

Parole aux jeunes

Synthèse provisoire

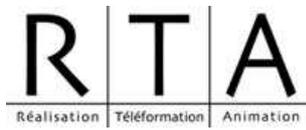


***Projet initié par l'AMO Carrefour J et l'AMO
Plan J dans le cadre des projets de
prévention générale***

Soutenu financièrement par



EN PARTENARIAT AVEC



Introduction méthodologique

L'origine du projet

Afin de toujours mieux cibler leurs actions préventives, les services d'aide en milieu ouvert ont toujours eu le souci d'appréhender la réalité quotidienne des jeunes de leur région.

L'arrêté de 2009 qui fait reposer l'action communautaire de l'AMO sur un diagnostic social de la zone d'action, conjugué à la volonté de donner la parole aux premiers intéressés, a poussé l'AMO de Wavre à lancer un vaste sondage auprès des jeunes.

Le projet reposait sur plusieurs hypothèses :

1. certaines problématiques pouvaient être surestimées à partir de quelques faits surmédiatisés ;
2. certains nouveaux phénomènes pouvaient être mal appréhendés par les adultes du simple fait d'une connaissance partielle ou partielle ;
3. certaines campagnes systématisées, de type « descendant » (venant de l'Europe, du fédéral ou des communautés), ne prenaient pas toujours sens pour les travailleurs de proximité ;
4. la réalité quotidienne des jeunes doit être balisée et appréhendée de manière ascendante à partir de ce que les jeunes eux-mêmes en disent et à destination des travailleurs sociaux.

C'est donc sur ces fondations que l'AMO Carrefour J a échafaudé en 2010 son projet « parole aux jeunes ». Elle sera rejointe peu de temps après par l'AMO Plan J de Tubize afin de pouvoir étendre le sondage sur l'ouest du Brabant wallon. C'est donc une photographie de jeunes du Brabant wallon qui est proposée ici.

Lors de ce projet, deux grandes phases ont été réalisées.

Phase quantitative

La première phase a consisté en l'administration d'un questionnaire auprès de 637 jeunes issus de 2^{ème} et de 5^{ème} secondaires dans les différents établissements scolaires de Wavre et de Tubize.

L'objectif était d'interroger les jeunes, de manière très large, sur une série de sujets les concernant.

Les deux AMO ont souhaité s'entourer du bureau d'étude SONECOM dans le but d'apporter une aide méthodologique à la construction du questionnaire.

Cette construction a été longuement réfléchi au sein de différentes réunions et a débouché sur un questionnaire composé d'une soixantaine de questions fermées, abordant différentes thématiques :

- les loisirs ;
- l'usage des technologies de l'information et de la communication ;
- la consommation d'alcool et de produits psychotropes ;
- la vie amoureuse et sexuelle ;
- les relations conflictuelles ;
- et le sentiment de sécurité ou d'insécurité.

Afin de diversifier au maximum l'échantillon, le questionnaire a été administré au sein de la majorité des établissements scolaires des deux entités, en veillant à rencontrer les différents réseaux et filières (générale, technique, professionnelle). Néanmoins, nous avons choisi de rester au sein de l'enseignement de plein exercice.

Sur les 637 jeunes interrogés, 398 ont été questionnés à Wavre et 239 à Tubize.

Pour le traitement des données, l'asbl RTA (Namur) a réalisé un document reprenant l'ensemble des résultats du sondage.

Au niveau méthodologique, nous nous étions engagés auprès des jeunes sondés à ne pas diffuser les résultats bruts. Ces derniers ont servi de support pour la seconde phase.

Phase qualitative

Une seconde phase qualitative, en collaboration avec RTA asbl, a permis de donner sens aux chiffres via des focus groups. Cette méthodologie permet, par un dialogue collectif, d'explorer des zones que les questionnaires individuels n'avaient pas suffisamment permis d'approfondir, de développer certains thèmes, de confronter les chiffres qui interpellaient ou surprenaient les travailleurs des AMO.

Les focus groups ont été effectués dans des groupes classes.

Pour des raisons méthodologiques, les classes étaient séparées en deux groupes, selon le sexe. En effet, il semblerait que ce soit plus facile de répondre à certaines questions, notamment celles concernant la sexualité, si les genres ne sont pas mélangés. De plus, la phase qualitative se déroulant un an après le sondage, a été réalisée auprès des jeunes de 3^{ème} et 6^{ème} secondaires, soit les classes supérieures à celles qui avaient été consultées. En effet, il nous semblait important de retrouver une partie des jeunes sondés précédemment et de voir, avec le recul, leur regard critique sur les résultats récoltés initialement.

Dans un souci de rigueur méthodologique, et avec l'accord des jeunes, les rencontres ont été enregistrées et retranscrites, à l'usage exclusif du rapport.

Le présent document se veut être la synthèse de ces deux phases. Nous n'avons pas voulu distinguer Wavre et Tubize (les résultats précis ont été communiqués aux deux AMO pour qu'elles en fassent l'usage préventif ad hoc), car il s'agissait ici de donner une photographie des jeunes des deux entités, vu par eux-mêmes, et non au travers du regard parfois déformant des adultes. Photographie d'ailleurs assez contrastée : il y a « des » jeunes et non « les » jeunes.

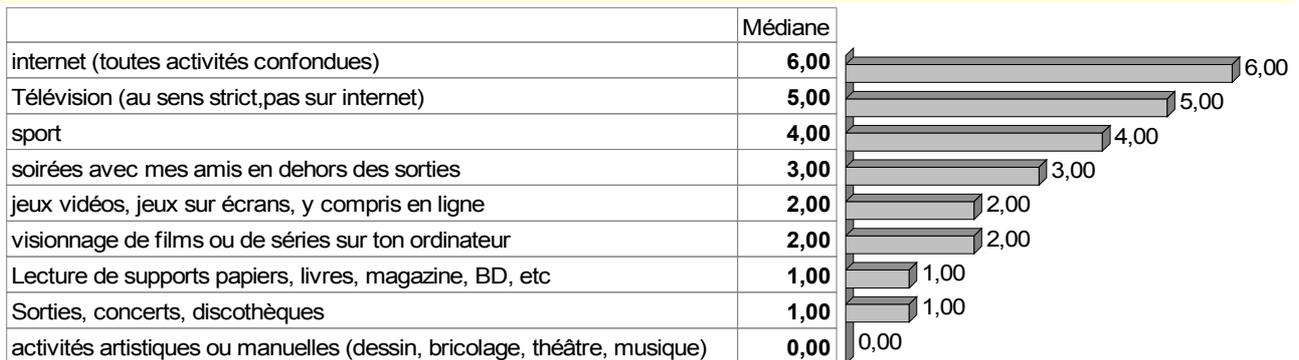
Les loisirs des jeunes

D'emblée, au dépouillement statistique déjà, dans les focus groups plus encore, il est apparu que le terme « loisirs » convenait imparfaitement pour désigner le « temps » - libre ou non d'ailleurs - des jeunes. Les adultes ont l'habitude de cloisonner les temps et les thèmes (travail, sport, TV, etc.). Pour les jeunes, c'est plus imbriqué, notamment à cause de l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC).

Les écrans omniprésents en fond

« *Tout le monde a un ordi à la maison.* »

temps hebdomadaire passé aux loisirs



Il est toujours difficile d'évaluer le temps hebdomadaire passé à l'une ou l'autre activité. Les réponses des jeunes étaient extrêmement variables, montrant des pratiques très contrastées. C'est la raison pour laquelle les focus groups se sont longuement penchés sur la question.

Ces médianes ont été largement commentées par les jeunes. La discussion confirmant les chiffres, on peut avancer qu'il y a de grandes variantes d'un jeune à l'autre, l'uniformité n'est pas de mise. Toutefois, la plupart considèrent que de passer 6h/semaine sur internet, est sous-estimé.

