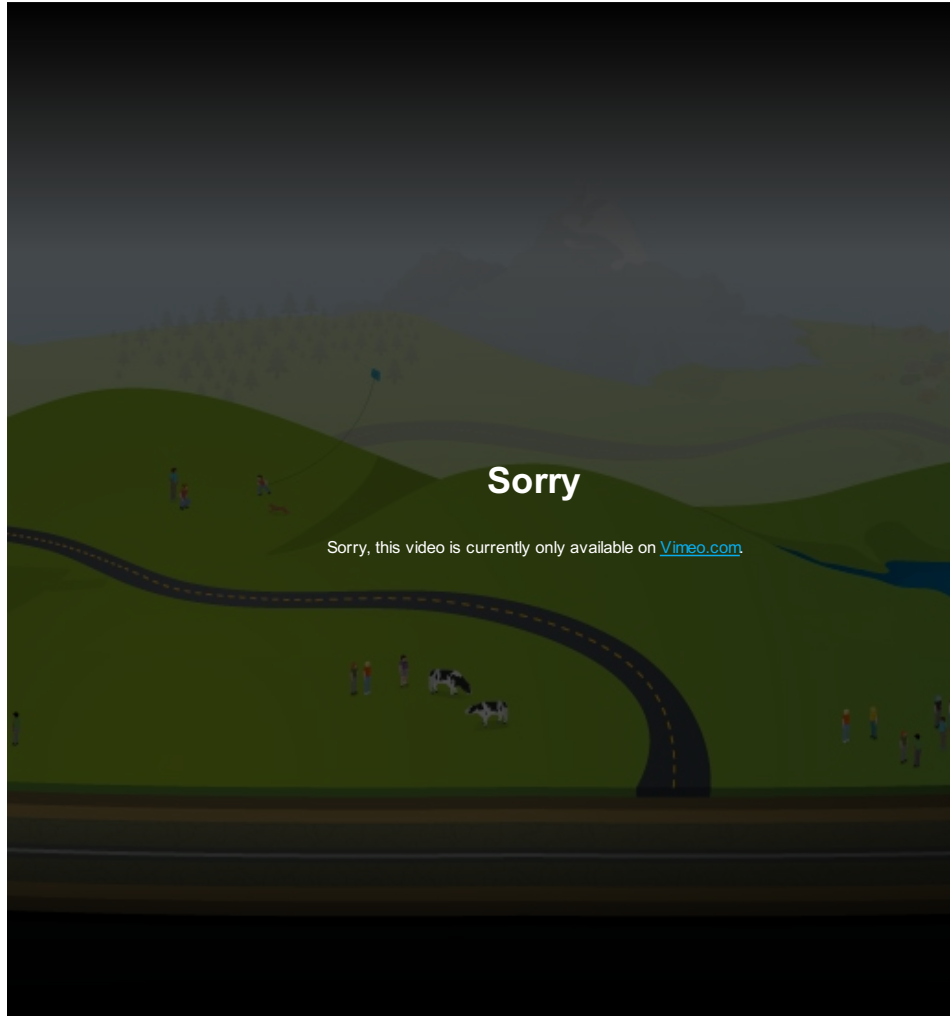


[VIDEO] WE ALL WANT TO BE YOUNG

LE 14 NOVEMBRE 2010 ADMIN

Quelques minutes pour comprendre en images qui sont les "digital natives", membres d'une génération connectée et pragmatique.



Ce petit documentaire sous forme de mash-up part d'un postulat surprenant: nous voulons tous être jeunes, parce que c'est sexy. Il analyse ensuite à grands traits ce qui distingue les membres de trois générations: baby-boomers, génération X et génération Y. Ces derniers sont nés entre la fin des années 1970 et le début des années 1990 et sont aussi appelés "digital natives" ou "millenials".

Cette profusion des termes souligne la volonté de réunir des individus différents au sein d'un tout facilement analysable. Pas étonnant que la vidéo soit l'oeuvre d'une entreprise brésilienne spécialisée dans l'étude des comportements et des tendances de consommation, **box1824**.

Pour autant, le montage malin d'extraits de clips, films, pubs ou séries télévisés et la bande-son appropriée donnent une forme agréable à l'ensemble. Et il n'est pas inutile de se pencher sur les caractéristiques d'une génération mondialisée et connectée: pragmatisme, refus des idéologies, inscription dans des réseaux multiples et utilisation massive d'Internet pour donner corps à leurs aspirations.

PIOTRR

le 14 novembre 2010 - 21:43 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Une vidéo qui finit (un peu) mieux qu'elle ne commence. En tout cas, l'optimisme béat dont elle fait preuve est assez atterrant. A aucun moment les difficultés rencontrées par ces trois générations ne sont évoquées. Pour prendre seulement

l'exemple de la génération Y, ne parler ni du chômage, ni de la paupérisation, ni du vieillissement global des pays occidentaux, mais aussi de la Chine et du Japon, ni de la panique morale qui s'est répandue dans la plupart des pays depuis le 11 septembre déforme singulièrement la réalité. Pas sûr que ce soit si sexy d'être jeune aujourd'hui. Bref, ce film publicitaire donne l'impression que tout va bien madame la marquise et que le monde est lancé sur la voie sans embûche d'un progrès constant mené par les bataillons enthousiastes de la jeunesse toujours renouvelée. Ben voyons !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

VLAD

le 7 décembre 2010 - 1:23 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



La représentation de ces soi-disant générations dans ce montage est complètement narrative, pas du tout réaliste. Les procédés utilisés y sont d'ailleurs par trop voyant : voix lancinantes, images de clips, musique symathoche, films grands publics. On dirait une pub, ce genre de pub qui veut que nos vies se résument à des souvenirs kodak.

J'habite à Montréal, ville ô combien moderne et qui se reconnaîtra (pour une partie) dans le propos général du montage. Mais je ne peux m'empêcher de remarquer que certains types de populations jeunes n'apparaissent pas dans ledit montage, pourtant elles aussi faisant partie de cette "génération" : les "douchebags" à voiture tannée, les jeunes religieux, les étudiants sérieux, etc. Bref, tous ceux qui ne seraient pas susceptibles d'apparaître dans un clip de Phoenix en somme...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE