

CEQ

Centrale de l'enseignement du Québec

Nous récolterons demain ce que nous cultivons aujourd'hui chez nos enfants

**Mémoire sur la violence à la télévision soumis aux
audiences publiques du CRTC**

par la Centrale de l'enseignement du Québec

Juin 1995

“Cette génération doit supporter les effets barbarisants d'une télévision qui veut être regardée toujours plus et à n'importe quel prix. Comment le vivra-t-elle et de quelle façon nous le fera-t-elle savoir? Faut-il faire l'expérience jusqu'au bout et vérifier nous aussi, statistiques à l'appui, que la violence est contagieuse?”

Liliane Lurçat

***“Violence à la télé: l'enfant fasciné”*,
Éditions Syros, août 1989, p. 198.**

TABLE DES MATIÈRES

PREMIÈRE PARTIE - LE PROBLÈME	3
1. <u>LE PERSONNEL DE L'ÉDUCATION EST BIEN PLACÉ POUR TÉMOIGNER</u>	3
2. <u>LA TÉLÉVISION INFLUENCE TOUT LE MONDE</u>	3
3. <u>LA TÉLÉVISION PRÔNE LE SEXISME QUI, À SON TOUR, JUSTIFIE LA VIOLENCE</u>	4
4. <u>LA VALEUR COMMERCIALE DES MESSAGES NOUS RENSEIGNE SUR LEUR PUISSANCE</u>	5
5. <u>LA CRIMINALITÉ CHEZ LES JEUNES</u>	5
6. <u>LE DÉCROCHAGE DE LA RÉALITÉ ET SES CONSÉQUENCES</u>	7
7. <u>LE DÉCROCHAGE SCOLAIRE</u>	8
DEUXIÈME PARTIE - LES REMÈDES	11
1. <u>UNE TÉLÉVISION RESPONSABLE</u>	11
2. <u>IL FAUT COMMENCER PAR LES DESSINS ANIMÉS</u>	11
3. <u>LA TÉLÉVISION, C'EST AUSSI LES VIDÉOCLIPS</u>	13
4. <u>LA TÉLÉVISION, C'EST AUSSI LES FILMS VIDÉO</u>	14
5. <u>LA TÉLÉVISION, C'EST AUSSI LES JEUX VIDÉO ET LES JEUX SUR ORDINATEUR</u>	15
6. <u>LES DIVERS PALIERS DE RESPONSABILITÉ</u>	16
7. <u>LA CENSURE</u>	17
8. <u>LE CODE VOLONTAIRE DES TÉLÉDIFFUSEURS</u>	18
9. <u>LA PROMOTION DES FILMS VIOLENTS</u>	19
10. <u>LA TÉLÉDIFFUSION PAR CÂBLE</u>	19
11. <u>LA TÉLÉDIFFUSION PAR SATELLITE</u>	20
12. <u>LES MISES EN GARDE ET LA COTATION DES PRODUCTIONS</u>	20
13. <u>LA PUBLICITÉ COMMERCIALE DESTINÉE AUX ENFANTS</u>	20
14. <u>LES SPORTS TÉLÉVISÉS</u>	21
15. <u>LES BULLETINS DE NOUVELLES</u>	23
16. <u>LA CRÉDIBILITÉ DU CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA TÉLÉVISION</u>	24
17. <u>UN FONDS "VIOLENCE" ET SON UTILISATION</u>	25
18. <u>INFORMATION DES PARENTS</u>	27
19. <u>DISCRIMINATION POSITIVE</u>	27
20. <u>PERMETTRE AU PUBLIC DE S'EXPRIMER</u>	28
21. <u>LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE</u>	29
CONCLUSION	30
NOS ENFANTS ONT DROIT À MIEUX	30
LISTE DES RECOMMANDATIONS	29
A. <u>Mesures proposées dans le but de réduire la violence diffusée par la télévision</u>	29
B. <u>Mécanismes et structures proposés aux autorités fédérales dans le but d'assurer la protection des enfants contre la violence à télévision</u>	30

PREMIÈRE PARTIE - LE PROBLÈME

1. LE PERSONNEL DE L'ÉDUCATION EST BIEN PLACÉ POUR TÉMOIGNER

Le personnel de l'éducation est bien placé pour constater les effets de certaines modes adoptées par les jeunes. Qu'il s'agisse de tenue vestimentaire, de coupe de cheveux ou encore de certaines expressions verbales, nous sommes à même de constater que les jeunes sont perméables aux idées qui circulent dans leur entourage. D'où viennent ces idées, ces modes? La source n'est pas évidente de prime abord. Cependant, depuis quelques années, on a cru constater une augmentation du nombre de gestes violents posés pendant les périodes de récréation ainsi que dans les allées et venues entre la maison et l'école. Plusieurs enseignantes et enseignants affirment que le nombre d'enfants agités ou démontrant des troubles de comportement s'est accru.

Mais ce qui inquiète encore plus, c'est que les élèves ont adopté un type de langage et une forme de vocabulaire de plus en plus négatifs, méprisants. Plusieurs parents ont constaté le même phénomène. Les rapports que les jeunes entretiennent entre eux et avec le camp des adultes – comme s'il s'agissait d'une équipe adverse – sont de plus en plus dévalorisants, diminuants, intolérants, destructeurs.

Selon nous, la transmission par l'école de certaines valeurs comme le respect des droits, la résolution pacifique des différends, la liberté d'expression est annihilée par des influences, des modèles proposés (ou imposés) aux jeunes en dehors des heures de classe.

2. LA TÉLÉVISION INFLUENCE TOUT LE MONDE

Parmi les institutions ou les groupes qui rejoignent et influencent la jeunesse, la télévision est certes la plus puissante. Même le jeune qui vit dans un foyer où la télévision est absente subira cette influence, car ses pairs qui, eux, massivement, regardent la télévision, adopteront puis intégreront graduellement les comportements présentés au petit écran. C'est donc l'exemple des pairs qui finira par déteindre sur l'enfant que sa famille aura soustrait à l'influence de la télévision.

Cet effet est accentué et d'autant plus visible lorsque le type de jouet ou de jeu présenté aux enfants comporte une connotation agressive. Des recherches ont démontré que “les enfants se comportent de manière plus agressive sitôt qu'on leur fournit des jouets apparaissant dans des scènes de violence télévisées ou associés de manière plus générale à l'agressivité”.^{i[1]}

Prenons l'exemple des *Tortues Ninja*. Elles ont d'abord influencé les plus turbulents des enfants, ceux chez qui on dénotait déjà des troubles de comportement. Elles ont ensuite convaincu des élèves

dits “moyens” d'essayer à leur tour d'imiter les fameuses tortues en reproduisant dans l'imaginaire d'abord, sur des ennemis fictifs ensuite, puis, enfin, sur un pair en chair et en os, avec ou sans son accord, les fameux coups de pied de karaté sur la tête.

Enfin, les parents des écoliers plus faibles physiquement, sentant leur enfant sans défense devant les assauts réels ou éventuels d'une “tortue” du voisinage, ont finalement inscrit leur enfant à des cours de karaté. Depuis 1989, date de l'apparition des fameuses tortues, des écoles de karaté et de kung-fu ont fait des affaires d'or, tout comme la compagnie de jouets Hasbro qui a payé des chaînes de télévision pour diffuser l'émission des *Tortues Ninja* en bandes dessinées.

3. LA TÉLÉVISION PRÔNE LE SEXISME QUI, À SON TOUR, JUSTIFIE LA VIOLENCE

Dans plusieurs émissions ayant du succès auprès des enfants, on a aussi noté que les personnages masculins et féminins sont bien campés. Pendant que les tortues mâles affrontent les méchants bandits impliqués dans le crime organisé, la petite journaliste, April O'Neil, victime de sa curiosité et de son audace, devient régulièrement captive des méchants; ce sont les braves mâles qui viennent à la rescousse pour libérer la pauvre prisonnière. Dans le jeu vidéo *Mario Bros.*, c'est encore le personnage masculin qui franchit de multiples péripéties pour, finalement, libérer la petite princesse immobile et passive, prisonnière dans son château. Dans l'émission *Les Simpson*, c'est la petite Lisa, intelligente, studieuse, musicienne, qui propose les solutions les plus ingénieuses, tandis que son père, Homer, et le héros de l'émission, le “charmant” et espiègle petit Bart, la traitent d'idiote; comme si pour être une famille à la mode, il fallait ridiculiser et diminuer... les filles intelligentes.

Pourquoi faut-il confier aux personnages féminins des rôles passifs et les présenter comme des “petites bollées quêtaines?”^{ii [2]}

Pourquoi faut-il offrir aux garçons des héros musclés, sans larmes, sans peur et sans émotion – comme G.I. Joe – et des gens à la vie active, intéressante, naturellement doués pour la victoire?

Les modèles masculins et féminins proposés aux enfants ont certainement des répercussions. Dans notre société, les rapports entre hommes et femmes donnent lieu à un nombre de cas de violence conjugale tout à fait effarant. Chaque année au Québec, et ce depuis plusieurs années, 8 000 personnes fuient le foyer pour aller trouver refuge dans des centres d'hébergement. N'y a-t-il pas là un problème social dramatique? Les hommes de chez nous n'héritent pas génétiquement du droit ou du sentiment de supériorité sur les femmes. C'est là une valeur acquise culturellement que la télévision cultive chez les jeunes grâce aux modèles proposés. Que penser des cas d'inceste, d'abus sexuels multiples qui font les manchettes chaque année, voire chaque semaine? Que penser du nombre de drames conjugaux relevés au Québec seulement, où 34 hommes tuent leur conjointe chaque année? Les préjugés sexistes véhiculés par la télévision servent à banaliser, normaliser ces crimes, à les rendre acceptables, tolérables.

