

LES MEDIAS, LES JEUNES GRECS ET L'EDUCATION

SOFIA ASLANIDOU

Resumé – *Il est vrai que les médias ont plus d'imagination, qu'ils sont capables de projections dans l'avenir à travers des scénarios qui captivent les jeunes. Ils peuvent présenter les dernières découvertes alors que sur plan les programmes et les manuels scolaires sont d'une indigence étonnante. L'école devrait contribuer à une meilleure compréhension de l'information médiatique. Educateurs, pédagogues, maîtres, discutent pour une reconsidération de l'action pédagogique, en intégrant les médias. Changer la pédagogie instaure une nouvelle relation de l'élève au savoir avec une nouvelle médiation. Cette recherche examine le rapport qu'ont les jeunes grecs avec les médias en Grèce ainsi que leurs pratiques quotidiennes. En connaissant leur rapport avec les médias on peut envisager une pédagogie qui utilise les médias à l'école.*

Introduction

Nous avons élaboré cette recherche dans le cadre d'une recherche au doctorat qui examinait le rapport jeune, information et éducation. Les médias sont présentes tous les jours dans la pensée des jeunes, dans leurs perceptions, dans leurs vies et dans leurs comportements. Les ignorer signifie fermer les yeux devant une réalité permanente. Les médias donnent aux jeunes une quantité d'informations d'une manière mosaïque et plutôt anarchique. Le rôle de l'école est justement de repérer toutes ces informations et de les intégrer dans l'enseignement d'une manière plus systématique. Aujourd'hui, le rôle du maître n'est pas tant d'informer ses élèves, que leur permettre de se repérer dans la masse des informations, que leur fournit l'école et la vie, d'intégrer ces informations et de les transformer en connaissances.

Educateurs, pédagogues, didacticiens, maîtres discutent pour une reconsidération de l'action pédagogique, en intégrant les médias. Changer la pédagogie instaure une nouvelle relation de l'élève au savoir, avec une nouvelle médiation d'ordre technologique qui véhicule des contenus nouveaux jamais rencontrés dans les manuels scolaires habituels.

Une telle pédagogie est une pédagogie de séduction pour toute la communauté éducative. Elle séduit les enseignants parce que:

- elle ouvre des perspectives d'enseignement vers un monde jamais enseigné
- elle donne la possibilité d'utiliser des moyens qui permettent un rapprochement de trois environnements culturels, celui de l'école, celui de la famille et celui des médias

- elle formule une nouvelle problématique quant au contenu des matières enseignées.

Elle séduit les enseignés aussi parce que à travers une telle pédagogie :

- ils peuvent chercher, analyser, critiquer, composer, décomposer des connaissances transmises par une autre voie que l'école et ainsi comprendre que le comment d'un tel processus constitue l'objectif majeur de l'école
- ils peuvent comprendre qu'une école idéale est celle qui développe les capacités qui rendent apte l'élève à assimiler, à intégrer, appréhender et intérioriser les informations imposées par leur univers culturel
- ils peuvent rêver, entrer, naviguer dans un monde éloigné de la pratique scolaire, mais qui est un autre monde, celui des médias, qui constitue leur univers quotidien, et leur culture contemporaine.

Dans cette perspective nous avons voulu examiner quel rapport ont les jeunes grecs avec les médias en Grèce, et quelle est leur pratique quotidienne. Car en connaissant leur rapport avec les médias on peut envisager une pédagogie qui utilise les médias à l'école.

Méthodologie

Pour effectuer cette recherche nous avons distribué un questionnaire. Un pré-test de 20 questionnaires a été distribué dans la ville de Thessalonique (Nord de la Grèce). Cette phase, qui a indiqué comment les questions et les réponses sont comprises, m'a permis d'éviter les erreurs de vocabulaire ou de formulation, de mettre en évidence des refus, des incompréhensions et des équivoques, et en général de comprendre si le questionnaire était bien valide.

Après cette phase préliminaire, un questionnaire a été distribué auprès de 241 élèves dans trois régions différentes de la Grèce. En particulier, il a été distribué:

1. Dans un Lycée d'Athènes, où la population ne présente pas de grands écarts sociologiques.
2. A trois Lycées de Thessalonique (ville plus petite au Nord de la Grèce de 700000 hab.), dont un Lycée de banlieue défavorisée, un Lycée privé (milieu favorisé) et un Lycée du centre ville (milieu moyen).
3. Un troisième questionnaire a été distribué dans un Lycée d'une ville de 50000 habitants au Nord de la Grèce (Drama) où il y a une forte population rurale.

Cela représente 98 élèves d'une grande ville (40.8%), 76 élèves d'une ville plus petite (31.6%), et 64 élèves d'une ville rurale (26.6%). L'échantillon n'est pas

représentatif au niveau du nombre des jeunes interrogés, mais il nous donne certaines indications sur le rapport 'jeune et information' et nous pouvons tirer quelques conclusions intéressantes. Pourtant, cette enquête a été faite sous des critères précis en ce qui concerne les catégories sociales des jeunes, le lieu de déroulement de l'enquête, et le sexe.

Déroulement de l'enquête

La passation du questionnaire a été effectuée en Septembre 1996. La distribution du questionnaire a été faite par les professeurs de la classe. Ils nous ont permis aussi de croiser les données concernant les professions des parents et les schémas des élèves.

Nous avons divisé les catégories sociales des jeunes en fonction de la profession des parents. D'autres recherches qui ont été effectuées en Grèce m'ont donné l'idée à élaborer la liste des catégories socioprofessionnelles des parents (Voir Ghiglione, Koroneou, Kanakis).

Le Centre National de Statistique de la Grèce donne une liste des professions sans faire une catégorisation des professions. Dans ces conditions, son exploitation nous a paru non pertinente.

La recherche concerne les jeunes de 15-18 ans, population qui est homogène, par rapport à l'âge.

Le questionnaire avait vingt-quatre questions fermées et deux questions ouvertes. Parmi les 241 jeunes, 41.6% étaient des garçons et 58.3% des filles.

Le questionnaire a été analysé par le programme d'ordinateur SPSS. Nous avons évité les différentes techniques d'analyse qui prennent en considération un grand nombre de variables comme par exemple l'analyse factorielle car comme Ghiglione le souligne 'l'analyse factorielle trouve sa plus grande justification et se révèle particulièrement utile, dans le cas où l'on dispose d'un grand nombre de variables de même nature, entre lesquelles on est disposé à interpréter toutes les relations de la même manière, et de façon symétrique' (Ghiglione 1985: 286)

Le questionnaire répond aux questions suivantes:

Quels moyens d'information choisissent les jeunes pour s'informer

Pourquoi font-ils ce choix?

- Les jeunes regardent-ils les journaux télévisés?
- Sur quelle chaîne les regardent-ils?
- Quels sont les critères de ce choix?

Nous avons croisé toutes ces informations avec:

1. La catégorie socioprofessionnelle des parents d'élèves,

2. Le lieu d'habitation des élèves,
3. Le sexe des élèves.

Ce croisement a été effectué par rapport aux trois moyens d'informations

- a) la presse écrite,
- b) la radio,
- c) la télévision,

Les catégories sociales de la profession du père sont réparties ainsi en Grèce:

- Categorie A: comprend: ouvriers, agriculteurs, paysans
Categorie B: comprend: petits employés, commerçants, professions libérales
Categorie C: comprend: cadres moyens, enseignants, instituteurs, petits fonctionnaires
Categorie D: comprend: cadres, hauts fonctionnaires
Categorie E: comprend: retraités

Les professions des mères sont réparties ainsi:

- Categorie A: comprend: sans profession
Categorie B: comprend: fonctionnaires, enseignantes, institutrices
Categorie C: comprend: ouvrières
Categorie D: comprend: professions libérales
Categorie E: comprend: employées

Les résultats

Les résultats de cette recherche concerne les jeunes de 15-18 ans, population qui est homogène, par rapport à l'âge. Le questionnaire a été analysé par le programme d'ordinateur SPSS avec une méthode statistique descriptive et une analyse des relations à deux variables. Pour tester les différences nous avons utilisé le χ^2 (chi carré). Pour mesurer la force de la relation entre deux variables nous avons utilisé le coefficient p. Ainsi p mesure la force de la relation et X^2 la distance par rapport à l'indépendance (Ghiglione 1985: 294). Nous avons effectué le croisement des variables sexe, catégories socioprofessionnelle des parents et lieu d'habitation par rapport aux trois moyens d'information. Cela veut dire que nous avons croisé:

La presse écrite avec

1. le sexe
2. la catégorie socioprofessionnelle des parents

. le lieu d'habitation
ainsi que la radio et la télévision avec ces trois variables.

a presse écrite

L'analyse du questionnaire nous a conduit à faire une catégorisation des réponses des jeunes qui concernent les types des journaux ainsi que les types hebdomadaires lus par les jeunes.

Nous avons divisé les différents types des journaux en trois catégories:

. Journaux politiques:

Ce sont les quotidiens qui informent quotidiennement le peuple grec. Sur le questionnaire distribué le terme 'éphémérides' n'a pas plusieurs connotations et par conséquent la réponse des jeunes n'est pas ambiguë. Les journaux politiques qui apparaissent dans les réponses des jeunes sont les journaux quotidiens que nous avons nommé dans le chapitre qui concerne la situation des médias en Grèce. Leur raje est publié tous les dimanches par le syndicat des journalistes.

. Journaux politico-sportifs

Plusieurs jeunes choisissent deux types journaux, un journal politique et un journal sportif. Dans cette catégorie nous avons incluse les réponses des jeunes qui ont les deux types de journaux.

