



L'impact des médias sur les jeunes ?

Atelier présenté lors du Colloque
Passeport pour l'Écocitoyenneté
le 7 novembre 2008

Jacques Brodeur
Edupax, OBNL en
Éducation aux médias et
prévention de la violence
Jbrodeur@edupax.org

Trois-Rivières
819-379-2132

edupax.org

«Agir ensemble pour prévenir»

Description du contenu

Comment faire face au pouvoir de manipulation grandissant des enfants, savamment alimenté par la télé? Comment neutraliser, à l'école, l'effet des médias sur les jeunes ? Comment permettre aux jeunes de développer leur esprit critique face au flot de communications qui les entoure ? Comment les éduquer à la citoyenneté dans ce monde médiatisé ?

L'impact des médias sur les jeunes

Comment peut-on éduquer à l'écocitoyenneté en développant chez les jeunes l'esprit critique face aux médias et leur sentiment de responsabilité vis-à-vis de l'environnement ? Les modèles proposés aux jeunes par les médias portent des noms comme Britney Spears, South Park, Fifty Cent, EMINEM, Jackass, Jackie Chan, Pokémon, etc. Les médias qui offrent ces modèles aux jeunes obéissent à des impératifs commerciaux et incitent à la surconsommation. Selon le Conseil du Statut de la femme, la publicité propose aux jeunes des modèles qui favorisent des rapports sexuels inégalitaires. Les médias affectent l'environnement et le climat de l'école de multiples façons. Il existe des ***projets pédagogiques écocitoyens*** qui permettent de prévenir et de réduire les dommages. L'école peut aider les jeunes à développer leur esprit critique face aux médias et leur sentiment de responsabilité vis-à-vis de l'environnement.

Jacques Brodeur, Edupax, organisme à but non lucratif,
Prévention de la violence, Éducation à la Paix, Éducation aux médias
JBrodeur@edupax.org / www.edupax.org

Enfants et ados du Québec consacrent entre 15 et 35 heures par semaine au petit écran. Comme les contenus violents augmentent et les techniques de marketing deviennent de plus en plus sophistiquées, ce type de loisirs a des effets secondaires pervers. Des milliers d'études ont démontré que le comportement violent (et plus tard criminel) est affecté par le temps de consommation médiatique. Pour étouffer les inquiétudes des parents et des citoyens, des organismes soi-disant spécialisés en éducation aux médias entretiennent des mythes; notamment, que l'influence des médias sur la violence des jeunes est une «question controversée» (sic). De tels organismes ne sont rien d'autres que des agences de relations publiques qui aide l'industrie médiatique à continuer d'abuser les jeunes.

Télé, publicité et violence, le lien existe

Depuis le début de la décennie 1980, dans toutes les provinces canadiennes et aux 4 coins des États-Unis, les autorités policières et scolaires ont constaté que la violence augmentait chez les jeunes et qu'il fallait y remédier. La préoccupation n'est donc pas récente et elle inquiète aussi les décideurs politiques des pays d'Europe où la violence des jeunes est devenu un enjeu majeur de santé publique. (Voir Rapport Kriegel) Lorsque des politiciens se prononcent sur la question de la violence juvénile, on a parfois l'impression que les déclarations visent à rassurer les électeurs en promettant la fessée aux jeunes. Certains médias reprennent ces discours en les utilisant pour faire augmenter les cotes d'écoute.

Comme tous les jeunes fréquentent l'école, c'est normal qu'on y constate les gestes négatifs qu'ils posent. On aurait toutefois tort de blâmer l'école pour la violence dont elle est le théâtre. Il importe de le préciser car une certaine opinion aime bien condamner les jeunes et les écoles, surtout si elles sont publiques. Ceci dit, on aurait tort d'éviter la question centrale : la violence des jeunes a-t-elle vraiment augmenté au cours des dernières années ? Deux sources nous amènent à répondre oui. Il est grand temps de regarder la réalité en face. Les négationnistes n'ont pas rendu service à la société en refusant de voir (et de dénoncer) la détérioration du langage et des comportements des jeunes. On a bien vu à la télé les émeutes dans certaines banlieues françaises. On a aussi rapporté les faits alarmants dans le quartier St-Michel, à Montréal. Sans s'arrêter à condamner la violence de certains quartiers plus que d'autres, force est de constater la hausse partout, dans les écoles privées et publiques, dans les aréna et les terrains de soccer, dans les lieux publics et privés, sur les routes, etc.

