

Auteurs: Franssen, Eric.

Titre: Sexe, pub et violence à l'écran.

Source: [http://www.cfwb.be/av/Doctel/Violence et médias.htm](http://www.cfwb.be/av/Doctel/Violence%20et%20m%C3%A9dias.htm) [09.03.2004]

La publication est faite avec l'aimable autorisation de l'auteur.

Eric FRANSSSEN

Sexe, pub et violence à l'écran Comment dépasser les lieux communs pour une protection efficace des mineurs

Un enfant bedonnant écrase sa petite sœur en reproduisant une prise de catch vue à la télévision. En d'autres contrées, en d'autres temps, on n'aurait pas hésité à faire griller l'affreux jojo sur la chaise électrique. Pire, on aurait interdit la retransmission télévisée des combats. Heureusement, nous sommes en 2001 et ces raisonnements moyenâgeux ont disparu.

Pour Serge Tisseron, psychanalyste et psychiatre,

(...) les images violentes ne peuvent pas faire naître, à elles seules, le désir d'être violent (...) et (...) si des jeunes semblent s'inspirer parfois de films violents dans leurs comportements, c'est qu'ils recherchaient de tels modèles avant d'être confrontés à ces images. Ces dernières, par elles-mêmes, ne suffisent donc absolument pas.

Est-ce à dire que l'on peut tout montrer à la télévision, à n'importe quelle heure, dans n'importe quelles conditions ? Pas si sûr. L'étude qu'il a réalisée avec des jeunes de 11 à 13 ans ferait plutôt dire le contraire au psychanalyste. Les images violentes provoquent chez l'enfant un stress important qui se traduit par de l'angoisse, de la peur, du dégoût et de la honte. Face à des images particulièrement fortes, certains iront jusqu'au rejet physique, avouant une envie de vomir ou un mal de ventre. Plus inquiétant, il apparaît que ce type d'images a une action largement démobilisatrice chez le jeune spectateur. Très vite, il dira son désarroi par rapport à ce qu'il voit. Il ne saura pas comment réagir ni comment gérer ce stress. Par ailleurs, confrontés aux mêmes images violentes, les

enfants adopteront des comportements différents selon qu'ils sont seuls ou en groupe.

Tisseron :

Chacun, en fonction de sa personnalité, réagit de manière différente aux mêmes images. Mais dans un groupe, il est difficile d'afficher ses particularités. Ce qui domine alors et avant tout, c'est le désir d'appartenance.

Dès lors, où se situent les responsabilités ? À plusieurs niveaux. L'autorité publique, les parents, l'école, les professionnels de l'image sont concernés au premier degré.

Vers une réglementation européenne plus stricte ?

Depuis une dizaine d'années, le paysage audiovisuel subit une mutation qui se traduit, d'une part, par une offre sans cesse croissante des programmes et services et, d'autre part, par une multiplication des supports (télévision par câble et satellite, internet, jeux vidéo, cassettes et DVD, ...). Ceux-ci devraient converger, nous promet-on dans un futur plus ou moins proche, de sorte que l'ensemble de ces applications pourra se faire à partir d'un appareil unique. Évidemment, cet afflux de programmes devrait en parallèle voir augmenter les risques de contenus préjudiciables.

À ce bouleversement de l'environnement médiatique sont venues se joindre tout récemment l'évaluation d'une recommandation du Conseil de l'Europe de 1998 sur la protection des mineurs et de la dignité humaine, ainsi que les premières réflexions sur la future révision de la Directive télévision sans frontières. Contexte idéal pour la Suède, fer de lance de la lutte contre la publicité enfantine (toute publicité à destination des moins de douze ans y est proscrite), en vue d'entamer son tour de présidence de l'Union européenne. Début février était ainsi organisé à Stockholm un séminaire sur la place occupée par les mineurs dans le paysage audiovisuel et plus particulièrement sur les moyens de les protéger contre les contenus préjudiciables à la télévision, dans les nouveaux médias (Internet, jeux, DVD, ...) et bien sûr ... dans la publicité.