. Journaux sportifs

Dans cette catégorie nous avons inclus uniquement les quotidiens spécialisés sur les sports (ex. *Les sports du Nord*).

En ce qui concerne la presse hebdomadaire nous avons divisé les revues apparues en trois catégories:

. Les magazines loisirs

Dans cette catégorie nous avons incluse les magazines qui racontent la vie des acteurs, des faits divers, des petites informations sur les programmes de la télévision ou des prévisions d'horoscope (par exemple *TV zapping* ou *7 jours le télé*).

. Les magazines politico-loisirs

Cette catégorie comprend les magazines qui en plus des informations sur les loisirs diffusent des informations politiques, c'est-à-dire des articles

d'analyses politiques ou il y a des faits divers qui concernent la vie des politiciens (par exemple *Ikônes*, *Epsilon*). Il faut préciser que la différence entre ces deux catégories n'est pas très grande et la catégorisation est très conventionnelle.

Dans cette catégorisation nous avons rencontré des difficultés pour deux raisons principales:

- Nous avons élaboré les catégories des magazines par rapport aux magazines qui apparaissent dans le réponses des jeunes.
- Dans le marché grec il n'y a pas de magazines qu'on peut définir comme politiques où on trouve uniquement des articles d'analyses politiques.

3. Magazines sportives

Ce sont des magazines qui diffusent uniquement des informations sportives comme par exemple *Triponto*.

Selon l'analyse statistique du questionnaire les réponses des jeunes se différencient selon le sexe. En ce qui concerne la presse écrite le taux de jeunes qui lisent les journaux quotidiens est très élevé. En général 59.2% des jeunes lisent des journaux. Nous avons une différence statistiquement importante ($X^2=9.28$ $p=0.002$) entre les garçons et les filles. 70.7% des garçons lisent des journaux contre 51.1% des filles.

Nous avons constaté aussi une différence statistiquement important entre garçons et filles et les différents types des journaux que les jeunes lisent ($X^2=29.8$, $p=0.000$). La majorité des jeunes (72.5%) préfèrent lire des journaux politiques. 92.9 % des filles choisissent des journaux politiques contre 51.5 % des garçons (Tableau 1).

TABLE 1: La lecture des journaux par rapport différents sexe en %

sexe	lecture des journaux
Garçons	70.7
Filles	51.1
Total	59.2

$X^2=9.28$, $p=0.002$

Les journaux sportifs sont plus choisis par les garçons (35.3%) (Tableau 2).

TABLE 2: La lecture des différents types des journaux(en%) entre filles et garçons

Sexe	types des journaux		
	politiques	sportifs	politiquosportifs
Garçons	51.5	35.3	13.2
Filles	92.9	4.3	2.9
Total	72.5	19.6	8.0

$X^2=29.8$, $p=0.000$

Il faut noter qu'on ne peut pas inférer des réponses de ce que les jeunes lisent dans les journaux. Il est fort probable que même ce taux de garçons qui lisent les journaux politiques effectuent leur choix par rapport aux pages sportives du journal. Par contre le taux de 35.3% représente purement la presse sportive.

Il est certain que les sports sont un domaine d'intérêts pour les garçons de cet âge. D'autres recherches effectuées en Grèce ont démontré que la variable sexe définit le choix de la presse sportive.

Selon ces recherches il y a seulement 2% des filles qui lisent la presse sportive (Koroneou 1992: 98). Le type de la société dans laquelle nous vivons, où le partage des rôles est 'bien tranché' selon l'expression de M.J. Chombart de Lauwe, explique ce choix (Chombart de Lauwe-Bellan 1979: 244).

Les taux de lecture des journaux déclarés dans l'enquête, sont très élevés indépendamment du milieu social (58.6%). La catégorie socioprofessionnelle des parents ne représente pas de différence statistiquement importante ni à la lecture des journaux par les jeunes ni au choix du journal choisi (Tableau 3).

La presse écrite garde une place importante dans la cellule familiale. Je pense que ce phénomène a son explication si on jette un regard sur l'histoire de la presse en Grèce. La presse écrite a une longue histoire et jusqu'en 1989 assurait la polyphonie de l'information. C'était le seul garant d'une démocratie fragile. A travers la presse, comme nous avons expliqué auparavant, le citoyen grec exprimait son idéologie politique, et ses passions politiques. L'achat d'un journal dans une famille grecque n'exprimait pas seulement le besoin du lecteur de s'informer, mais aussi son besoin de soutenir un parti ou une idée politique. Ainsi le quotidien devenait souvent un compagnon à qui le lecteur grec confiait ses 'secrets, ses idées politiques qu'il ne pouvait avouer à personne.