4. LA VALEUR COMMERCIALE DES MESSAGES NOUS RENSEIGNE SUR LEUR PUISSANCE

Sans contredit, les modèles de comportement les plus répandus et les plus incrustés sont ceux que la télévision a véhiculés. Le membre de la famille le plus influent est le petit écran. Et les télédifuseurs feignent de l'ignorer. Les entreprises, qui achètent du temps d'antenne pour des sommes parfois astronomiques – un message publicitaire pendant le match du *Superbowl* coûte 1,4 million de dollars – considèrent cet investissement hautement rentable pour leur réputation, leur visibilité et leurs profits. Si de tels messages n'entraînaient pas de modification de comportement chez le consommateur, il y a belle lurette que les messages publicitaires ne se vendraient plus.

Pour ne citer qu'un exemple banal des embêtements causés par la télévision, constatons que c'est elle qui a popularisé le port de la casquette en tout temps. N'eut été de l'influence de la télévision, les écoles québécoises ne seraient pas obligées d'adopter des règlements interdisant le port de la casquette en classe. Non, la télévision porte une part de responsabilité fortement sous-estimée dans les comportements adoptés par les enfants.

5. LA CRIMINALITÉ CHEZ LES JEUNES

Les gestes violents posés par des jeunes sont de plus en plus nombreux, variés et cruels. On aurait tort de se sentir rassurés en se répétant que la drogue en est la cause à tout coup. Entre 1986 et 1992, le nombre de crimes violents commis par des jeunes Canadiens de 12 à 17 ans a augmenté de 14 % par année, chaque année, pour atteindre un record de 3 759 en 1992. C'est deux fois plus que six ans auparavant. Les jeunes ont commis, en 1992, 13,7 % de tous les crimes violents, comparativement à 10,5 % en 1986.^{iii[3]}

De plus en plus de jeunes Américaines et Américains de 15 à 19 ans sont tués par armes à feu chaque année; environ 600 de plus chaque année depuis cinq ans. C'est une croissance vertigineuse. Le Centre national de statistiques de santé des États-Unis note également que “le nombre d'homicides ou de suicides par armes à feu est cinq fois plus élevé chez les garçons que chez les filles. Seuls les accidents de la route tuent plus de gens que les armes à feu chez les adolescents et les jeunes adultes”.^{iv[4]}

Devant cet état de fait, plusieurs questions surgissent. Ces meurtres sont-ils survenus lors de différends portant sur la drogue? Ont-ils été commis à cause de la trop grande disponibilité d'armes à feu? Était-ce le signe d'un manque d'encadrement parental? Ou la faute de la télévision? Les causes sont certainement multiples, mais il ne faudrait surtout pas en conclure que la télévision n'y est pour rien.

Certains crimes violents, pas nécessairement des meurtres, prennent la forme d'activités de divertissement et comportent une connotation nettement sexiste. En mars 1993, neuf adolescents de Los Angeles, âgés entre 15 et 18 ans, étaient arrêtés pour avoir participé à un concours de séduction.

“Les concurrents s'attribuaient des points en fonction du nombre de leurs conquêtes féminines... âgées parfois de 10 ans seulement, parfois même par la force.”^{v[5]}

“Un autre chercheur, Joshua Meyrowitz, a établi que chez les jeunes de moins de 15 ans, entre 1951 et 1981, les arrestations pour meurtre ont augmenté de 500 %, celles pour vol à main armée de 1 750 % et celles pour viol de 4 000 %. Il incrimine la télé.”^{vi[6]}

La sociologue américaine Marie Winn écrit: “Le facteur commun qui caractérise ces enfants qui tuent, torturent et violent semble être une forme de détachement émotionnel qui leur permet de commettre des crimes incroyables avec une absence totale de culpabilité et de remords.”^{vii[7]}

Ces données stupéfiantes illustrent à quel point de nombreux jeunes vivent dans un univers qui fait passer le réel au second plan, un monde qui valorise une culture d'images.

6. LE DÉCROCHAGE DE LA RÉALITÉ ET SES CONSÉQUENCES

“La télévision donne l'illusion de nous rapprocher de la réalité. En fait, elle nous en éloigne. Les enfants font face à un monde souvent irréel dont ils ne reçoivent que des images. Et la relation qu'ils entretiennent avec la vie les porte plus à **croire** qu'à essayer de comprendre.”^{viii[8]}

L'image portant en elle sa propre crédibilité, le jeune téléspectateur n'a pas besoin de se demander si c'est vrai ou faux. S'il l'a vu, c'est donc que c'est vrai.

À l'âge de 18 ans, les jeunes d'Amérique du Nord ont été témoins de 200 000 actes de violence.^{ix[9]}

Lorsque, après des centaines, des milliers de répétitions, l'image est imitée, le jeune perd contact avec la réalité et passe à l'acte. Alors, on le condamne! Le jeune n'est pourtant alors que la victime de l'illusion télévisuelle. Dans certaines provinces canadiennes, on réclame le durcissement des peines contre les jeunes contrevenants. Mais les faiblesses humaines des enfants plus impressionnables, savamment exploitées par la télévision, sont-elles des crimes? La télévision y compris les films vidéo, les vidéoclips, les jeux vidéo porte bel et bien une part de responsabilité. Une part indéniable. En admettant que la violence au petit écran fait varier le taux d'agressivité de seulement 10 % (c'est un minimum selon les recherches), la responsabilité reste quand même très lourde puisqu'elle “entraîne une augmentation du taux de comportements agressifs de 38 à 62 %”.^{x[10]}

La télévision violente entraîne un comportement agressif, **surtout chez les garçons**. Deux cent trente études recensées par Hearold (1986) le confirment. “Exposer des garçons déjà violents à des scènes de violence télévisées fait atteindre de plus hauts niveaux d'agressivité.”^{xi[11]}

Cela s'explique par le fait que la télévision nous présente la violence comme étant plus répandue et

plus acceptable qu'elle ne l'est réellement. On a aussi constaté que le visionnement d'un film violent rend tolérables des comportements agressifs extrêmes et va même retarder le moment d'appeler au secours chez les jeunes téléspectatrices et téléspectateurs.^{xii [12]}

Ce visionnement peut aussi empêcher un enfant d'inhiber sa propre agressivité, cette dernière étant devenue acceptable, voire légitime. Cette vision du monde transmise par la télévision influence donc la conception du monde et de la vie et impose aux enfants un système de valeurs irréaliste.

Le Soleil du 7 mars 1995 titrait: “Trois couples de parents tirés par leurs enfants en 10 jours”. La dépêche de l'Agence France-Presse révélait que Jason, 15 ans, de Georgie, rêvait de vivre l'aventure de *Natural Born Killer*, le film d'Oliver Stone; il est accusé du meurtre de son père et de sa mère. Jeffrey Haworth, 16 ans, de Pennsylvanie, avait fait de même deux jours plus tôt, tout comme David et Bryan Freeman, 16 et 17 ans, qui avaient fui au Michigan après avoir abattu leurs père, mère et... jeune frère de 11 ans.

Selon le major David Grossman, de l'armée des États-Unis, la préparation mentale des soldats à tuer a toujours été, dans l'histoire des guerres, une mission très difficile. Dans toutes les armées du monde, les autorités militaires fournissent un entraînement spécifique destiné à désensibiliser les soldats au meurtre. Si cette désensibilisation peut se justifier lorsqu'on décide d'y sacrifier une portion de la population des jeunes pour qu'ils défendent la patrie, Grossman s'interroge sur “le rôle actuel des médias qui ont manipulé, au cours des dernières 30 années, les cerveaux impressionnables des adolescentes et adolescents via les modèles fournis (...). On a fourni à une masse de jeunes civils un cours intensif jadis réservé à des troupes de choc”.^{xiii [13]}

7. LE DÉCROCHAGE SCOLAIRE

Le personnel qui oeuvre dans le domaine de l'éducation au Québec considère qu'il est plus que temps de lancer aux médias un appel au secours, un appel à la responsabilisation. Le *Journal de Montréal* faisait état, l'automne dernier, d'une étude réalisée auprès de 500 élèves de la Commission scolaire des Manoirs, dans la région de Terrebonne, démontrant qu'une surdose de télévision avait une influence négative sur le rendement scolaire. Les enfants “nourris” de télévision et de jeux vidéo ont un comportement académique moins performant; ils sont distraits et plus agités. La consommation de télévision et de jeux vidéo réduit leur capacité de concentration.

Cette étude rejoint des conclusions similaires à celles décrites par l'Association professionnelle des enseignantes et enseignants d'Angleterre (Professional Association of Teachers). La recherche de la PAT publiée en avril 1994 soutient notamment que:

- “- les jeux sur ordinateur, la télévision et les films vidéo constituent l'activité de loisirs principale des enfants;
- la supervision des parents est insuffisante ou nulle;
- cela entraîne un manque d'exercice physique chez les enfants;

- les enfants ont accès à du matériel pornographique hautement préjudiciable en très bas âge;
- les images vues par les enfants (autant les gestes que les paroles) sont imitées et ils se désensibilisent peu à peu à la souffrance d'autrui;
- il revient aux adultes de se responsabiliser et d'agir.”

Ces deux études mettent le doigt sur des facteurs réels d'aggravation des comportements et des attitudes adoptés par plusieurs enfants depuis plus d'une décennie.

Le système de valeurs que les enfants nourris de télévision ont développé ne valorise pas la fréquentation scolaire. Entre la dure réalité des leçons et des devoirs et le merveilleux monde de l'évasion télévisuelle, enrobé de passivité et de facilité, de plus en plus de jeunes Québécoises et Québécois perdent leur intérêt pour l'école.