Que ce soit les plus jeunes ou les aînés, les jeunes confirment l'omniprésence d'internet, tout en la considérant comme normale. Pour eux, il paraît parfois difficile de différencier la TV et internet, tant les ponts entre les deux sont nombreux. La TV, c'est moins les chaînes et les programmes que l'instrument, le support physique. Mais les émissions sont aussi accessibles sur internet ; comment les différencier dès lors ? Ils vont de l'un à l'autre avec naturel. Ainsi, les jeunes téléchargent des films sur leur ordinateur et les visionnent sur la TV parce que c'est plus confortable visuellement. Les filles regardent plus que les garçons « la TV » entendue dans ce sens élargi et indifférencié, parce qu'elles aiment les films et les séries américaines, alors que les garçons sont plus portés sur les jeux (en ligne ou sur Play Station).

Les jeunes laissent la TV allumée comme bruit de fond, de la même manière qu'ils se connectent à internet quasi en permanence. Cela ne les empêche pas de faire autre chose en même temps, d'où la difficulté pour eux de calculer le temps où « on est dessus » : en fait, on est « dessus » plutôt en pointillés, et de manière plus systématique à certaines heures. Les médias virtuels font partie de leur environnement. On se connecte comme on allume la lumière, c'est quasi aussi anodin que cela. « *Je peux lire ou étudier et être sur l'ordinateur.* »

L'accès à internet est généralisé (97,6% des jeunes y ont accès). Certains commencent très tôt, puisqu'à 10 ans, 41,9% des jeunes sont déjà allés sur internet.

Quasi tous les jeunes interrogés ont au moins un ordinateur à la maison, la plupart en ont un à eux, et souvent un portable. Ipad, Ipod et smartphone (ce dernier au plus tard à l'entrée en secondaire) complètent la panoplie qui permet l'accès à internet partout et tout le temps. Dans certains écoles, l'accès Wifi est possible ; les jeunes se connectent entre les cours et parfois pendant le cours. « *Entre les cours, on est toujours connecté, c'est tellement plus facile.* »

Les parents n'installent que très peu de filtres parentaux (23,4% pour les élèves de 2^e, 14,4% pour les élèves de 5^e ; les filles sont proportionnellement plus surveillées que les garçons). Pour les plus jeunes, quand il y a un contrôle, c'est sur la durée de connexion. Pour le reste, les parents semblent faire confiance aux enfants, à moins que leur méconnaissance du terrain virtuel ne leur permette pas de mesurer la consommation de leurs enfants.

Internet est comme un « supermarché virtuel » : les jeunes y ont recours pour une multitude d'activités : les jeux, les achats, le porno, les relations sociales, l'info, etc. On note cependant une différence d'approche entre les aînés et les plus jeunes. Les premiers sont souvent inquiets pour leurs jeunes frères et sœurs, car les TIC se sont « emballées » en quelques années. Il leur semble que « de leur temps », Internet était un accès sur le monde, mais aujourd'hui, c'est un accès *illimité*. Certes, il y a dans leur réaction une forme de maturité qui s'acquiert et qui leur permet de prendre du recul par rapport à leur propre vécu, mais on assiste aussi à une sorte d'accélération des générations, une forme de micro-génération.

Pour penser la relation à la vitesse, les travaux de Paul VIRILIO sont précieux (et les propos des plus « âgés » des jeunes interrogés y font écho). Depuis de nombreuses années, il étudie ce qu'il a nommé « la dromologie », c'est-à-dire la science de la « course », au sens de « vitesse ». A propos de ce qui, autrefois, formait la jeunesse, c'est-à-dire les voyages, il dit que pendant longtemps, le déplacement (et la vitesse qui lui était associée, soit à l'époque la lenteur) se composait d'un triptyque : le départ, le voyage et l'arrivée. Le départ était un moment important, ponctué par l'entourage. Le voyage était long, parsemé d'embûches, de découvertes et de rencontres. L'arrivée était un événement considérable.

Avec la révolution des transports à grande vitesse - avion, TGV - le triptyque est devenu diptyque : il n'y a plus que le départ et l'arrivée, le voyage devenant un moment d'inertie, un intermède : d'ailleurs, on dort dans le train ou on regarde un film dans l'avion.

Enfin, avec la révolution des transmissions - la télévision et les télétransmissions-, on perd encore un pôle : le départ. On ne part même plus, tout nous arrive, ou nous arrivons sans bouger (avec Google earth, par exemple). Nous sommes dans une ère de l'arrivée généralisée.¹ Les jeunes d'aujourd'hui appartiennent à cette société de l'arrivée généralisée, ils sont les terminaux perpétuels d'un flux d'information. Avec internet, l'ubiquité, c'est-à-dire la possibilité d'être à plusieurs endroits à la fois, se réalise. Cela fait-il de nous des mutants ?

Certains ont eu une mauvaise expérience sur internet : exhibitionnisme, compte piraté sont les deux cas de figure les plus cités.

Notons aussi que l'utilisation de l'ordinateur pour des travaux scolaires va de soi pour beaucoup : « *Obligés !* ». Même quand il y a une alternative, une bibliothèque à l'école par exemple, les jeunes préfèrent chercher sur internet, cela va plus vite, et « *on a la flemme d'aller en bibliothèque* ».

¹ Extrait d'une interview de Virilio par Giairo Daghini en 2004 sur <http://multitudes.samizdat.net/Dromologie-logique-de-la-course>. Voir aussi ses livres sur la thématique depuis de nombreuses années : *Vitesse et politique*, *Cybermonde*, *la politique du pire*, *La bombe informatique*, *Le grand accélérateur*, etc. Voir aussi la film réalisé par Stéphane Paoli à propos des thèses de Virilio, *Penser la vitesse* (documentaire 90 min / 2008 / La Générale de Production / ARTE France)

Facebook et réseaux sociaux : le point de ralliement

« Je me suis inscrit parce que tout le monde était dessus ».

Une question posée aux jeunes était de répertorier les trois derniers sites où ils avaient passé au moins 15 minutes. La liste cumulée en était impressionnante, prouvant l'éclectisme des goûts des jeunes sur internet. Mais les réseaux sociaux et ceux permettant le visionnement et le téléchargement sont les plus fréquentés par les jeunes. Facebook et Youtube récoltaient ainsi en moyenne 78,8 et 51,8% des réponses.

En deçà ou au-delà de 15 minutes, quasi tout le monde est sur Facebook. *« Vous savez monsieur presque tous les jeunes sont sur Facebook. Même vous je parie. »* Pourquoi ? Parce que...tout le monde y est. *« Aujourd'hui, c'est normal d'être sur Facebook, c'est une obligation. Les amis, la famille, les amis d'avant : tout le monde est sur Facebook. Avant c'était MSN. Aujourd'hui plus personne n'est sur MSN, tout le monde est sur Facebook ».*

« Facebook est une obligation si tu veux garder le contact ». Ainsi par exemple, pour participer à une événement, Facebook est incontournable pour voir la liste des participants.

La quasi unanimité des jeunes a un compte Facebook, même ceux (rares) qui ne s'en servent pas. *« Facebook c'est un phénomène de mode. Moi je ne mets rien sur Facebook, je regarde ce que les autres font. »*

Ils se sont très souvent inscrits avant l'âge autorisé, en trichant sur leur date de naissance.