Dans les écoles primaires du Québec, où l'on reçoit des enfants de 5 à 11 ans, les chercheurs ont constaté qu'entre 1985 et 2000, le nombre d'enfants aux prises avec des difficultés de comportement a connu une hausse de 300%.

Chez les ados de 12 à 17 ans, au cours des dernières années, alors que les crimes contre la propriété diminuaient, les crimes violents commis n'ont pratiquement pas cessé d'augmenter. En tenant compte du poids démographique constitué par leur cohorte, (8 % de la population québécoise) le taux d'infractions au Code criminel a dépassé le double de celui des adultes en 2005.

Les crimes qui ont connu les plus fortes hausses en 2005 avaient trait aux armes à feu (+43%), aux agressions sexuelles (16%) et aux enlèvements (+12 %). L'année suivante, on notait encore une hausse des infractions contre la personne (voies de fait, agressions sexuelles, enlèvements et séquestrations, harcèlement criminel et menaces). On peut se réjouir que la situation au Québec soit moins pire que celle qui prévaut au Canada et aux Etats-Unis ; mais ce qui importe plus encore, c'est de noter la nature des crimes violents graves qui ont augmenté : tentatives de meurtre, voies de fait graves (+5%), voies de fait armées ou causant des lésions corporelles (+4%, le taux le plus élevé depuis 1983).

Cibler la source

Si on comprend que la publicité peut affecter les enfants, on devrait normalement s'intéresser à vérifier si les émissions violentes les affectent ? Le besoin de protéger les enfants de la publicité vient du constat qu'ils ne peuvent distinguer la fiction de la réalité avant l'âge de 13 ans. Comment un enfant de cet âge peut-il, en effet, deviner que la violence est néfaste s'il voit ses héros l'utiliser couramment ? Si on veut rendre les écoles capables de prévenir la violence, il importe d'informer les enseignants et les parents sur les études qui ont démontré et mesuré l'influence du spectacle de la violence sur les jeunes.

Trois facteurs responsables

Les chercheurs invoquent trois facteurs pour expliquer la hausse des troubles de comportement chez les enfants qui fréquentent les écoles primaires d'Amérique du Nord. La fragilisation de la structure familiale, l'affaiblissement de l'encadrement parental, l'exposition massive à des divertissements violents.

En 1960, à peine 10% des enfants vivaient dans une famille non traditionnelle. Quarante cinq années plus tard, plus de 55% des petits québécois vivent dans une famille recomposée ou monoparentale. La fragilisation de la famille rend les enfants anxieux. Le facteur de stress le plus important dans un cerveau d'enfant est la relation entre son papa et sa maman, séparés ou non. Les querelles entre conjoints, la séparation, le divorce, l'adaptation à un nouveau conjoint ou l'absence permanente de l'un des deux parents, tous ces changements représentent autant de sources d'inquiétude graves pour l'enfant.

L'encadrement parental des parents modernes fait aussi défaut. Pour diverses raisons, un nombre croissant d'entre eux refuse d'incarner l'autorité. Ils sont nombreux à craindre de devenir autoritaires, de frustrer leurs enfants ou de perdre leur affection. Se sentant coupables de les voir trop peu souvent ou pas assez longtemps, les parents passent trop facilement du «non» au «oui». Tous les enfants ont pourtant besoin d'encadrement, c'est essentiel à leur développement mental, que les parents soient séparés ou non.