Or, les scientifiques constatent que la préadolescence et l'adolescence sont des périodes de très grande perméabilité aux valeurs transmises par la société. “Les stéréotypes acquis par les jeunes au cours de la période de socialisation entretiennent des valeurs et nourrissent des attitudes se situant à l'opposé de la persévérance et de la réussite scolaire.”^{xiv[14]}

Entre le plaisir immédiat du jeu et la rentabilité future (lointaine et incertaine) des études, de plus en plus de jeunes, surtout des garçons, quittent l'école. Le phénomène de l'abandon scolaire entraîne à son tour, notamment, des “lacunes sur le plan du savoir-faire, une baisse de l'estime de soi et des difficultés d'adaptation sociale.”^{xv[15]}

La vision d'un monde sans issue engendre à son tour une espèce de défaitisme devant un échec qui apparaît inévitable.

C'est à l'adolescence que les jeunes délaissent peu à peu les dessins animés pour s'abreuver pendant des heures et des heures à Musique Plus... disponible 24 heures par jour. Parmi les groupes musicaux, chaque jeune développe ses préférences et l'on constate, parfois dès l'âge de 12 ans, que les chandails portés par les jeunes reproduisent non seulement le nom du groupe musical favori, mais aussi des images rendues célèbres par le clip chargé de populariser l'une des pièces musicales du groupe. Ces images véhiculent des visions du monde pour le moins sordides.

Malgré que nous ne disposions pas de statistiques sur cette question, nous pouvons affirmer que plusieurs de ces groupes véhiculent une vision du monde tout à fait apocalyptique. *Kill'em All* du groupe Metallica donne une idée des fantasmes arborés sur les chandails d'adolescentes et d'adolescents. On retrouve aussi des titres comme *Reign in Blood* et *Show No Mercy* du groupe Slayer, *Butcher At Birth* de Cannibal Corpse. Autant d'exemples de slogans meurtriers et de fantasmes suicidaires représentés sur des *T-shirts* portés par les jeunes.

Loin de préparer les jeunes à affronter une réalité et un monde qu'il faut transformer, les messages développent une vision supposément moderne, présentée comme telle aux jeunes.

Pour le jeune public chez qui on cultive une telle vision de l'avenir, on ne peut pas dire que les groupes musicaux incitent à la fréquentation scolaire.

DEUXIÈME PARTIE - LES REMÈDES

1. UNE TÉLÉVISION RESPONSABLE

La société confie à l'école une mission, celle de préparer la prochaine génération à relever des défis, à transformer la réalité pour améliorer la vie en société, pour faire progresser l'humanité. Or, l'une des sources de plus en plus importantes de la démotivation professionnelle des gens qui y oeuvrent vient du fait qu'on offre aux enfants, dans leurs loisirs, des divertissements et des valeurs totalement anti-éducatifs. Alors qu'on augmente les réclamations pour une école plus performante, on laisse des intérêts commerciaux libres d'abuser des élèves, sans égard aux valeurs éducatives de la société.

L'éducation de la jeunesse est une responsabilité de l'**ensemble de la société**, de tous les citoyens et, à plus forte raison, des plus puissants et des plus influents. Or, les industries du divertissement (jouets, jeux et médias) se comportent en ce moment, dans la plupart des pays du monde, comme de parfaits irresponsables. Leur contribution à l'éducation des enfants pourrait être fantastique, puisque de nombreuses études scientifiques ont démontré l'existence d'un lien entre des émissions positives et des comportements prosociaux ultérieurs.^{xvi[16]}

À regret, nous devons affirmer que le Code volontaire de réglementation adopté par les télédiffuseurs canadiens n'a pas donné lieu aux correctifs qu'ils avaient poliment promis à Virginie Larivière.

Le seul organisme responsable de contrôler l'utilisation des ondes publiques canadiennes est le CRTC. Or, cet organisme est celui que les médias mettent en joue lorsqu'ils sont pris en flagrant délit.

2. IL FAUT COMMENCER PAR LES DESSINS ANIMÉS

Dès qu'on parle de responsabiliser la télévision, il faut prévoir une stratégie. Au cours de l'automne dernier, suite à la décision du Conseil canadien des normes de la télévision (CCNT) réclamant le retrait de l'émission *Power Rangers*, le quotidien torontois *The Globe and Mail* publia des articles absolument hystériques. On y condamnait, à tort, le CRTC pour avoir osé attaquer la liberté d'expression des télédiffuseurs et le droit des enfants de s'amuser sans intrusion de *BIG BROTHER*.

L'équipe éditoriale, visiblement ignorante de toute la problématique entourant cette question, chargeait à fond de train pour le retour en ondes des personnages qui, dans l'imaginaire des enfants, allaient sauver notre planète des envahisseurs dégueulasses venus de l'étranger pour polluer la Terre. Par quels moyens? Des chorégraphies de style karaté et des revolvers spéciaux à rayon laser.

Puisqu'il faut une stratégie qui permette aux utilisateurs des ondes publiques de se responsabiliser,

nous proposons qu'elle accorde la priorité aux dessins animés.

Deux enquêtes confirment que les enfants sont, en ce moment, les cibles prioritaires des médias. L'une d'elles, publiée par la revue *T.V. Guide*, a quantifié le nombre d'actes violents diffusés par les chaînes de télévision des États-Unis pendant 18 heures de programmation.^{xvii [17]}

La catégorie d'émissions qui se classe au premier rang pour le nombre d'actes violents diffusés est celle des dessins animés. Sur les 1 846 actes violents recensés au cours des 18 heures de programmation, les dessins animés en comprenaient 471; c'est donc dire que les enfants reçoivent **plus du quart** de toutes les scènes de violence diffusées. Lorsqu'on ajoute à cette donnée les actes violents véhiculés par les messages commerciaux pour les jouets (188) et les vidéoclips musicaux (123), on obtient un total de 782 actes violents destinés aux jeunes. C'est, à notre avis, totalement abusif.

D'autre part, toutes les statistiques publiées par *T.V. Guide* indiquent que la télévision diffuse 1 846 actes violents par jour. Est-ce là ce que le public attend de la télévision? La télévision offre-t-elle un menu adéquat à la jeunesse? Comme les enfants de moins de huit ans ne peuvent pas faire la distinction entre la fiction et la réalité, devons-nous décerner aux producteurs et aux diffuseurs de dessins animés le titre d'“abuseurs publics”?

Une deuxième enquête réalisée par une équipe du Département d'information et de communication de l'Université Laval a comptabilisé pendant une semaine complète le nombre de scènes de violence diffusées par huit chaînes de télévision canadiennes. Cette enquête révèle que “tout comme aux États-Unis, les émissions pour enfants sont considérablement plus violentes que les émissions destinées aux adultes. Elles présentent **4 fois plus** de séquences violentes à l'heure, c'est-à-dire 21,5 contre 5,4.”^{xviii [18]}

On y apprend aussi que les émissions canadiennes diffusent un nombre d'actes de violence inférieur de 23,4 % à celui des États-Unis. Au Canada, les réseaux privés

surpassent les réseaux publics de 30,3 %. Les chaînes canadiennes les plus violentes sont, dans l'ordre, CTV, TQS et TVA. Il est très intéressant de noter “une grande diminution de l'index de violence pour la SRC lorsqu'on ne tient pas compte des dessins animés qu'elle diffuse. Le nombre de séquences violentes à l'heure, diffusées par la SRC, passe alors de 10,1 à 1,4.”^{xxix [19]}

L'enquête précise également que Radio-Québec et TVO présentent un très faible taux de séquences violentes à l'heure, c'est-à-dire 1,6 et 1,5.

Le type d'émissions qu'il faut de toute urgence dépolluer, c'est celui des dessins animés. On y interpelle directement le public le plus vulnérable, un public innocent, sans voix, totalement impuissant à juger la valeur des messages reçus et à s'en prémunir.

Comme TV Ontario et Radio-Québec ont des missions éducatives et culturelles, il est, par conséquent, “normal” qu'on y diffuse moins de violence. Mais les chaînes de télévision privées sont-elles aussi “éducatives” lorsqu'elles enseignent à nos enfants à tuer des hommes, à capturer et à torturer des femmes, à légitimer le recours à la brutalité et à la peine de mort, à souhaiter et à se réjouir de la souffrance des autres? En réalité, ces chaînes de télévision **éduquent** nos enfants et cultivent chez la jeunesse la barbarie. Ce n'est pas le genre d'éducation et de culture que nous désirons laisser à nos enfants.

“Les barbares sont aux portes de la ville”, disait-on dans une pièce de l'Antiquité. Aujourd'hui, ils siègent au beau milieu de nos foyers. Ils circulent librement dans le cerveau de nos enfants, sous forme de fantômes massivement stimulés par les images de dessins animés à l'apparence inoffensive.

Si les dessins animés et les messages publicitaires des producteurs de jouets sont devenus les véhicules de messages subliminaux incitant à la destruction et à l'autodestruction, il faut agir sans délai.

3. LA TÉLÉVISION, C'EST AUSSI LES VIDÉOCLIPS

En approchant de l'âge de 12 ans, les enfants de nos écoles primaires adoptent progressivement *Musique Plus* comme station de télévision favorite. On y présente des vidéoclips pratiquement sans interruption. Plusieurs recherches ont traité du sexisme dans les vidéoclips.^{xx [20]}

Plusieurs écoles du Québec ont utilisé la vidéo produite par le gouvernement du Québec *Clippe, mais clippe égal*. L'outil, bien conçu, sensibilise les jeunes efficacement. Mais cela suffit-il?