Une première étape consistait à s'entendre sur ce qu'est un contenu préjudiciable. Et manifestement, ce n'est pas chose simple à définir, la diversité culturelle au sein de l'Union décourageant vite l'exercice. En effet, la nudité, la violence physique ou l'utilisation

du langage ordurier, peuvent recouvrir des connotations différentes selon les pays, voire les régions. Ainsi, on se rend vite à l'évidence que la problématique relève du casse-tête chinois et que l'ambition raisonnable de la Commission européenne en la matière ne doit pas dépasser la définition du plus petit dénominateur commun à tous les États.

En ce qui concerne la manière de procéder, si le futur environnement numérique devrait offrir les outils technologiques adéquats à cette protection (clé parentale, service de filtrage, ...), nous sommes actuellement dans une phase de transition dont nous ne devrions pas sortir avant... une dizaine d'années (le temps moyen jugé nécessaire au renouvellement du parc des récepteurs). Des mesures telles que les restrictions horaires et la signalétique anti-violence conserveront d'ici là toute leur pertinence.

Enfin, il s'agissait de savoir où se situent les responsabilités. Sur ce point, le rôle renforcé des parents a fait l'unanimité. Mais pas uniquement. Le même sort était réservé à tous les acteurs concernés - qu'il s'agisse du législateur (européen et national), des producteurs et diffuseurs, de l'industrie ; les parents par la connaissance et l'attention accrue qu'ils porteront aux programmes, les autres par les moyens qu'ils leur fourniront pour mener à bien cette tâche.

Quant à la publicité, les divergences de vue étaient telles qu'il était bien malaisé de se faire une opinion. D'un côté, les opposants arguaient, preuves scientifiques à l'appui, qu'en dessous de douze ans, l'enfant n'est pas capable de faire la différence entre un programme et une publicité. De l'autre, les partisans (des associations d'annonceurs pour la plupart) démontraient, preuves scientifiques à l'appui, qu'un enfant de trois ans reconnaît une publicité quand il y est confronté (sans doute est-il déjà fidèle à une marque de cigarettes, mais cela n'a pas été dit). Évidemment, il est aussi question ici de gros sous, et quand on sait que plus de quarante pour cent des achats d'un ménage sont conditionnés par l'avis des enfants, on comprend mieux le manque à gagner que peut représenter l'interdiction de la publicité enfantine. Face aux tenants d'une position pure et dure (la Suède et la Grèce) et à ceux plus modérés visant à l'interdiction de la publicité autour des émissions pour enfants (la Flandre), la Commission a tranché. Fidèle au principe de proportionnalité (c'est-à-dire l'adéquation d'une mesure par rapport aux objectifs recherchés), elle n'a pas jugé utile d'aller dans ce sens tant qu'on ne lui apporte pas la preuve que telle est la bonne direction.

Au total, on constate que la définition d'un cadre réglementaire européen harmonisé recouvrant tous les aspects de la problématique n'est pas d'actualité. Toutefois, il ne faudrait pas conclure à l'emporte-pièce à la vacuité de l'action de la commission. Au contraire, la Directive télévision sans frontières dispose de mesures précieuses pour garantir la protection des mineurs. Par ailleurs, il revient à chacun des États membres de prolonger cette action par des mesures propres à ses particularités.

En Communauté française

En matière d'audiovisuel, nous disposons en Communauté française d'un arsenal juridique varié et complémentaire. Le décret sur l'audiovisuel du 17 juillet 1987 comporte des dispositions relatives à la protection des mineurs, notamment par rapport aux programmes à caractère violent ou pornographique (mesures qui concernent également la publicité). En outre, depuis 1997, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), organe de régulation du secteur, est habilité à constater et sanctionner toute infraction au prescrit du décret sur l'audiovisuel. Le CSA devait d'ailleurs user de cette prérogative en janvier 1999 pour infliger à RTL-TVi une amende de 100.000 francs pour avoir diffusé, au cours d'un journal télévisé et à une heure de grande écoute, une scène jugée de violence gratuite.

Plus récemment, la signalétique anti-violence apparaissait sur nos écrans. Ce dispositif, largement emprunté - dans un souci de cohérence et de facilité d'utilisation - au modèle français vise tout d'abord à classer les programmes dans une des cinq catégories définies et à en avertir le public à l'aide de pictogrammes. D'autre part, le mécanisme prévoit des restrictions au niveau des horaires de diffusion des œuvres ainsi que des mesures relatives aux bandes-annonces. Un point important du système est que son application est laissée aux chaînes. En se voyant confier la classification des œuvres, les radiodiffuseurs ne peuvent faire l'économie d'une réflexion sur les programmes qu'ils proposent.