On va sur Facebook tous les jours, l'heure de pointe étant 20-22 heures. Mais en restant connecté, on fait autre chose, on regarde un film ou on joue à un jeu. Métaphoriquement, on pourrait l'interpréter comme si les jeunes ouvraient leur fenêtre pour indiquer leur disponibilité au contact, tout en vaquant à leurs occupations. S'ils sont sur Facebook d'ailleurs, c'est *« pour regarder la vie des gens »*. Facebook, c'est la place du village, sans sortir de chez soi. *« On regarde ce qui se passe, les potins »* Les filles aiment poster et regarder des photos, utiliser la discussion instantanée. *« Je parle avec eux ... ça coûte moins cher que le GSM ... »* ! Notons d'ailleurs que l'argument financier revient régulièrement dans les propos des jeunes et qu'il n'est pas négligeable.

Les garçons y vont pour faire des rencontres, discuter avec des personnes qu'ils n'ont plus vu depuis longtemps, regarder les actualités sportives, les événements. Pour les plus âgés, on trouve parfois aussi un job sur Facebook.

Le psychiatre Serge TISSERON parle d'extimité dans le chef des jeunes. *« Traditionnellement, se montrer dans son quotidien, c'est mettre son intimité à nu. Or, il est apparu clairement que, pour la génération du « loft », l'image et l'être profond sont deux choses bien distinctes ! [...] Habitée à être photographiée et filmée sous tous les angles dès le plus jeune âge, elle s'est construite psychiquement en considérant qu'aucune image ne peut cerner l'intimité véritable. A savoir, le jardin secret d'un individu, ce qui fait son originalité physique et émotionnelle, et qui va le distinguer de tous les autres !*

*Le désir d'extimité est le mouvement qui pousse chacun de nous à mettre en avant une partie de sa vie intime, de son monde intérieur, afin d'avoir un retour, une validation de sa façon de vivre, de penser, à travers les réactions des autres. Grâce à elles, je vais m'approprier mon identité, mieux me connaître et, finalement, enrichir ma personnalité. On saisit par là que désir d'extimité et besoin d'intimité ne s'opposent pas : les deux sont complémentaires. »*²

² <http://www.psychologies.com/Planete/Societe/Articles-et-Dossiers/Entretien-avec-Serge-Tisseron-cet-obscur-desir-de-s-exposer>

Les jeunes n'ont pour la plupart pas lu la Charte d'utilisation de Facebook, et ceux qui ont essayé ne sont pas allés jusqu'au bout. « *J'ai lu un paragraphe puis j'en avais marre* ». Beaucoup ont paramétré leur compte, mais très peu savent que le paramétrage peut se réinitialiser lorsqu'il y a un changement sur le site. En général, les jeunes ne divulguent pas leurs coordonnées complètes, comme leur adresse ou leur n° de téléphone sur Facebook. Les plus âgés se sont un peu laissés prendre au début. « *Au début, on met tout, l'école, le numéro de GSM, ... après on efface mais ça reste enregistré sur Facebook.* ». Mais il leur semble que les jeunes deviennent de plus en plus avertis des dangers, ne fût-ce que parce qu'il y a eu l'une ou l'autre « affaire » ici ou là. S'ils ont des choses privées à dire, ils passent plutôt par des SMS.

Ils ne connaissent pas toujours tous leurs amis « en vrai ». Souvent, ils ne les ont rencontrés qu'une fois. Mais la majorité n'acceptent pas de devenir amis avec de parfaits inconnus. Ils retrouvent aussi des amis qu'ils n'ont plus vus depuis longtemps, depuis les primaires par exemple. S'ils rencontrent leurs amis en rue, ils ne les saluent pas nécessairement. Il y a les amis Facebook, et les vrais amis. A certains endroits, il existe un groupe de classe sur Facebook. « *Tous les élèves de la classe sont dessus. Il permet de poser des questions sur les devoirs, les interrogos* ».

Facebook fait aussi office de site de rencontre. Du coup, les jeunes ne vont guère voir sur les sites exclusivement dédiés aux rencontres (« *c'est pour les vieux, qui ont la trentaine* »). « *Beaucoup de jeunes vont voir dans les amis de leurs amis sur Facebook et si elles aiment bien la photo, elles rajoutent le garçon dans leurs amis. Dans ce cas, Facebook sert en quelque sorte de site de rencontre.* ». Les autres sites de rencontre ou le porno sont abordés différemment par les filles et les garçons. Les filles y vont moins, et surtout pour « *se faire un délire entre copines* ». Les garçons sont tous allés au moins une fois sur un site porno. « *C'est des menteurs* » disent-ils de ceux qui prétendent le contraire dans les statistiques. Ils se rendent compte que les sites pornos ne sont pas la réalité. Les jeunes vont de plus en plus voir des sites pornos, et de plus en plus jeunes, car c'est de plus en plus accessible. Toutefois, ça n'a pas d'influence sur la manière de côtoyer les filles, disent les plus jeunes. C'est moins l'avis des aînés, qui estiment quant à eux que la vision de la sexualité peut en être transformée, et que les filles peuvent être davantage perçues comme des objets sexuels. Un chat a été cité, « *Chat roulette* », prisé parce qu'il permet de voir son correspondant, souvent dans des situations scabreuses. En général, « *c'est pour se marrer* ». Le voyeurisme et l'exhibitionnisme s'y expriment.

Le téléchargement

*« On télécharge. Ce n'est pas bien vis-à-vis de la personne qui fait le film,
mais d'un autre côté 25 ou 30 euros le film,
je ne vais pas payer ça, faut pas déconner ».*

Les jeunes téléchargent beaucoup de musique sur Clip to MP3, Force Download, Spotofit. Ils vont sur Youtube pour voir des vidéos, des clips, ... également pour télécharger via le convertisseur en mp3 : Vidéo2, Youtube mp3.

Par contre, les sites légaux payants, comme Itunes, sont délaissés. « *Je n'ai pas envie de payer pour écouter de la musique* ». L'achat de CD devient rare, on ne s'y résout que si on aime vraiment l'artiste ou pour faire un cadeau. La fermeture de Megaupload ne fait pas les affaires des jeunes. Avantage collatéral cependant : comme ils sont coincés pour le téléchargement, ils sortent davantage avec leurs copains.

Les jeux vidéo

*« Parfois on joue avec des copains en ligne.
C'est quand même une activité avec des potes ».*

Les garçons jouent à des jeux vidéo beaucoup plus que les filles, et principalement sur l'ordinateur. Ils jouent de manière parfois irrégulière : ils peuvent jouer énormément une semaine et pas du tout la semaine suivante. *« Mais à un moment ça me soûle. »* Ils jouent aussi quand ils n'ont rien à faire. Les jeux virtuels ont une destination supplétive : on joue plus l'hiver que l'été, et il suffit souvent qu'un copain arrive pour qu'on lâche son jeu au profit d'une sortie à deux. Pour les garçons, les jeux sont aussi une manière d'avoir des contacts. Ils jouent à des jeux en ligne, ou avec un pote à côté d'eux. Ce sont essentiellement des jeux de combats, de foot, de guerre, de stratégie, ... *« Les jeux et les applications sur les Ipad et les Iphone, Call Of Duty, World of Warcraft, FIFA. »*

Les filles pensent que les garçons sont souvent accros aux jeux, surtout les jeunes de 13-14 ans. *« Ça [les jeux de guerre] influence les jeunes à devenir violents ».*

Les filles jouent plus à des jeux sur Facebook (Sim's, Cityville, ...)

A 18 ans, ils ont plus de recul, *« ils se prennent moins au sérieux, ils sont plus dans la réalité. Ils pensent à leur avenir »* (beaucoup de travail pour l'école), *ils ont d'autres occupations* (sorties, discothèques, ...).

