

Qui suis-je?



- Formateur expert en éducation aux médias (Média Animation)
- Auteur de :
 - *Éduquer aux réseaux sociaux – Les jeunes à l'heure du numérique,*
 - *#Génération2020 - Les usages des écrans chez les moins de 20 ans,*
 - *La critique de l'information en cinq approches.*
- Professeur invité à l'IHECS

Yves Collard
y.collard@media-
animation.be

Au menu



Partie 1.

1. Mais dans quel monde vivent-ils ?

2. La peur des écrans

Partie 2. Enjeux pour les jeunes

3. Dynamiques adolescentes

4. Le contrôle des pratiques

5. L'impact technique



Mais dans quel monde vivent-ils-elles ?

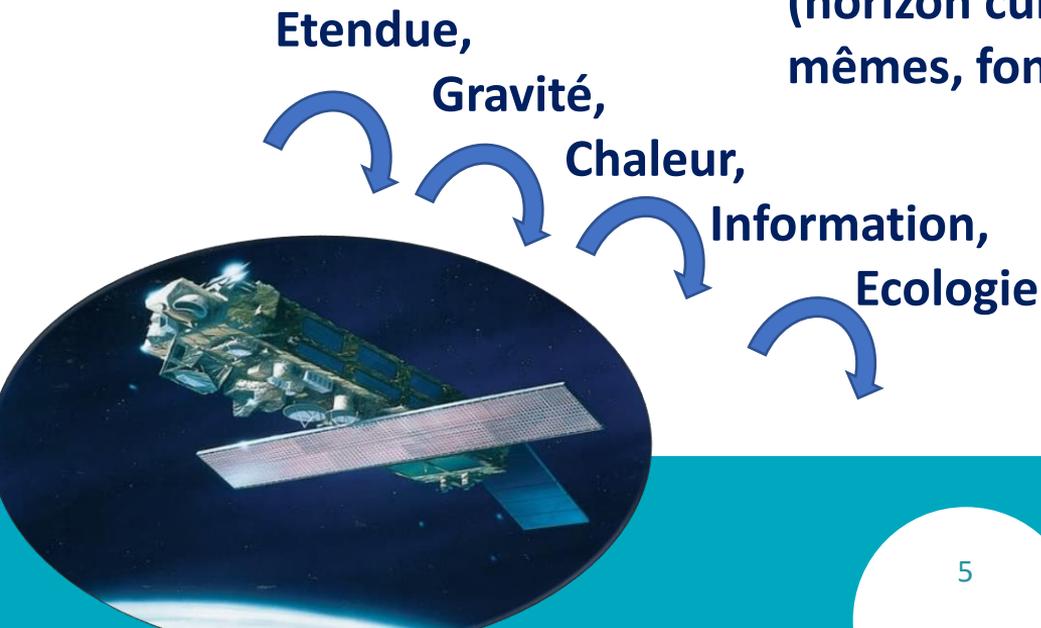
Nouveaux rapports au monde, à soi-même, aux autres ...

1. Médias et sociétés (et vice-versa)



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

Chaque nouvelle société invente et transforme les **techniques** dont elle a besoin (horizon culturel), techniques qui, elles-mêmes, font évoluer la société



1. Médias et sociétés (et vice-versa)



Oralité



Imprimerie



Médias
conversationnels

Mass-médias



méd:a
ANIMATION

1. Médias et sociétés (et vice-versa)

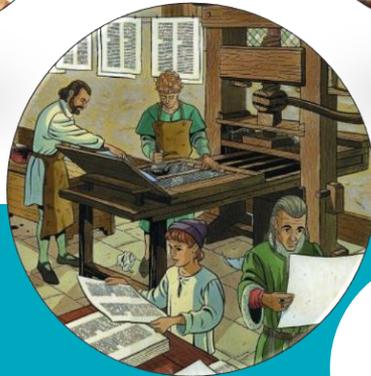
4 médias– 4 sociétés

Tribale

Moderne

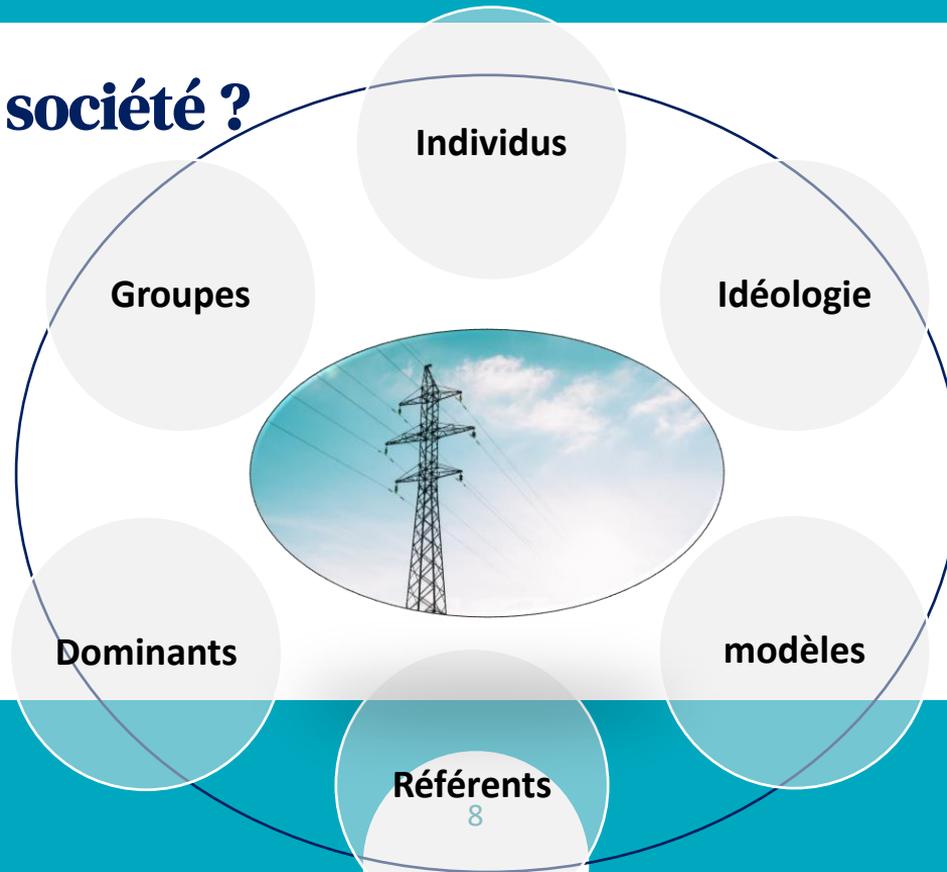
Postmoderne

Hypermoderne



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

Qu'est-ce qu'une société ?



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

1. société tribale

Société principalement **théocratique** tournée vers **le passé**, idéal de vie en-dehors du temps)



Economie de **subsistance** fondée sur la gestion de la **pénurie**



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

1. société tribale

La médecine n'est pas scientifique, maladie attribuée aux esprits, guérison par des actes **magiques** : on perçoit des **signes divins**.