TABLE 3: La lecture des journaux par rapport à la profession du père

Profession du père		Lecture des journaux
A	Paysan-ouvriers	54.2
B	Prof. Libéraux, commerçants employés	55.9
C	Enseignants, instituteurs, petits fonctionnaires	64.9
D	Cadres, hauts fonctionnaires	57.1
E	Retraités	75.0
Total		58.6

$$X^2=3.79, p=0.58$$

Il est intéressant de signaler le fait qu'il y a un taux de 42.7 % de 'non réponses' des jeunes sur le type de journal qu'ils lisent. Je pense que ce refus a son explication dans le contexte sociopolitique du pays. L'achat d'un journal dans le passé trahissait les idées politiques du lecteur et cela signifiait des problèmes avec le pouvoir officiel. Plusieurs personnes même à l'heure actuelle n'avouent pas le type de journal qu'ils lisent parce que la majorité des quotidiens soutient officiellement un parti politique.

La presse hebdomadaire garde aussi une place importante parmi les moyens d'informations des jeunes. 58.2% des jeunes lisent des magazines hebdomadaires. Une différence statistiquement important apparaît sur la lecture des magazines hebdomadaire entre filles et garçons. 48% des garçons lisent des magazines contre 65.2 % des filles (Tableau 4).

On constate aussi une différence importante dans le type de magazine choisie. 75.3% des filles choisissent des magazines de loisirs contre 57.1% pour les garçons. Les filles ne choisissent pas de magazines de sports.

TABLE 4: La lecture des magasins hebdomadaires par rapport

sexe	lecture des magasins hebdomadaires
Garçons	48.0
Filles	65.2
Total	58.2

$$X^2=7.10, p=0.0078$$

La catégorie socioprofessionnelle des parents influence la lecture de la presse hebdomadaire. 62.5% des jeunes issus des milieux défavorisés lisent des magazines mais le taux baisse (35,7%) pour les jeunes issus des familles favorisés cadres, hauts fonctionnaires) (Tableau 5).

TABLE 5: La lecture des magazines hebdomadaires (en %) par rapport à la profession du père

	Profession du père	Lecture d'hebdomadaire
A	Paysan-ouvriers	62.5
B	Profession libérales, commerçants, employés	61.5
C	Enseignants, petits fonctionnaires, instituteurs	57.9
D	Cadres, hauts fonctionnaires	35.7
E	Retraités	50.0
	Total	58.8

$\chi^2=4.55$, $p=0.47$

On peut faire le même constat sur la catégorie socioprofessionnelle de la mère.

Il est nécessaire de prendre des distances sur certains termes comme la variable catégorie socioprofessionnelle des parents. La maîtrise de cette variable nécessite des moyens d'investigations très supérieurs à ceux qui ont pu être utilisés. Les termes 'fonctionnaire', 'commerçant' ou 'profession libérale' recouvrent dans la réalité de tels écarts que, sans autre précision, ils ne nous apprennent absolument rien sur les ressources financières ou le statut culturel de la famille. Nous avons demandé des précisions auprès des enseignants mais elles sont imprécises aussi car elles ne feraient le plus souvent que restituer celles données par l'élève lui-même. On peut définir cette variable avec une enquête sur place auprès des familles.

Cependant plutôt que de renoncer à toute approche dans cette voie, il nous a paru préférable d'utiliser au mieux les données recueillies.

Le contexte familial influence le type de lecture. Un contexte culturellement riche favorise certainement d'autres types de lectures que des magazines. 60 % des jeunes issues de milieu favorisé (catégorie D) ont choisi des magazines politico-loisir. Seulement 40 % des jeunes de ce milieu ont choisi les magazines de loisir.

La variable lieu d'habitation n'a pas donné de différences ni à la lecture des journaux ni à la lecture de la presse hebdomadaire. Le taux de participation à

la lecture de la presse écrite quotidienne et hebdomadaire est très élevé indépendamment du nombre d'habitants. La presse écrite garde son importance même parmi les jeunes des petits villages.

La radio

La radio était pendant très longtemps aussi un monopole d'Etat. Bien que la télévision lui ait volé une partie de son pouvoir, elle garde encore une place importante dans la société grecque surtout comme moyen de divertissement. La radio a un pouvoir magique et latent, ainsi que le décrit M. MacLuhan 'le pouvoir qu'à la radio d'engager les gens en profondeur apparaît clairement dans l'habitude qu'ont les écoliers de l'écouter en faisant leurs devoirs et le besoin de beaucoup de gens de porter sur eux un poste à transistors pour s'isoler dans la foule' (MacLuhan 1968: 340).

La radio est considérée en Grèce comme un moyen de divertissement. Selon des recherches effectuées en Grèce, 93 % des jeunes de 11-13 ans écoutent de la radio (Koroneou 1992: 126). Dans la recherche effectuée par le centre de recherche des Sciences Sociales (EKKE) les jeunes de 15-19 ans écoutent plus souvent la radio qu'ils ne regardent la télévision. Ainsi est démentie l'idée que la télévision garde une place prioritaire dans le temps libre des jeunes.

