



Comment les jeunes comprennent-ils la télévision ?

Par Judith Gaudet, Ph.D.

Vous évaluez ou développez des projets de séries jeunesse ? Vous voulez qu'ils plaisent et soient évocateurs pour le jeune public ? Voici des résultats de recherche récents pouvant vous être utiles ! Ce texte se veut un aide-mémoire et un survol des principales caractéristiques des jeunes et de leur rapport au petit écran selon leur groupe d'âge : les 3-5 ans, les 6-8 ans, les 9-12 ans et les 13-17 ans.

Bien qu'il existe des différences importantes entre les groupes d'âge en termes de capacités cognitives, sociales et affectives, il ne faudrait perdre de vue qu'il existe aussi des différences importantes entre les jeunes du même âge, que ce soit en termes de capacités ou d'intérêts (voir Lebel, 2006). Les recherches scientifiques menées en psychologie développementale visent à faire état de ce qu'on retrouve « en moyenne » chez un groupe d'âge donné par rapport à un autre, mais cela ne signifie pas pour autant que tous les enfants du groupe d'âge présentent les caractéristiques types avec la même intensité.

Les 3-5 ans évoluent dans un monde où l'imaginaire et le ludique occupent une place importante. Ils s'intéressent à comment les choses sont faites ou fonctionnent (Caron-Bouchard & Renaud, 2001). Ils se placent au centre du monde (Shaffer et coll. 2005). Les enfants d'âge préscolaire préfèrent les émissions éducatives spécialement conçues pour eux à celles qui ciblent les plus vieux (Kirkorian et coll. 2008).



Ce qu'ils comprennent :

- Il est difficile pour eux de considérer plusieurs éléments en même temps pour comprendre une histoire (surtout vers 3 - 4 ans) donc :
 - Il semble important de proposer des structures d'émission simples avec un nombre limité d'histoires secondaires.
 - Il semble pertinent de présenter des histoires claires et sans équivoque dans la résolution. Par exemple, les enfants d'âge préscolaire éprouvent de la difficulté à intégrer le message prosocial suivant une scène de conflits. Leur mémoire aura plus fortement intégré l'histoire du conflits, car cela est souvent plus impressionnant sur le plan sensoriel. Les scènes illustrant de la coopération ou de l'altruisme sans conflits sont plus efficaces sur le plan éducatif, toutefois elles sont moins fortes sur le plan dramatique...(Woodard & Mares, 2005).
- Ils ont tendance à croire que ce qui se passe dans une fiction télé représente la réalité.
- Entre 3 et 7 ans, ils sont davantage apeurés par des histoires impliquant des accidents et des désastres naturels que par des crimes et de la violence. (Wilson et coll. 2008).
- Bien que les tout-petits apprécient l'humour physique (voir un personnage tomber ou se cogner la tête) et absurde (voir un poisson marcher), dans certains contextes, le recours à l'humour peut nuire à leur compréhension des réactions émotionnelles des personnages ou au sens de l'histoire (tout particulièrement dans le cas d'un scénario dramatique) (Martin, 2007 ; Mc Ghee, 2002 ; Wilson et coll. 2008).

Ce qui suscite leur attention :

- Ils peuvent être facilement distraits par les effets visuels et sonores. Si on veut véhiculer un message important, il semble pertinent de les utiliser avec parcimonie. (Caron-Bouchard & Renaud, 2001).
- Ils ont tendance à focaliser leur attention sur l'apparence des personnages ou des choses pour décoder des messages. Ex : si le personnage est beau et coloré, il est jugé gentil (Strasburger et coll. 2009).
- Leur attention est plus importante si la voix narrative est celle d'un enfant (et non d'un adulte, tout particulièrement un homme).

- Ils attribuent une vie aux objets (pensée animiste), donc ils aiment bien qu'on représente des objets de son quotidien d'une manière animée.
- Ils mémorisent davantage ou ils sont plus affectés par les contextes dramatiques et les actions concrètes que les états émotifs des personnages.
- Ils aiment l'humour physique (voir quelqu'un tomber ou se cogner la tête) et lorsqu'on leur propose une utilisation inhabituelle des objets ou des concepts (utiliser une cuillère en bois comme baguette de tambour, ou montrer un chien qui miaule) (Martin, 2007; Mc Ghee, 2002).

Ce dont ils sont capables :

- Ils sont en mesure d'identifier les émotions de base chez les personnages : joie, peine, colère et peur, sans toutefois ressentir de l'empathie (Wilson et coll. 2008).
- Ils sont capables de mémoriser 4 à 5 données, lettres ou chiffres, (chez les adultes ce nombre s'élève à sept).
- Vers 5 ans, ils commencent à comprendre qu'une publicité ne fait pas partie de l'émission (Kirkorian et coll. 2008).

