

# **L'ÉLÈVE DU PRIMAIRE**

Jacques Piette, PH.D.  
professeur,  
Département des lettres et communications  
Université de Sherbrooke

---

## **L'ÉLÈVE DU PRIMAIRE**

### **CARACTÉRISTIQUES MARQUANTES ET DÉCISIVES**

Lorsqu'il entre à l'école, l'élève a déjà une grande expérience de l'univers des médias audiovisuels. Il est notamment très familier avec tout le domaine de la production médiatique pour enfants : films, émissions de télévision, albums de chansons.

Les médias deviennent un milieu de vie qui lui sert à entrer en relation avec ses camarades. Comme il partage avec eux la même passion pour l'environnement culturel que lui proposent les contenus des médias auxquels il s'expose, ces derniers deviennent un riche sujet d'échanges et de partage avec les autres.

Les médias constituent aussi une porte d'entrée importante sur la vie adulte, c'est par eux qu'il est en contact avec la « grande société ». Par leur intermédiaire, il est en rapport toujours plus fréquent avec une vaste gamme de points de vue et d'informations, dont plusieurs se différencient de ce qu'il apprend de ses parents, de l'école ou des adultes qui l'entourent.

Les messages des médias deviennent des sources qui influencent ses attitudes, ses valeurs, ses comportements, ses aspirations et à partir desquelles il développe son rapport avec l'autorité. Les médias lui enseignent subrepticement qu'il y a différentes manières de vivre et de penser le rapport au monde.

L'enfant du primaire est encore très vulnérable aux stratégies que déploie la publicité pour séduire, mais il commence toutefois à saisir les intentions persuasives des messages.

Il s'expose à des contenus audiovisuels de plus en plus variés, où se mélangent différents genres : réalité et fiction, émissions pour enfants et pour adultes, téléromans et séries dramatiques, comédies, émissions qui mettent en scène des enfants plus âgés que lui et des adolescents, émissions de sport, films d'action où la tension est intense et où les manifestations de la violence sont très présentes, émissions traitant des tendances de la consommation et de la mode chez les jeunes, vidéoclips, musique, etc.

Couplées à l'écoute de la télévision et au visionnement de vidéocassettes, la pratique des jeux vidéo et l'utilisation de l'ordinateur développent chez lui une sensibilité aigüe à la culture de l'écran. En regard de bon nombre d'adultes, il devient même un utilisateur expert.

## **PREMIER CYCLE DU PRIMAIRE**

### **LES MÉDIAS COMME DOMAINE GÉNÉRAL DE FORMATION**

L'enfant adore déchiffrer l'univers des signes et des symboles qui l'entourent, dont bon nombre proviennent des médias.

Parce qu'il apprend maintenant à lire et à écrire à l'école, les médias imprimés – et au premier chef les collections de livres pour enfants, mais aussi les magazines et les bandes dessinées – prennent de plus en plus de place dans ses activités d'apprentissage à l'école et dans ses activités de loisir à la maison.

L'enfant de cet âge est encore un très grand consommateur de films et d'émissions de télévision. Ses contenus préférés sont toujours très proches de ceux de la petite enfance, mais il devient progressivement plus sélectif et davantage porté à s'exposer à des contenus qui ne lui sont pas spécialement destinés. Il acquiert de la sorte une foule d'informations de toute nature sur le monde extérieur. Il commence à modeler ses habitudes d'écoute sur celles des « plus vieux ».

Les personnages et les héros des médias nourrissent plus que jamais son imaginaire. Il continue à transposer dans ses jeux, seul ou avec les autres, les situations qu'il a vues dans les médias. Le répertoire des productions médiatiques qui nourrissent son imaginaire s'élargit toujours davantage.

Il commence à fréquenter les salles de cinéma en assistant à des projections de films pour enfants ou pour la famille.

C'est le vrai début de la pratique des jeux vidéo qui vont devenir, tout au long de ses années du primaire, un véritable objet d'engouement, particulièrement chez les garçons.