Economie de subsistance, fondée sur la gestion de la pénurie





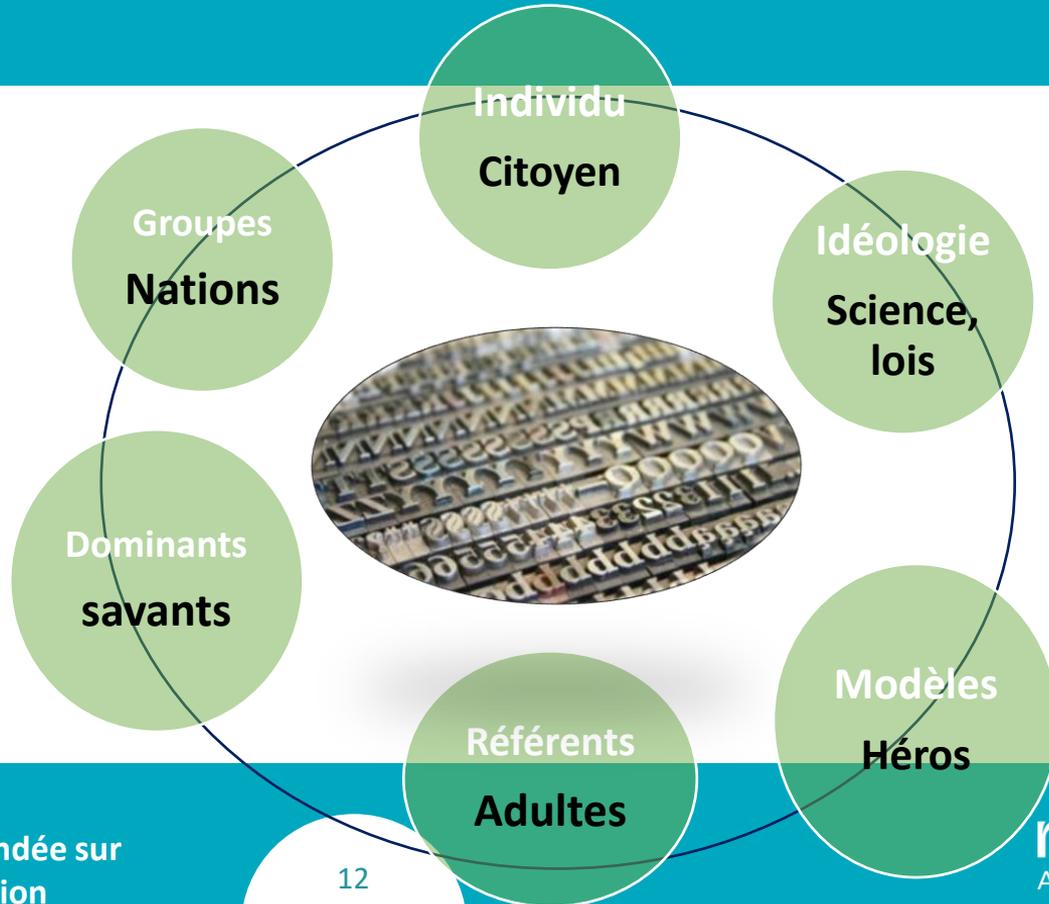
Nous allons danser de nouveau et terrasser les démons

Rituel Na-Khi

1. Médias et sociétés (et vice-versa)

2. société moderne

Société **centralisée**, ,
universaliste,
hiérarchisée, tournée
vers le **futur**, idéal de
vie dans le **progrès**
scientifique et industriel



Economie de
production, fondée sur
la standardisation

1. Médias et sociétés (et vice-versa)

2. société moderne

Société **centralisée**,
universaliste,
hiérarchisée, tournée
vers le **futur**, idéal de
vie dans le **progrès**
scientifique et industriel

La médecine est une **science**. La maladie est détectée par la symptomatologie, la guérison s'effectue par des médicaments soignant la maladie plutôt que le malade.
Pratiques **standardisées et massifiées** (eugénisme - vaccination)



Economie de
production, fondée sur
la standardisation



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

2. société moderne

Société **centralisée**,
universaliste,
hiérarchisée, tournée
vers le **futur**, idéal de
vie dans le **progrès**
scientifique et industriel

L'apprentissage est

- collectif
- organisé (hiérarchisé)
- systématisé
- encyclopédique



Economie de
production, fondée sur
la standardisation





L'idée-principe de la modernité reposait sur la séparation
entre la culture et la nature. L'homme était considéré
“comme maître et possesseur de la nature”

Michel Maffesoli

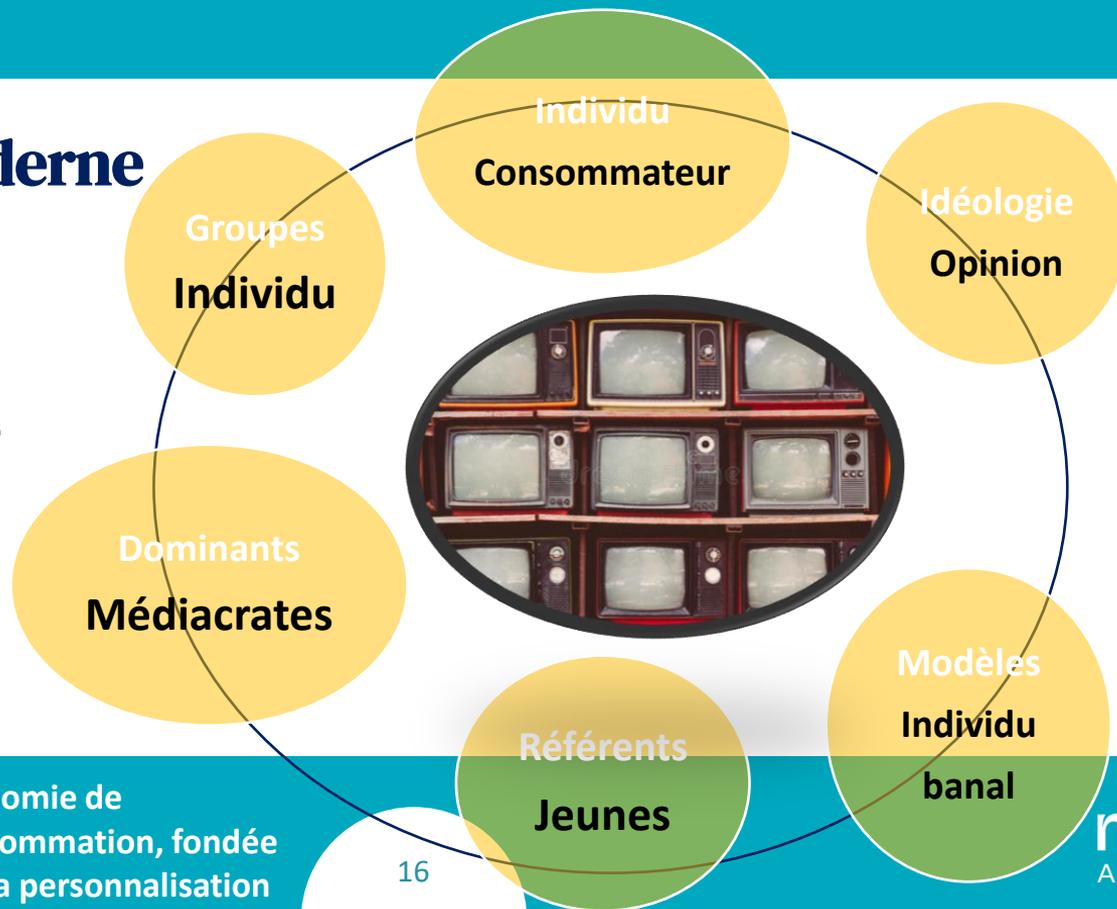
1. Médias et sociétés (et vice-versa)

3. société post-moderne

Société **décentralisée**, non hiérarchisée, mélangée, **relativiste**, tournée vers le **présent**, idéal de vie dans le bonheur **individuel**. Il faut être cool, fluide et léger



Economie de consommation, fondée sur la personnalisation



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

3. société post-moderne

Société du choix : **décentralisée**,
non hiérarchisée, **mélangée**,
relativiste, tournée vers le
présent, idéal de vie dans le
bonheur individuel. Il faut être
cool, fluide et léger

« il faut vivre l'instant présent, du
coup, en même temps se
connecter et se prendre en mains »



Economie de
consommation, fondée
sur la personnalisation

1. Médias et sociétés (et vice-versa)

3. société post-moderne

Société du choix :
décentralisée, non hiérarchisée, mélangée, relativiste, tournée vers le **présent**, idéal de vie dans le **bonheur** individuel. Il faut être cool, fluide et léger

La médecine se **psychologise**. La guérison repose sur les choix du patient, recourant à un bricolage thérapeutique mixé.

La médecine guérit le **malade** plutôt que la maladie. Apparition de pratiques **individualisées** (IVG, euthanasie, antivax, ...).



Economie de consommation, fondée sur la personnalisation



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

3. société post-moderne

Société du choix :
décentralisée, non hiérarchisée, mélangée, relativiste, tournée vers le **présent**, idéal de vie dans le **bonheur** individuel. Il faut être cool, fluide et léger

L'apprentissage est

- personnalisé
- erratique
- non systématisé
- non encyclopédique



Economie de consommation, fondée sur la personnalisation





We want the world,
and we want it now!

