spice Girls, c'était « girl power » ou pouvoir des filles. La conception du girl power des Spice Girls est peut-être une conception bidon du pouvoir, qui est marqué plutôt par les accessoires de la mode à l'époque, notamment : bijou ou piercing au nombril, blue-jeans « taille basse », string . Ce phénomène laisse croire aux adolescentes (même aux préadolescentes), que devenir une célébrité est accessible à toutes et que tous les rêves peuvent se réaliser si le rêve est assez fort.

[DIAPOSITIF : photo Cecilia Sarkozy 'Ambassadrice du girl power']

Je ne défends pas la perspective réductrice des effets des médias caractérisée par une conception des jeunes comme des récepteurs passifs, qui réagissent d'une façon homogène aux messages nuisibles des médias, mais je crois qu'il y a des modèles plus positifs pour jeunes filles à émuler aux médias, même la téléfiction des séries américaines. Un modèle plus positif à émuler serait Buffy Summers, l'adolescente qui défend l'humanité contre les forces du mal dans la

série américaine, « *Buffy contre les vampires* ». Buffy présente un modèle du girl power peut-être plus authentique que celle des Spice Girls, un modèle qui donne l'idée de jeunes femmes qui non seulement s'affirment, mais qui portent aussi un regard désabusé sur la société actuelle et les pouvoirs et le cynisme des gouvernements et les pouvoirs globaux qui contrôlent nos vies.

A la simple évocation de cette série, j'entends déjà frissonner d'horreur ceux qui voudraient que l'éducation aux médias se borne aux médias d'information ; ou bien, s'il s'agit de la fiction, le drame "réaliste". Mais détrompez-vous! *Buffy* n'est pas seulement dédié aux adolescents et contient de nombreuses richesses à côté desquelles il serait dommage de se passer.

Adolescente apparemment superficielle, Buffy Summers voit sa vie bouleversée lorsqu'elle devient du jour au lendemain l'Elue - la Tueuse de vampires. Alors qu'elle aspire à une vie épanouie auprès de sa famille et de ses amis, les démons qui rodent sa ville en Californie du Sud lui rappellent sans cesse qu'elle doit faire face à ses responsabilités de Tueuse. À chaque génération, une jeune femme hérite des pouvoirs de la Tueuse, seul capable de lutter contre les forces du Mal et éviter l'apocalypse. Buffy, qui ne peut décidément pas échapper à son destin, s'emploie à tuer les vampires et d'autres démons qui menacent la ville.

Buffy suscite des appréciations contrastées : profondément débile pour les uns, immorale pour les autres, chef-d'oeuvre télévisuel pour moi. [J'ai même écrit un guide étudiant qu'on peut télécharger gratuitement du site Web de la ville d'Aberdeen.] L'originalité des scénarios permet une lecture à plusieurs niveaux, qui donnent à *Buffy* une dimension métaphorique inhabituelle pour une série supposée fournir un simple divertissement au grand public. Tous les genres sont dans *Buffy* : le fantastique, le comique et le romantique bien sûr, mais aussi la satire, le burlesque, le tragique, la parodie, la science-fiction

Je voudrais montrer un clip du dernier épisode de la dernière série. Buffy se prépare pour affronter le Premier Mal. Elle n'est pas capable d'affronter les forces combinées contre elle. Jusqu'à ce moment il n'y a qu'une Tueuse (dont les pouvoirs sont échangés à une autre la mort de la Tueuse.)