Il est attiré par les jeux vidéo avec lesquels on peut jouer à l'ordinateur. Son rapport avec « la culture des écrans » s'inscrit résolument à l'enseigne du plaisir et du divertissement. L'école l'amène toutefois à constater que l'ordinateur peut aussi servir à des apprentissages variés : lire, compter, dessiner, etc. à l'aide des logiciels éducatifs auxquels ont recours les enseignants dans l'acquisition des habiletés de base.

L'enfant est maintenant très familier avec les différents genres et formats de contenus que propose la panoplie des médias. Il connaît en outre très bien le monde de la publicité. Celle-ci constitue pour lui une porte d'entrée importante sur l'univers de la consommation. Elle le met en contact avec des univers souvent très différents du milieu familial dans lequel il évolue. Il est exposé à un bombardement incessant d'images séduisantes et provocantes, qui proposent des valeurs contradictoires avec lesquelles il doit apprendre à composer.

Les médias l'initient progressivement à reconnaître les figures emblématiques du monde des arts, de la littérature, de la science, du sport, de la politique. Celles-ci deviennent des images familières de son environnement culturel.

Beaucoup des productions médiatiques sont examinées à l'école, à la lumière d'interventions pédagogiques qui enrichissent son expérience avec les médias. De sources

de divertissement, les médias deviennent dès lors l'occasion d'apprentissage et d'acquisition de connaissances.

### **PREMIER CYCLE DU PRIMAIRE**

#### **CARACTÉRISTIQUES MARQUANTES ET DÉCISIVES**

Les médias assurent un lien de continuité et de discontinuité entre l'univers familial et l'école. L'enfant retrouve, dans son rapport avec ses camarades, des intérêts, des habitudes et des comportements liés aux médias, qui s'apparentent à ce qu'il vit chez lui, mais il est aussi mis en relation avec des perceptions et des attitudes qui ne correspondent pas toujours à celles de son milieu familial.

Son mode de communication avec les médias s'inscrit le plus souvent dans un rapport exclusif ; il partage encore peu son expérience avec les autres. C'est encore dans le jeu avec les pairs que sont réinvesties les situations rencontrées dans les médias.

Sa consommation des médias est désormais assujettie à l'horaire scolaire. Il apprend à aménager son temps de loisir consacré aux médias en tenant compte des exigences de l'école, et il vit quelquefois difficilement les contraintes que les adultes lui imposent dans sa consommation.

L'enfant réalise peu à peu que les rapports des adultes avec les médias sont liés à la défense et à la promotion de valeurs qui orientent en outre fortement l'organisation de toute la vie familiale. Il prend conscience de l'existence d'habitudes et de règles familiales liées à l'utilisation des médias à la maison comme à l'école. Il voit quelquefois les adultes opposer consommation des médias et travail scolaire : les deux lui sont parfois même présentés comme antinomiques.

Il constate que l'environnement technologique médiatique (consoles vidéo, cinéma maison, abonnement au service de la câblodistribution et au serveur Internet, etc.) n'est pas le même d'une famille à l'autre, et que des considérations économiques interviennent dans l'accès aux médias.

Il exerce de plus en plus de pressions sur ses parents pour se procurer les objets à la mode, les choses à voir, à faire, à entendre, à collectionner, qui proviennent très souvent de l'industrie médiatique pour qui les enfants constituent un public cible privilégié.

À l'école, l'enfant apprend à dépasser le simple rapport de divertissement avec les contenus médiatiques. Par le biais de travaux scolaires qui utilisent les productions médiatiques comme supports à l'enseignement, il est convié, dans le cadre de ses apprentissages, à analyser les messages et à s'interroger sur leur sens et les conditions de leur production, particulièrement sur ce qui touche au domaine de l'imprimé. Sa réception des contenus médiatiques fait maintenant l'objet d'évaluation. Il est amené à confronter ses perceptions et ses interprétations des messages avec celles de ses camarades.

## DEUXIÈME CYCLE DU PRIMAIRE

### LES MÉDIAS COMME DOMAINE GÉNÉRAL DE FORMATION

L'intérêt pour les jeux vidéo (que l'on pratique sur une console branchée au téléviseur ou directement sur l'ordinateur) va toujours grandissant, particulièrement chez les garçons, au point d'en arriver souvent à supplanter l'écoute de la télévision et même à occuper, chez plusieurs, la plus grande partie de leur temps de loisir.