Jim Morrison

1. Médias et sociétés (et vice-versa)

3. société post-moderne



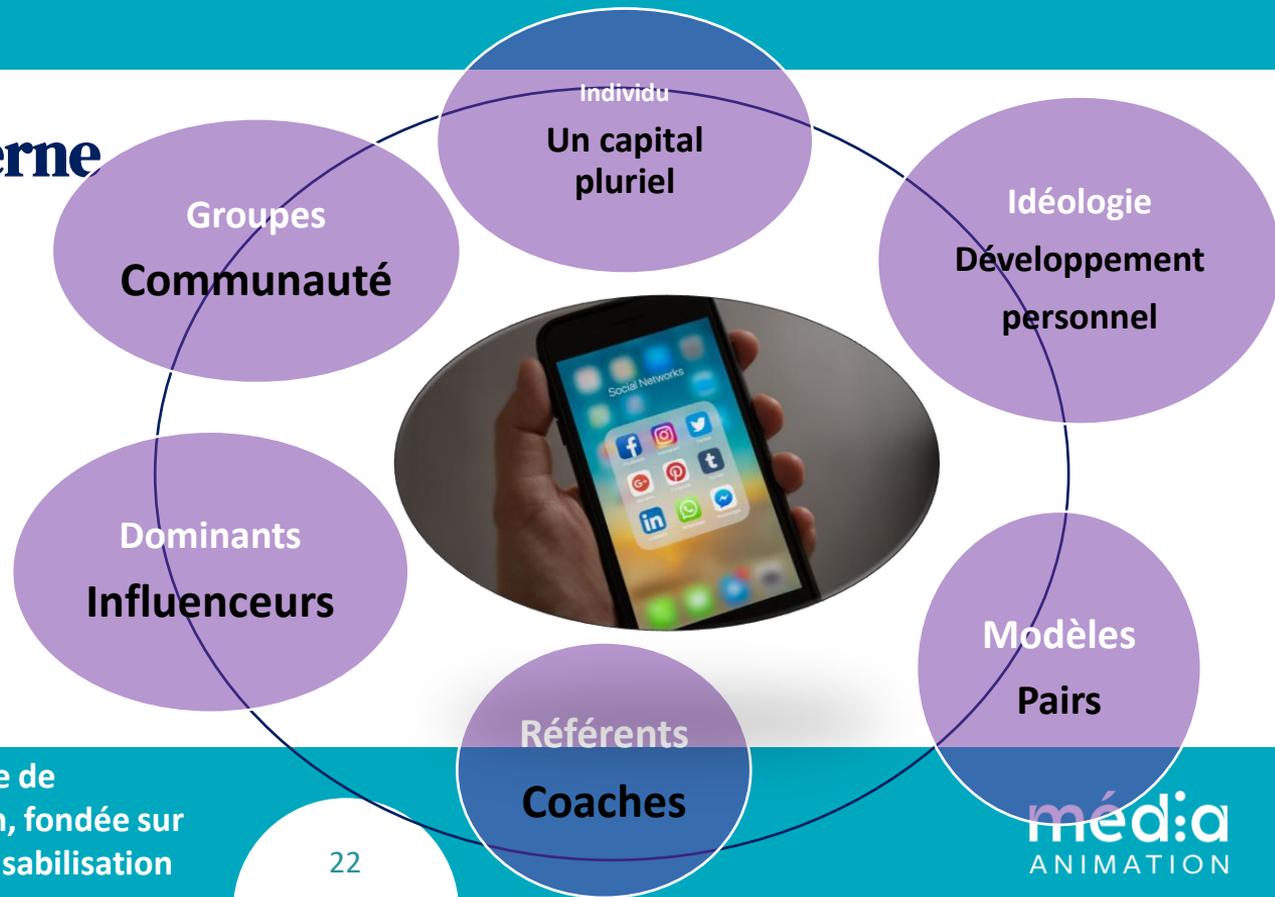
1. Médias et sociétés (et vice-versa)

4. société hypermoderne

Même type de société, mais orientée par la **concurrence** entre individus – **injonctions** fortes sur les individus (pouvoir des minorités - happycratie – ubérisation)



Economie de l'émotion, fondée sur la responsabilisation



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

4. société hypermoderne

Même type de société, mais orientée par la **concurrence** entre individus – **injonctions** fortes sur les individus (pouvoir des minorités-happycratie – ubérisation)

La médecine entre dans le champ privé et **marchand**. Les individus s'imposent des **contraintes** personnelles (hygiénisme), par injonction à la santé. Rejet de la maladie.

Apparition de nouvelles thérapies (ex. médecine quantique), incluant le recours aux médecines traditionnelles. Gourous médicaux. Pilules du bonheur.



Economie de l'émotion, fondée sur la responsabilisation



1. Médias et sociétés (et vice-versa)

4. société hyper-moderne

Même type de société, mais orientée par la **concurrence** entre individus – **injonctions** fortes sur les individus (pouvoir des minorités - happycratie – ubérisation)

La culture numérique dans l'apprentissage :

- jeux de rôles
- coconstruction
- réactivité
- assistance
- externalisation



Economie de l'émotion, fondée sur la responsabilisation





Avec les nouvelles technologies, ce n'est pas le véhicule qui déçoit, c'est le message qu'il véhicule.

Gilles Lipovetsky

2. La peur des écrans

La peur des écrans



2. La peur des écrans

1. Centration sur les dérives et leurs effets

(Surtout sur les **jeunes**)

Focus sur les **effets négatifs**

- sociaux (cyberharcèlement, arnaques)
- psychologiques (addiction, dysmorphophobie)
- cognitifs (fake news, apprentissage)
- physiques (lumière bleue, ondes, ...)
- environnementaux (empreinte)
- moraux (pornographie)

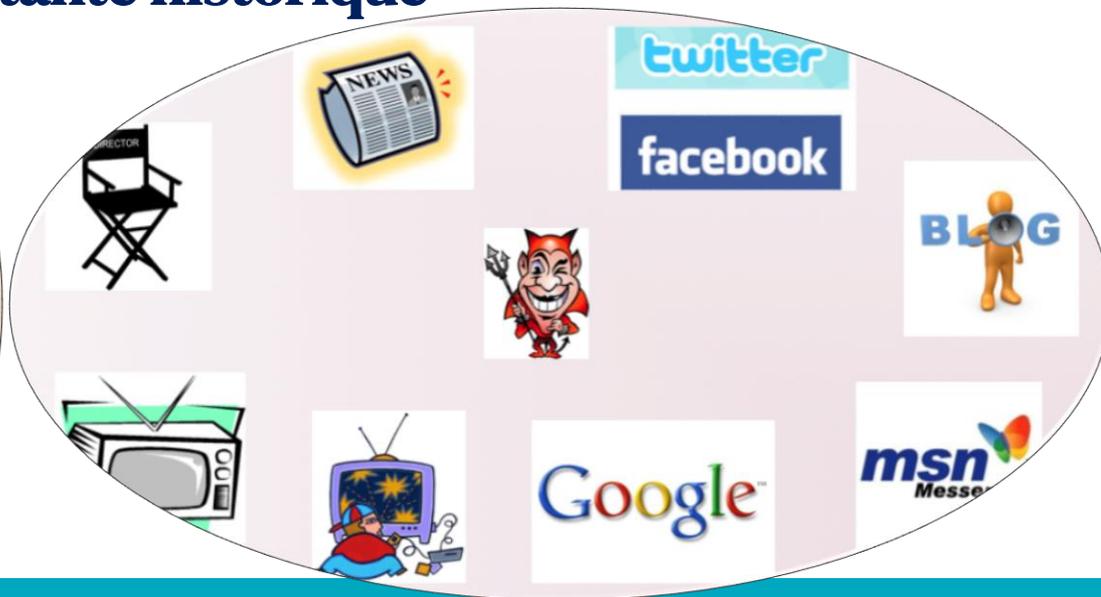
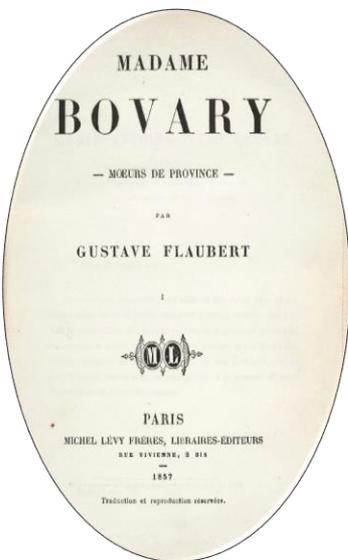
Attention à la confusion entre **causalité** et **corrélation**

