

Du désir d'avoir au désir d'être en passant par la quête de sens

Michel Born

Le monde d'aujourd'hui, au-delà des caractéristiques communes à bien d'autres époques comme les insécurités ou incertitudes quant à l'avenir, se distingue par au moins deux caractéristiques propres : la mondialisation banalisée et l'accès quasi généralisé aux *smartphones* et à Internet. Les adolescents d'aujourd'hui sont nés dans ce bain-là.

Une autre caractéristique pas souvent évoquée alors qu'elle est massive et évidente est l'omniprésence dans les esprits de la société de consommation. Partout, dans ce qu'il est convenu d'appeler l'« Occident », bien sûr, mais aussi en Asie, en Amérique du Sud et en Afrique, même dans les sociétés les plus pauvres, il n'est pas trop risqué de considérer que la plupart des habitants, et tout particulièrement les jeunes, sont hantés par le *désir d'avoir* et, en conséquence, sont préoccupés quotidiennement par le besoin de disposer d'assez de moyens pour satisfaire leurs ambitions. Une « *mondialisation du désir d'avoir* » semble avoir supplanté le « *désir d'être* »... Force est toutefois de considérer que cet envahissement n'est ni absolument généralisé ni pleinement satisfaisant, dans la mesure où reste souvent à assouvir la « *quête de sens* ».

Pour les jeunes, comme pour tout un chacun, le monde est perçu de diverses manières selon le principe de la *gestalt* qui met en évidence à certains moments ce qui constitue une toile de fond permanente. Certaines « formes » vont se présenter à l'avant plan de la conscience selon qui l'on est, son passé et ses expériences récentes. Un peu comme une bouteille perçue à moitié pleine ou à moitié vide, la vision du monde peut être globalement positive ou négative dans un rapport non direct avec la réalité dite « objective ». Il en va ainsi pour tous, à partir de l'adolescence, lorsque les capacités cognitives permettent un accès et un minimum d'ouverture au monde. Il en va ainsi également pour la mondialisation qui peut être perçue comme avantageuse en donnant accès à des produits importés de Chine, d'Inde ou du Mexique, mais catastrophique lorsque l'on se réfère aux délocalisations d'entreprises. Il en va encore de même pour Internet, Facebook, la société de consommation « assumée », la crise économique, le chômage... Les médias, et tout particulièrement les réseaux sociaux appréciés par les adolescents, exercent évidemment une influence puissante sur ce qui est mis en évidence selon la région du monde ou le pays. Ainsi le jeune français percevra différemment les obstacles à l'emploi selon qu'il habite à Paris ou en banlieue, le jeune belge interprétera différemment la

réalité « objective » du chômage selon qu'il habite en Flandre, Wallonie ou à Bruxelles.

Ces perceptions ont une incidence sur la quête de sens et les réponses apportées par les idéologies, philosophies et religions proposées dans les familles, les communautés et la société. Et, à l'adolescence, cette quête de sens s'inscrit dans la quête identitaire en tant qu'un des constituants essentiels de l'identité.

Mais, plus question aujourd'hui de parler de « l'identité » ou « d'une identité » singulière, tout le monde tant chercheur en sciences humaines que homme de bon sens reconnaît que les identités sont plurielles et sont mouvantes. Même l'identité de genre, qui paraissait jusqu'il y a peu incontestablement solide, n'est plus considérée comme « naturellement téléguidée » et offre un large questionnement sur l'orientation sexuelle. L'identité scolaire puis professionnelle sont-elles aussi mises à mal lors d'abandon précoce ou non de la scolarité et le passage par un « statut » plus ou moins reconnu de « sans-emploi » ou chômeur. Reviennent à l'avant-plan tous les cheminements et les ambivalences liées à l'appartenance ethnique ou nationale qui se complexifient par leurs liens avec les identités idéologiques et religieuses. Et enfin, liées aux caractéristiques familiales, s'y ajoutent les identités d'appartenances sociales et celles liées aux caractéristiques personnelles.

Au détour des chapitres de cet ouvrage consacré aux pratiques expressives et sociales des jeunes musulmans en Europe et singulièrement en Belgique, les multiples facettes des identités en rapport avec la réalité sociale se dévoilent parfois avec des clair-obscur dignes des tableaux de Rembrandt, car ces complexités ne peuvent se décrire en des synthèses simplificatrices comme pourraient le faire croire ceux qui énoncent les stéréotypes les plus crus et les plus stupides. Ainsi, les regards apportés par les diverses sections de ce livre collectif dirigé avec maîtrise par Altay Manço et Morgane Devries de l'IRFAM nous éclairent sur ces identités religieuses et minoritaires, vécues de manière parfois ambiguë ou problématique par des jeunes visés par des stéréotypes et des stigmatisations. Toutes ces identités sociales et en particulier les identités idéologiques sont perçues et contextualisées par les phénomènes tels que, à nouveau, la mondialisation, Internet, Facebook, la société de consommation « assumée », le vécu subjectif persistant de crise économique, de chômage. Certaines personnes, groupes sociaux et spécifiquement certains jeunes ont une perception vive d'un monde injuste d'où le sens moral et les valeurs sont absents.

Pour la compréhension de la place que prend toute idéologie ou toute religion dans la vie du jeune il est essentiel de ne pas oublier que l'identité en train de se constituer s'appuie sur les messages verbaux et non verbaux envoyés par les médias et l'entourage, les parents, la fratrie, les enseignants, l'entraîneur sportif,

le professeur de musique, les professeurs de morale ou religion, le prêtre ou l'imam... et, bien sûr, les pairs.

Les pairs fournissent un renforcement de l'image de soi et des éléments identitaires visibles, superficiels et conviviaux grâce aux « like » « j'aime » ou « reste comme tu es » sur Facebook, Instagram, WhatsApp ou autres réseaux sociaux.

Comment une religion, quelle qu'elle soit, offre-t-elle aux jeunes, aujourd'hui, un support culturel à leur identité ? Comment la radicalisation peut-elle s'insérer dans les interstices des incertitudes et quêtes de sens ? Comment être un jeune d'aujourd'hui sans renoncer ni à la consommation, ni au plaisir, ni à des idéaux, ni à la religion, ni à une appartenance ethnique ?

Toutes ces questions universelles des jeunes sont évoquées dans ce volume en se focalisant sur les jeunes dans leur rapport à l'islam en Belgique. Elles sont mises en perspective notamment en donnant la parole à des jeunes pour décrire « leur » islam — ce qui est une posture plutôt rare.

Mais à partir des constats et analyses, cet ouvrage offre un plus appréciable, il est un plaidoyer pour un accompagnement socio-éducatif du cheminement des personnes vivant l'Islam en Belgique ou en Europe. En effet, au-delà des nécessaires politiques et stratégies collectives pour un « vivre-ensemble » positif, il faut tenir compte de chaque réalité de terrain et de chaque personne, dans chaque recoin du pays pour que le cheminement personnel et collectif s'articule sur les réalités sociales particulières : tel est l'enjeu et la nécessité des « *pratiques sociales et expressives* », pour reprendre les termes du titre de l'ouvrage.

Outre le plaidoyer, enfin, cet ouvrage offre encore des exemples multiples de telles approches socio-éducatives notamment dans l'école, lieu essentiel et privilégié de l'apprentissage du vivre-ensemble, autant d'exemples qui n'attendent qu'à être débattus, reproduits, enrichis, multipliés. *Du désir d'avoir au désir d'être en passant par la quête de sens.*

Michel Born

Professeur de psychologie
à l'Université de Liège