Les 6-8 ans : il s'agit d'une période durant laquelle les enfants sont concentrés sur le développement de leurs habiletés sociales et académiques, de « nouveaux » domaines de réalisation personnelle qui contribueront à leur estime personnel (Shaffer et coll. 2005). Ils recherchent l'approbation des adultes. Ils aiment les aventures, les énigmes et les lieux mystérieux. Ils sont à cheval entre le monde imaginaire et le réel.



Ce qu'ils comprennent et ce dont ils sont capables :

- Vers 7 ou 8 ans les enfants comprennent la nature persuasive de la publicité (Kirkorian et coll. 2008).
- Ils sont maintenant capables de ressentir de l'empathie face à un personnage, élément qui contribue à l'identification à celui-ci. L'empathie est accentuée en présence d'un personnage du même sexe et lorsque le média est perçu comme réaliste et crédible (forme et contenu) (Wilson et coll. 2009).
- Ils font davantage la distinction entre la fiction et le réel (début vers 5 ans), ce qui ne les empêche pas toutefois d'avoir peur d'un personnage animé jugé « méchant ».
- Ils présentent une capacité grandissante à faire le tri entre les stimuli et à se concentrer sur les plus importants pour bien décoder l'histoire (à titre d'exemple, la tristesse d'un personnage sera comprise tant par le non-verbal que par le dialogue). Il est important

d'intégrer le contenu éducatif à la trame narrative, autrement l'attention de l'enfant est séparée et le message éducatif est alors moins efficace (Kirkorian et al. 2008; Strasburger et coll. 2008).

- L'effet positif des émissions visant à promouvoir des comportements prosociaux atteint son zénith à l'âge de 7 ans et décroît tranquillement par la suite (Mares & Woodard, 2005).
- Bien que de tabler sur les incongruités représente un ressort comique efficace pour les jeunes de 3 à 12 ans, c'est vers 8 ans qu'ils seront plus à même d'apprécier des incongruités subtilement intégrées dans un scénario (ex : dans un dessin animé, ils trouveront amusant de voir des traces de pas d'humain laissés sur le sol par un cheval). Ils comprennent que l'intention est de faire rire et de surprendre, alors que les plus jeunes diront tout simplement « ça ne se peut pas ! » et ne verront pas l'intention comique derrière, car elle n'est pas assez évidente ou appuyée (Martin, 2007 ; Mc Ghee, 2002).

Les 9-12 ans : ils aiment comprendre le processus de croissance et de développement des choses moins que les choses elles-mêmes. C'est l'âge des pourquoi et des comment (Caron-Bouchard & Renaud, 2001). Le groupe d'amis prend plus d'importance et ils ne veulent pas qu'on les traite en « bébé ». C'est le début de la pensée critique, parallèle au processus d'intégration des normes sociales, de ce qui est « bien ou mal » (Shaffer et coll. 2005).

4

Ce qu'ils comprennent et ce qu'ils apprécient à la télévision

- Ils présentent une capacité grandissante à faire des inférences, sans qu'on ait tout à leur expliquer dans la trame narrative. Ils comprennent le « non-dit », les motivations secrètes des personnages (en s'appuyant sur l'observation de leurs comportements manifestes) (voir Strasburger et coll. 2009).
- À cet âge, le réalisme d'une fiction est souvent jugé selon la possibilité que cela se produise dans la « vraie vie ». Ils sont d'ailleurs très apeurés par des histoires qui ressemblent à la réalité ou qui pourraient se produire en réalité (scènes d'agression ou de douleur physique par exemple). (Strasburger et coll. 2009; Wilson et coll. 2008).
- Ils apprécient tout particulièrement l'humour qui vise à imiter et à se moquer des autres (imiter un prof ou un camarade de classe) et ils se montrent de plus en plus intéressés par un humour visuel et subtil en raison de leur capacité d'inférence plus grande. Ainsi, ils pourront trouver très amusant de voir une bicyclette avec deux guidons (un en avant et un en arrière), car ils sont capables d'imager ce que cela pourrait faire de pédaler avec ce moyen de transport étrange : on peut tomber, faire du sur place etc...) (Martin, 2007; Mc Ghee, 2002).
- Les émissions dramatiques sont plus efficaces sur le plan éducatif que des émissions informatives qui visent à aborder des sujets académiques (sciences, littérature).

Plusieurs hypothèses sont évoquées pour expliquer le phénomène, dont le fait que les fictions sont plus attrayantes ou plus près du vécu affectif des jeunes (voir Strasburger et coll. 2009; Wilson et coll, 2008).

- Ils sont à cet âge tout autant intéressés par des fictions jeunesse que par des fictions adultes (Pecora et coll, 2007; Strasburger et coll. 2009).