« Sophie, 2 ans, regarde la télé 1 heure par jour : cela double ses chances de présenter des troubles attentionnels. Kevin, 4 ans, regarde des programmes jeunesse violents : cela quadruple ses chances de présenter des troubles du comportement à l'école primaire. Lina, 15 ans, regarde des séries comme Desperate Housewives : cela triple ses chances de connaître une grossesse précoce non désirée. Entre 40 et 60 ans, Yves a regardé la télé 1 heure par jour : cela augmente d'un tiers ses chances de développer la maladie d'Alzheimer. Henri, 60 ans, regarde la télé 4 heures par jour. Pour les spécialistes,, la télévision est un fléau. Son influence négative nous coûte en moyenne trois ans de vie. » Michel Desmurget, TV Lobotomie



2. La peur des écrans

2. Une constante historique



2. La peur des écrans

3. Opposition réel-virtuel



AVANT 3 ANS
LA MEILLEURE ÉMISSION,
CELLE QU'IL CRÉE LUI-MÊME

MAÎTRISONS LES ÉCRANS

3 PAS DE TV AVANT 3 ANS

3 PAS DE TV AVANT 3 ANS

3 PAS DE CONSOLE DE JEU AVANT 3 ANS

3 PAS D'INTERNET SEUL AVANT 3 ANS

3 PAS DE RÉSEAU SOCIAL AVANT 3 ANS

FÉDÉRATION WALLONNE D'ÉCRÉANS
yapaka.be

MAÎTRISONS LES ÉCRANS

6 PAS DE CONSOLE DE JEU AVANT 6 ANS

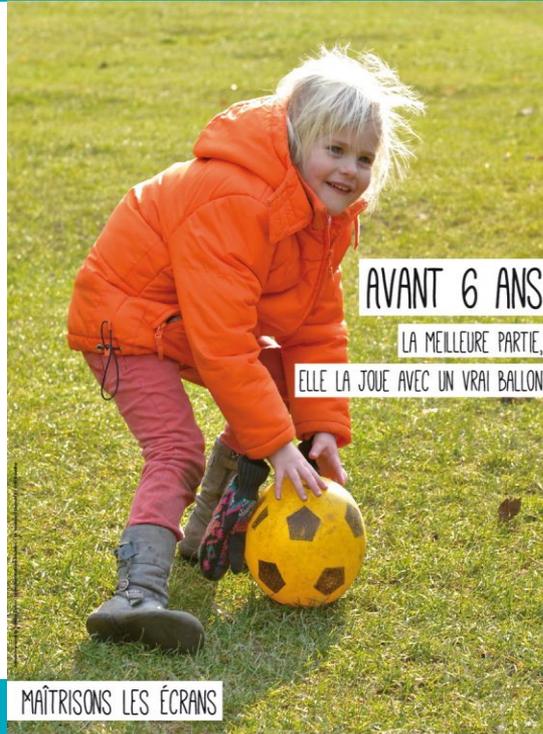
6 PAS DE TV AVANT 6 ANS

6 PAS DE CONSOLE DE JEU AVANT 6 ANS

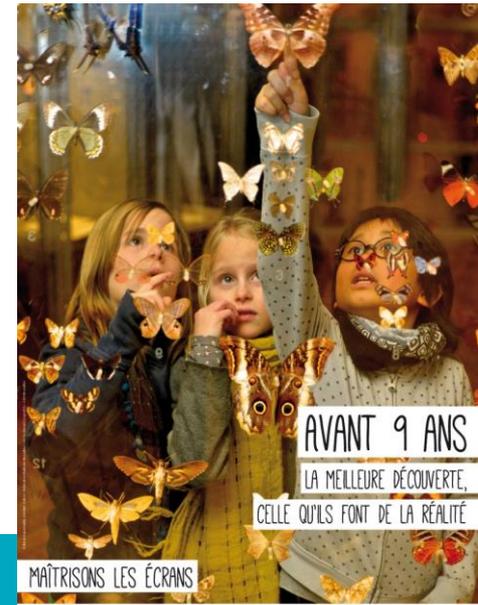
6 PAS D'INTERNET SEUL AVANT 6 ANS

6 PAS DE RÉSEAU SOCIAL AVANT 6 ANS

FÉDÉRATION WALLONNE D'ÉCRÉANS
yapaka.be



AVANT 6 ANS
LA MEILLEURE PARTIE,
ELLE LA JOUE AVEC UN VRAI BALLON



AVANT 9 ANS
LA MEILLEURE DÉCOUVERTE,
CELLE QU'ILS FONT DE LA RÉALITÉ

MAÎTRISONS LES ÉCRANS

9 PAS D'INTERNET SEUL AVANT 9 ANS

9 PAS DE TV AVANT 9 ANS

9 PAS DE CONSOLE DE JEU AVANT 9 ANS

9 PAS D'INTERNET SEUL AVANT 9 ANS

9 PAS DE RÉSEAU SOCIAL AVANT 9 ANS

FÉDÉRATION WALLONNE D'ÉCRÉANS
yapaka.be



2. La peur des écrans

4. Méconnaissance des usages adolescents et de leurs besoins

Les **interactions** parents-enfants ne sont pas affectées par les écrans

Les échanges en ligne favorisent plutôt **l'empathie**

La communication en ligne **enrichit** la communication

L'usage des écrans n'interfère pas sur le **bien-être**

Ignorances sur la **diversité** des pratiques



2. La peur des écrans

5. Déplacement des pratiques

- Ils jouent,
- Ils s'informent,
- Ils font leurs devoirs,
- Ils socialisent,
- Ils construisent leur identité.



2. La peur des écrans

5. Déplacement des pratiques

- Et surtout, ils « traînent » sur les écrans



2. La peur des écrans

6. Pathologisation - médicalisation

Métaphore de la **drogue**

Banalisation du discours **psychopathologique**
(exhibitionnisme – voyeurisme – narcissisme –
cyberdépendance)

Centration sur les **effets « médicaux »**
(dopamine, lumière bleue, ondes wi-fi, vibration)



2. La peur des écrans

7. Panique morale

Surgit quand un fait divers génère une **amplification médiatique**. Il devient visible, sature l'analyse du phénomène

ACCUEIL | JUSTICE ET FAITS DIVERS | CYBERCRIMINALITÉ

La police de Gatineau met en garde la population contre le *Momo Challenge*

Publié le dimanche 19 août 2018



La photo de cette sculpture d'une artiste japonaise circule sur les réseaux sociaux. Photo : DNA / Twitter



2. La peur des écrans

8. Marchandisation de la peur

Après des dizaines d'heures de jeu d'affilée sur Fortnite, des parents envoient leurs enfants en "cure de désintox"

MAD Publié le mardi 11 décembre 2018 à 12h13 - Mis à jour le mardi 11 décembre 2018 à 12h48



2. La peur des écrans

9. Légitimité des usages et des contenus



FAMILLE

Quelle sont les règles de l'usage pédagogique des écrans ?
Si les écrans peuvent être utiles de nombreux façons en éducation, ils peuvent aussi impacter sur la qualité du sommeil, la fatigue, les émotions et aussi le langage écrit. La loi de nos états le caractère éducatif des écrans est également un enjeu important d'un usage pédagogique des écrans. Depuis deux décennies, il nous rappelle que l'utilisation des écrans ne sera jamais un substitut à l'écriture.
• Le meilleur professeur de nos enfants ne sera jamais un écran.
• Le rythme de son sommeil est perturbé

Les enfants et les écrans : un peu, beaucoup, pas du tout ?

Télévision, tablette, smartphone, ordinateur... Les écrans occupent une place de plus en plus importante dans nos vies. Les enfants d'aujourd'hui y sont d'ailleurs confrontés dès leur plus jeune âge.

Quand on parle de médias et de nos enfants, il faut reconnaître que les écrans peuvent aussi nous servir des agents puissants de médiation. Ce ne sont pas les écrans eux-mêmes, mais comment et à qui ils sont utilisés. Les écrans ne sont pas des objets magiques, ils ne nous donnent pas de super-pouvoirs.