M. MacLuhan pensait que ce 'médium chaud' garde toujours une place importante dans la vie culturelle du public parce que 'la radio touche les gens dans leur intimité. C'est une relation de personne à personne, qui ouvre tout un monde de communication tacite entre l'auteur – speaker et l'auditeur. C'est là le côté direct de la radio. C'est une expérience privée. C'est là quelque chose d'inhérent à la nature même de ce médium, qui a le pouvoir de transformer l'individu et la société en une seule et même chambre réverbérante' (MacLuhan 1968: 342).

La radio est considérée par les jeunes grecs comme un moyen pour se distraire. Parmi les différentes émissions, 42% des jeunes de 11-13 ans préfèrent les émissions musicales et seulement 5% des jeunes choisissent les informations (Koroneou 1992: 127).

Dans notre recherche, 30.7% des jeunes écoutent les informations à la radio (Tableau 6). La variable sexe ne représente pas de différence statistiquement importante, 34% des garçons écoutent des informations à la radio et 28.4 % des filles. La même constatation peut être faite sur les variables catégorie socioprofessionnelle des parents et lieu d'habitation.

La radio reste toujours un moyen 'compagnon de la route' pour reprendre l'expression de M. MacLuhan. Les jeunes sans doute préfèrent d'autres moyens pour s'informer que la radio.

TABLE 6: L'écoute des informations sur la radio selon le sexe (en %)

sexe	informations à la radio
Garçons	34.0
Filles	28.4
Total	30.7

$\chi^2=2.38$, $p=0.30$

La télévision

Aucun autre moyen n'a suscité autant de discussions et n'a provoqué autant de polémiques que la télévision. Jusqu'à nos jours, des parents, des pédagogues, des enseignants, des chercheurs accusent cette boîte magique qui a porté tant de 'mal aux jeunes'. Les chercheurs comptent les heures que les jeunes passent devant leurs postes, ils analysent des émissions, ils cherchent les effets qu'elle provoque et le monde entier essaie par tous les moyens de maîtriser la télévision.

La télévision nous déçoit toujours mais on la regarde, même les plus hostiles, parce que pour reprendre l'expression de D. Wolton 'elle reste la compagne de nos solitudes, le témoin de notre vie quotidienne, la mémoire du temps immobile' (Wolton 1995: 11).

Qu'est ce que la télévision? Ces sont des images, des images qui violent et qui volent du temps, des images qui informent, qui désinforment et qui déforment la réalité, des images qui provoquent, qui perturbent la vie sociale et les liens sociaux. Qu'en faire? Comment résister? Faut-il la fermer? Comment réagir?

Quelle est l'attitude télévisuelle des jeunes grecs? Selon une enquête menée en Grèce en 1996 sur l'attitude télévisuelle du jeune grec de 11-12 ans le temps que les jeunes consacrent à la télévision augmente en fonction de leur temps libre et de leur vacances scolaires. Ainsi 57.9% des jeunes regardent 2 heures 30 par jour quotidiennement et pendant le week-end, 40.8% des jeunes regardent pendant plus de 5 heures par jour. Toujours selon cette enquête, 54.4% des jeunes de 11-12 ans préfèrent regarder les jeux télévisés, 51% des bandes dessinées, 45.2% des jeunes les vieux films grecs, 36.3% des feuilletons grecs et étrangers et 31.7 % des jeunes préfèrent les émissions d'informations et les informations télévisées (Kanakis 1996: 216).

Selon l'enquête de Koroneou, le temps que les jeunes grecs de 11-13 ans consacrent à la télévision dépend de leur niveau social et de niveau culturel des parents. Selon ces recherches, les jeunes qui passent plus de 3 heures par jour sont

des jeunes dont les parents n'ont pas fait d'études (55%). Ce taux baisse à 26% pour les jeunes dont les parents ont un diplôme Universitaire (Koroneou 1992: 129).

Malheureusement il n'y pas de recherches qui concernent le comportement télévisuel des jeunes grecs de 15-17 ans. Pourtant nous avons trouvé nécessaire de nous référer aux résultats des recherches effectuées en Grèce et qui donnent quelques indices du comportement télévisuel des jeunes grecs.

Il est certain que la télévision garde une place importante dans le temps libre des jeunes surtout de ceux qui n'ont pas d'autres possibilités pour s'informer, se distraire et se cultiver. En ce qui concerne notre enquête, selon nos hypothèses et nos objectifs, notre intérêt est la réaction des jeunes aux informations télévisées. Les jeunes grecs s'informent-ils avec le J.T? S'intéressent-ils à celles ci?

Les informations télévisées sont une émission beaucoup regardée. La grande majorité des jeunes (90.4%) de notre recherche regarde les informations télévisées. 87.9% des garçons et 92.8% des filles regardent les informations télévisées. La variable sexe ne présente pas de différence statistiquement importante ($X^2=3.06, p=0.21$) (Tableau7).