Enfin, au cours du dernier demi-siècle, les problèmes engendrés par ces 2 facteurs se sont trouvés amplifiés et compliqués du fait qu'un nouveau parent s'est glissé dans les foyers pour y trôner en maître, un parent qui a utilisé les dernières connaissances en psychologie pour attirer le maximum d'enfants, pour les captiver et les fidéliser, allant même parfois jusqu'à apprendre aux enfants à asticoter leurs parents, à les culpabiliser, à les manipuler. **Pendant que les parents biologiques étatsuniens réduisaient le temps consacré à converser avec leur enfant à 34 minutes par semaine, les agences de marketing envahissaient l'espace familial avec une technique publicitaire sophistiquée qu'ils ont baptisé le «nag factor»; elle consiste à apprendre aux enfants à asticoter leurs parents pour les manipuler.** Ces experts en publicité ont sapé l'autorité parentale dans le but de faire désirer aux enfants des choses insignifiantes. Les experts en marketing sont passés maîtres dans l'art de transformer, aux yeux des enfants, des désirs superficiels en besoins essentiels ; ils ont rapidement convaincu les petits que leurs parents sont méchants de leur refuser cet aliment, ce jouet, ce vêtement, cette sortie, etc. C'est en permettant le recours à de telles stratégies que la télé a ainsi pu nourrir diverses pandémies telles que l'obésité, le déficit d'attention, la violence physique et verbale, pour ne nommer que celles-là. Le plus souvent déguisée en gardienne d'enfants, l'intruse a réduit la crédibilité des parents biologiques et conquis un statut important dans le cœur et l'esprit de leur progéniture en les attachant entre 20 et 35 heures par semaine aux écrans de télé, de jeux vidéo et d'ordinateur.

L'utilisation de la violence comme appât commercial

La violence utilisée dans les médias est un ingrédient de marketing puissant et les télédiffuseurs augmentent sans cesse les doses. Des chercheurs québécois ont compilé la progression du nombre d'agressions diffusées entre 1994 et 2003, une période où les directeurs de réseaux avaient promis de se réglementer et de diminuer leur appétit: les réseaux privés québécois ont augmenté les doses de 10 à 52 actes violents à l'heure en 9 ans. On savait déjà que les émissions pour enfants en contenaient entre 3 et 10 fois plus que les émissions pour adultes. Les médias ont donc abusé les enfants et les ados en utilisant la violence, cette ennemie millénaire de l'humanité.

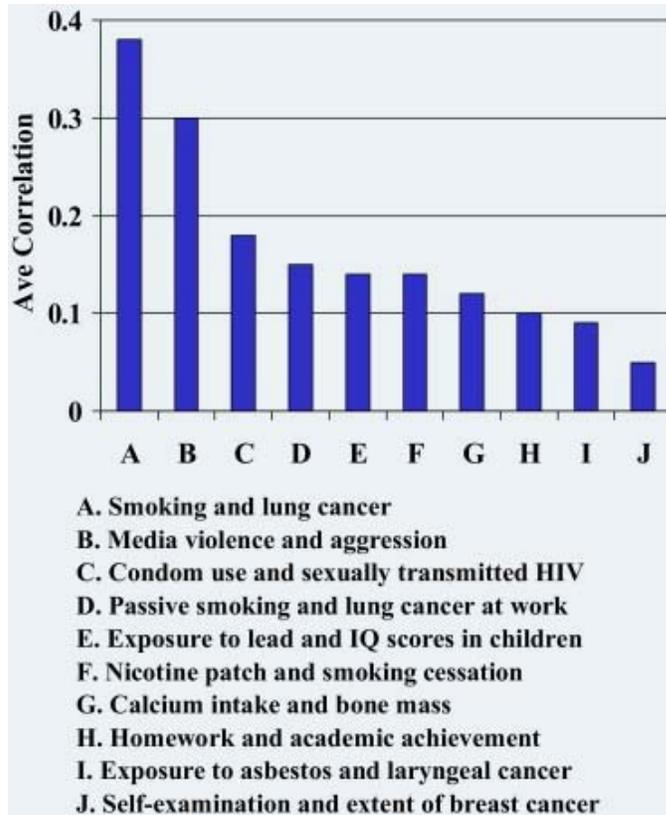
Comment des jeunes peuvent-ils se protéger contre les effets de cet appât

attrayant, fascinant, inoffensif en apparence, si leurs parents et leurs enseignants sont gardés dans l'ignorance des dommages, s'ils ne sont pas outillés pour aider les jeunes à développer leur capacité d'expression, leur sens critique et leur pouvoir d'empathie ? Puisque les crimes violents commis par les canadiens ont augmenté de 400% au cours des 44 dernières années, comment a-t-on pu éviter de vérifier le lien causal entre télé et criminalité ?