En matière de préférence télévisuelle et cinématographique, l'enfant de cet âge est de plus en plus attiré par des contenus qui s'adressent à un public plus âgé. Il demeure encore toutefois un spectateur assidu des émissions jeunesse, dont l'écoute ponctue de manière rituelle l'organisation de son temps libre à la maison. Son quotidien se découpe en segments médias : avant et après l'école, durant certaines heures précises en soirée les jours de semaine, écoute intensive les matins du samedi et du dimanche, lorsque la maison lui appartient, quand les parents sont encore au lit.

Le jeune s'identifie beaucoup à cette programmation jeunesse qui va l'accompagner tout au long de ces années d'école. Il s'attache aux personnages dont il suit avec un grand intérêt les péripéties et qui nourrissent son goût pour l'aventure. Il est heureux et fier d'appartenir à la « tribu » inconditionnelle des *fans* qui se retrouvent à heure fixe aux rendez-vous auxquels les convient les héros des séries populaires et les personnages des dessins animés.

Le jeune aime être surpris et étonné. Il se lasse des contenus trop lents. Le dessin animé obtient toujours sa ferveur.

Collectionner des objets de toutes sortes – en grande partie directement liés à l'industrie du jouet et des médias – devient une de ses activités préférées, ce qui l'amène par ailleurs à réaliser qu'il y a des coûts liés à la consommation médiatique et à subir les contraintes qu'exercent les ressources financières familiales sur ses désirs.

Il devient très sensible aux effets de mode au chapitre de ses rapports avec les médias. Le jeune de cet âge ne cherche pas encore à se démarquer, il aime ce que tous les autres enfants de son âge aiment, comme il écoute et regarde ce que tous écoutent et regardent autour de lui.

C'est maintenant lui qui choisit les films sur cassettes que ses parents louent à son intention au club vidéo.

Il est maintenant de plus en plus curieux de ce qu'écoutent les « plus vieux ». Il fait des incursions dans ces nouveaux territoires, mais il reprend rapidement ses habitudes « confortables ».

Les goûts et les habitudes de consommation entre garçons et filles sont de plus en plus distincts : le clivage entre les sexes s'instaure pour de bon.

Chez les garçons, l'attrait va pour les bandes dessinées, les jeux vidéo, la lecture de magazines et les pages *Web* spécialisées (jeux vidéo, sport, humour, etc.). Ils ont une forte préférence pour les contenus médiatiques « qui bougent et qui brassent » (action, violence, effets spéciaux, etc.). La pratique des jeux vidéo exacerbe le sens de la compétitivité avec les autres ; il faut être le meilleur, le plus rapide, l'expert qui connaît tous les trucs.

Chez les filles, l'attraction va davantage pour les objets à collectionner, les livres de fiction, les magazines d'intérêt plus général, le bavardage en ligne sur Internet (*chat*), les émissions télévisées de fiction axées sur les relations humaines : téléromans, miniséries, etc. On joue, on imagine, on fait semblant, on s'invente, seules ou entre amies, de grandes sagas et des histoires qui puisent à même le registre des personnages, à partir des matériaux que fournissent émissions de télévision, films, lectures. L'appropriation de l'univers des médias illustre, chez elles, l'importance qu'elles accordent à la communication, aux relations et aux liens affectifs entre les gens.

Dans le cas de l'intérêt porté aux jeux vidéo, les différences entre les filles et les garçons deviennent très marquées : les garçons jouent plus, et plus longtemps, et ils préfèrent les contenus d'actions et de violence. Rarement pour les filles, les jeux vidéo en arrivent à occuper une place aussi importante que chez les garçons. Si elles jouent, c'est moins longtemps et ce n'est pas souvent leur premier choix d'activités.

Le jeune commence à faire des incursions du côté de l'écoute de la musique populaire (cassettes, CD). À ce chapitre, l'influence des plus vieux et des frères et sœurs est déterminante.