Les 13-17 ans : il s'agit d'une période intense sur le plan émotif et social. Les jeunes se distancient de leurs parents, investissent davantage les amis, qui deviennent un peu leur seconde famille (Claes, 2003 ; Shaffer et coll. 2005). Ils se sentent souvent invulnérables (pensée magique). En outre, ils se montrent de plus en plus critiques face au monde qui les entoure et, même s'ils cherchent à se distinguer, à trouver leur identité, ils éprouvent un grand besoin d'appartenir à un groupe qui leur ressemble. Ils sont plutôt égocentriques et très concentrés sur leur image et leurs loisirs (en lien avec leur quête d'identité). Les relations amicales, amoureuses et sexuelles figurent parmi leurs principales préoccupations.



Ce qu'ils comprennent et ce qu'ils apprécient à la télévision :

- ils présentent une plus grande capacité de pensée abstraite (se fient de moins en moins par exemple au comportement manifeste des personnages pour prédire le déroulement d'une histoire) (Strasburger et coll. 2009).
- Ils présentent une grande capacité d'analyse critique de la logique d'une histoire. Ils sont donc davantage en mesure de prédire son dénouement.
- Ils jugent le réalisme d'une fiction selon la probabilité que cela se produise dans la réalité (par exemple, les ados n'auront pas autant peur d'un psychopathe dans une fiction que les préados, car ils savent que cela est très rare dans la société).
- Ils sont en mesure de décoder le sens du message (qui le finance et l'objectif poursuivi).
- Ils apprécient l'ironie, l'humour absurde et les histoires qui font écho à leur esprit critique et à leur préoccupations relationnelles (amicales et amoureuses).
- Ils sont généralement capables de faire le tri entre le bien et le mal, ils sont donc en mesure de faire un usage plus éclairé du divertissement télévisuel qu'on leur propose. Les fictions leur permettent à la fois de s'identifier à des idéaux, mais aussi de se permettre virtuellement à l'occasion de « mal agir sans se faire punir », par procuration, par l'entremise de personnages aux pratiques qu'ils savent déviantes ou moins socialement acceptables. Cela ne signifie par pour autant qu'ils les imiteront aveuglément. (voir Lloyd, 2002).
- Vers 16-17 ans, la maturation du lobe frontal fait en sorte qu'il y a moins de comportements à risques chez les jeunes. Ils présentent une plus grande aptitude à

contrôler leurs réactions émotives suscitées par un médium (internet, télé) (Strasburger et coll. 2009).

Références

Caron-Bouchard, M., Renaud, L. (2001). Deuxième édition. *Pour mieux réussir vos communications médiatiques promotion de la santé*. Régie régionale de la santé et des services sociaux/ Institut National de Santé public. pp. 38-49.

Claes, M. (2003). *L'univers social des adolescents*. Presses de l'Université de Montréal.

Kirkorian, H.L , Wartella, E.A, & Anderson, D.R. (2008). Media and Young Children Learning. *The Future of Children*, vol 18 , no 1, pp. 39-62. (texte disponible au www.futureofchildren.org).

Lebel, E (2006). *La télé pour apprendre et pour l'humour*. *Vie pédagogique*, no 140, pp. 1-3). (texte disponible au www.mels.gouv.qc.ca/backups/vie_wwwroot/numeros/140/vp140_TeleApprendreHumour.pdf

Lloyd, B.T. (2002). A Conceptual Framework for Examining Adolescent Identity, Media Influence, and Social Development. *Review of General Psychology*, 6, no1, pp. 73-91.

Mares, M.L. & Woodard, E. (2005). Positive effects of television on children's social interactions: A meta-analysis. *Media Psychology*, 7 (3), pp. 301-322.

Martin, P. (2007). *The developmental psychology of Humor*. In *The psychology of Humor. An Integrative Approach*. Burlington, MA : Elsevier Academic Press., pp. 229-266.

Mc Ghee, P. (2002) *Understanding and Promoting the Development of Children's Humor: Stumble bees and Pelephones*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt.

Pecora, N., Murray, P., & Wartella, E (2007). *Children and Television. Fifty years of Research*. Mahwah N.J : Lawrence Erlbaum Associates.

Shaffer et al., (2005). *Developmental psychology : Childhood and Adolescence*. Ontario:Thompson New Learning.

Strasburger, V.C., Wilson, B.J., & Jordan, A. B. (2009). *Children, Adolescents and the media*. (Second edition). Thousand Oaks : Sage publication. pp. 1-35.

Wilson, B. (2008). Media and children's fear, aggression and altruism. *The Future of Children*, vol 18 , no 1, pp. 87-118. (texte disponible au www.futureofchildren.org).

Plus d'informations sur le blogue <http://blogsgrms.com/cestmalade> !