Ces vidéoclips, tout comme la publicité et le cinéma, inspirent le comportement des jeunes, particulièrement dans leurs relations amoureuses.^{xxi [21]}

“L'homme doit être costaud, grand et n'avoir aucun sentiment. La femme, elle, est douce, fragile et soumise à l'homme.”^{xxii [22]}

Pour combattre les images négatives diffusées par les médias, le ministère de l'Éducation du Québec s'est vu dans l'obligation de publier un *Programme de prévention de la violence dans les relations amoureuses*.^{xxiii [23]}

Au cours de l'année qui vient de s'écouler, certains groupes musicaux des États-Unis ont été pointés du doigt pour avoir inspiré les gestes suicidaires de jeunes Québécois: nommons Nirvana et Napalm Death. On a aussi retrouvé le groupe Guns'N Roses au banc des accusés pour avoir "publicisé" sa tournée grâce à une affiche où l'on voit une femme violée, affaissée, nue, dans une ruelle, la figure tuméfiée, avec le graffiti suivant dessiné sur le mur de brique, au-dessus de sa tête: "Guns'N Roses est passé par ici".

Ce type d'images, particulièrement offensantes et méprisantes, est devenu monnaie courante, à tel point que plus personne ne s'en offusque. "C'est rien qu'un dessin", diront les jeunes. Ou bien "ce n'est qu'une blague". Un genre d'humour qui élève ou qui abrutit? Un genre de blague qui, au lieu de soulever l'indignation, entraîne l'accoutumance, l'apathie, la résignation. Les producteurs de vidéoclips peuvent-ils renverser la vapeur et diffuser des contenus plus responsables? La station *Musique Plus* peut-elle réduire, voire éliminer, les produits stéréotypés?^{xxiv [24]}

4. LA TÉLÉVISION, C'EST AUSSI LES FILMS VIDÉO

À l'approche de l'adolescence, plusieurs jeunes visitent régulièrement le club vidéo du quartier ou du village. Dans la catégorie "Action", on retrouve les citrons les plus insalubres jamais tournés. Il semble que les trois quarts des cinéastes sont, en ce moment, en compétition féroce pour les meilleurs effets spéciaux. Si les scènes sont cruelles, il faut que la lentille de la caméra pénètre dans la plaie. On cherche à satisfaire la morbidité la plus infecte.

Terminator s'est mérité un oscar pour un crâne, frappé au point de s'ouvrir devant les spectateurs et spectatrices. Lentement, par étapes, on y voit Arnold Schwarzenegger, remplacé pendant le tournage par un mannequin, se faire "effoier" la moitié de la tête... Dans le cas du "Silence des agneaux", récipiendaire de plusieurs oscars, le film présente un homme qui capture, torture et tue des femmes et utilise leur peau pour fabriquer des vêtements.

Bien sûr, ces films sont cotés "18 ans" ou "13 ans et plus". Cependant, ils sont exposés sur les rayons. Ils peuvent être loués le plus aisément du monde par des jeunes de tout âge. Dans plusieurs clubs, aucune question n'est posée par le caissier. Plusieurs enfants de sept et huit ans ont vu des films aussi horribles que *Freddy*, *Choky*, *la poupée qui tue...* On nous rapporte que certains enfants ne peuvent plus dormir dans leur propre chambre à coucher lorsqu'une poupée s'y trouve.

Ce sont les autorités provinciales qui régissent la classification des films présentés au cinéma ou loués dans les vidéoclubs. Comment s'assure-t-on de son respect?

Les parents connaissent-ils cette classification? La respectent-ils? Connaissent-ils les conséquences des visionnements – parfois à répétition – de ce genre de films? À qui revient la responsabilité de les informer?

5. LA TÉLÉVISION, C'EST AUSSI LES JEUX VIDÉO ET LES JEUX SUR ORDINATEUR

Grâce au jeu *Mortal Kombat*, disponible en cassette Super Nintendo, Sega et sur disquette d'ordinateur, vous pouvez choisir le personnage que vous dirigerez avec votre manette et vous pourrez crever les yeux de votre adversaire, lui arracher le coeur, la tête, la colonne vertébrale pendant qu'une voix à l'écran vous incitera constamment à ne pas ralentir votre ferveur, à continuer d'assener vos coups malgré le sang qui gicle et, ultimement, à achever votre proie: "*FINISH HER*" ou "*FINISH HIM*".

Ces jeux sur ordinateur que les parents offrent à leur progéniture pour les familiariser aux technologies de l'avenir font-ils l'objet d'un examen quant à leur contenu et à leurs effets? Quelle autorité procède à leur classification? Qui renseigne les consommatrices et les consommateurs? Par quels moyens? Qui met les parents en garde contre l'accès au contenu de ces jeux par des enfants en bas âge?^{xxv [25]}

Certains producteurs de ces jeux mettent les utilisatrices et les utilisateurs en garde contre des effets secondaires de type épileptique; de quoi s'agit-il exactement?

Par ailleurs, comment une entreprise comme Sega, qui produit les jeux vidéo les plus sadiques au monde, a-t-elle pu obtenir du CRTC une licence de télédiffusion spécialisée avec exemption du processus d'examen prévu? N'est-ce pas là l'indice flagrant d'une forme de déresponsabilisation de la part du CRTC, ce même CRTC qui se targue d'avoir doté le Canada d'un système de filtration et de contrôle de la violence télévisée? Si ce système est aussi efficace, comment a-t-on pu accorder une si importante faveur à l'un des plus dangereux producteurs? Le CRTC connaît-il la liste des jeux que Sega veut offrir à sa clientèle? Le contenu de ces jeux a-t-il fait l'objet de quelque évaluation?

6. LES DIVERS PALIERS DE RESPONSABILITÉ

Le gouvernement fédéral n'a pas autorité ni sur le cinéma ni sur la classification des films selon leur contenu. Le gouvernement fédéral n'est pas plus responsable de la dévalorisation des responsabilités familiales. Le CRTC n'a pas à devenir le gestionnaire de l'utilisation des téléviseurs dans les foyers canadiens.

Le CRTC doit cependant s'assurer que les ondes publiques canadiennes sont régies de façon civilisée et il doit prendre les mesures pour que la circulation s'y effectue en conformité avec les besoins et les droits de la population canadienne, prioritairement ceux des enfants et particulièrement les plus vulnérables d'entre eux. Et si un pourcentage de ces enfants est menacé, le CRTC doit trouver les moyens pour que le public soit rejoint et avisé le plus clairement possible. Ces responsabilités, le CRTC les a héritées du gouvernement du Canada, non pas pour protéger les

intérêts à court terme d'un ou de plusieurs télédiffuseurs, mais pour assurer le bien-être des Canadiennes et des Canadiens et pour les protéger des abus éventuels de quelques gros transporteurs utilisant les routes sans précaution pour les piétons et les cyclistes. Voilà pourquoi nous sommes si surpris que le CRTC ait confié le contrôle des abus aux abuseurs eux-mêmes.

Nous nous serions attendus à ce que le CRTC contribue à outiller les divers paliers d'autorité de notre société aux règles de la sécurité routière télévisuelle et développe une expertise qui se situe à l'avant-garde des droits du public à l'information. Nous avons parfois l'impression que le CRTC se comporte comme une remorque, se laissant balloter au gré des caprices des compagnies de transport. Le piéton téléspectateur québécois s'interroge sur le suivi accordé réellement par le CRTC à l'endroit des demandes légitimes de Virginie Larivière. Peut-être, après tout, le CRTC est-il devenu victime de sa propre léthargie, comme ce policier continuellement tenu en joue par la pègre qui profite de sa discrétion. Les intérêts corporatifs qui dominent la vie économique au Canada ont réclamé, depuis le début des années 80, la déréglementation commerciale et l'ont progressivement étendue à divers secteurs de l'économie et des services sociaux. Ils imitaient en cela leurs voisins américains, car c'est bien en 1980 que le président des États-Unis, Ronald Reagan, a déréglementé l'exploitation des ondes télévisuelles dans son pays. C'est aussi le même homme qui, en 1987, a eu recours à son droit de *veto* pour bloquer la tentative du Congrès de réinstaurer une réglementation similaire.

7. LA CENSURE

Les médias, qui sont devenus avec les puissances financières des empires aux ramifications développées et tentaculaires, sont-ils maintenant capables de dicter les orientations gouvernementales, toutes couleurs confondues? L'hebdomadaire français *Le Point* accordait sa "une" à "l'homme le plus influent du monde: Bill Gates, le patron de Microsoft qui domine les marchés de la communication et qui s'apprête à contrôler les autoroutes de l'information."^{xxvi} [26]

Un élève de 16 ans, de Bersimis, écrivait en 1993: "La télévision qui, au début, était censée nous informer et nous divertir, est-elle aujourd'hui en train de nous dire ce que nous allons penser?"^{xxvii} [27]

Celui qu'on a surnommé le "grand-père" de la plupart des enfants du Canada et des États-Unis, le docteur Benjamin Spock, pédiatre et auteur du livre le plus édité dans le monde (*Comment soigner et éduquer son enfant*) après la Bible, déclarait, à Toronto, en 1993: "La télévision enseigne à nos enfants à tuer des hommes." Le fameux généticien français, Albert Jacquard, cité par *Le Journal de Québec* du 13 mars 1993, déclarait: "Le directeur des programmes d'une chaîne de télévision est un homme aussi dangereux que n'importe quel criminel digne de ce nom".

Si des penseurs humanistes, disposant d'une telle crédibilité, ainsi que des jeunes d'âge scolaire peuvent poser des diagnostics aussi alarmistes, il doit bien exister quelqu'un au CRTC qui s'inquiète. Le problème majeur vient du fait que, dès que le public réclame que "quelqu'un" intervienne, l'on brandit le spectre de la CENSURE du BIG BROTHER.

Particulièrement démagogique comme stratégie. Le voleur, surpris en flagrant délit, se met à crier:

“Au voleur!” En effet, la censure existe déjà et elle se porte très bien. On s'y est habitué au point de ne plus la voir.