La règle des 3-6-9-12
Comme par magie, les enfants de 3 ans ont droit à 30 minutes d'écran par jour, de 6 à 9 ans à 1 heure, et de 10 à 12 ans à 2 heures. Ces chiffres sont des recommandations, pas des ordres. Ils ne tiennent pas compte de la qualité des contenus, de la façon dont les écrans sont utilisés, ou de la santé de l'enfant.

Encore quelques conseils
• Évitez les écrans en plein air, surtout pendant les heures de pointe.
• Évitez les écrans avant de dormir.
• Évitez les écrans pendant les repas.
• Évitez les écrans pendant les heures de sommeil.

Plus d'infos sur parents
Le site de l'ANFR (Autorité Nationale Française des Radiocommunications) propose des conseils et des outils pour aider les parents à gérer l'usage des écrans de leurs enfants.



2. La peur des écrans

10. Nostalgie du passé



2. La peur des écrans

11. Hyperparentalité – Risque zéro

Contrôle et **protection** excessifs

Parents **hélicoptères** (trop présents) et parents **bulldozers** (recherche du meilleur possible)

Effets : difficultés d'accès à l'autonomie
création d'insécurité
intolérance à la frustration
tensions familiales



2. La peur des écrans



Un constat majeur :

la préoccupation des adultes à propos du **temps** consacré aux écrans vs la préoccupation des jeunes à propos de la nature des **activités**

Partie 2. Enjeux pour les jeunes



**Dynamiques
adolescentes**

3. Dynamiques adolescentes

Recherche de validation

Centration sur soi et validation par les pairs (extimité)

processus par lequel on **communique des éléments de son intimité** et on s'approprie les éléments issus de **l'évaluation** par les pairs bienveillants

Explique : inflation narcissique—
besoin de **popularité** – **selfies**



3. Dynamiques adolescentes

Recherche de contacts et d'attention

Activité centrale, dans l'espoir d'une **réciprocité**. Ils et elles sensibles aux réactions des camarades et vérifient leur popularité à travers deux indicateurs

- la **quantité** de likes
- le **type** de commentaires reçus.



3. Dynamiques adolescentes

Se mesurer aux autres et à soi

Défis, excès,
mises en danger,
mises à mal, **disputes**,
chamailleries



3. Dynamiques adolescentes

Recomposition groupale

Ils-elles s'adressent **aux proches**, parlent peu avec leurs parents de ce qu'ils y font.

Le réseau social est l'endroit où l'on se **retrouve ensemble**, gratuitement, sans déplacements coûteux en temps et en argent.

Stratégies de **connivence intime** (CLAIRE BALLEYS)

Angoisse **d'abandon**



3. Dynamiques adolescentes

Créer et s'approprier son image

« Crise d'**originalité** »,

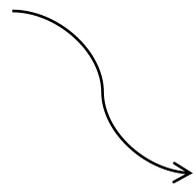
Recherche intensive des **codes**

notamment **genrés**



3. Dynamiques adolescentes

Un portrait facilité par la technologie



3. Dynamiques adolescentes

Un portrait facilité par la technologie



3. Dynamiques adolescentes

La fameuse crise adolescente

- **Alternance force
faiblesse
(dysmorphophobie)**



3. Dynamiques adolescentes

Test des limites

- **Confrontations aux autres (disputes et fausses disputes)**



3. Dynamiques adolescentes

Reconfiguration des espaces de liberté

- Liberté encadrée



Enjeux pour les jeunes

Le contrôle



Génération2020 : enquête en FWB

Objectiver les pratiques des – 20 ans

Comprendre comment les **jeunes perçoivent** leurs pratiques sans **juger** ni **prescrire**.

- quels sont les **équipements** des – de 20 ans ?
- quelles applications ils et elles **utilisent**, et pour en faire quoi ?
- quels rapports à **l'info** entretiennent-ils et elles ?
- comment leurs pratiques sont-elles **régulées** ?
- quelles sont leurs réactions par rapport aux **embrouilles** ?
- comment gèrent-ils et elles leur **vie affective** en ligne ?

Offrir des éléments de réflexion pour :

- orienter des **stratégies éducatives**
- **informer** chaque parent ou citoyen·ne



Génération2020 : enquête en FWB

Méthode : on leur a posé la question

#Generation2020, octobre 2019-janvier 2020, plus de **2000 jeunes** de 6 à 18 ans (40 écoles primaires et secondaires de la FWB)

Enquête en deux parties



1. **quantitative** : questionnaires administrés par les enseignant·e·s adaptés en fonction de l'âge (sexting)
2. **qualitative** : entretiens individuels et focus groups pour approfondir les réponses issues du questionnaire.



Génération2020 : enquête en FWB

Une publication

1. Les **résultats** de l'enquête quantitative

1. Les réflexions d'un panel d'**experts**

3. Une étude : **analyse** des données quantitatives + qualitatives.



Génération2020 : enquête en FWB

Cinq faits saillants

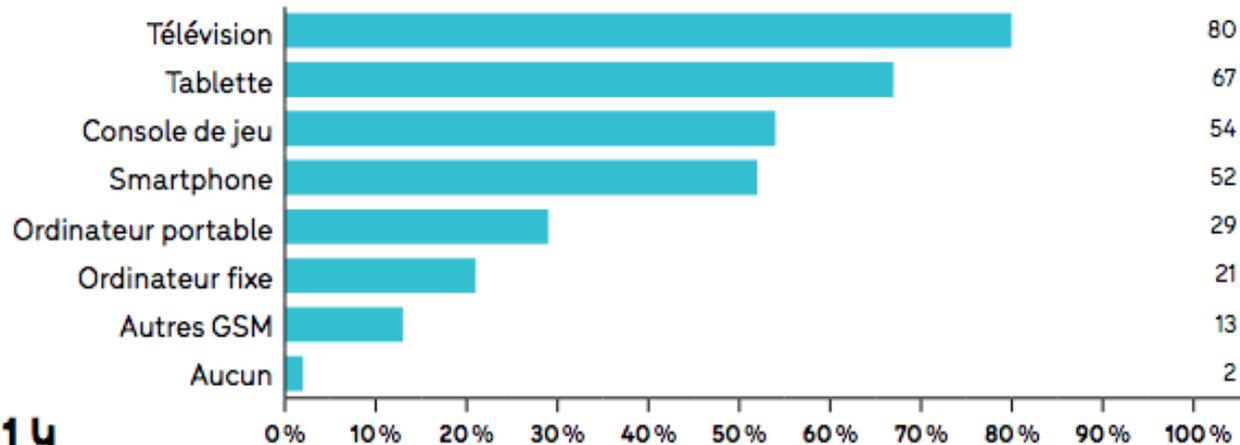
1. La **gourmandise** : équipement, investissement et autonomisation
2. Les jeunes voient les **pratiques** avant les écrans, les adultes voient d'abord les **écrans** (temps) ils-elles n'évoquent pas spontanément le cyberharcèlement, mais le harcèlement : les écrans sont **normalisés** dans les pratiques quotidiennes, ils sont **transparents** pour les enfants, **opaques** pour les adultes
3. Défaite du contrôle parental **coercitif** sur les pratiques numériques
4. Des jeunes plus **discernés** qu'on le pense (info)
5. Intense travail de **corégulation**, mais pression **générée**



Génération2020 : enquête en FWB

Leurs écrans préférés

Figure 1. « Quels appareils utilises-tu ? »