Les parents modernes ont besoin d'être renseignés sur les méfaits de l'exposition à la violence et notre société a l'obligation de leur venir en aide. Il y a longtemps que les méfaits de la télévision ont été démontrés. Pour valoriser le rôle des parents comme représentants de l'autorité tout en développant la responsabilité citoyenne des enfants et des ados, les outils dont les familles et les écoles ont besoin doivent cibler le phénomène à la source. Les caméras de surveillance, les détecteurs de métal, la présence policière à l'école, l'embauche d'agents de sécurité, le durcissement des peines, les suspensions et autres mesures d'exclusion ne sont pas des solutions. Elles servent tout au plus à gagner du temps. Une politique nationale de prévention efficace doit absolument comporter la réduction substantielle de l'influence des divertissements électroniques sur les jeunes.

L'impact de la télé a été mesuré

La population sait bien que la télé influence les jeunes, comme l'indiquent divers sondages, notamment celui réalisé par la Fédération canadienne des enseignants en 2001. Plus des 2 tiers des répondants (70%) reconnaissaient qu'il existe un lien entre violence vue à la télé et celle commise à l'école. 80% souhaitaient que le gouvernement (fédéral) réglemente l'utilisation de la violence télévisuelle. Au Québec, ce pourcentage atteignait 86%. Plusieurs études ont permis de mesurer à quel point les enfants sont touchés. On a notamment mesuré la corrélation entre l'exposition à la télé et le comportement violent et on l'a comparée à d'autres corrélations déjà connues. Elle est plus élevée que celle entre l'exposition à la fumée secondaire et le cancer du poumon, que celle entre l'exposition au plomb et l'activité cérébrale, que celle entre l'absorption de calcium et la masse osseuse, que celle entre les travaux scolaires et la réussite scolaire, que celle entre le port du condom et la non-transmission du VIH, que celle entre l'exposition à l'amiante et le cancer. Ces corrélations ont été répertoriées et vérifiées les Dr Douglas Gentile et Craig Anderson de l'Université de l'Iowa et par le Dr Brad Bushman de l'Université du Michigan.



- A. Tabagisme et cancer du poumon.
- B. Exposition à la violence dans les médias et agressions.
- C. Condom et prévention de la transmission du VIH.
- D. Fumée secondaire et cancer du poumon en milieu de travail.
- E. Exposition au plomb et performances intellectuelles des enfants.
- F. Patches de nicotine et abandon du tabagisme.
- G. Absorption de calcium et masse osseuse.
- H. Travaux scolaires et réussite éducative.
- I. Exposition à l'amiante et cancer du larynx.
- J. Auto examen mammaire et diagnostic du cancer du sein.

Les jeux vidéo

L'industrie du jeu vidéo représente un chiffre d'affaires annuel de 10 milliards \$US. Rien pour inspirer la pitié. Les jeux vidéo de type FPS (*Qui va faire feu le premier?*) sont de véritables simulateurs de meurtres. Ce sont les jeux les plus des élèves de 10 et 11 ans ; plus de 50% des garçons s'y adonnent régulièrement même si le boîtier affiche la cote M, i.e. réservés aux 18 ans et plus. Les chercheurs ont constaté que les jeunes affichent un comportement antisocial dès qu'ils cessent de jouer: augmentation de 43% des pensées agressives, hausse de 17% des réponses violentes à la provocation. Les jeux vidéo comptent pour 13 à 22% dans la hausse des comportements violents des ados, un impact égal ou supérieur au tabagisme, responsable de la hausse des risques de cancer (+14%).

Télé et criminalité

Un chercheur de l'École de santé publique de l'Université de Washington a constaté que les enfants qui passent 3½ heures par jour devant la télé augmentent de 25% les risques de devenir intimidateurs (bully) entre 6 et 11 ans. Ils ne le seront pas nécessairement, mais plus ils en regardent, plus ils augmentent les chances de le devenir.» Sur un échantillon de 1300 enfants, chaque heure de télé à l'âge de 4 ans a fait croître de 9% les probabilités de devenir intimidateur à 9 ans.