TABLE 7: L'écoute des informations télévisées selon le sexe (en %)

sexe	informations à la TV
Garçons	87.0
Filles	92.8
Total	90.4

$X^2=3.06, p=0.21$

Par contre une différence statistiquement importante apparaît sur le choix de la chaîne pour les informations télévisées ($X^2=16.61, p=1.011$). Les jeunes grecs préfèrent regarder les informations télévisées sur les chaînes privées. 36.7% des jeunes choisissent de regarder les informations sur la chaîne (Tableau 8):

- MEGA(privée),
- 13.3 % sur ANTENNA (privée)
- 5.7 %sur SKY(privée) et
- 40 % sur MEGA et ANTENNA.

Les taux ne se différencient pas entre garçons et filles. La chaîne publique ERT1, est choisie par un petit nombre de jeunes (1%). Mais quels sont les critères du choix de la chaîne? Pourquoi les jeunes choisissent-ils telle ou telle chaîne?

TABLE 8: Le choix de la chaîne pour le J.T selon le sexe (en %)

Sexe	chaîne regardée				
	ET1	MEGA	ANT1	SKY	MEGA+ANT 1
Garçons	2.4	34.5	11.9	2.4	40.5
Filles	0.0	38.1	14.3	7.9	39.7
Total	1	36.7	13.3	5.7	40

$\chi^2=16.61$, $p=0.011$

- 45 % des jeunes choisissent la chaîne parce qu'ils la trouvent 'objective' et 'crédible'
- 16.3% des jeunes font le choix parce que la chaîne a des bons journalistes et des bons présentateurs
- 14.4% des jeunes effectuent leur choix parce qu'ils considèrent les informations télévisées de cette chaîne plus analytiques
- 11.9 % des jeunes choisissent la chaîne parce qu'elle a un bon programme général.

Les informations télévisées restent la voie par excellence d'information des jeunes.

Parmi le trois moyens d'informations

- 79% des jeunes choisissent pour s'informer la télévision
- 7.7% la radio et
- 13.3% la presse écrite

La variable sexe ne donne pas de différence statistiquement importante (Tableau 9).

Pour quelles raisons les jeunes préfèrent-ils la télévision?

- 57.3 % des jeunes effectuent ce choix parce que, à la télévision, il y a la combinaison de l'image et du son
- 23.4 % des jeunes choisissent la T.V. parce que l'information est plus crédible et
- 7.6 % parce qu'ils trouvent la communication plus directe.

TABLE 9: Le choix de moyen d'information selon le sexe (en %)

choix du moyen d'information			
Sexe	presse écrite	radio	T.V.
Garçons	16.0	9.6	74.5
Filles	11.5	6.5	82.0
Total	13.3	7.7	79.0

$X^2=1.93$, $p=0.38$

Il y a une homogénéité des réponses en ce qui concerne la catégorie socioprofessionnelle des parents. La profession des parents n'est pas une variable qui peut influencer le taux des jeunes qui regardent les informations télévisées.

On peut faire la même constatation pour le choix de la chaîne que les jeunes effectuent. Les chaînes privées sont les grandes préférées des jeunes de tous les milieux sociaux. 44.4% des jeunes issus d'un milieu social défavorisé choisissent la chaîne parce qu'ils la trouvent 'objective' et 'crédible'. Ce taux baisse à 20% pour les jeunes qui appartiennent à une couche sociale favorisée (Catégorie D). 40% des jeunes de milieu favorisé (D) choisissent une chaîne parce qu'elle a de bons journalistes.

La catégorie socioprofessionnelle des parents ne donne pas de différence pour le choix entre les trois moyens d'informations. La télévision garde toujours une place importante. Il est intéressant de voir le taux des jeunes qui ont choisi la presse écrite. 13% des jeunes issus des couches sociales populaires ont choisi la presse écrite, par contre le taux monte à 28.6% aux jeunes issus des familles aisées.

Le lieu d'habitation est une variable qui ne présente pas de différence au tri avec d'autres variables.

Le choix de la télévision comme moyen d'information ne présente pas de différence entre des jeunes qui habitent dans les petites ou dans les grandes villes. Par contre les taux de jeunes qui choisissent la presse écrite est plus élevé (17.2%) dans les grandes villes (Tableau 10).

Conclusions

Cette enquête a montré le rapport qu'a le jeune grec de 15-18 ans avec les trois moyens d'informations. Elle a montré aussi que ces trois moyens d'informations ne sont pas seulement un domaine d'adultes mais aussi des

TABLE 10: Le choix du moyen d'information selon le lieu d'habitation (en %)

Lieu d'habitation (nombre d'habitants)	choix du moyen d'information		
	presse écrite	radio	T.V.
2.000-5.000	7.7	7.7	84.6
5.000-15.000	5.6		94.4
15.000-50.000	13	5.6	81.5
200.000-700.000	17.2	6.3	76.6
plus de 700.000	13.1	11.9	75
Total	13.3	7.7	79

$\chi^2=6.50$, $p=0.59$

adolescents qui en regardant les informations s'intéressent aux problèmes du monde et à l'actualité.