## **DEUXIEME CYCLE DU PRIMAIRE**

### **CARACTÉRISTIQUES MARQUANTES ET DÉCISIVES**

Les médias deviennent une occasion de sociabilité importante pour l'enfant. Il passe désormais beaucoup de temps avec les autres dans des activités où les médias jouent un rôle important et où les productions médiatiques deviennent des occasions d'interactions et d'échanges : on va chez des amis pour jouer à des jeux vidéo, pour regarder des films, on entremêle les activités de jeux avec l'écoute de la télévision et le visionnement de vidéocassettes.

Le développement de ses goûts, de ses préférences, de ses habitudes médiatiques contribue au développement de son image sociale. Les camarades exercent une certaine influence sur ses choix et ses habitudes en matière de fréquentation médiatique.

Les réunions d'enfants pour les célébrations, par exemple, des anniversaires – l'anniversaire est un moment fort de cet âge – s'organisent souvent autour d'activités médias et préfigurent déjà les activités de l'adolescence.

Les tensions entre parents et enfants autour de la consommation des médias commencent à apparaître : écoute de la télévision que l'enfant ne veut pas interrompre à l'heure des repas, pratique de jeux vidéo trop envahissante, musique trop forte, négociations interminables en vue de reporter l'heure d'aller au lit afin de prolonger l'écoute de la

télévision, etc. Des conflits surgissent aussi, quotidiennement, entre frères et sœurs sur le contrôle des médias et le choix des contenus.

C'est la période des grandes découvertes médiatiques. Le jeune s'ouvre progressivement à tous les types de contenus, il est curieux, il gagne en assurance.

Il développe un intérêt marqué pour les objets à collectionner. Une multitude de dérivés de produits médiatiques (figurines, cartes à jouer, collants, etc.) deviennent des occasions d'échanges, de partages et de sociabilité avec ses camarades.

La consommation des médias devient une activité qu'il pratique de plus en plus avec les pairs et, dès lors, une source importante d'apprentissage sur le fonctionnement en groupe.

L'enfant associe la consommation des médias à des moments de plaisirs. L'école utilise d'ailleurs souvent la consommation des médias en classe comme une récompense (visionnement de films de fiction, utilisation de l'ordinateur, moments de lecture libre, etc.).

Si le jeu avec les camarades occupe encore une place prépondérante dans ses activités de loisir, la fréquentation des médias joue aussi un rôle de premier plan dans l'organisation de son temps libre.

L'enfant constate que, pour les adultes, les médias ne jouissent pas tous du même statut. L'école et les parents privilégient souvent l'imprimé parce que cela favorise davantage l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. L'écoute de certaines émissions de télévision est encouragée, tandis que l'on cherche à limiter son exposition à certains contenus : violence, horreur, drames, érotisme, etc. La pratique des jeux vidéo, surtout lorsqu'elle est intensive et prolongée, est souvent condamnée, voire proscrite, par de nombreux parents, qui jugent cette activité frivole, inutile et même compromettante pour l'équilibre et le bon développement de leur enfant.

### **TROISIÈME CYCLE DU PRIMAIRE**

#### **LES MÉDIAS COMME DOMAINE GÉNÉRAL DE FORMATION**

La fin du primaire laisse entrevoir chez l'enfant le passage à l'adolescence, qui va marquer une rupture radicale avec les habitudes de consommation qu'il avait développées et auxquelles il était jusqu'alors très attaché.

Son approche de la musique commence à se transformer : l'écoute de la musique, non plus celle des chansons pour enfants, mais celle diffusée sur les ondes des stations de radios commerciales, prend une place de plus en plus importante. Les vidéoclips et les émissions de variétés suscitent de plus en plus son intérêt. L'écoute des albums des artistes populaires de l'heure le fait entrer dans la culture de l'adolescence. Tout cela se fait dans un va-et-vient constant entre la fréquentation confortable des « anciens territoires » familiers dans lesquels il évolue avec aisance depuis des années et les « nouveaux territoires » que lui indiquent les « plus vieux » et qu'il commence lui-même à explorer.

Il est de plus en plus attiré par les médias qui favorisent la communication, la participation active et l'interaction : le bavardage (*chat*) sur Internet, le courrier électronique, les livres « dont vous êtes le héros », la télécommande, le téléphone, etc.