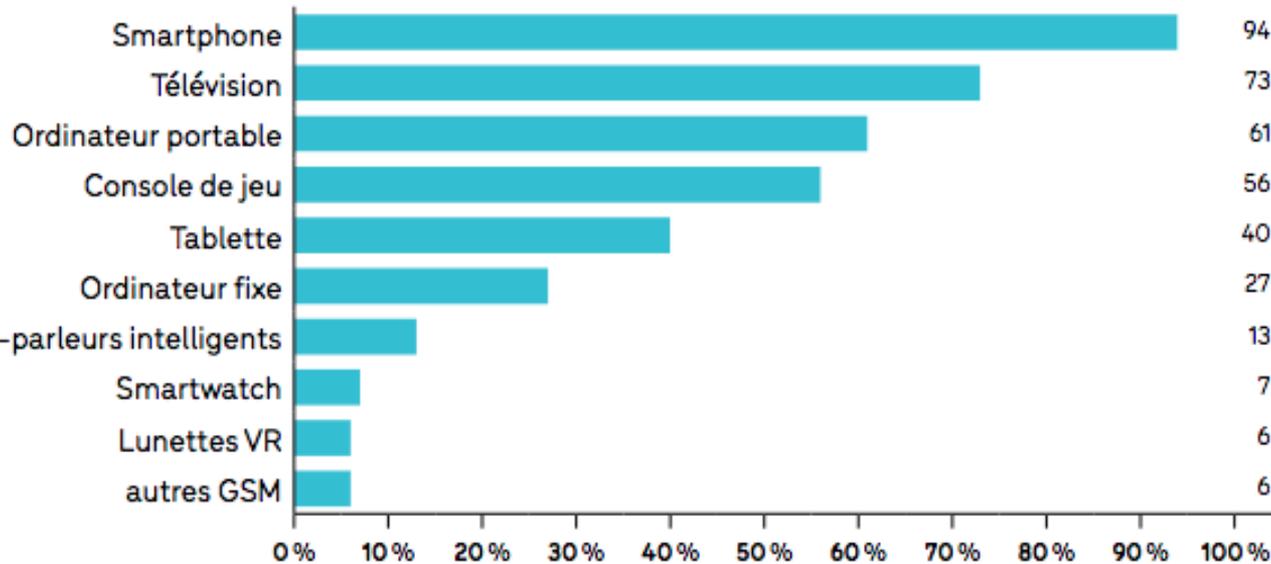


La télé en tête,
chez les petits



Génération2020 : enquête en FWB

Leurs écrans préférés



Le smartphone chez les grands



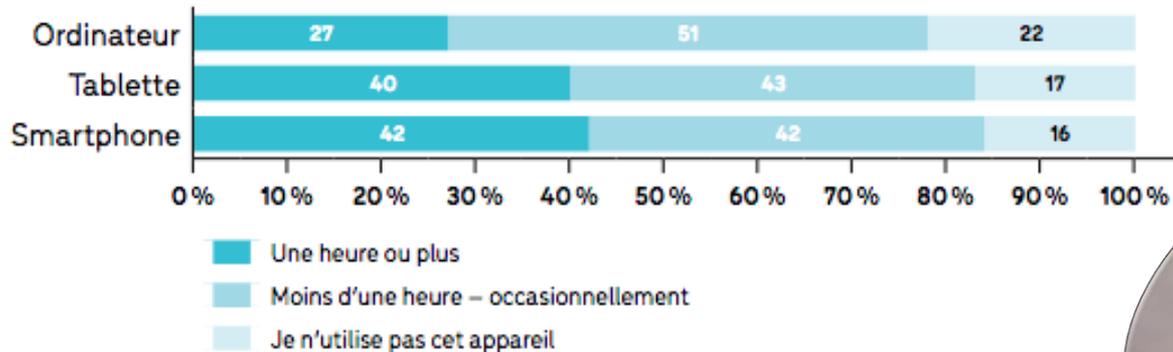
Génération2020 : enquête en FWB

Combien de temps ?

Figure 4. « Pense aux jours où tu vas à l'école. Combien de temps utilises-tu un smartphone, un ordinateur ou une tablette chez toi, avant ou après l'école ? »³



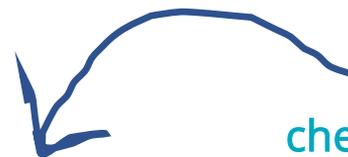
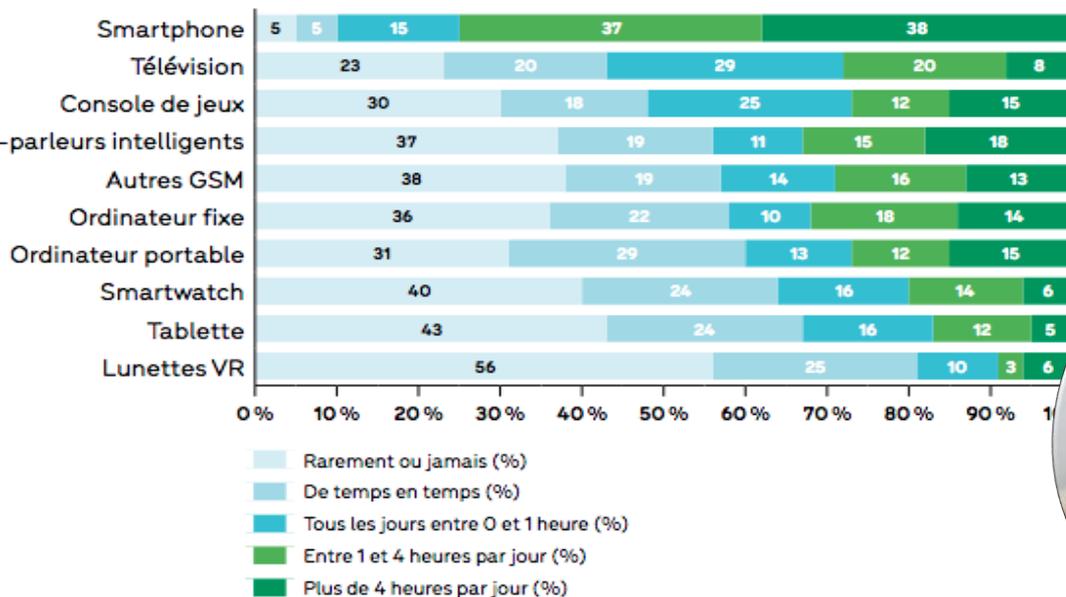
chez les petits



Génération2020 : enquête en FWB

Combien de temps ?

Figure 7. « À quelle fréquence en moyenne utilises-tu le/les appareil(s) ci-dessous ? » (Journée d'école)



chez les grands

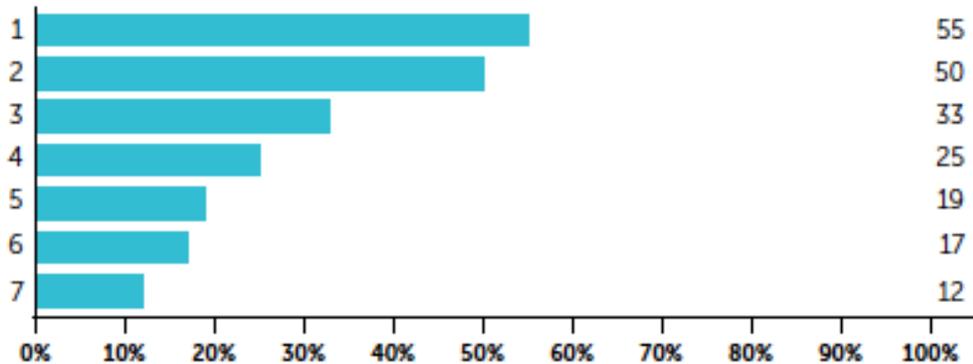


Génération2020 : enquête en FWB

Mais, papamamanoutai ?



Règles de contrôle parental de l'utilisation du numérique par les enfants



(1) Quand je peux utiliser un écran

(2) Combien de temps je peux l'utiliser

(3) Ce que je peux faire

(4) Où je peux l'utiliser

(5) Ce que je peux mettre sur Internet

(6) Avec qui je peux discuter ou être ami-e

(7) Chez moi, il n'y a aucune règle ou accord



Chez les petits, les parents contrôlent le moment et la durée d'usage



Génération2020 : enquête en FWB

Mais, papamamanoutai ?