L'industrie des jouets et la télévision pour enfants sont en réalité soumises depuis belle lurette à une censure qui privilégie des valeurs culturelles hautement nocives. Les situations dramatiques conçues et présentées aux enfants sont à coup sûr violentes et leur dénouement requiert à leur tour une intervention violente. La morale est toujours la même: pour enrayer le mal, il faut éliminer les méchants. Une morale punitive qui, selon George Gerbner, serait responsable de la réinstauration de la peine de mort dans plusieurs États américains. Cette censure n'autorise la circulation que de ses valeurs et de son propre schème de pensée. Selon ce schème, les méchants sont étrangers, les pollueurs sont quelque part dans la galaxie et les méchants, pour mériter l'élimination, sont présentés aux tout-petits comme des objets, des robots, manipulés par des êtres qui veulent envahir la planète et contrôler “NOTRE monde libre”. Ce contrôle du monde n'existe-t-il pas déjà, à plus d'un égard?

Selon George Gerbner, de l'Université Annenberg de Pennsylvanie, cette invasion culturelle est facile à “vendre” puisqu'une fois produite aux États-Unis, elle coûte moins cher aux diffuseurs des autres pays qu'une production originale aux couleurs culturelles nationales. Dans certains pays, on va même jusqu'à économiser les frais de traduction. C'est du *dumping* pur et simple. L'émission originale en langue anglaise comporte des images et des scènes qui réjouissent le jeune public qui, fasciné, suit l'action sans comprendre un mot d'anglais. La violence les fascine.

Plusieurs indices confirment que cette censure existe déjà.^{xxviii [28]}

Elle est très puissante et efficace même auprès des concepteurs et conceptrices qui, désirant voir leur scénario retenu par les producteurs, se restreignent eux-mêmes en ne développant que la culture du morbide, que la morale simpliste du bon et des méchants, que la vision du beau mâle invincible à travers les personnages féminins secondaires ou, parfois même, simplement figuratifs. Les premiers rôles sont très majoritairement masculins et, lorsqu'ils sont féminins, ils projettent, la plupart du temps, une version stéréotypée des rapports entre hommes et femmes, entre garçons et filles.

Les médias prétendent que si les gens consomment ces modèles et les adoptent, c'est certainement que ça leur convient. Mais s'il n'existe pas de choix, comment peut-on soutenir une telle affirmation? En réalité, le public est captif de ce modèle. Si, en plus, ce public est conditionné depuis le berceau à voir le monde à travers un prisme culturel simpliste et abrutissant, peut-on affirmer qu'il peut, tout à coup, rendu à maturité, reproduire autre chose que ce à quoi il a eu accès? L'ex-présidente du Conseil du statut de la femme, Claire Bonenfant, décrivait cette situation de la manière suivante: “Tant que les Barbie épouseront des G.I. Joe, il ne faudra pas se surprendre que l'on manque de place dans les maisons d'hébergement pour femmes battues.”^{xxix[29]}

8. LE CODE VOLONTAIRE DES TÉLÉDIFFUSEURS

Les télédiffuseurs canadiens affirment qu'il se conforment à un code volontaire depuis janvier 1994, un code qui interdit la violence “gratuite”. Il faut absolument définir ce qu'on entend par violence gratuite. Dès que la force est utilisée, même si on le fait avec “humour”, le modèle inspire les

enfants les plus petits et s'imprime dans leur subconscient, particulièrement chez les plus fragiles et avec encore plus de crédibilité chez l'enfant déjà violenté par ses parents ou ses pairs.^{xxx [30]}

Toutes les émissions pour enfants doivent être débarrassées de **toute forme** de violence.

L'heure limite de 21 heures pour diffuser la violence est inadéquate. Beaucoup d'enfants sont encore debout à cette heure, même chez les 10-12 ans. La fin de semaine, les enfants vont au lit encore plus tard. Il faut, comme en France, repousser cette barrière à 22 heures, minimalement et immédiatement.

9. LA PROMOTION DES FILMS VIOLENTS

Il faut aussi que les télédiffuseurs soient cohérents. Sous quel prétexte peut-on “publiciser” dès 15 h 30 ou 16 heures, le film violent placé à l'horaire pour le samedi suivant? N'est-il pas étrange qu'on diffuse cette publicité à l'heure où les enfants reviennent de l'école et risquent fort de se retrouver seuls devant le téléviseur? Un tel comportement de la part des télédiffuseurs contredit carrément le premier principe énoncé par eux dans leurs lignes directrices en vigueur depuis janvier 1994: “Les télédiffuseurs privés canadiens comprennent et acceptent leur responsabilité face aux téléspectatrices et téléspectateurs quant à la question de la violence à la télévision.”

Cette forme d'appétit suscité chez les enfants ne peut mener qu'à une pression des enfants sur leurs parents ou à une désobéissance pure et simple. Et advenant une grande vigilance des parents, un copain de classe pourrait très bien enregistrer le massacre du samedi suivant qu'il prêtera, ou même louera, à d'autres enfants.

10. LA TÉLÉDIFFUSION PAR CÂBLE

Il est tout à fait ridicule que les émissions bannies des chaînes canadiennes continuent d'être retransmises à nos enfants par les câblodistributeurs. C'est une insulte à toute la population canadienne qu'une émission comme *Power Rangers* continue à être diffusée sur le câble après avoir été bannie au Canada. Comment “nos” télédiffuseurs pourront-ils réduire leurs messages violents s'ils doivent rivaliser avec des compétiteurs étrangers qui bafouent nos lois et neutralisent nos efforts? Si le public des États-Unis subit ces émissions, c'est déjà regrettable. Les chaînes de câblodistribution doivent être interpellées sur cette question et agir en cohérence avec les règles canadiennes de télédiffusion.

11. LA TÉLÉDIFFUSION PAR SATELLITE

La retransmission par satellite doit aussi se soumettre aux règles canadiennes sous peine de brouillage pur et simple. Le CRTC doit prendre des mesures diplomatiques d'abord, plus énergiques s'il le faut, allant même jusqu'à recommander au ministre du Patrimoine d'agir avec autant d'audace que celui de Pêches et Océans Canada contre les filets de pêche espagnols. Les poissons de l'Atlantique sont précieux. Les cerveaux de nos enfants et leur avenir valent-ils autant?

12. LES MISES EN GARDE ET LA COTATION DES PRODUCTIONS

Les mises en garde actuelles ont un succès très limité et, parfois même, équivoque. Nous croyons qu'un système de classification plus sophistiqué serait nettement préférable.^{xxxii [31]}

Destinée initialement aux personnes disposant d'appareils de filtration individuels (lire “pour parents zélés”), cette grille de classification disposant d'une échelle de 1 à 10 pourrait s'avérer très utile. Il faudrait cependant que la cotation soit confiée à des **personnes crédibles**. L'Office des communications sociales joue ce rôle, ici, au Québec, pour le cinéma. Cet office pourrait se voir confier le mandat d'attribuer une cote similaire aux émissions de télévision, aux jeux vidéo et aux films vidéo. Les industries seraient ensuite tenues de diffuser cette cote ou de l'imprimer sur l'emballage comme on le fait déjà pour les aliments et les paquets de cigarettes.

L'Office de protection du consommateur pourrait s'associer à ce mandat ainsi que les représentantes et les représentants de la *Coalition pour une télévision responsable*. Certains membres du corps enseignant pourraient certes enrichir cette équipe d'évaluatrices et d'évaluateurs.

13. LA PUBLICITÉ COMMERCIALE DESTINÉE AUX ENFANTS

Le Québec, depuis bientôt 20 ans, est la seule province canadienne interdisant la publicité aux enfants de moins de 13 ans. Les messages publicitaires télévisés pour les jouets se retrouvent parmi les principaux véhicules de violence aux États-Unis... et au Canada anglais.

Que font les télédiffuseurs canadiens-anglais pour se conformer à cette loi, lorsque leurs émissions sont diffusées au Québec? Les câblodistributeurs se conforment-ils à cette loi **pourtant constitutionnelle**? Ces gens-là sont-ils à l'abri des lois? Le CRTC a-t-il applaudi à l'initiative du Québec? A-t-il mesuré les impacts de cette loi? A-t-on vu des conférences constitutionnelles se réunir pour élaborer une ou plusieurs stratégies visant à étendre cette protection aux autres enfants canadiens qui sont encore plus vulnérables aux messages venant des États-Unis à cause de leur langue maternelle et de leurs habitudes de consommation télévisuelle?^{xxxiii [32]}

Qu'ont fait les autorités fédérales canadiennes pour appuyer le Québec contesté par Irwin Toys, cette

compagnie de jouets canadienne, qui a traîné la loi québécoise jusqu'en cour suprême?

Cette loi, adoptée en 1976, a été confortée en cour suprême en 1989. Rappelons qu'Irwin Toys est cette compagnie qui a offert aux enfants québécois, pour Noël 1994, les figurines *Power Rangers*, les mêmes qui ont fait fureur aux États-Unis. Comment expliquer que ces figurines n'ont fracassé aucun record de vente, ici, au Québec? Tout simplement parce que l'émission *Power Rangers* a été retirée des ondes au début de novembre 1994. Un mois de diffusion de plus et nous aurions probablement connu un raz-de-marée comparable à celui de New York.

L'homme d'affaires canadien, George Irwin, contestataire de la loi québécoise qui entravait “sa” liberté de commerce et “sa” liberté d'expression, semble avoir compris quelque chose du verdict de la cour suprême du Canada en 1989. Comme il ne pouvait plus utiliser les messages publicitaires pour stimuler les ventes de ses produits auprès des enfants directement, il a tout simplement tenté de contourner ce jugement légal en tentant de “vendre” ses produits par le biais d'une émission de télévision.

En cela, M. Irwin imitait la compagnie Hasbro qui versait un demi-million de dollars par année à TVA pour diffuser la version française de ses dessins animés *G.I. Joe* et *Tortues Ninja*, jusqu'au moment où TVA a décidé de retirer ces émissions de l'antenne en 1993.