Dans une étude s'étalant sur une période de 17 ans, le chercheur a suivi 700 jeunes jusque dans leur vie adulte et a mesuré la corrélation entre le temps de visionnement durant l'enfance et le dossier criminel à l'âge adulte. Les enfants qui passaient plus de temps devant la télé ont commis plus de crimes à l'âge adulte. Leur dossier criminel est plus lourd que celui des enfants qui étaient déjà violents en bas âge.

Urgence de renseigner les parents

L'utilisation de la violence pour attirer et capter l'attention de jeunes spectateurs a un impact profond sur leur santé mentale et leur capacité d'entrer en relation avec leurs pairs. Cette utilisation constitue indéniablement une forme d'abus comme l'affirme la Fondation du Sommet mondial des femmes (WWSF) à l'automne 2007. À l'occasion de la Journée mondiale pour la prévention des abus envers les enfants, le 19 novembre dernier, la Coalition regroupée autour de la WWSF avait choisi pour thème : « Comment protéger les enfants de la violence dans les médias ». La violence dans les médias trompe effectivement les enfants, elle envahit leur imaginaire, augmente leurs peurs, nuit aux apprentissages scolaires, nuit au développement de leurs habiletés sociales ; elle les désensibilise et facilite le passage à l'acte violent. Peu de produits de consommation produisent autant de dommages chez des millions d'enfant.

Une industrie qui refuse la primauté de l'intérêt public

On entend parfois des personnes qui considèrent que protéger les enfants est malsain. Ils qualifient cette attitude de «protectionniste». On entend aussi des gens condamner l'intervention gouvernementale en lui reprochant d'être «prohibitionniste», comme à l'époque où les États-Unis interdisaient l'alcool. C'est un argument connu chez les «Concerned Children Advertisers» (Annonceurs responsables en publicité pour enfants), un organisme à but non lucratif formé d'entreprises telles que Irwin, Hasbro, Mattel, McDonald, Télétoon, etc. Dans cette logique, il serait préférable d'apprendre aux enfants à nager plutôt que de leur interdire l'accès à la piscine. Argument loufoque quand on sait que les propriétaires de piscine sont tenus de construire des clôtures pour empêcher la noyade ; une telle clôture n'empêche pas d'offrir des cours de natations aux enfants. Dans le domaine des médias, il est totalement démagogique d'opposer éducation et censure. Tous les parents et tous les

éducateurs savent que l'interdiction et l'éducation sont des mesures compatibles et complémentaires. Depuis quand devrait-on apprendre aux enfants à traverser la rue mais s'abstenir de leur interdire de la faire sans papa ou maman. On peut obliger les automobilistes à boucler leur ceinture et aussi les éduquer sur l'importance de la faire. C'est donc une fausse dichotomie.

Un industrie qui réduit les décideurs publics au silence

On entend parfois des personnes s'inquiéter que la censure gouvernementale nuise à la liberté artistique. On invoque cet argument comme si notre société avait le choix entre le statu quo (pas de censure) et une réglementation éventuelle, la (méchante) censure gouvernementale. En réalité, l'argument est fallacieux car il feint d'ignorer que nous vivons présentement sous la censure exercée par les médias à des fins mercantiles. Quelqu'un, quelque part, élu par personne, choisit ce que nos enfants vont se voir offrir sur le marché de la concurrence entre réseaux, entre producteurs, entre agences de marketing. Les personnes qui font ces choix en ce moment obéissent à une loi impérative celle du marché. Lorsqu'ils peuvent hausser les cotes d'écoute de quelques points, ils le font. Et tous les moyens sont bons. Le bonheur des parents ? La santé mentale des bambins et des ados ? La sécurité des enfants ? Voilà des préoccupations étrangères aux lois du marché. Comment ces entreprises peuvent-elles pratiquer une telle censure sans être inquiétées ? Parce qu'elles tiennent les pouvoirs publics en joue en les menaçant de les excommunier. Les détenteurs du monopole de la liberté d'expression sont passés maîtres dans l'art d'exercer la censure et de museler ceux qui les menacent.