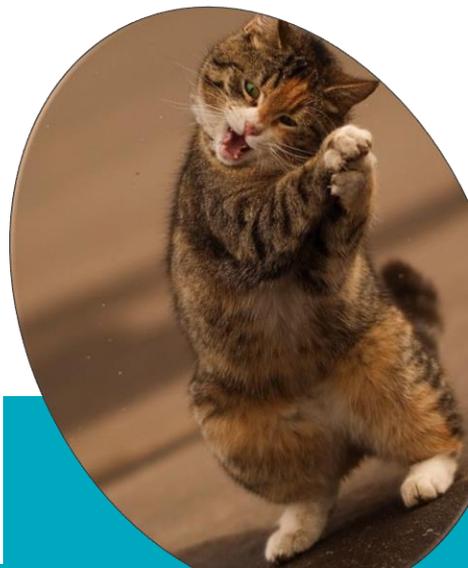
Chez les grands, les parents ne contrôlent plus rien

Types d'accords conclus à la maison à propos de l'utilisation du smartphone par les ados

|  | Décidé par les parents | On décide ensemble | Je décide moi-même |
|---|------------------------|--------------------|--------------------|
| Combien de temps je peux utiliser mon smartphone | 13% | 15% | 72% |
| À quels moments je peux l'utiliser | 15% | 21% | 64% |
| Où est-ce que je peux l'utiliser | 9% | 9% | 82% |

Types d'accords conclus à la maison à propos de l'utilisation des réseaux sociaux et des plateformes de vidéo en ligne par les ados

|  | Règles décidées par mes parents | On en discute ensemble, avec mes parents | On n'en parle pas chez moi |
|---|---------------------------------|--|----------------------------|
| Ce que je peux acheter en ligne | 27% | 36% | 37% |
| Avec qui j'ai des contacts en ligne | 5% | 17% | 78% |
| Quelles photos ou films de moi-même je partage | 6% | 14% | 80% |
| Quelles personnes je suis ou avec qui je suis ami-e | 4% | 16% | 80% |
| Quelles photos ou films je regarde | 5% | 13% | 82% |
| Quelles applications je télécharge | 5% | 11% | 84% |
| À quels jeux je joue | 3% | 10% | 87% |



Génération2020 : enquête en FWB

Contrôles et normes de genre (source : #génération2020)

- RSN pour créer de **l'identité de genre** : les codes ? TikTok et YouTube font l'objet de cet intense travail
- Les comportements sont évalués sur un plan **moral**.
- Ils ne sont pas régulés selon les codes adultes (dérégulés), mais par **apprentissage par les pairs**.
- Les prescrits relevant de leur liberté font l'objet de **négociations** fortes, explicites ou implicites à l'intérieur de groupes.
- La délimitation est **floue**, au cas par cas. Le groupe détermine ce qui est acceptable. Le risque est peu mesurable, en l'absence de critères formels.
- le contrôle de la sexualité et de l'affectivité ado a révélé son importance, particulièrement chez certaines **jeunes filles** (entretiens qualitatifs)



Génération2020 : enquête en FWB

Contrôle et normes de genre (source : #génération2020)

- Normes de genre : « contrôler la vie affective des adolescents » dit « contrôle de la **vie affective des filles** ».
- Elles exposent leur niveau de moralité. La négociation identitaire féminine est périlleuse : pression indirecte sur leur **degré de désirabilité** (.filtres, etc)
- Cette pression est encouragée par les commentaires notamment **positifs** (« t'es top biche », « t'es canon »...),
- Mais elle entre en tension avec la **respectabilité**. L'image des filles doit être « **réservée** » (« tu dois te respecter »). Zone difficile à négocier en début d'adolescence, car les règles font l'objet d'essai-erreurs et dépendent fortement du contexte, popularité de la jeune fille, en dépit d'une forme d'entraide entre elles.
- Illustration : « Par exemple, jusqu'où peut-on aller dans les réseaux sociaux ? », garçons et filles répondent par un exemple **exclusivement féminin** : « et bien par exemple, une fille ne peut pas se montrer en décolleté trop plongeant »



4. Un contrôle genré

Contrôle et normes de genre : la performativité féminine (Balleys)

Dans leurs productions Youtube, les influenceuses, quelque soit leur échelle de popularité, proposent de puissants et implicites modèles d'**identification** en termes de **construction** identitaire de genre.



4. Un contrôle genré

Contrôle et normes de genre : la performativité féminine (Balleys)

Elles s'adressent à un public de filles, du même âge, depuis **l'intimité** de leur chambre, sur un mode de confession intime (appel à **participation** – excuses d'**absence**)

La fabrication identitaire couple **l'expression à la reconnaissance.**

(A l'adolescence, l'un des grands enjeux :

- s'identifier à une « **généralité d'autres** » (Berger & Luckmann),
- choisir puis désigner les figures auxquelles va être confié un rôle d'instance de **légitimation de soi** (Balleys, 2012).



4. Un contrôle genré

Contrôle et normes de genre : la performativité féminine (Balleys)

La féminité performée par les adolescentes sur YouTube est décrite comme **involontaire**.

Les ados insistent sur la dimension **incontrôlée** des gestes, habitudes, manies, goûts qui les caractérisent en tant que fille : « je suis obligée de... » ; « il faut que... » ; « je ne peux pas m'empêcher de... » ; « c'est comme ça, je peux pas faire autrement... » ; « **c'est plus fort que moi...** ».

La description d'un « soi féminin » sur YouTube s'inscrit dans une logique contraire à la **désinvolture** qui caractérise la mise en scène de la **masculinité** (Balleys, 2016)



4. Un contrôle genré

Contrôle et normes de genre : la performativité féminine (Balleys)

Les ados YouTubeuses se décrivent comme **exigeantes**.

Critères précis et stricts dans les divers domaines de leur existence (**partenaires amoureux** et rapport à la **domesticité**).



4. Un contrôle genré

Contrôle et normes de genre : la performativité féminine (Balleys)

Un **standard** domine : garçons et filles considèrent que « la sexualité est naturellement masculine, et la masculinité naturellement sexuelle »

Ce standard implique une « division **genrée du monde en deux mondes** complémentaires et antagoniques : ce qui fait garçon ne peut pas faire fille et ce qui fait fille ne peut pas faire garçon.

Les vidéos postées sur YouTube par des femmes reçoivent davantage de **commentaires négatifs** que celles réalisées par des hommes.

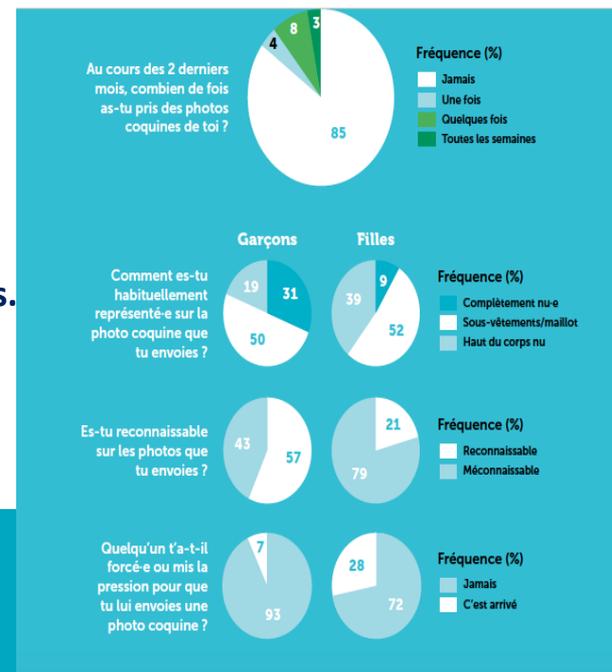
Le contenu des réactions porte spécifiquement sur **l'apparence physique**



4. Un contrôle genré

Le sexting (source : #génération2020)

- Au cours des deux derniers mois, **15 %** ont pris une photo coquine de soi avec intention de l'envoyer . Mais un quart d'entre elles n'est pas échangée.
- Plus de 50% de ces photos : en **sous-vêtements ou maillot de bain**.
- Ecart significatif **entre garçons et filles** : les garçons sont plus susceptibles de poser complètement nus que les filles.
- **57 %** des garçons assument être identifiables sur ces photos, pour **21 %** des filles.
- **18 %** confirment avoir subi **une pression** d'un.e autre pour fournir une photo coquine (**7%** des garçons, quatre fois plus chez les filles).
- Enfin, un.e adolescent.e sur trois a déjà reçu une photo **coquine d'un.e autre**.



4. Un contrôle genré

Le sexting (source : #génération2020)

Dès lors, les jeunes filles déclarent mettre en place des **techniques de contrôle** sur leur image.