Ses habitudes de lecture se modifient. Il s'intéresse davantage aux magazines spécialisés (scientifiques, sportifs, culturels, etc.). Il quitte les collections jeunesse auxquelles il s'était confiné jusqu'à présent et aborde la lecture d'ouvrages plus diversifiés. D'autres genres l'intéressent désormais, et il tente des incursions dans des romans pour les plus vieux.

Les murs de sa chambre se tapissent de photos d'artistes, de comédiens, d'athlètes, de héros, qui proviennent en très grande partie de l'univers des médias et qui témoignent de ses goûts et de ses aspirations personnelles. Il exprime ainsi sa différence avec la génération de ses parents. Il ne s'agit pas encore de l'opposition « rebelle » qui va souvent caractériser l'adolescence, mais déjà les lieux des jeunes deviennent symboliquement des endroits « interdits aux adultes ».

Il connaît bien la publicité sous toutes ses formes. Il la critique et s'en moque de plus en plus ouvertement, surtout lorsqu'elle est caricaturale et quand elle propose des modèles et des valeurs qu'il ne partage pas. Il supporte de moins en moins le matraquage répétitif des annonces diffusées à la télévision. Pour s'y soustraire, il recourt plus souvent au *zapping*.

L'enfant de cet âge ne s'intéresse toujours pas beaucoup aux émissions d'information, qui appartiennent résolument encore pour lui au monde des adultes ; les nouvelles sont toujours des mauvaises nouvelles et elles le « dépriment ».

Il a maintenant fréquemment recours aux médias comme sources d'informations utilitaires : pour consulter la météo, pour s'informer sur les spectacles, les films à l'affiche, les résultats sportifs, etc.

Le jeune est maintenant un expert des jeux vidéo, surtout les garçons, qui vont souvent préférer passer des heures devant l'écran plutôt que de s'adonner à d'autres activités. Il connaît à fond tous les produits, et il est à l'affût des nouveautés. Il se renseigne sur les manières d'améliorer ses performances en se rendant sur les sites *Web* consacrés aux jeux, ou en consultant les magazines spécialisés qui lui indiquent les trucs et les raccourcis pour accumuler davantage de points et terminer plus rapidement ses parties.

Le jeu vidéo est très souvent une activité solitaire, mais il est aussi une occasion d'interaction et d'échange entre frères et sœurs, entre amis et même avec les parents, surtout les pères.

En matière de télévision, ses habitudes d'écoute sont maintenant bien ancrées. Elles se partagent entre l'écoute d'émissions jeunesse et d'émissions grand public. Il aime particulièrement les comédies et les émissions humoristiques à la télévision ou à la radio. Bien qu'il continue encore d'écouter assidûment les émissions jeunesse présentées à la télévision, il regarde de plus en plus la programmation destinée aux adultes. Il tourne résolument le dos aux productions destinées au public préscolaire (sauf aux dessins animés) qu'il considère désormais comme trop « bébés ».

C'est l'âge où l'on devient un *fan*, où l'on désire s'associer à ceux qui partagent la même passion pour certains artistes et vedettes de la musique, de la télévision et du cinéma, particulièrement dans le cas des filles. On achète les magazines qui parlent du *show-business*. Sur Internet, on visite les sites Web des groupes rock, des dernières productions cinématographiques, des émissions de télévision populaires. On va voter pour le choix du meilleur clip sur le site de la station de télévision consacrée à la diffusion des vidéoclips. Pour les garçons, c'est encore dans l'univers du sport professionnel que s'exprime cette tendance à joindre les *fan clubs*.

En matière de lecture de livres, le jeune est encore très attaché aux collections et aux séries qu'il découvre et explore depuis son entrée à l'école. Il se passionne pour certains personnages dont il suit les aventures dans des séries. Il connaît bien les collections jeunesse des principales maisons d'édition qui se consacrent à la littérature pour enfants. Certains auteurs sont de véritables vedettes dont les jeunes attendent avec impatience et fébrilité les prochaines publications. Très attaché à cet univers familier, le jeune lecteur éprouve de la difficulté à se lancer à la découverte de nouveaux territoires, il revient sans cesse dans les traces de ce qu'il a connu.