14. LES SPORTS TÉLÉVISÉS

Toutes les grandes chaînes de télévision québécoises diffusent des matches de la Ligue nationale de hockey. C'est ce sport qui se situe au premier rang des préférences sportives chez les jeunes Québécois. Ces chaînes consacrent un nombre important d'heures à la diffusion de hockey masculin. Combien de temps y voit-on des sportives en action? N'y a-t-il pas lieu d'équilibrer les modèles offerts à la jeunesse et inspirer la pratique régulière d'activités physiques chez les filles?

Quant aux sports masculins présentés, certaines recherches ont noté et décrit le modèle d'hommes qui y sont mis en vedette. Le professeur David Sullivan, de l'Université de San Diego, a développé une thèse selon laquelle “le visionnement de rencontres sportives entretient le mythe de la domination mâle et légitimise les agressions contre les femmes”.^{xxxiii [33]}

La couverture accordée à ces événements, l'analyse des commentaires journalistiques pendant les reportages et des sondages d'opinion auprès du public tendent à confirmer cette thèse.

Si c'est vrai aux États-Unis, il serait surprenant qu'une recherche semblable appliquée à la transmission des matches de hockey n'aboutisse pas aux mêmes conclusions.

Des témoignages recueillis auprès des jeunes sur vidéo par notre centrale nous confirment *primo* que les femmes doivent être encouragées à la pratique sportive, y compris au hockey, dès leur plus jeune âge^{xxxiv [34]}

et, *secundo*, que le hockey professionnel est devenu une entreprise antisociale et anti-éducative^{xxxv}

[35]

où la justice n'existe pas, où les arbitres sont des bouffons, où des hommes commettent des actes criminels sans crainte de sanction, bénis et adulés par leurs supporters.

Le modèle de hockeyeur professionnel proposé aux jeunes amateurs fait des ravages aux coûts sociaux énormes. “Chaque année, près de 44 000 adeptes du hockey sur glace subissent un traumatisme qui nécessite une consultation chez un professionnel de la santé. Or, près du tiers des blessures subies résultait non pas d'un “accident”, mais bien d'un geste illégal. (...) Nous pourrions éviter 13 000 blessures annuellement.”^{xxxvi[36]}

La lutte WWF, les batailles à poings nus (accessibles via la télévision payante... pour le moment), le *kick-boxing*, sont-ils des sports qui doivent être rendus accessibles aux enfants de moins de 13 ans? Les combats de boxe peuvent-ils être présentés par RDS, à toute heure du jour?

Les éducatrices et éducateurs physiques doivent-ils se résigner à inculquer aux jeunes des principes de respect et d'esprit sportif alors que la télévision tourne les mêmes valeurs en dérision dès la fin des classes? La télévision “sportive” n'a-t-elle aucune responsabilité?

M. Michel Fafard, de la Régie de la sécurité dans les sports, affirme que “le hockey professionnel sert des exemples répréhensibles à nos jeunes sportifs et, devant la présence envahissante de ce spectacle, il devient difficile de ne pas se laisser imprégner par ce type de pratique du hockey sur glace”.

Existe-t-il des règles minimales de sécurité exigées des stations de télévision pour les autoriser à vendre du temps d'antenne à des ligues qui n'ont plus de sportif que le nom? N'importe quelle entreprise de démolition peut-elle s'affubler du nom de sport et se procurer du temps d'antenne à n'importe quelle heure du jour?

Les batailles de coqs ou de chiens sont-elles autorisées?

15. LES BULLETINS DE NOUVELLES

De plus en plus de gens, au Québec, se questionnent sur le traitement accordé par la presse, la radio et la télévision à la “nouvelle”.

Si on recule de quelques années, on se souviendra qu'une certaine presse alors marginale (les journaux jaunes, disait-on à l'époque) semblait se complaire dans la description des crimes les plus sordides. À lire les journaux aujourd'hui, on en vient à la conclusion que tous les journaux, ou presque, ont “jauni”. Et la télévision a emboîté le pas. Les médias sont devenus de plus en plus voyeurs et sensationnalistes et l'espace-temps accordé aux faits divers réduit d'autant l'importance accordée à d'autres événements de l'actualité.

Comment justifier que Radio-Canada ait pu tenter des procédures judiciaires afin d'installer ses

caméras dans le tribunal où l'on juge un homme accusé d'avoir torturé, battu, abusé sexuellement et assassiné trois jeunes filles devant sa... caméra vidéo?

Radio-Canada arguait que le droit du public à l'information (sic) et la transparence de la justice (resic) auraient dû convaincre le juge de laisser les caméras enregistrer le procès. Que les taxes et impôts de la population canadienne, pourtant déjà suffisamment endettée, aient servi à défrayer de telles procédures judiciaires alors que la société d'État vient de fermer des centres de production régionaux, cela laisse croire que l'appétit pour la morbidité s'est trouvé des alliés en haut lieu.

Le juge qui s'est vu soumettre la demande a subi une pression tellement forte qu'il a cru bien faire en tranchant la poire en deux et en accordant aux gens présents dans le tribunal le droit d'écouter les derniers et interminables sanglots de trois jeunes filles implorant leur tortionnaire de leur laisser la vie sauve. Privée du droit d'assister au procès elle-même, la Société Radio-Canada a installé devant le Palais de justice des échafauds sur lesquels des caméras et des journalistes nous transmettent, jour après jour, des nouvelles du supplice qu'on impose maintenant aux parents et aux proches de ces trois jeunes filles. Quel type d'appétit cherche-t-on à satisfaire chez le public? "Certaines nouvelles ne rendent aucun service", prétendait un groupe d'avocates et d'avocats et d'économistes de la vieille capitale récemment. "En plus de chercher à faire sensation, les médias deviennent, en les véhiculant, de "véritables agresseurs publics"."

Le groupe soutient que "la transparence sur les causes du sida, de la violence conjugale, de la famine et des génocides sert à susciter des prises de conscience et engendre le procès des mentalités".

Peut-être le CRTC pourrait-il jouer un rôle positif en invitant les chaînes canadiennes à s'inspirer de projets pilotes menés à Miami, Sacramento et Minneapolis où certaines stations locales ont développé des bulletins de nouvelles moins sensationnalistes, moins morbides, plus respectueux des familles. On y fait un choix plus parcimonieux des images diffusées au bulletin de 18 heures.

16. LA CRÉDIBILITÉ DU CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA TÉLÉVISION

Lorsqu'en octobre 1994, à la suite de plaintes formulées par des mères de famille ontariennes, le CCNT a invité les télédiffuseurs canadiens à retirer des ondes l'émission *Power Rangers*, les trois chaînes canadiennes concernées obtempérèrent. Lorsque le producteur de Los Angeles eut retiré deux minutes de passages violents de sa série d'émissions (il ne restait plus que... 10 à 12 minutes de scènes violentes dans la version retouchée), la chaîne de télévision anglo-canadienne Global remplaça l'émission à son antenne, contrairement à YTV (anglophone) et TVA (francophone).

Cette attitude de la chaîne Global donne à réfléchir sur le sérieux du CCNT et sur le respect de ses recommandations par les télédiffuseurs eux-mêmes. N'oublions pas que le CCNT n'est ni une création politique du gouvernement fédéral, ni un sous-comité du CRTC; c'est bel et bien un produit de l'industrie, mandaté par l'industrie et dont les membres sont nommés par l'industrie de la télédiffusion. Nous devons nous rendre à l'évidence: la surveillance et le contrôle des émissions de

télévision destinées aux enfants ne peuvent pas être abandonnés à des employés de l'industrie. Et encore moins l'examen des plaintes. C'est un peu comme si l'on demandait à Imperial Tobacco de gérer la disparition du goudron et de la nicotine du tabac. Imperial Tobacco sait très bien que c'est l'accoutumance la plus hâtive possible (10-11-12 ans) à la cigarette qui enchaînera les consommatrices et les consommateurs à son produit le plus longtemps. L'industrie a donc avantage à maintenir l'intérêt pour le produit, à minimiser les inquiétudes du public et à... gagner du temps.

En remplaçant *Power Rangers* à sa programmation, Global a entaché la crédibilité du CCNT: espère-t-elle un soulèvement de l'opinion publique contre une seconde atteinte à sa liberté d'expression?

Dans un autre cas, très révélateur, Madame Valery Smith, une Ontarienne de la région de Guelph, s'est plainte d'une émission bien connue au Canada anglais pour sa vulgarité, *Beavis & Butt-head*, diffusée par CITY-TV de Toronto. On y avait utilisé le mot “*slut*” (salope) pour parler d'une femme du voisinage.^{xxxvii [37]}

Dix-sept mois et demi après que la plainte initiale eut été portée, le jury du CCNT transmet son verdict.^{xxxviii [38]}

six pages pour soutenir que le mot “*slut*”, dans l'exemple cité, n'était pas outrageant pour toutes les femmes, puisqu'il ne s'appliquait qu'à Kelly, le personnage féminin de l'émission. Triste justice et pénible calvaire pour une plaignante qui a espéré être comprise pendant un an et demi.

Le code de réglementation doit être repensé, complété et l'audition des plaintes doit être confiée à un jury dont les membres auront démontré un parti pris pour la protection des enfants et le respect de leurs droits. Les délais doivent aussi être raccourcis. S'il fallait que les pompiers interviennent à la même vitesse que le CCNT, des villes entières seraient détruites et les pompiers ne recevraient pas plus de plaintes que le CCNT.