[CLIP End of Days - c 27 mins]

L'ENJEU DE L'EDUCATION AUX MEDIAS

Comment ignorer l'attrait qu'ont les jeunes pour les images proposées par les médias et la vitesse avec laquelle l'information est traitée. Devant ces phénomènes, le milieu scolaire ne peut pas rester indifférent. **Il faut** trouver des ponts entre ces pratiques quotidiennes des jeunes et les médias, et la vie scolaire. Il faut que les produits médiatiques consommés par les jeunes soient reconnus par les adultes qui les éduquent, soient une occasion de mieux les connaître et de les aider à les contextualiser en termes identitaire et critique. C'est pourquoi, même à travers les magazines dit 'people' qui nous semblent futiles, et les Big Brother et les WAGs etc, les filles apprennent à se forger des opinions, à réfléchir sur leurs motivations, leurs croyances, leurs préjugés et leurs peurs. Elles s'informent aussi sur des réalités, un peu triviales par moments, mais qui les guident malgré tout

MEDIAS NUMERIQUE

On vient de parler d'une série de télévision mais la télé, c'est un médium ancien : ce qui est en train peut-être de transformer l'identité des adolescents, ce sont les médias numériques. Si, depuis plusieurs décennies, les médias ont déjà influencé nos loisirs et nos habitudes de consommation, il faut reconnaître maintenant qu'ils transforment la nature des rapports sociaux, même l'identité. Et je voudrais considérer comment le paysage médiatique est en train de changer radicalement et comment les jeunes s'engagent avec les médias. Les

médias de masses (journaux, télé, cinéma) continuent à s'exercer leur influence mais les médias inter-personnelles (blogues, Facebook, Second Life, la messagerie instantanée, SMS, texto, blogues; wikis) deviennent de plus en plus important et les adolescents du 21eme siècle sont, eux-mêmes, en processus de changer de conscience et d'identité.

Et qu'est-ce qu'on dit au sujet des jeunes: [DIAPOSITIF

- Ils sont incapables d'écouter pour plus de 5 minutes.
- Ils sont hyperactifs, n'étant pas capables de concentrer sur une seule tâche à la fois
- Il leur manque la discipline: ils oublient leurs livres et matériaux pour l'école
- Ils sont analphabètes, ne lisant jamais de livres.; ils n'utilisent pas les manuels d'instructions, préférant se jeter dans l'expérience du logiciel etc.
- Ils passent tous leurs temps avec leurs portables et à jouer les jeux à l'Internet
- Qui connaît par coeur des URLs au lieu de villes capitales
- C'est une génération pour qui l'apprentissage c'est un jeu, mais un jeu numérique; une génération qui aime communiquer 24 heures en ligne
- Pour qui l'école n'est pas un lieu d'apprentissage mais plutôt un lieu pour voir les copains

C'est sans doute une vue stéréotypie des jeunes mais il faut reconnaître qu'il y a ce que nous, on appelle un "paradigm shift" ou changement radical de paradigme.

HOMO ZAPPIENS

Wim Veen, de l'Université Delft aux Pays-Bas, a évoqué l'apparition d'une nouvelle espèce qu'il appelle *l'homo zappiens*. [DIAPOSITIF DU LIVRE] Cette

espèce est (essentiellement) composée de jeunes individus qui communiquent par moyen des médias électroniques plutôt qu'en face à face. Pour eux, apprendre par Internet est la chose la plus naturelle qui soit.

Selon Veen, cette génération a grandi accompagné de la technologie numérique et apprend plutôt par moyen d'interfaces iconiques, d'écrans, d'images, d'audio, de jeux, d'exploration ; questionnant et collaborant avec leurs collègues.

[DIAPOSITIF : HOMO ZAPPIENS AU TRAVAIL]. Les feuilles de travail traditionnelle ne leur conviennent pas. Par moyen de l'interaction avec la technologie numérique, ils ont développé des habilités et compétences métacognitives d'apprentissages qui les aide à négocier leurs paysages riches d'informations. Homo zappiens aime être en contrôle et aime être challengé. Et il préfère le multitâche à des tâches individuelles.