L'interdiction de la violence dans les émissions pour enfants n'a rien à voir avec la liberté d'expression ou la liberté artistique, pas plus que le fait de retarder après 22 heures la diffusion de films violents sur les ondes publiques. Il y a quelques années, après que des bébés aient perdu la vie, la tête coincée entre les barreaux de leur couchette, les artisans qui les produisent se sont vus imposer une distance maximale entre les barreaux. A-t-on entendu quelqu'un invoquer la liberté artistique ? Lorsqu'on a interdit aux camionneurs qui transportent des matières dangereuses l'accès à des tunnels, a-t-on entendu des propriétaires protester parce que leur permis de circuler était brimé ou parce que le détour occasionnait des frais supplémentaires ? Lorsqu'on impose une vitesse réduite dans les zones scolaires, ou l'arrêt obligatoire lorsqu'un autobus scolaire s'immobilise, a-t-on déjà entendu des protestations ? Non, pour la simple raison que la sécurité des enfants a priorité. Personne n'a dit «les parents devraient mieux surveiller leur enfant». Comment se fait-il que des diffuseurs de violence aient le culot de réclamer la primauté de leurs intérêts sur la santé et la sécurité des enfants ? L'explication est simple. Le pouvoir des médias d'aujourd'hui sur les élus est tel que ces derniers n'osent pas courir le risque d'être cloué au pilori. La censure exercée par les médias permet aux diffuseurs d'écraser toute velléité de résistance.

Les attentes du public

Les parents d'aujourd'hui seraient heureux de connaître les résultats des études scientifiques menées pour mesurer l'influence de la télé sur leurs enfants. Il faut que les conclusions de ces études soient vulgarisées et il appartient aux décideurs publics de rendre ces études accessibles aux parents, aux personnes qui travaillent en milieu scolaire de même qu'aux ados, garçons et filles, cibles ardemment convoitées et courtisées par les médias. Le contenu de ces études couvre un champ de connaissance suffisamment vaste pour constituer, à lui seul, la matière scolaire d'un cours d'éducation aux médias. On aurait tort d'attendre plus longtemps que l'industrie qui tire profit de la diffusion de la violence accepte spontanément de réduire son appétit, de se corriger ou de se discipliner. Les promesses faites en 1994 suite à la pétition de Virginie Larivière ont été bafouées et reniées à tel point que ceux qui les ont prononcées ont perdu toute crédibilité. Les ministères de la famille, de l'éducation et de la santé pourraient mener une campagne publicitaire pour mettre les parents en garde contre l'utilisation de la télé comme gardienne et pour revaloriser l'encadrement parental. Cela rendrait un immense service à la société et aux enfants. Une telle campagne serait aussi appréciée que les campagnes en faveur du port de la ceinture de sécurité ou celle contre la conduite en état d'ébriété. Enfin, la mise sur pied d'un observatoire des violences télévisuelles permettrait de consigner les dommages causés aux enfants par la télévision.

Près d'une centaine d'écoles ont expérimenté un traitement révolutionnaire pour réduire l'emprise de médias sur les jeunes: le «DÉFI de la Dizaine sans télé ni jeux vidéo». Comme le DÉFI est une création québécoise qui a été permis de récolter des fruits hautement appréciés dans près d'une centaine d'écoles du Québec, de l'Ontario et, plus récemment, en France, dans une école de Strasbourg, on peut maintenant se demander comment intéresser d'autres écoles à cette aventure afin qu'un jour prochain, ce DÉFI de la Dizaine fasse partie des traditions écologiques annuelles, comme les exercices d'évacuation en cas d'incendie.

Le DÉFI de la Dizaine sans télé ni jeux vidéo consiste à reprendre le contrôle du robinet télévisuel, une approche innovatrice en prévention de la violence.

Lorsque la télé déverse dans les foyers 52 actes d'agression à l'heure, il est normal qu'on songe à obliger les diffuseurs à réduire le débit au départ. Malgré des décennies d'efforts, de mémoires, de pétitions et de lettres aux décideurs politiques responsables des ondes publiques, jamais aucun n'a osé intervenir. Lorsque l'un d'entre eux a démontré l'intention de le faire, les lobbyistes de l'industrie regroupés derrière le Conseil canadien des normes de la radiotélédiffusion (CCNR) l'ont approché et ont étouffé la manœuvre avec quelques lettres ...aux médias. À la à la veille

du vote du parlement canadien sur le projet de loi présenté par le député Bernard Bigras, le président du CCNR, Ronald Cohen, affirmait que les télédiffuseurs avaient accompli des progrès importants du côté de la réduction de la violence. Une telle affirmation est absolument contraire à la réalité mesurée et dévoilée par les chercheurs Paquet et Deguise de l'Université Laval, à Québec.