17. UN FONDS “VIOLENCE” ET SON UTILISATION

Selon nous, il serait très important que le CRTC se dote d'un groupe-conseil qui serait responsable de la mise sur pied d'un fonds “violence” et de son utilisation. Ce groupe- conseil devra être pourvu d'une crédibilité réelle aux yeux du public dans le domaine de la violence télévisée. En ce sens, il y devrait y avoir une représentation d'organisations comme, par exemple, les associations de parents, les syndicats de l'enseignement, les corps professionnels, notamment ceux spécialisés dans la pédiatrie, la santé mentale des enfants, les centres d'accueil pour jeunes contrevenants, la direction de la protection de la jeunesse, les offices de protection des droits des jeunes, les groupes de solidarité internationale, le corps médical. Plusieurs autres organismes pourraient également y jouer un rôle positif: les foyers d'hébergement des femmes victimes de violence, les victimes d'actes criminels, la Société de l'assurance-automobile, le groupe Évaluation médias, les comités de condition féminine, le Conseil du statut de la femme, le Haut-commissariat à la jeunesse...

En ce qui concerne le financement du fonds “violence”, selon des informations accessibles au grand

public, le budget du CRTC oscille aux alentours de 34 millions annuellement. Or, les chaînes de télévision ont versé des redevances de 22 millions pour obtenir leur permis tandis que les câblodistributeurs ont versé 37 millions l'année dernière. Dans son budget de l'année courante, le CRTC prévoit dépenser 15 millions en frais d'administration et 11 millions pour les secteurs de la radiodiffusion, télédiffusion et câblodistribution réunis.

Nous recommandons que le CRTC réserve 7 % des redevances perçues des télédiffuseurs et câblodistributeurs (soit 4,1 millions) pour constituer ce fonds *Violence*, qui pourrait servir à:

- informer le public des dangers que représente la consommation par les enfants de messages toxiques et du droit de ces derniers à un environnement culturel sain;
- commander des recherches sur les effets de la télévision sur, notamment, le décrochage scolaire, la capacité de concentration, les peurs des enfants, la désensibilisation à la violence, l'échelle des valeurs des jeunes...;
- réunir les divers paliers de responsabilité concernés par la violence dans les secteurs de la justice, de l'éducation, de la sécurité publique, de la santé publique, de la culture...;
- valoriser par des moyens innovateurs les émissions fournissant des divertissements constructifs aux enfants et aux adolescents;
- réunir les télédiffuseurs et les groupes de consommateurs pour formuler et discuter de mesures pour améliorer la programmation des années futures;
- former des équipes de travail professionnellement crédibles pour classer les productions destinées aux enfants;
- recevoir les doléances du public en collaboration avec la Coalition pour une télévision responsable;
- former des équipes d'exploration qui proposeront des thèmes et des contenus originaux aux producteurs canadiens;
- faciliter la représentation des consommatrices et des consommateurs aux forums internationaux sur le crime, la télévision et la violence;
- tenir un tel forum au Canada en 1999;
- supporter financièrement les groupes actifs auprès des jeunes dans le secteur de l'initiation aux médias et soutenir les projets communautaires pour contrer la télévision violente;
- entretenir des liens dynamiques avec les groupes de pression des États-Unis et des autres pays soucieux de défendre l'accès de leur jeune population à des "matériels utiles à leur bien-être."^{xxxix} [39]

18. INFORMATION DES PARENTS

Être parent est un métier pour lequel on ne reçoit pas, ou peu, de formation. Les parents ne connaissent pas, ou peu, les effets dévastateurs de la télévision. Malgré que près de 2 000 recherches, enquêtes ou expériences aient été réalisées et aient quantifié et qualifié les dommages causés aux enfants, certains médias se plaisent à répéter que “les experts sont partagés”. Rien n'est plus faux. Le président de la Corporation des psychologues du Québec, Mario Poirier, déclarait au journal *La Presse* en 1990: “Les recherches ne se contredisent pas; elles sont unanimes.”

Le CRTC doit voir à ce que les parents soient informés, de toute urgence, des effets du visionnement des images violentes par les enfants. Puisqu'il en va de l'avenir de notre société, quelqu'un doit prendre le leadership et proposer des mécanismes sérieux de formation des futurs parents. Pourquoi pas des dossiers télévisés pour aider les parents à mieux assumer leurs responsabilités? On se prépare bien à accoucher, pourquoi ne pourrait-on pas se préparer à élever ses enfants? Les parents doivent, de toute urgence, être mis en garde. Pourquoi la télévision responsable ne deviendrait-elle pas une alliée des parents et n'assumerait-elle pas un rôle de responsabilisation, au lieu de jouer au chat et à la souris avec les groupes voués à la protection des jeunes consommatrices et consommateurs?

19. DISCRIMINATION POSITIVE

L'industrie diffuse, en ce moment, des émissions à forte concentration de messages toxiques. Mais, chaque année, d'autres émissions, la plupart canadiennes et québécoises, procurent aux enfants et aux adolescentes et adolescents québécois des conseils hautement positifs sur la vie. Pour contrebalancer l'image de CENSEUR que certains faux défenseurs de la liberté d'expression entretiennent au sujet du CRTC, il conviendrait que le CRTC s'associe à des associations comme TROP pour décerner des TROPHÉES aux émissions à caractère constructif, positif, pacifique. On ne cesse de répéter que les jeunes ont besoin de modèles. Pourquoi ne pas féliciter, par des bourses significatives, fournies par des investisseurs socialement ouverts, les producteurs et diffuseurs de ces émissions qui valorisent l'égalité des sexes et la non-violence?

Pourquoi ne pas permettre aux enfants de choisir ces productions positives avec leurs parents, ou avec leurs pairs à l'école? Ce serait là, pour le CRTC, une façon significative et originale de jouer son rôle positif. Ce serait aussi un bon coup de pouce aux maisons d'éducation pour les aider à amorcer l'initiation aux médias et à l'insérer dans le curriculum des jeunes. En facilitant cette remise de bourses et de trophées lors de la cérémonie des gémeaux ou des Juno Awards, l'industrie se trouverait à assumer sa responsabilité sociale. Au Québec, depuis quatre ans, TROP tient un tel vote avec le support des clubs optimistes et des syndicats de l'enseignement. Et le personnel enseignant a pu constater l'effet indéniable de ce vote sur le développement du sens critique des jeunes au fil des ans.

Les télédiffuseurs doivent définitivement cesser de se considérer comme des groupes agressés. Le public veut tout simplement obtenir leur engagement dans la responsabilité collective de l'ensemble

de la société à préparer un monde meilleur. Il faut mettre fin à cette mentalité d'assiégés et recevoir les critiques concernant la télévision violente de façon positive.

Il n'y a pas de honte à privilégier le bien-être des enfants. C'est le contraire qui devrait faire honte. La réduction de la violence à la télévision pourra même, nous en sommes convaincus, entraîner une hausse des cotes d'écoute.

20. PERMETTRE AU PUBLIC DE S'EXPRIMER

Il existe, depuis le 18 janvier 1995, un service téléphonique permettant au public de porter plainte *subito presto* en cas de violence télévisuelle. Ce service permet au public de se responsabiliser en même temps qu'il permettra progressivement aux télédiffuseurs canadiens d'enrichir leur programmation, tout en renforçant leur crédibilité face aux diffuseurs étrangers qui pénètrent chez nous via le câble et le satellite.

Les télédiffuseurs canadiens ont donc intérêt à faciliter l'accès du public à ce service téléphonique. Le CRTC devrait, selon nous, réclamer que le numéro d'accès à ce service soit diffusé aux heures de pointe via un message d'intérêt public de 30 secondes, conçu et réalisé par la *Coalition pour une télévision responsable* avec l'aide du ministère du Patrimoine. On pourrait y voir des enfants et des parents expliquant l'urgence que chaque personne fasse sa part pour améliorer l'avenir et s'inquiète du contenu accessible aux enfants.

21. LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

À titre de Centrale de l'enseignement, nous formulons l'hypothèse que la télévision accentue le décrochage scolaire, non seulement à cause du temps que les jeunes y consacrent, mais aussi en raison du contenu et des valeurs promulguées. Avons-nous tort?

Nous affirmons que l'utilisation des jeux vidéo réduit la capacité de concentration des enfants à l'école. Vrai ou faux?

Certains enfants, beaucoup d'enfants, sont terrorisés par des films. Combien font des cauchemars? Combien de temps de sommeil perdent-ils ainsi? Peut-on vérifier et quantifier ces réalités?

Nous sommes portés à croire que l'esprit critique des jeunes décroît au fur et à mesure que le temps passé devant l'écran augmente. La tendance actuelle de désensibilisation des jeunes face à la violence dont ils sont témoins se maintiendra-t-elle? À quel rythme?

Voilà autant de questions que nous aimerions poser aux chercheuses et chercheurs de différentes sphères de compétence. Nous croyons que les autorités canadiennes en matière de télécommunication doivent fixer des tarifs d'obtention de permis qui permettront de défrayer ces recherches. Ces recherches sont absolument nécessaires pour aider le public à savoir non seulement où nous allons, mais aussi à quelle vitesse. Avant de lancer un produit sur le marché, les producteurs de cosmétiques expérimentent leur produit sur des animaux et on s'en indigne. Dans les télécommunications, c'est sur nos enfants qu'on expérimente des produits que même des militaires jugent nocifs.

Ces recherches pourront également permettre de découvrir des façons ingénieuses d'immuniser les enfants contre l'accoutumance à la violence. Nous pourrions ensuite en faire connaître les résultats au Canada et hors du Canada.

CONCLUSION

NOS ENFANTS ONT DROIT À MIEUX

La Charte relative aux droits de l'enfant impose des responsabilités au Canada et à tous les pays signataires qui l'ont endossée. Les États doivent “fournir aux enfants des matériels (médiatiques) utiles et les protéger contre les matériels qui nuisent à leur bien-être”.

Or, les parents québécois, tout comme les parents canadiens, jugent que des mesures énergiques doivent être prises pour que leurs enfants soient respectés. Nous réclamons, au nom du personnel de l'éducation et de tous les citoyennes et citoyens, que la puissance des médias soit mise à contribution pour valoriser la résolution pacifique des conflits, l'égalité entre garçons et filles, entre hommes et femmes, l'amitié interculturelle.