Le sport et les sorties

« On ne sort pas toutes les semaines. Enfin ça dépend des périodes. »

Les filles pratiquent moins de sport que les garçons. La danse restant la plus fréquente, avec le tennis et l'équitation. Ici aussi, l'usage des TIC influence la pratique (usage de la Wii et de Kinect Sport par exemple). Les garçons sont nombreux à être inscrits dans un club, ils y pratiquent 5 à 6 heures de sport par semaine, mais avec l'âge, la pratique diminue. Dans les clubs, pour pouvoir continuer, il faut passer à la compétition, et cela n'intéresse pas tout le monde.

Les filles sortent plus fréquemment qu'indiqué, elles sortent en boîte, même si elles n'ont pas l'âge. Elles sont néanmoins plus « surveillées » par les parents que les garçons. Elles sortent aussi entre filles, pour acheter des fringues, aller à la piscine, au bowling, au cinéma....

En conclusion

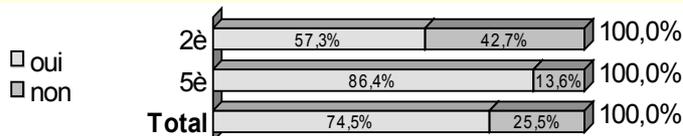
De manière générale et pour conclure cette première partie, nous constatons que les écrans sont omniprésents au sein des loisirs. Que ce soit pour le sport, l'école ou encore les relations sociales.

La consommation

L'alcool

« Les jeunes se sont mis dans la tête que la boîte est égale à l'alcool et non la boîte égale l'amusement ».

Consommation d'alcool en fonction de l'année



Le taux de 57% qui aurait déjà consommé de l'alcool en 2ème est commenté diversement par les jeunes. Pour certains, le chiffre est sans doute un peu surfait. *« Ils font leur malin »*. Pour d'autres au contraire, il paraît sous-estimé. Il a été rappelé par les jeunes que certains étaient musulmans et ne buvaient pas d'alcool, ce qui aurait un peu faussé les moyennes.

En 5ème, le chiffre est monté à 85% et paraît encore sous-estimé aux jeunes de 6ème à qui on le présente. On boit, beaucoup parfois.

En tout état de cause, la majorité des jeunes sondés ont bu leur premier verre d'alcool avant 14 ans. La médiane étant 13 ans. Le premier verre d'alcool, c'est entre ami, en sortie ou avec des copains, au début du secondaire souvent. Mais vers 12 ans, c'est aussi en famille qu'on découvre l'alcool, à l'occasion d'une fête : Noël, Nouvel an, un anniversaire. C'est la première occasion la plus citée par les jeunes : 38,3%. L'usage social de l'alcool, associé à la joie, permet cette initiation, pourtant contraire à la loi. Quasi aucun jeune ne connaissait la loi qui interdit aux adultes de servir de l'alcool aux moins de 16 ans, même dans le cadre privé. Les parents ne sont pas au courant non plus de l'interdit de servir de l'alcool à leurs enfants. Si les parents sont d'accord, les jeunes ne voient pas pourquoi ils ne pourraient pas boire dehors aussi.

Les raisons de consommer sont, au départ, de faire comme les autres, d'essayer, de goûter. Ensuite, on boit pour être *« dans un autre monde »* mais *« on boit aussi pour boire et être bourré »*. Cela dépend de l'humeur, des personnes avec qui on est et du contexte.

Boire, c'est surtout une pratique collective. On boit pour l'ambiance. *« C'est marrant, pour se créer un genre, pour faire comme les autres, parce que ça fait du bien »*. *« Quand on sort, on boit tous pour s'amuser. Souvent, la personne qui ne boit pas est là sans être là »*.

Le prix abordable de l'alcool est séduisant. *« Quand on sort, les boissons non alcoolisées sont chères ... autant mettre un ou deux euros en plus et avoir une boisson que l'on n'a pas l'habitude de boire à la maison la semaine »* ! Les jeunes consomment aussi des bouteilles en groupe. Ça coûte moins cher de prendre une bouteille en boîte. *« A Louvain-la-Neuve, parfois le verre de bière est moins cher que le soft et donc en général, les jeunes prennent une 33cl »*.

Le premier verre doit avoir un bon goût, *« après, tout passe »*. Le goût de l'alcool est important, notamment pour les filles, qui apprécient aussi la couleur. Elles aiment les alcools un peu sucrés, la kriek, le champagne ou le vin blanc doux. *« Il y a de bonnes choses ... amaretto/pomme ... on déguste »* ! Des alcools forts aussi, Vodka red bull, whisky coca, alcool avec soft, shots. Le terme

« alcopops » n'est pas toujours connu, mais lorsqu'on explique de quoi il s'agit (une limonade ou autre boisson sucrée mélangée à de l'alcool, colorée, attirante), les jeunes disent en consommer. Les consommations des garçons dépendent de la circonstance : bière au festival, alcool fort en soirée.

Sur une semaine, les garçons consomment 5 ou 6 verres. Ils peuvent aller jusqu'à 10 verres sur une soirée. « *Une soirée à moins de 10 verres, ce n'est pas possible* ». La moyenne de verres par personne par semaine n'est pas facile à calculer, parce que *ça va vite*, ce sont souvent des tournées.

Ils ne gèrent pas tout le temps leur consommation d'alcool. Néanmoins, les aînés connaissent mieux leurs limites et « *même quand ils dépassent leurs limites, ils savent ce qu'ils font* ». En fait, ils gèrent le déraisonnable, les risques de dérapages (par exemple, ils prévoient de rentrer avec un bob), mais ils ne se rationnent pas.

S'ils sont chez des amis et qu'ils dorment sur place, ils se tracassent moins de ce qui peut leur arriver. Ils se mettent moins de limites que quand ils vont en discothèque.

Le terme « binge drinking » (pratique de consommation qui se caractérise par l'ingestion, en un court laps de temps, d'une quantité d'alcool importante avec l'intention délibérée d'atteindre rapidement un état d'ébriété³) ne fait pas écho. Ce n'est pas pour autant qu'ils ne le pratiquent pas.

Au niveau des soirées, des filles ont déjà entendu parler des skins party (soirées où tout est permis, inspirées de la série anglaise *Skins*). Ça existe à Bruxelles. Toutefois, elles ne connaissent personne qui y participe. Ça fait peur à certaines, d'autres aimeraient essayer pour voir comment ça se passe, mais elles ont peur de ce qui pourrait arriver. Elles font attention qu'on ne leur mette rien dans leur verre. Certaines vérifient même que le serveur utilise bien des bouteilles ou canettes fermées.

Dans les cafés, les jeunes n'ont pas de problèmes pour avoir de l'alcool. On ne leur a jamais demandé leur carte d'identité ; dans les grandes surfaces, c'est plus réglementé (Lidl, Proxy Delhaize, ...). C'est parfois à la tête du client, s'ils ont l'impression que le jeune a l'âge, ils ne demandent pas la carte d'identité. Mais dans les « pakis »⁴, on peut se procurer de l'alcool sans problème car la loi n'y est pas respectée. « *Aujourd'hui, il y a des autocollants avec la loi presque partout sauf dans « les pakis »* ». Quand ils n'ont pas la possibilité d'acheter eux-mêmes parce que le vendeur refuserait, les jeunes font appel à des plus âgés qui font le boulot pour eux. Le système de self-scanning dans les grandes surfaces facilite également l'achat d'alcool aux mineurs.

Cadre légal concernant l'alcool

Cfr. un rapport de La Code, (coordination des ONG pour les droits de l'enfant) : *Les jeunes et l'alcool*, mai 2011. Ce dossier comporte trois volets : la législation, la consommation, la prévention.

La consommation d'alcool n'est pas un délit, même pour les mineurs. Ce qui est répréhensible depuis la loi du 14 nov 1939, art. 1, c'est l'état d'ivresse sur la voie publique.