Les jeunes grecs lisent, écoutent et regardent les informations. Ils préfèrent lire les journaux politiques, parce que ces jeunes ont encore la mémoire fraîche sur la fragilité de la démocratie grecque. Certains ont vécu et se souviennent, d'autres ont entendu parler leurs parents des péripéties de la démocratie grecque. Ainsi pour eux, acheter, lire, ou feuilleter un journal est un acte politique, qui signifie anticiper à la vie politique de leur société.

Selon les résultats du questionnaire, tous les jeunes, indépendamment du milieu social, participent à travers la presse à la vie politique du pays. D'ailleurs en Grèce ces discussions politiques sont très courantes au sein de la famille grecque. Discuter de la politique signifie discuter de l'actualité et *vice-versa*. Les maisons, les petites places dans les quartiers, parfois les écoles se transforment en agora ou toutes les couches de la population se passionnent en parlant de la politique.

Cette réalité explique la lecture des journaux par des jeunes grecs de notre enquête qui exprime aussi le besoin des grecs de s'occuper de la politique.

La presse hebdomadaire est aussi un moyen d'information des jeunes. 62.5 % des jeunes issus des familles défavorisées lisent les magazines hebdomadaires, contre 35.7% des jeunes issues des classes favorisées. Il est certain que les jeunes issues des classes aisées ont des loisirs plus diversifiés que les jeunes des classes populaires.

Le contexte familial joue énormément sur le type d'hebdomadaire choisi. Les jeunes issus de familles favorisées peuvent s'offrir plusieurs possibilités pour se distraire. Comme le souligne G. Pronovost 'La diversité des pratiques culturelles est en corrélation directe avec la stratification socio-économique. Il s'ensuit que plus la pratique d'activités culturelles ou socioculturelles est intense et diversifiée, plus la partition à d' autres champs d' activités s'accroît parallèlement' (Pronovost 1996: 81). C'est pourquoi le taux des jeunes issus des classes favorisées qui lisent des magazines de loisirs baisse à 40%. 60 % sont des jeunes qui choisissent les hebdomadaires que nous avons classés en 'politico-loisirs'.

La différence qui apparaît entre le taux de lecture des filles et des garçons est encore une fois justifiable. Plusieurs autres recherches ont constaté que les garçons ne lisent jamais les productions destinées aux filles (Chombart de Lauwe, 1979).

Pour les mêmes raisons les magazines de sports n'apparaissent pas dans les lectures des filles. 'La division sexuelle des intérêts et des pratiques prend souvent sa source dans la consommation des Médias, dans les habitudes de lecture, dans la forte partition des loisirs, entre les hommes et les femmes. Malgré l'importance des efforts faits en matière de non-discrimination au travail et à l'école, il ne faudrait pas sous estimer l'ampleur de la division sexuelle de la culture, calque de la division traditionnelle des rôles familiaux' (Provonost 1996: 87).

La radio comme moyen d'information ne fait pas partie des préférences des jeunes. Elle reste toujours un moyen de distraction parce qu'elle peut les accompagner toute la journée. L'écoute des informations à la radio par les jeunes ne présente pas de grands écarts entre les différentes variables étudiées. Bien que l'expansion de la radio soit grande en Grèce, ce sont ses émissions musicales qui attirent le plus les jeunes.

La télévision reste la grande préférée des jeunes. Car la télévision est la grande préférée de tous: des adultes, des enfants, des enseignants, des chercheurs, des illettrés et des instruits. Le discours sur la télévision et le discours de la télévision passionnent tout le monde. 'Pour nous,' dit D. Wolton 'la télévision suscite les passions parce qu'elle touche à l'essence de la démocratie. Elle est l' objet le plus démocratique des sociétés démocratiques. C'est pourquoi elle condense un nombre considérable de problèmes. Dès que l'on tire sur un fil, c'est toute la société qui vient, avec ses histoires, ses drames et ses rêves' (Missika-Wolton 1983: 10).

La télévision est un meuble qui décore les maisons, elle est compagnon des enfants et des gens solitaires, elle est un médium qui éduque, qui distrait, qui informe. Elle est une fenêtre qui permet de voir ce qui se passe dans la rue, dans le quartier, dans le monde. Elle est un miroir qui renvoie à soi et dans la mesure où chacun se situe dans une relation étroite avec mille autres, à toute la communauté des hommes. Elle est une scène de spectacle qui offre du divertissement, elle est

ussi une place comme l'agora des anciens grecs ou toute expression d'échange et de confrontation est permise. Parce que la télévision est tout ça, elle passionne tant ses spectateurs.