Par exemple :

- Produire peu de contenu public, davantage **observer** celui des autres
- Ne **jamais répondre** à une sollicitation à caractère sexuel, ou pas tout de suite
- En matière de photo intime, toujours en **fournir moins** que ce qui est demandé
- Pas de bikini ou décolleté en dehors du cadre d'échanges interpersonnels **privés**
- Pas de **nude** (même si l'emploi spontané du terme montre sa banalisation)



4. Un contrôle genré

Le sexting (source : #génération2020)

- Ces règles éclatent dans le cadre du **couple** ou de l'amitié intense.
- L'échange de photos intimes marque un **pacte d'amour** réciproque, un rituel d'affection et de confiance.
- Les jeunes admettent les échanges visuels coquins, mais le soumettent à conditions. Ainsi, la mise en scène sexy ou coquine de soi doit se faire dans le **seul cadre privé**.
- Dans un certain nombre de cas, c'est à la **demande insistante** du ou de la partenaire, et non de manière délibérée ou avec discussion préalable, que document est échangé.
- Pour les jeunes, cette pratique fait partie des jeux moralement **acceptables**, même si peu déclarent personnellement s'y livrer.
- Les jeunes, filles comme garçons, signalent que beaucoup d'autres le font, et justifient la pratique en affirmant « qu'après tout, 'y a **plein d'adultes qui le font** »

Des règles qui éclatent dans le privé



4. Un contrôle genré

Le sexting (source : #génération2020)

- Crainte d'une **trahison**. Le risque de la trahison par le partenaire est bien connu, même si aucun·e jeune ne dit en avoir été la victime. Quand elle se produit, la victime enfreint le code moral implicite, et peut faire l'objet d'une **seconde agression** par diffusion de clichés ou atteinte à sa réputation, aussi bien de la part de garçons que de filles
- La diffusion déborderait rarement au-delà du cercle de **personnes connues** de la victime.
- Le **badinage** avec des inconnu·e.s est proscrit. On n'envoie pas n'importe quoi à n'importe qui, et certainement pas à des relations lointaines ou indignes de confiance
- On retrouve la construction sociale des normes de masculinité et de féminité : au cours des entretiens, ce sont plus souvent des garçons qui sont réputés **produire** des images et les **solliciter**.

Des règles qui éclatent dans le privé



4. Un contrôle genré

« Les filles responsables » (source : #génération2020)

- nombre de photos indésirées de sexes masculins (**dick pics**), généralement en érection, que les jeunes filles reçoivent.
- Davantage perçu comme blague très lourde, voire choquante, que comme une véritable **agression**.
- Pour les garçons, cette pratique « choque les filles », les filles trouvent cela « dégueu », déclarant de manière unanime que ça ne se fait pas, même si certaines les **partagent** entre elles « pour en rire ». Elles entérinent que l'auteur « est un connard », se demandent « ce qu'il espère avec ça ».
- La règle commune : **bloquer** définitivement l'auteur, aussi sympathique qu'il fut.
- Ces règles d'usage semblent primordiales pour les jeunes victimes. Elles indiquent qu'outre la respectabilité et la désirabilité dont les filles doivent faire preuve, celle-ci portent également le **poids de la réaction** à tenir face aux agressions masculines : « qu'est-ce qu'on doit faire de ça ? »

Agressions
visuelles



Partie 2. Enjeux pour les jeunes

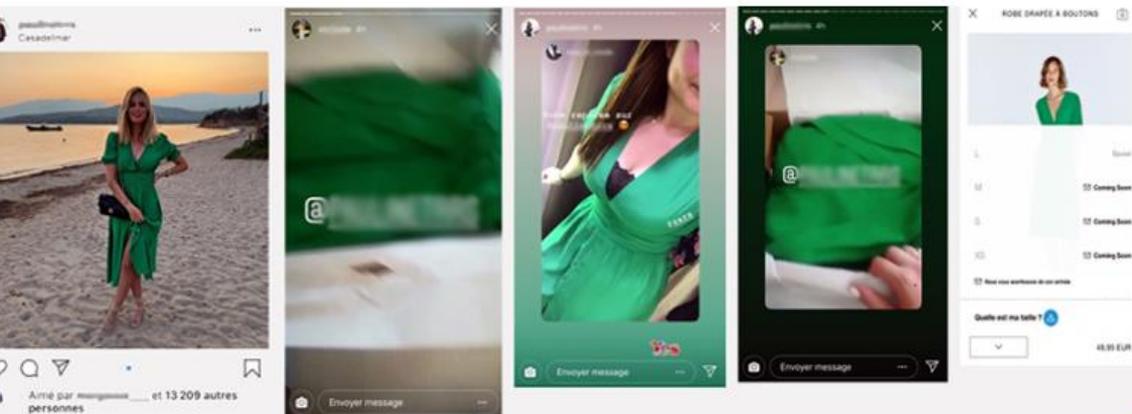


L'impact technique

2. Enjeu 5: L'impact technique

Création de communautés homophiles

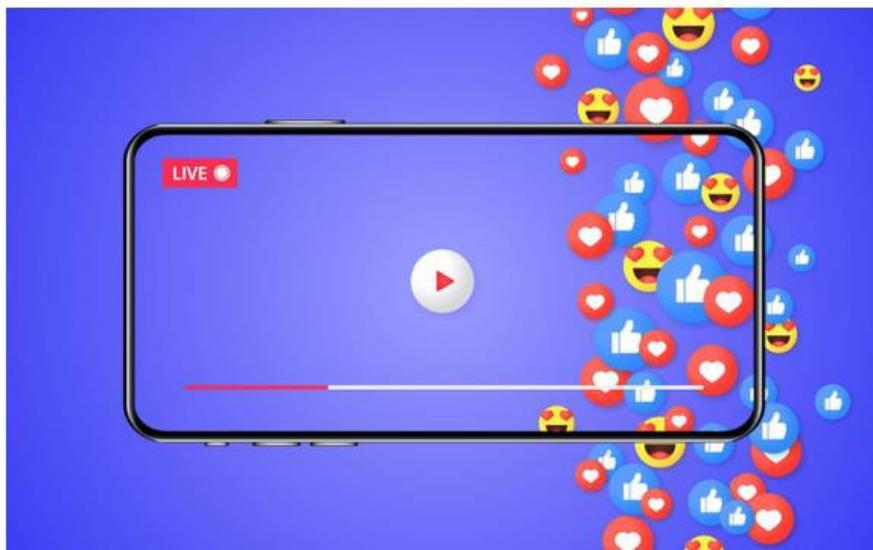
Effets de cette communauté éphémère



endogamie
maintien d'une **paix** sociale
hiérarchisation
intégration-exclusion

2 . Enjeu 5: L'impact technique

Pression sur la visibilité - popularité



2 . Enjeu 5: L'impact technique

Tension intégration-différenciation (défis)



2 . Enjeu 5: L'impact technique

Pratique du don contre-don, dans les échanges



Echanges fondés sur la **symétrie** et la **réciprocité**

2 . Enjeu 5: L'impact technique

Maintien de l'attention



2 . Enjeu 5: L'impact technique

La préférence émotionnelle

Parfois un bon coup de gueule, ça remet (aussi 😊) l'énergie à l'endroit. Ce type me fait un bien fou !



2 . Enjeu 5: L'impact technique

Un autre rapport au temps



2 . Enjeu 5: L'impact technique

La violence expressive (Mercier)

1. **Anonymat** dissociatif (séparation vie en ligne – vie réelle) - troll
2. **Impunité** communautaire (poids du groupe – viralité)
3. Effacement du **visage** d'autrui (le visage est un frein éthique)
4. Autrui construit par notre imaginaire (**fantasme négatif**)
5. Levée du **refoulement** de la haine
6. Logique du **coup d'éclat** (plus grande visibilité)
7. Le rôle obscur du **LOL** (rien ne doit être pris au sérieux)
8. Bannissement de la **subtilité**
9. Capitalisme **pulsionnel**
10. Injonction du bonheur – source de **ressentiments**.



2 . Enjeu 5: L'impact technique

Différences communication on-out line (Boyd)

1. **Perdurabilité**
2. **Investigabilité**
3. **Reproductibilité**
4. **Audience**
5. **Amplification**
6. **Décontextualisation**



SO...ANY QUESTIONS?



memegenerator.net

méd:a
ANIMATION

Merci

collard @ media-animation