Il découvre et explore Internet en visitant des sites souvent liés aux médias plus « traditionnels ». Il se rend sur les pages qui parlent des séries télévisées qu'il aime, en vue d'obtenir de l'information sur les vedettes et les prochains épisodes. Il visite les sites de lancement des derniers films populaires, etc. À cet âge, on s'échange des adresses, on se fait part des sites que tout le monde se doit de visiter : les sites à la mode, ceux dont tout le monde parle.

Internet sert aussi maintenant à réaliser des recherches documentaires dans le cadre de ses travaux scolaires. Le jeune explore également la communication à distance : *chat*, courrier électronique avec des parents ou des amis éloignés. Mais Internet, c'est encore et surtout un divertissement qui se situe dans un rapport de complémentarité avec ses autres habitudes médiatiques.

### **TROISIÈME CYCLE DU PRIMAIRE**

#### **CARACTÉRISTIQUES MARQUANTES ET DÉCISIVES**

Dans son rapport avec les médias, l'enfant gagne en autonomie. Il a développé des habitudes de fréquentation qui sont maintenant bien ancrées et il accepte de plus en plus mal que ses parents cherchent à contrôler, comme par le passé, ce qu'il voit et écoute à la télévision, sur vidéocassettes ou sur Internet. Il reconnaît toutefois que l'exposition à certains types de contenus particuliers peut faire l'objet d'interdiction, tels que les films pour adultes, les sites Internet racistes, etc. Les parents reconnaissent d'ailleurs à leur enfant une plus grande liberté, et le contrôle devient de moins en moins effectif.

Les médias deviennent progressivement des territoires de reconnaissance et de partage dans la création de centres d'intérêt entre les jeunes de cet âge. C'est l'époque où l'enfant commence à se reconnaître et à adopter les différents modèles de personnalité que projettent les gens des médias. Il imite les styles, les *look*, les manières de parler, de se vêtir des vedettes du petit et du grand écran.

C'est l'époque de la recherche du « grand frisson » et des émotions fortes : films d'horreur et d'épouvante, films d'aventures et d'action qui font un emploi intensif d'effets spéciaux spectaculaires, sports extrêmes, etc. Les médias permettent au jeune de vivre par procuration des expériences émotionnelles intenses, qui lui font découvrir ses limites et l'aident à connaître et à maîtriser ses peurs et ses appréhensions. Le partage avec d'autres de ces moments forts est recherché.

À l'école, des groupes se créent, des leaders émergent et s'imposent, qui ont une influence importante sur ce qu'il faut regarder à la télévision, louer au club vidéo, entendre à la radio et visiter sur Internet. Le phénomène d'exclusion devient souvent très fort. Un certain ostracisme se répand, et quelques enfants sont écartés des activités et interactions communes aux groupes qui se constituent. Les préférences et les attitudes à l'égard des médias et de leurs contenus deviennent des vecteurs de rapprochement ou d'exclusion : on se tient avec ceux qui partagent les mêmes goûts pour la musique, pour les émissions de télévision, pour les films. L'appartenance à un groupe implique de s'intéresser aux mêmes aspects de la culture médiatique.

Les contenus des médias ne sont plus, comme avant, un matériel imaginaire que le jeune transforme et canalise sous forme de jeux entre amis. Maintenant, quand l parle avec ses copains d'une émission de télévision populaire ou d'un film à succès qu'il a particulièrement apprécié, c'est pour revivre, mais cette fois dans le partage avec les autres, les moments forts qui l'ont impressionné et séduit. On se raconte les scènes amusantes, les dialogues succulents. On reconstruit les éléments d'une cascade particulièrement réussie, on remonte la trame d'un dénouement dramatique imprévisible. On fait grand état de l'emploi efficace des effets spéciaux. On se rappelle les passages drôles, on imite les comédiens, leurs accents, leurs expressions et leurs tics bien particuliers. Le plaisir est tout entier dans cet exercice de mémorisation commune. Il s'agit d'un nouveau jeu fondé cette fois sur le partage des impressions et des émotions communes que les messages des médias provoquent chez soi. À cet âge, l'enfant ne cherche pas à développer et à exprimer un point de vue différent. Ce qu'il aime et recherche, c'est le partage d'un plaisir commun.