L'art. 4 prévoit une sanction pour les personnes qui servent de l'alcool à des personnes en état d'ivresse, sanction doublée s'il s'agit d'un mineur.

L'art. 5 abrogé prévoyait une sanction pénale pour les cafetiers si le jeune avait moins de 16 ans.

L'art. 6 prévoit des peines pour ceux qui font boire jusqu'à l'ivresse. La sanction pénale va de l'amende à la peine de prison.

³ La définition est empruntée au site de Univers Santé <http://www.univers-sante.ucl.ac.be/L-alcool-en-milieu-etudiant>. Notons que la définition du phénomène reste assez floue au niveau international, notamment quant à la durée du « court laps de temps ».

⁴ Nighth shops, ou night and day shops, réputés être tenus par des Pakistanais.

Réglementation sur la vente à un mineur

Avant janvier 2010

–l'art. 5 de 1939 interdisait la vente à moins de 16 ans. En 1983, on y a ajouté « pas de spiritueux aux moins de 18 ans ».

–Dans les débits de boissons, interdiction de vendre et servir des boissons enivrantes à des moins de 16 ans, et aux moins de 18 ans, de l'alcool de plus de 25°.

–Dans les commerces, seule la vente de spiritueux aux moins de 18 ans était interdite.

Après janvier 2010 (loi du 10 déc. 2009)

–L'art. 14 régleme la vente et le service : pas de bière et vin (- de 0,5% de volume d'alcool) aux jeunes de moins de 16 ans. La preuve de l'âge peut être exigée. Pas de spiritueux aux moins de 18 ans. On ne peut pas **vendre, servir, offrir**. Cela vaut donc pour tout le monde, y compris la famille.

–Mais aucune sanction administrative n'est prévue pour les commerçants contrevenants. Toujours pas de projet de loi équivalent à celle pour le tabac, où des sanctions sont prévues. Les sanctions pénales de 1939 ont été abrogées.

–Donc pas de sanction pénale ni administrative, sauf si le jeune est déjà ivre, ou sauf si on le sert jusqu'à ce qu'il devienne ivre.

Législation sur la publicité

La CIDE prévoit le droit à la santé, le droit à l'information et à la protection contre l'info qui nuit au bien-être.

En Belgique, il n'y a aucune réglementation à propos de la publicité pour les alcools. Il existe des directives européennes depuis 2007, mais leur transposition en droit belge ne suit pas pour des questions de compétences (fédérales, communautaires).

Il existe une autorégulation à l'initiative de la santé publique : c'est la « convention Arnoldus », en 2005, qui réunit les producteurs d'alcool, l'Horeca, les organisation de consommateurs et le Jury d'Ethique Publicitaire. Cela veut réguler la publicité pour les boissons de plus de 1,2% de volume d'alcool : ne pas mettre en scène des mineurs, ne pas inciter à boire trop, ne pas suggérer, etc. Mais les contrôles du Jury d'Ethique Publicitaire ne sont pas contraignants.

Les produits psychotropes

« C'est plus facile de fumer un joint que d'aller chercher ses 10 bières. »

Le nombre de personnes qui n'ont pas répondu est très élevé chez les plus jeunes (76,9%), un peu moins chez les aînés (59,4%), mais paraît excessif à tous. Selon les jeunes, ils n'avaient pas envie de répondre. *« C'est rare ceux qui n'ont jamais rien pris. Juste un joint, ça va très vite. »* Le cannabis est le produit le plus répandu. C'est facile de s'en procurer. Les jeunes peuvent en trouver partout, à l'école, dans la rue. Cela dépend toutefois des écoles. *« En 10 minutes, au sein de l'école, je vous en trouve ».*

Pour les drogues plus dures, au contraire, les jeunes sont étonnés du chiffre. Ils pensaient qu'il y en avait moins. C'est plus difficile à trouver. Par ailleurs, on a cité la colle, le déodorant, chez les plus jeunes.

Le cannabis est donc très répandu. Lorsque les jeunes essaient, c'est souvent en groupe par curiosité. *« Quand l'occasion se présente, on essaye. C'est plus facile d'essayer en groupes, que*

tout seul dans sa chambre ». La première fois c'est compliqué d'essayer seul car il faut pouvoir s'en procurer mais également avoir le matériel. C'est plus simple quand on est avec un copain qui a ce qui est nécessaire.

Ceux qui essaient une première fois continuent souvent par la suite que ce soit de façon occasionnelle ou régulière. La majorité des jeunes consomment pour se détendre, certains par habitude. Des jeunes fument tous les jours matin et soir.

Ceux qui fument régulièrement le font en groupe ou seul, d'après les chiffres recueillis via le questionnaire. Mais dans les Focus groups, certains jeunes s'étonnaient des chiffres relatifs à la consommation solitaire : « *Quelqu'un qui fume le joint tout seul, je ne vois pas l'utilité* ». Entre amis, ça facilite les relations avec les autres, ça rend la soirée plus gaie.

Ils ont plus peur de la police que de leurs parents. Entre autre, par rapport à la problématique du cannabis.

Le cannabis, c'est quelque chose en plus de l'alcool, ce n'est pas une alternative. Les jeunes ne recherchent pas les mêmes effets avec le cannabis qu'avec l'alcool.

Ils ne comprennent pas l'illégalité du cannabis par rapport à la légalité de l'alcool. Selon eux, l'alcool rendrait plus agressif que le cannabis. Les jeunes qui fument sont calmes et restent entre eux. Selon eux, l'alcool est plus dangereux que le cannabis.

« *Maintenant, quasi tout le monde fume* ». On est plus concentré quand on a fumé le joint. C'est la rumeur qui court chez les jeunes.

Il ne faut pas fumer la cigarette pour fumer le joint. Certains jeunes fument le joint sans fumer la cigarette.

Vers 12-13 ans, les jeunes commencent déjà à fumer la cigarette, pour faire comme tout le monde, puis par habitude.

Notons que pour cette partie concernant le cannabis, si beaucoup de jeunes se sont abstenus de répondre dans le questionnaire, le même phénomène s'est reproduit dans les focus groups. Le sujet reste délicat.

Les relations amoureuses

Les petit(e)s ami(e)s

« 61% qui n'ont pas de petit ami ! C'est déprimant ! »

As-tu un(e) petit(e) ami(e)

[en quelle année] = "2è"

	Nb	% obs.
Non réponse	1	0,4%
oui	98	37,7%
non	161	61,9%
Total	260	100,0%

A horizontal bar chart to the right of the table shows the percentage of observations for each response category: 0,4% for 'Non réponse', 37,7% for 'oui', and 61,9% for 'non'.

Pour les plus jeunes, la seule question posée concernait l'existence ou non d'un(e) petit(e) ami(e), et on n'a pas envisagé les relations sexuelles.

37% qui ont un petit ami semble une bonne moyenne aux yeux des jeunes.

Une relation amoureuse à leur âge est éphémère, pas sérieuse. Une relation devient sérieuse après au moins un an (ou un mois, c'est selon). Ça dépend de ce que veulent les personnes, s'il y a des projets ou non.

Les filles souvent sont plus jeunes que les garçons. Les garçons ont 2-3 ans en plus car les filles sont plus matures. « *Moi je trouve qu'un garçon n'est pas mature avant 19 ans* ».

Aujourd'hui beaucoup de choses passent par internet et par les SMS, même les disputes de couple voire les ruptures. La demande de relation par SMS, l'annonce de rupture par SMS, restent fréquent, mais les jeunes préfèrent en « face à face ». Les ruptures passent aussi par Facebook (en couple – célibataire) : certains jeunes annoncent la rupture à leur copain ou copine en changeant leur statut « en couple » par « célibataire ». « *Mais ce sont des gamins, ils ne sont pas intelligents* ».