[DIAPOSITIF : LE MULTITACHE]

MULTITACHE ET ATTENTION

Utiliser la messagerie instantanée, écouter la télé ou de la musique tout en faisant ses devoirs, est-ce vraiment possible? N'est-ce pas là un des facteurs qui entraînent la diminution de la capacité d'attention? C'est une question que se posent bien des adultes. La tendance au multitâche connaît une évolution très rapide depuis quelques années. Il paraît que, pour se focaliser sur une seule activité, exige de plus en plus du tour de force chez les jeunes. Est-ce que notre cerveau peut se concentrer sur plus d'une tâche exigeante intellectuellement à la fois? Pour le sociologue Stéphane Hugon, il faut voir le multitâche comme le révélateur d'une nouvelle manière de fonctionner, qui n'est ni meilleure ni pire, juste différente de ce que nous avons connu jusqu'alors : «Pour les jeunes du 21ème siècle, il n'y a plus une seule manière de faire, les solutions sont multiples et les façons d'y arriver également. »

LE CONNECTIVISME

SLIDE ABC....HTFP.//WWW

Un théoricien dont les thèses peuvent être utiles c'est George Siemens [DIAPOSITIF : SIEMENS], Directeur associé, du Learning Technologies Centre à l'Université de Manitoba. Dans *Connectivisme: Une Théorie Pédagogique pour l'ère numérique*, Siemens dit qu'un changement profond s'opère actuellement sur la façon d'apprendre et de comprendre dans des environnements complexes. Il décrit la transformation de l'apprentissage à une époque caractérisée par la rapidité du développement des connaissances et des progrès technologiques. L'ère du numérique a vu beaucoup d'éléments, autrefois physiques (médias, manuels, entrevues face-à-face), se transformer en activités entièrement virtuelles. Le réseau Internet offre de nouvelles occasions d'apprentissage et de création du savoir. Cette théorie considère l'apprentissage comme une fonction de diversité, de création de réseaux et de regroupement des connaissances. Essentiellement, le connectivisme constitue un modèle d'apprentissage qui reconnaît les bouleversements sociaux occasionnés par les nouvelles technologies, lesquels font en sorte que l'apprentissage n'est plus seulement une activité individualiste et interne, mais est aussi fonction de l'entourage et des outils de communication dont on dispose.

Les théories traditionnelles de pédagogie font l'accent à porter des connaissances à l'esprit individuel. Siemens propose une nouvelle théorie qui voit l'apprentissage comme encourageant l'individu à travailler d'une façon réseau (travaillant avec ce qu'il appelle des "nodes": bases de données, experts, logiciels et sites "social", wikis, blogues, autres apprentis, enseignants).

[DIAPOSITIF DES MODELES D'APPRENTISSAGE]

On peut même dire que l'apprentissage c'est un processus de création de réseaux, ce qui est nécessaire pour que nous restions au courant durant nos vies.

Plutôt que le roseau pensant de Pascal, l'homme est un réseau pensant

Même si les enseignants ont de moins en moins le monopole en ce qui concerne la transmission de connaissances (entre autres parce que leurs élèves ont souvent accès à des sources d'information plus riches et plus actuelles que celles qu'ils utilisent), ils ont un rôle majeur à jouer pour faciliter le processus de compréhension et d'interaction de l'utilisateur. Les enseignants deviennent pas le centre de toutes connaissances mais facilitateurs, mentors, guides et partenaires, côte à côte avec leurs élèves dans une collaboration collective d'apprentissage.

Il faut développer une approche pédagogique nouvelle et radicalement différente de la relation hiérarchique entre le maître et l'élève qui existe toujours dans le système scolaire où l'enseignant dispense son savoir, "sa vérité" à des élèves confinés à un rôle passif. Les élèves et l'enseignant doivent devenir les "co-investigateurs" - pour reprendre l'expression de Len Masterman - de cette exploration de la culture contemporaine que permet l'éducation aux médias.

Pour conclure, je voudrais dire que, avec le passage à la deuxième génération du Web, on a accès à une architecture de participation et ce que l'on souhaiterait évidemment pour nos jeunes, c'est qu'ils deviennent éventuellement, grâce aux blogs et autres outils disponibles, des citoyens plus actifs dans luttes sociales et plus ouverts à la diversité culturelle. Grâce aux nouveaux médias, tout un spectre de production et de diffusion des idées échappe au modèle élitiste des médias qui règne actuellement.