En acceptant de répondre à nos recommandations, les médias et les autorités qui régissent la circulation des ondes au Canada ne devront pas se sentir diminués ou restreints dans leurs libertés. Au contraire, autant l'industrie que les pouvoirs publics pourront découvrir que le fait pour les médias d'assumer des responsabilités sociales pourra s'avérer rentable non seulement pour la jeunesse, mais aussi pour eux-mêmes. Le monde de demain ressemblera à ce que nous cultivons chez les enfants aujourd'hui.

LISTE DES RECOMMANDATIONS

A. Mesures proposées dans le but de réduire la violence diffusée par la télévision.

1. Que dans les efforts de réduction de la violence télévisée transmise aux enfants, la priorité soit accordée aux dessins animés.
2. Que des quotas impératifs soient alloués aux chaînes canadiennes, quotas qui prévoient une réduction graduelle de 20 % par année, pour les cinq prochaines années, des scènes de violence transmises via les dessins animés.
3. Que toutes les chaînes soient tenues de réserver, à leur grille-horaire, un menu télévisuel destiné aux enfants.
4. Que les émissions violentes ne soient plus tolérées avant 22 heures.
5. Que la promotion d'émissions violentes ou de films violents soit interdite avant 22 heures.
6. Que la publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans soit bannie des ondes canadiennes.
7. Que les règles ayant trait au contenu violent soient appliquées autant à la télévision publique que privée, et que les diffuseurs par câble et par satellite soient tenus de s'y conformer.
8. Que les chaînes Musique Plus et Réseau des sports soient, elles aussi, tenues de se doter d'un plan de réduction de la violence étalé sur cinq ans et conduisant à la tolérance ZÉRO.
9. Que RDS soit tenu d'augmenter chaque année la diffusion de rencontres sportives féminines de façon à atteindre un partage plus équitable de la grille-horaire d'année en année; que RDS fournisse son plan de redressement pour les cinq années à venir.
10. Que la diffusion des matches de la LNH fasse l'objet d'un examen exhaustif quant aux comportements offerts en modèles aux jeunes, notamment en ce qui concerne la sécurité des joueurs et la responsabilité des arbitres.
11. Que la télédiffusion d'activités sportives qui risquent de désensibiliser les enfants à la souffrance et au sexisme soit retardée après 22 heures.
12. Que la diffusion d'activités sportives où l'on n'assure pas la sécurité des participants soit bannie des ondes canadiennes.
13. Que le type de bulletins de nouvelles diffusés dans certaines villes des États-Unis pendant les heures d'écoute des enfants soit étudié par le CRTC de façon à permettre aux chaînes de

télévision canadiennes de s'en inspirer.

B. Mécanismes et structures proposés aux autorités fédérales dans le but d'assurer la protection des enfants contre la violence à télévision

14. Que le CRTC prenne l'initiative de favoriser la concertation de tous les médias (jeux vidéo, cinéma, vidéoclips, télévision) avec les groupes de consommateurs et de protection de l'enfance dans le but d'assurer le développement graduel d'une plus grande responsabilité parentale et politique quant à la circulation de productions glorifiant la violence.
15. Qu'une équipe de travail soit réunie, dans les plus brefs délais, pour mettre au point un plan d'action visant à responsabiliser les divers paliers d'autorité quant aux contenus violents.
16. Que les émissions et autres productions télévisuelles soient soumises à une classification quant à leur contenu violent et sexiste; que cette classification soit confiée à un comité de personnes crédibles; que la cote soit obligatoirement imprimée de manière visible sur l'emballage et sur la vidéocassette et qu'elle soit indiquée clairement au début de l'émission.
17. Que l'examen des plaintes en regard de la violence télévisée soit confié à un jury indépendant des télédiffuseurs et composé de personnes au fait des droits des enfants.
18. Que le délai pour prononcer un jugement sur une plainte portant sur la violence à la télé soit réduit à un mois.
19. Que le CRTC se dote de toute urgence d'un groupe aviseur en matière de réduction de la violence télévisée destinée aux enfants et qui fixera les progrès à accomplir pour les années à venir.
20. Que 7 % des redevances perçues de télédiffuseurs et câblodistributeurs soient alloués à un fonds "Violence" qui servira à planifier la réduction de la violence accessible aux enfants.
21. Que le groupe-conseil réserve une part importante de son budget à la conduite de recherches sur la violence télévisuelle et ses conséquences appréhendées chez les jeunes.
22. Que le groupe-conseil propose au CRTC un programme de promotion des productions canadiennes particulièrement positives destinées à la jeunesse.
23. Que le CRTC s'assure que les télédiffuseurs et câblodistributeurs diffusent régulièrement, aux heures de grande écoute, le numéro du service téléphonique offert par la Coalition pour une télévision responsable permettant au public de s'exprimer sur la violence télévisée.

-
- i[1] Potts, Huston et Wright, 1986 - Josephson, 1987.
- ii[2] Jennifer Tardif, "Lisa est géniale", *Solutions au sexisme et à la violence*, textes primés, juin 1995.
- iii[3] Pacijou, *Héros et héroïne dans la culture impériale: impact sur les droits humains et l'augmentation de la violence*, juin 1995.
- iv[4] *Le Soleil*, mercredi 24 mars 1993, p. A-16.
- v[5] Idem.
- vi[6] Liliane Lurçat, citée par Philippe Gavi, dans *Le Nouvel Observateur*, décembre 1993, p. 49.
- vii[7] Idem.
- viii[8] Boris Cyrulnik, psychiatre clinique à l'hôpital de Toulon-La Seyne, cité par Michel de Pracontal, *Le Nouvel Observateur*, décembre 1993, p. 47.
- ix[9] *Washington Post*, 22 octobre 1994.
- x[10] Rosenthal, 1986.
- xi[11] Drabman et Thomas, 1974 et 1976.
- xii[12] Idem.
- xiii[13] *On Killing*, par David Grossman, cité par Gwynne Dyer, *Toronto Star*, 19 novembre 1994, p. B-8.
- xiv[14] CRIRES, Université Laval et CEQ, mars 1994.
- xv[15] CRIRES, idem, 1994.
- xvi[16] Santé et Bien-Être social Canada, 1993.
- xvii[17] *Bulletin Pacijou*, septembre 1994, p. 1.
- xviii[18] Institut québécois de recherche sur la culture, *Index de violence à la télévision canadienne*, juillet 1994.
- xix[19] Institut québécois de recherche sur la culture, *Index de violence à la télévision canadienne*, juillet 1994, p. 12.
- xx[20] Baby et Al., *Sexisme dans les vidéoclips*, Conseil du statut de la femme, 1988.
- xxi[21] Nicolas Roy, *Les médias et la violence dans les relations amoureuses chez les jeunes*, Université Laval, avril 1995.
- xxii[22] Stéphanie Richard, C.S. des Découvreurs, "Virginie contre Arnold", dans *Solutions des jeunes au sexisme et à la violence*, CSRQ, 1993.
- xxiii[23] Coordination à la condition féminine, 1993.
- xxiv[24] Dr Kenneth Elvis Jones, *Inside Music Videos: Race, Gender and Style Differences and the Prevalence of Sex and Violence*, Howard University, 1994.
- xxv[25] Jeame B. Funk & Debra D. Buchman, *Video Games and Children: Are There High Risk Players*, Medical College of Ohio.
- xxvi[26] *Le Monde diplomatique*, mai 1995, p. 19.
- xxvii[27] Ken Bouchard, *Solutions des jeunes au sexisme et à la violence*, textes primés, juin 1993.
- xxviii[28] Mary Megee, "Is Gratuitous Violence on TV a Form of Censorship by Commerce", *On Television*, Rutgers University.
- xxix[29] Pacijou, *Cessez le feu*. Guide pédagogique sur les jouets militaires, 1988.
- xxx[30] "The Effects of Media Violence on Children's Toleration of Real-Life Aggression", Dr Fred Molitor, Southampton Institute, Angleterre & Kenneth William Hirsch, California State University, 1994.
- xxxi[31] James T. Hamilton, *Marketing Violence: The Impact of Labeling Violent Television Content*, Duke University, 1994.
- xxxii[32] Les Canadiennes et Canadiens anglais consomment des émissions de télévision des États-Unis à 56 % comparativement à 5 % pour les Québécoises et les Québécois.
- xxxiii[33] David B. Sullivan, *Learning Who's Boss: Sports Television and the Cultivation of Male Aggression Against Women*, Université de San Diego.

^{xxxiv}[34] Centre audiovisuel de la CEQ, “Le hockey, métier réservé aux hommes?” dans *Sexisme et violence, parlons-en*, bloc 4, octobre 1993.

^{xxxv}[35] Centre audiovisuel de la CEQ, “Barbares professionnels”, bloc 3 de la vidéo *Sexisme et violence, discussion au clair de lune*, juin 1995.

^{xxxvi}[36] Michel Fafard, Régie de la sécurité dans les sports, mai 1995.

^{xxxvii}[37] Dans sa réplique à Butt-head, le personnage Beavis corrige son partenaire en affirmant: “Tu te trompes, mon cher Beavis, Donna n'est pas une *slut*. Elle est vierge. C'est Kelly qui est *slut*.” L'échange entre les deux héros de l'émission se poursuit durant six répliques et le mot *slut* revient à cinq reprises, comme si on avait voulu s'assurer que les enfants avaient bel et bien saisi ce nouveau mot de vocabulaire.

^{xxxviii}[38] Communiqué du CCNT, émis le 25 mai 1995, en réponse à une plainte datée du 11 novembre 1993 (dossier no 93-94-074).

^{xxxix}[39] Charte relative aux droits de l'enfant, 1989, article 17.