Il y a de la violence psychologique dans les couples de leur âge. Les garçons rabaissent beaucoup les filles, et inversement. La violence physique, c'est plus rare à leur âge.

Pour les plus âgés, il reste pas mal de célibataires en 5^{ème}, tout le monde est loin d'avoir un(e) petit(e) ami(e).

As-tu un(e) petit(e) ami(e)

[en quelle année] = "5è"

	Nb	% obs.
Non réponse	1	0,3%
oui	164	43,5%
non	212	56,2%
Total	377	100,0%

A horizontal bar chart to the right of the table shows the percentage of observations for each response category: 0,3% for 'Non réponse', 43,5% for 'oui', and 56,2% for 'non'.

Les filles de 16 ans sortent généralement avec des garçons plus âgés de 3-4 ans ou même plus. « *Les filles avec des garçons plus jeunes c'est impossible* ».

Les relations sexuelles

As-tu déjà eu des relations sexuelles?

[en quelle année] = "5è"

	Nb	% obs.
Non réponse	2	0,5%
oui	202	53,6%
non	173	45,9%
Total	377	100,0%

« Les garçons commencent plus jeunes »

A quel âge as-tu eu ta première relation sexuelle?

Moyenne = 15,15

	Nb	% cit.
Moins de 12	1	0,5%
De 12 à 13	21	10,4%
De 14 à 15	101	50,0%
De 16 à 17	74	36,6%
18 et plus	5	2,5%
Total	202	100,0%

En ce qui concerne les relations sexuelles, la réalité est assez contrastée, puisque 45,9% des élèves de 5^{ème} disent ne pas encore avoir eu de rapport sexuel. Pour les autres, par contre, l'âge de la première relation sexuelle, dans les déclarations du moins, est relativement bas : 15 ans pour la première relation sexuelle. C'est plus jeune que la moyenne nationale (qui est de 17 ans), mais cela paraît réaliste aux jeunes interrogés dans les focus groups. Il leur semble même que c'est plutôt 13-14 ans.

« Les garçons, ils essayent de le faire le plus vite possible ». Les filles de 12-13 ans ressemblent à des filles de 18 ans, elles veulent faire comme les 'grandes'. « C'est triste qu'elles veulent grandir si vite, il y a plein de chose à profiter à chaque âge ». Les filles pensent que les garçons trichent sur leur première fois, ils commencent plus tard en réalité.

De l'avis des plus âgés, il y a un effet de mode à propos du sexe. C'est une course à qui le fera le plus de fois et le plus tôt possible. Les plus jeunes « font ça comme ça », sans spécialement être en couple.

Les jeunes de rhéto se sentent dépassés par ce qui se passe chez les plus jeunes. « Nous, on a cherché la bonne personne. Maintenant, ils veulent juste s'en débarrasser ». Ils disent que chez les plus jeunes (13-14 ans) ça papillonne beaucoup. Une relation amoureuse chez les plus jeunes ça dure deux semaines puis ils passent à une autre. La mode joue aussi. On fait comme tout le monde. Donc, les chiffres ne les surprennent pas spécialement.

Les vieilles représentations ont la vie dure. « La fille qui a beaucoup de mecs c'est une salope. Un mec qui couche avec beaucoup de filles, c'est un dieu ». Un « homme facile » a une autre réputation qu'une « fille facile ».

« Les jeunes d'aujourd'hui peuvent encore attendre la bonne personne. » Ils pensent qu'ils ont « des valeurs ringardes » quand ils le disent.

Ce qui peut donner à penser que le discours sur la précocité des relations sexuelles devrait être nuancé. L'hypersexualisation des jeunes via les médias y est sans doute pour quelque chose.

L'information sur les questions sexuelles

« On est informés en surface. »

Au niveau de l'information sur la sexualité, **les filles** vont la chercher essentiellement auprès des amis, puis des parents. Si elles ont des grands frères ou des grandes sœurs plus âgés et avec qui elles ont une bonne relation, elles leur demandent également des conseils. Elles visitent aussi les sites médicaux et s'informent parfois dans les brochures.

Demander l'information aux professionnels, c'est plus gênant. Cela dépend de l'âge du professionnel. Si ce sont des jeunes c'est plus facile. S'il y avait un stand à un festival avec

distribution de préservatifs, la plupart n'iraient pas poser leurs questions si elles en avaient. Elles n'ont jamais entendu parler à l'école des autres maladies comme « l'hépatite B ». On leur parle essentiellement du SIDA.

« On dit de faire attention, mais on ne dit pas pourquoi, et chaque année on dit la même chose. On sait ce qu'ils vont dire à l'avance et il n'y a jamais quelque chose en plus. Et selon les statistiques, ça semble rare et loin de nous ».

Elles ont l'impression de ne pas vraiment être concernées par les séances d'informations.

Elles souhaiteraient des statistiques, autre chose que juste un mot comme le SIDA, des témoignages, des photos, Elles ont besoin qu'on leur fasse peur.

Pour les garçons, les amis restent la première source d'information concernant la sexualité.

Pour certains, le PMS leur a donné une formation. Pour d'autres, ils vont sur les sites médicaux, qui sont la seconde source d'info avant les parents, mais *« Les sites, ça fout plus les boules qu'autre chose. Sur les sites, on se rend compte que faire la moindre connerie c'est un risque de se chopper quelque chose »*. Ça ne leur donne pas envie de passer à l'acte. *« C'est moins concret aussi les sites »*. Ils préfèrent avoir quelqu'un avec qui parler que simplement des prospectus ou des sites. Par contre, les sites porno sont cités comme source d'information bien plus que chez les filles.

Ils trouvent qu'il manque d'un cours sur la sexualité à l'école alors qu'ils ont un cours de religion, qui selon eux, ne sert à rien. Il serait intéressant d'adapter les cours à cette problématique.

La protection dans les relations sexuelles

« Bah, il faut faire un test »

Quasi la même proportion de jeunes (53%) se protège systématiquement. Par contre, les filles baissent plus vite la garde que les garçons : elles se protègent fréquemment à 19,7% contre 26,8% pour les garçons, rarement à 14,5% contre 7,9% pour les garçons, et jamais à 10,5% contre 9,4% pour les garçons.

Cela dépend du type de relation qu'elles ont avec le garçon. Si c'est une relation à risque et que c'est, par exemple, la première fois, alors elles se protègent. Si c'est une relation qui dure alors les deux font un test et ils ne se protègent plus. Une relation de couple est basée sur la confiance. Elles vont faire le test chez le médecin traitant ou au planning familial. Toutefois, certaines filles pensent que la pilule suffit, surtout lorsque ce sont des relations de longue durée. Celles qui prennent la pilule ne se protègent pas nécessairement davantage. *« Ho merde j'ai pas pensé, y a aussi les M.S.T »*

Pour les garçons, la protection se réfère surtout à la durée d'une relation. S'ils connaissent la fille et qu'ils ont tous les deux fait un test SIDA alors ils ne se protègent plus. Ils n'ont pas peur de demander à une fille de faire le test si la relation devient sérieuse. C'est fréquent chez les jeunes d'aujourd'hui de faire ce test. Quand une relation de confiance est installée entre deux personnes, ils font moins attention de se protéger. *« Certaines filles ont des réputations de salopes »*, avec elles ils ont tendance à faire beaucoup plus attention.