Puisque le Gouvernement canadien refuse d'obliger les diffuseurs à se responsabiliser, il était prévisible qu'un jour, des parents et des enseignants mettent au point une stratégie qui permette de gérer le robinet à l'arrivée dans les foyers. En avril 2003, l'école primaire de St-Malachie expérimentait un tel plan de match et aidait ses 100 élèves à fermer tous leurs petits écrans. Chaque année, d'autres enfants emboîtent le pas et participent au DÉFI de la Dizaine sans télé ni jeux vidéo. En avril 2008, des enfants de Longueuil relevaient le même DÉFI que des jeunes de Chambly et Princeville.

Curieusement, un tel DÉFI est acclamé par certains médias. En avril 2007, le Journal de Montréal titrait : «653 enfants en DÉSINTOX». Quelques jours après la clôture du jeûne volontaire de petit écran, l'émission Ados-radio diffusait un reportage complet sur la performance des élèves de l'école primaire Jacques-Rochelleau, à St-Basile-le-Grand, sur la Rive-Sud de Montréal. En janvier 2008, une équipe de reportage de l'émission de télé ENQUÊTE consacrait 30 minutes au DÉFI vécu à St-Basile-le-Grand. Dans la centaine d'écoles où le DÉFI a été lancé depuis 2003, ce sont les parents réunis en assemblée générale qui ont pris la décision. Pour des enfants d'aujourd'hui, garder les écrans fermés durant 10 jours constitue un véritable exploit olympique. Dans les milieux où l'on tente le DÉFI de la Dizaine sans télé ni jeux vidéo, tout le monde est curieux de vérifier si la réduction du temps passé à la télé entraînera une diminution réelle de la violence physique et verbale, à l'école et à la maison.

Le DÉFI de la Dizaine et le programme SMART

Le DÉFI de la Dizaine s'inspire d'une expérience tentée en 1997 par un professeur de médecine de Californie. Le programme SMART, acronyme de Student Media Awareness to Reduce Television, a été mis au point par le Dr Thomas Robinson. Les enseignants qui l'ont implanté dans leur école de San José ont réussi à réduire la violence physique de 40%, la violence verbale de 50%. En plus de l'impact sur la violence, le chercheur a mesuré deux autres paramètres : l'obésité et l'asticotage des enfants pour obtenir des jouets annoncés à la télé. Les résultats ont été positifs sur toute la ligne. Surprise supplémentaire, les enfants qui ont le plus amélioré leur comportement sont ceux qui, avant l'application du programme, manifestaient le plus d'agressivité.

Durant l'hiver 2003, EDUPAX mettait au point une version québécoise du programme californien dans trois écoles primaires. Depuis lors, chaque année, les résultats obtenus dans les écoles participantes sont rendus publics. (réf) Plusieurs écoles québécoises et ontariennes, y compris au

secondaire, ont fait évaluer les résultats du DÉFI par les parents, le personnel et les élèves.

Pourquoi cibler la télé ?

Le choix ne relève pas du hasard. Selon le Conseil supérieur de l'éducation, si le nombre d'élèves aux prises avec des difficultés de comportement a triplé en 15 ans, l'exposition à la violence des médias constitue indéniablement l'un des trois facteurs à l'origine de la hausse. Cela confirme ce que la population canadienne savait déjà si l'on en croit un sondage mené dans toutes les provinces en 2001. Plus des deux tiers (70%) des 2 000 répondants se disaient conscients que la violence des médias contribue à rendre les enfants plus violents et 80% souhaitaient que le gouvernement réglemente sa diffusion. Il ne faut donc pas se surprendre que des parents et des enseignants décident de se concerter pour lancer aux enfants le DÉFI de la Dizaine. Et les résultats frappent. Sans engager de policiers ni d'agents de sécurité, sans punir, expulser ou suspendre plus de récidivistes, sans durcir les peines et sans resserrer les règlements, sans caméra de surveillance et sans détecteurs de métal, les résultats obtenus par les communautés qui acceptent de se mobiliser pour réduire l'influence de la télégardiennne sont impressionnants.