En particulier les jeunes ont des choses à dire parce qu'ils la regardent beaucoup. Ses émissions suscitent des discussions dans la classe avec ou sans leurs professeurs, pendant les récréations, dans les cafés qu'ils fréquentent, avec leurs parents.

Toutes les recherches qui étudient 'les jeunes et la télévision' découvrent une relation d'amour. Dans notre recherche les informations télévisées accumulent les voix de préférence parmi les trois moyens d'information. Bien que la catégorie socioprofessionnelle, le sexe et le lieu d'habitation soient des variables qui influencent le comportement télévisuel des jeunes, dans la recherche actuelle peu de différences apparaissent. Cela, parce que l'objectif et l'intérêt de cette étude sont entrés sur un type d'émission: les informations télévisées.

Les taux de participation des jeunes sont très élevés et leur comportement télévisuel *vis-à-vis* les informations télévisées montre que la télévision reste un moyen d'information important parmi les jeunes.

Les réponses des jeunes *vis-à-vis* du J. T. ne se différencient pas selon le sexe ou le lieu d'habitation ou selon la catégorie socioprofessionnelle des parents et les différences qui apparaissent ne sont pas statistiquement importantes. Pourtant nous pouvons faire quelques remarques sur le choix du moyen que les jeunes effectuent. Le contexte familial influence le choix du moyen d'information. La télévision étant considérée comme la 'culture des pauvres' attire plus les couches sociales défavorisées.

La presse écrite qui demande un travail différent est plus choisie par des jeunes issues des classes favorisées (28.6%). Par contre peu des jeunes dont le père appartient aux couches sociales défavorisées choisissent la presse écrite.

On peut faire le même constat par rapport au lieu d'habitation. Dans les grandes villes où les jeunes ont un contexte social culturellement riche et diversifié, le taux des jeunes qui choisissent d'autres moyens d'information que la télévision monte un peu. Encore une fois, les écarts apparaissent seulement en ce qui concerne la presse écrite. Les jeunes qui ont choisi la presse écrite habitent dans les grandes villes. En ce qui concerne l'information à la télévision les réponses sont homogènes et la distance entre les croisements des variables diminue. La télévision reste la voie par excellence d'information des jeunes et cela constitue une conclusion importante pour notre recherche.

L'exploitation pédagogique des médias est un objectif majeur à atteindre de l'école de demain.

Sofia Aslandiou est professeur en communication et éducation à SELETE (Ecole Supérieure pour la Formation de Professeurs d' Enseignement Technique et Professionnel à Thessaloniki, Grèce. E- mail : aslan@med.auth.gr

Bibliographie

- Bellemare , C., Caron, M., et Gruau, M.C. (1994) *L'intelligence Télévisuelle de 12- ans*. Lausanne: Nathan.
- Bourdon, J. (1997) *Introduction aux Médias*. Paris: Montchrestien.
- Backingham, D. (1993) *Children Talking about Television*. London: Falmer Press.
- Chombart de Lauwe, M. (1979) *Enfants de l' Image*. Paris: Payot.
- Ghiglione, R. (1985) *Les Enquêtes Sociologiques*. Paris: A. Collin
- Jacquinet, G. (1977) *Image et Pédagogie*. Paris: PUF.
- Jacquinet, G. (1980) 'On demande toujours des inventeurs.' *Communication*, Vol.33.
- Jacquinet, G. (1995) *La Télévision: Terminal Cognitif. Réseaux*, N°74, CNET.
- Jacquinet, G. (1996) *Les Genres Télévisuels dans l' Enseignement*. Paris: Hachette.
- Kanakis, J.I. (1996) 'L'enfant et la télévision'. *To Vima ton Kinonikon Epistimon*, N°19(E). (en grec)
- Koroneou, A. (1992) *Les Jeunes et les Médias*. Athenes: Odysseas. (en grec)
- Missika-Wolton (1983) *La Folle du Logis*. Paris: Gallimard.
- Lancien, T. (1995) *Le Journal Télévisé*. Paris: Didier.
- Leblanc, G. (1982) 'L' information télévisée'. *Cinétique* , N° 31-36.
- Leblanc, G. (1987) *13-20 Heures, le Monde en Suspens*. Marburg: Hitzeroth.
- Livingstone, S, et Lund, P. (1993) 'Un public actif, un téléspectateur critique'. *Hermès*, 11-12, CNRS.
- Lochard, G. (1995) *Notre Ecran quotidien*. Paris: Dunod.
- Lochard, G. (1989) *Apprendre avec l' Information Télévisée*. Paris: Retz.
- MacLuhan, M. (1968) *Comprendre les médias*. Paris: Points.
- Pronovost, G. (1996) *Médias et Pratiques Culturelles*. Grenoble: Presse Univ.de Grenoble.
- Wolton, D. (1995) *Eloge du Grand Public*. Paris: Flammarion.