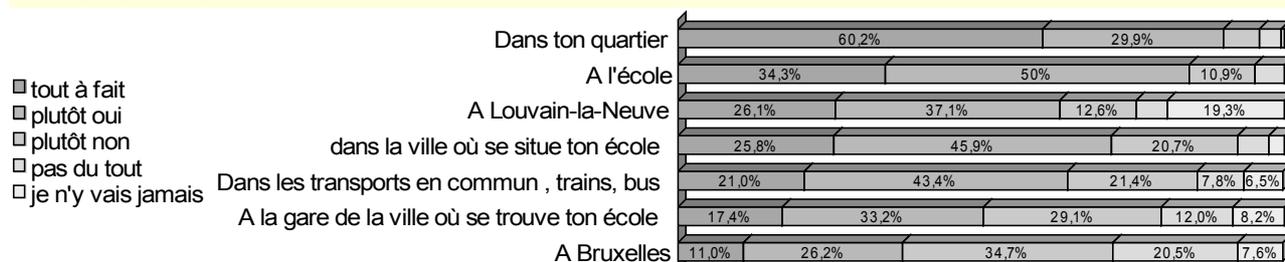
Certains garçons évoquent des skins-party, des blackroom. La drogue circule dans ces soirées. *« Il y a beaucoup de mineures dans les skins-party. Elles ne devraient pas passer mais elles passent. De la façon dont elles s'habillent, on ne pourrait pas croire qu'elles ont 15 ou 16 ans »*. Mais ces soirées ne sont pas généralisées.

Le sentiment de sécurité

Les lieux (in)sécurisants

« Quand on est en groupe, ça va. »

Où te sens-tu en sécurité?



L'enquête étant axée sur les lieux publics, les jeunes ont répondu que le quartier et l'école étaient des lieux sécurisants mais dans leur tête – ils l'ont précisé lors des focus groups - ce qui prédomine, c'est la maison (le lieu où ils vivent le plus souvent). De plus, il semble que ce soit moins le lieu qui est important que la compagnie avec laquelle on est. On se sent en sécurité « N'importe où ... mais avec des amis ... » !

« On se pose rarement la question de savoir si on est en sécurité ou non et où ... il faut un événement pour se poser la question ... et c'est tant mieux aussi non ce serait invivable » !

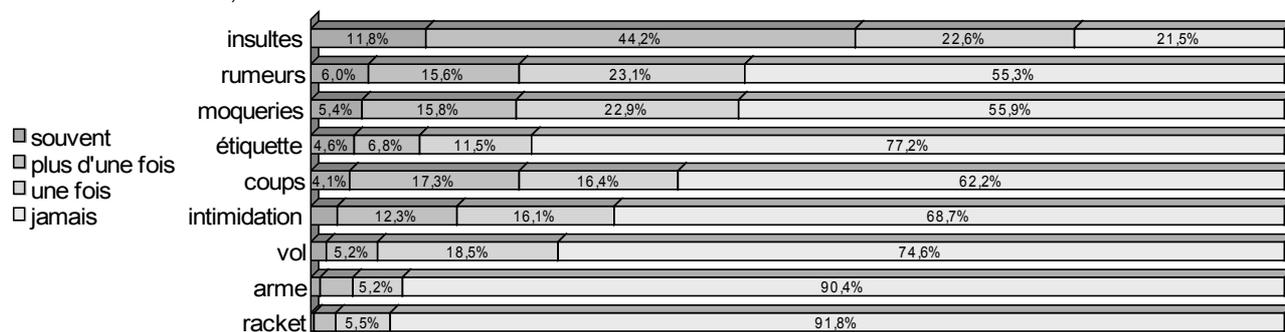
« La police est source d'un sentiment de sécurité ... c'est rassurant de savoir ou de voir qu'ils sont là ... » !

Les situations insécurisantes

« Les rumeurs, c'est incroyable, ça va hyper vite ! »

victime

Dans l'année écoulée, as-tu été victime d'une des situations suivantes?



Les filles sont plus victimes de rumeurs, de moqueries et de vols que les garçons.

Les garçons sont plus victimes de coups, de menace d'objet ou d'arme, de racket et d'intimidation que les filles.

Les deux genres sont à peu près sur pied d'égalité pour les insultes et l'étiquette négative.

Pour ce qui est des insultes et des moqueries, elles sont fréquentes. En effet, les jeunes nous le confirment lors des focus groups. Mais il faut nuancer leurs objectifs et leur portée. Beaucoup de termes seraient utilisés dans le langage courant comme « *connasse ! Oh, la salope !* ». Selon les jeunes, cela peut être dit pour rire, ou pour accentuer les choses : « *pour dire qu'elle a de la chance !* ». « *C'est gentil !* » ; « *Ce sont des expressions !* ». Toute la nuance serait dans la suite du discours que l'on tient avec cette personne. « *Les insultes amicales* » font partie de l'univers des jeunes. Ils disent reconnaître une insulte à l'intonation ou au regard. Certains distinguent rumeurs (qui seraient le fait des plus jeunes) et ragots (qui sont des choses vraies qu'on fait circuler).

Au niveau des étiquettes, les vieux schémas perdurent également. « *Un garçon qui couche avec 1000 filles, c'est un Don Juan ; une fille qui couche avec 1000 mecs, c'est une salope. A partir de ce moment-là, c'est injuste que les filles et les garçons ne soient pas égaux.* »

Les insultes ou moqueries se font en face à face mais aussi par SMS ou Facebook. Mais pour Facebook, on fait plus attention car « *c'est surveillé par la police* ». Les écrits restent et les jeunes sont de plus en plus au fait que Facebook laisse des traces.

Le vol et le racket sont beaucoup moins cités. Il y a confusion entre les deux concepts d'ailleurs.

Certains lieux sont mal famés et on s'en méfie, comme la Galerie des Carmes à Wavre, la gare dans les deux villes, des arrêts de bus, etc. Certains quartiers de Bruxelles et de Louvain-La-Neuve sont à éviter, du moins à certaines heures. Mais « *contre l'insécurité, on ne peut rien faire !* ».

Conclusion

Les avantages collatéraux de la méthode

Avant de conclure en mettant en exergue les différents enseignements de ce travail d'enquête, il nous semble opportun d'explicitier en quoi la technique des Focus Groups nous semble être une méthodologie intéressante afin de favoriser l'expression des jeunes lors d'actions de prévention.

Loin d'être un simple exercice de style, ce point de conclusion sur cette méthode particulière trouve son sens dans l'implication des jeunes rencontrés lors des séances de travail.

Tout d'abord, lors des Focus Groups, il était demandé aux groupes de jeunes de réagir vis-à-vis des résultats d'une enquête à laquelle ils avaient participé au préalable au même titre que plus de 600 jeunes « pairs ». Ce faisant, ces jeunes se retrouvaient simultanément sujets et objets de l'animation.

De par cette double position, les jeunes réagissaient en miroir vis-à-vis de la présentation des résultats chiffrés, ayant le pouvoir de confirmer ou d'infirmer ceux-ci tout en ne se positionnant pas à titre individuel s'ils ne le désiraient pas. Ils se faisaient ainsi les porte-parole de leurs semblables. Ce recul critique tout en étant impliqué a très bien fonctionné, dans le respect de chacun et de tous.

Ensuite, la manière de parcourir les différentes rubriques de l'enquête permettait à chaque partie d'y trouver son compte : les animateurs présentaient simplement les résultats statistiques relatifs à chaque thématique et laissaient l'occasion aux jeunes de s'exprimer sur chacune d'elles, s'ils le souhaitaient, sans s'appesantir sur celles qui ne leur paraissaient pas significatives. Les adultes n'ont ainsi pas induit une hiérarchie entre les thématiques ou entre les questions, tout en trouvant réponses aux questions qu'ils se posaient en temps qu'adultes à la lecture de certains chiffres.