Le DÉFI de la Dizaine donne des résultats frappants

Le bilan dressé à l'école Jacques-Rochelleau, celle où les enfants relevaient le DÉFI en avril 2007, révèle que...

- plus de 96,5% des élèves ont participé,
- les deux tiers des enfants ont réussi à garder les 4 écrans complètement fermés durant 10 jours : télé, jeux vidéo, ordinateur et gameboy.
- plus de la moitié des enfants disent avoir constaté une réduction des disputes à l'école et à la maison (52%)
- les paroles méchantes ont diminué à l'école (56%) et à la maison (51%).

Parents et enfants ont constaté que le DÉFI avait servi à

- améliorer la santé et le bien-être des enfants selon les 66% des parents et 71% du personnel ;
 - augmenter la pratique d'activités physiques et sportives selon 75% des parents et 87% des enfants ;
 - augmenter le temps consacré à la lecture disent la moitié des parents et des enfants ;
 - améliorer les devoirs et les leçons disent 28% des parents, 57% des enfants et 45% du personnel ;
 - à passer plus de temps en famille disent 70% des parents et 69% des enfants ;
 - à réduire le temps passé à la télé par les papas (55%) les mamans (71%) ;
 - à améliorer l'humeur des enfants selon 40% des parents, 56% des enfants, 66% du personnel ;
-

- augmenter le **temps passé avec des amis** (60% des parents).

Selon le personnel de l'école, le DÉFI a permis de

- réduire la **violence verbale** en classe (41%) et à la récréation (54%),
- réduire la **violence physique** durant la récré (62%),
- améliorer les **relations entre élèves** (59%),
- améliorer la **concentration** en classe (58%),
- rapprocher **l'école de la communauté** (90%).

Les enseignants ont utilisé le DÉFI pour couvrir le programme du Ministère. Les enseignants disent avoir touché les 4 **champs de formation** suivants : santé et bien-être (78%), vivre ensemble et citoyenneté (75%), médias et communication (72%), environnement et consommation (68%). Plus des trois quarts du personnel (78%) jugent les énergies investies rentables.

Excellente nouvelle en éducation

Lorsque qu'une intervention chirurgicale ou une découverte pharmaceutique font les manchettes, elles attirent l'attention publique et soulèvent l'admiration. L'intervention pédagogique qui prépare des enfants au DÉFI de la Dizaine sans télé ni jeux vidéo mérite une attention du même ordre. Elle est réalisable partout où les parents et le personnel de l'école sont prêts à travailler de concert. Le DÉFI peut effectivement être lancé avec succès dans toute école où les adultes sont prêts à aider les enfants à le relever. Si l'on en croit la récolte obtenue en 2008 et au cours des 5 années précédentes, le jeu vaut infiniment plus que la chandelle. Lorsque des communautés se serrent les coudes pour appuyer des enfants qui osent affronter une équipe adverse aux moyens de séduction énormes, le contrôle du robinet télévisuel peut donner des fruits merveilleux.

Le DÉFI de la Dizaine est susceptible d'intéresser divers ministères et offices : éducation, sport et loisir, santé et sécurité, santé et services sociaux, sécurité publique, famille, protection du consommateur, solidarité sociale, etc.

En attendant que le décideurs découvrent la richesse du filon mis à jour par le DÉFI de la Dizaine, il faut passer le message aux conseils d'établissement et aux directions d'école de façon à ce que d'autres milieux décident d'offrir à leurs enfants cette aventure au pays fantastique du réel, loin du monde fictif et superficiel fabriqué par les médias et les agences de marketing pour attraper nos concitoyens les plus vulnérables et les abuser.

Jacques Brodeur, EDUPAX, Organisme à but non lucratif,
Éducation à la Paix, Prévention de la violence, Éducation aux médias
www.EDUPAX.org / JBrodeur@edupax.org