Enfin, contrastant avec les actions de prévention classique au contenu souvent (trop) préparé par l'animateur possédant une idée claire du cheminement par lequel devra passer le groupe au fil de l'animation, la méthode du Focus Group permet de se baser sur un contenu minimal – les résultats de l'enquête quantitative dans ce cas-ci, mais cela pourrait être une simple question orale – pour permettre aux jeunes de parler d'eux et de leurs pairs ainsi que des considérations importantes à leurs yeux. Cette manière de procéder, outre le fait qu'elle permet de reconnaître l'expertise des jeunes sur certaines matières les concernant, a l'avantage de paraître moins scolaire, surtout lorsqu'elle est utilisée avec des publics dits "captifs", ce qui est le cas dans les groupes-classes. Ce qui favorise une certaine spontanéité et une participation non contrainte.

A ce titre, il serait intéressant de réaliser régulièrement un genre de monitoring sociétal sous forme de Focus Groups afin d'actualiser cette image des jeunes.

Des résultats à la fois attendus et surprenants

Concernant les résultats à proprement parler, a priori, nous retrouvons les problématiques habituellement rencontrées. Cependant, nous avons pu constater que le monde a considérablement évolué. Pour reprendre Michel Serre, la révolution des TIC peut être comparée au passage de l'oral à l'écrit ainsi que de l'écrit à l'imprimé.

Cette évolution est marquée par une nouvelle conception de l'apprentissage. Nous sommes dans un apprentissage égalitaire. A l'heure actuelle les parents apprennent tout autant de leurs enfants que vice versa. Par rapport aux nouvelles technologies par exemple, tout le monde les découvre en même temps. Les parents sont donc au même niveau que leurs enfants, voire en deça.

L'utilisation des jeux et d'internet durant les heures creuses nous a surpris. Ce phénomène nous

montre que nous sommes dans une société où l'ennui ne semble plus pensable pour les jeunes. Au sein de la jeunesse actuelle, l'inactivité n'est pas de mise. En conséquence, internet pallie l'inactivité, sans nécessairement remplacer les autres activités. A ce titre, nous avons remarqué que de nombreux jeunes, lorsqu'ils en ont l'occasion, préféreraient faire du sport, aller au cinéma, passer une soirée entre copains que d'être sur la toile. Une activité par défaut a donc remplacé partiellement (mais non totalement) la traditionnelle glande.

Les jeunes d'aujourd'hui sont « la génération internet », mais néanmoins, à maints égards ils sont encore dans la découverte. Ils sont consommateurs mais pas nécessairement consommateurs « avertis ». Par exemple, rare sont les jeunes qui lisent la charte sur Facebook avant de s'y inscrire. D'autant que les parents ne maîtrisent pas nécessairement mieux les dangers d'internet, et ne peuvent de la sorte assumer pleinement leur rôle éducationnel de transmetteurs de savoirs. Pour le psychiatre Serge Tisseron, si les jeunes sont si habiles avec les nouvelles technologies, c'est parce qu'ils y passent beaucoup de temps, du temps qu'ils n'ont pas, contrairement aux adultes, à consacrer aux tâches ménagères. Ils ont ainsi acquis de bonnes performances dans le domaine, mais souvent au prix de nombreuses bêtises qu'ils ont faites entre 10 et 14 ans, ce qui pose la question de la prévention.

De plus, l'accès rapide à la connaissance via les nouvelles technologies ne permet plus d'être dans le non-savoir (toutes les infos sont accessibles), mais paradoxalement il ne permet plus non plus certains apprentissages, comme la mémorisation. Les jeunes et les adultes n'ont plus rien à apprendre, que ce soit un numéro de téléphone ou encore une définition, pouvant aller chercher à tout moment cette information sur internet ou encore dans leur GSM.

Nous avons également remarqué qu'il est important de réinterroger la manière de voir la succession des générations. Cette succession est de plus en plus compacte. Pour les jeunes de 18 ans, leurs petits frères appartiennent déjà à une autre « génération » que la leur. L'apparition des nouvelles technologies et leur évolution rapide amplifie considérablement ce phénomène.

Avec les TIC, la société de l'immédiateté a fait son apparition, nous sommes passés « du jour le jour » à « de la minute à la minute ». Et cela entre autre via les SMS.

Concernant l'alcool, une fois de plus, si nous pouvons déceler une évolution, celle-ci est en lien avec l'évolution sociétale. Les Alcopops et leur goût sucré sont mis en avant sur la scène publicitaire afin d'attirer un maximum de jeunes à consommer de l'alcool. De plus, s'il y a une volonté des jeunes d'atteindre rapidement l'euphorie via une absorption massive d'alcool, celle-ci est volontairement visée. On pourrait donc dire que les dérapages sont mieux gérés qu'il n'y paraît.

Par rapport au cannabis, une certaine forme de banalisation du phénomène fait croire aux jeunes que tout le monde fume, alors que les focus groups nous montrent le contraire. En effet, un grand nombre de jeunes ont déjà testé le produit mais la majorité n'en consomme pas ou très rarement.

Les observations sur les relations sexuelles sont, quant à elles, très contrastées. Les plus âgés ayant l'impression que les plus jeunes passent à l'acte très tôt alors que ces derniers « démentent ». Peut-être ce phénomène est-il en lien avec l'hypersexualisation mise en évidence durant ces dernières années ?

Notons également l'apparition dans les médias de nouveaux phénomènes tels que les skins party, ceux-ci n'étant toutefois pas rencontrés au quotidien par les jeunes interrogés. En outre, par rapport à ce type de soirée, les jeunes de 17-18 ans sont conscients des dérapages possibles.

Par rapport à la pornographie, si nous pouvons constater que les garçons vont plus que les filles sur ce genre de sites, reste à voir l'influence de ces pratiques sur les relations de ces jeunes.

En outre, nous avons pu remarquer lors de la réalisation de ce projet que les relations sexuelles restent un sujet très compliqué à aborder au sein des groupes classes.

Concernant le sentiment d'insécurité, la maison et le quartier restent pour les jeunes un lieu sûr. En fait, la question de la sécurité renvoyait plutôt à la personne en présence de qui ils étaient dans

ces lieux. Le fait d'être avec des amis ou en présence d'un policier pouvait transformer un lieu insécure en un lieu sûr pour les jeunes. La question n'est donc pas "être où", mais être "avec qui" pour se sentir en sécurité.

Par rapport aux moqueries, des mots qui pourraient choquer les adultes sont devenus aujourd'hui anodins pour les jeunes. Ce n'est pas tant le contenu du message que le ton et le contexte dans lequel le mot est utilisé qui importe. Assiste-t-on là à des changements sémantiques de même type que les anglicismes, qui, en d'autres temps, ont hérissé les adultes et qui, aujourd'hui, sont repris dans les dictionnaires?

Enfin, différents paradoxes peuvent être pointés, suite à ce travail. Tout d'abord au sujet de l'alcool, beaucoup d'adultes stigmatisent la consommation des jeunes alors que pour une grande majorité des jeunes, ce sont les parents qui initient à cette substance. Nous constatons également le développement massif de produits à destination des jeunes par des grandes marques d'alcool fort (Bacardi, Martini, ...).

D'autres paradoxes au niveau d'internet et des nouvelles technologies peuvent également être mis en évidence. En effet, il existe une réflexion qui vise à prévenir la surconsommation des ordinateurs alors que dans la majorité des foyers, il y a plus de trois écrans, et que les améliorations technologiques qui poussent à la miniaturisation ne sont pas près de faire changer les choses.

Pour terminer, nous avons pu remarquer au travers des focus groups que chaque jeune doit être pris dans sa singularité. Singularité qui repose essentiellement sur l'histoire personnelle du jeune.



AMO Carrefour J
Rue de Nivelles, 107
1300 Wavre
<http://Carrefourj.be>

AMO Plan J
Rue Ferrer, 24
1480 Tubize
www.planj.be