On ne peut pas dire que la législation en matière d'accès aux salles de cinéma ait subi les mêmes développements, la loi actuellement en vigueur datant de 1920. Bien que la violence au cinéma était déjà bien présente à l'époque – *l'Intolérance* de D.W. Griffith et ses scènes de massacre faisaient carrière et Fritz Lang donnerait bientôt corps au *Docteur Mabuse* – une révision de ce texte qui tiendrait à la fois compte de l'évolution des

médias (du point de vue des contenus et de la technique) et des mœurs n'était pas superflue.

Aujourd'hui, les Communautés ont pleine compétence en la matière et les Ministres concernés se sont engagés à réglementer la commission intercommunautaire de contrôle des films. En octobre 2000, les Ministres Maréchal et Miller, respectivement compétents en matière de protection de la jeunesse et d'audiovisuel en Communauté française, mettaient sur pied un groupe d'experts – où étaient représentés les milieux de la protection de la jeunesse, des médias et du monde académique – afin de plancher sur le sujet tout en étendant la réflexion aux autres médias audiovisuels, l'idéal étant d'aboutir au final à un système de classification et de labellisation identique, quel que soit le support envisagé. Cette volonté est par ailleurs largement partagée au niveau européen, des études réalisées dans plusieurs États membres ayant mis en exergue le désarroi des parents face à la pléthore des œuvres et de leurs supports. Face au phénomène, une information claire, précise et cohérente sur le contenu des œuvres est indispensable.

L'autorégulation nécessaire

Si la voie réglementaire demeure fondamentale, elle n'est plus suffisante en regard de l'évolution d'un secteur aux contours chaque jour plus étendus et flous. Et il n'est pas étonnant que ce soit au niveau des nouveaux médias et plus particulièrement d'Internet qu'elle soit le plus encouragée. En effet, la dimension mondiale du média – une grande majorité des sites visités dans l'Union européenne émanent de l'extérieur – et les difficultés juridiques qui l'accompagnent – les législations en la matière, quand elles existent, sont rarement harmonisées – poussent les autorités à investir d'autres moyens d'action.

L'autorégulation ne s'appuie pas sur des mécanismes de contrainte mais, au contraire, vise à renforcer la responsabilité des opérateurs face à la problématique, ce qui se traduit le plus souvent par l'adoption de codes de déontologie, nationaux ou internationaux. En Belgique, la fédération des fournisseurs d'accès à l'Internet (ISPA Belgium) impose à ses membres (95% du marché) de se conformer à un code de bonne conduite et développe des collaborations avec le ministère de la justice pour lutter contre les actes illicites sur Internet.

En ce qui concerne la radiodiffusion, les télévisions de la Communauté française (RTBF, RTL-TVi, Canal Plus, les télévisions locales et communautaires) adoptaient librement, dès 1994, un code de déontologie par lequel elles s'engageaient à contrôler la présence de violence dans leurs programmes. Deux évaluations du respect de ce code étaient réalisées en 1996 et 1999, chacune suivie d'une audition publique des chaînes.

Bien qu'il s'agisse d'une obligation légale, la signalétique relève également de l'autorégulation dans la mesure où, comme on l'a vu plus haut, la responsabilité du marquage des œuvres est laissée entièrement aux opérateurs.

Une démarche vers le public...

En 1999, la Communauté française consacrait une étude à la compréhension des perceptions du public de la violence télévisuelle. Celle-ci épingla notamment le sentiment d'impuissance que ressent le téléspectateur par rapport aux programmes diffusés. S'il avoue être parfois choqué par le contenu de certaines émissions, le spectateur le perçoit comme une fatalité immuable. Cet état de fait, également valable pour les adultes et les enfants, est alarmant à plus d'un titre. Tout d'abord, on a vu que pour assumer leurs responsabilités, les parents ont un besoin criant d'informations sur le contenu des œuvres. Ensuite, il stigmatise le caractère unilatéral de la relation qui unit le spectateur au radiodiffuseur : ce dernier impose sa vision du monde au premier qui la subit. Enfin, il démontre à suffisance la méconnaissance du public des moyens à sa disposition pour réagir en direction de la chaîne et/ou des autorités publiques.

Forte de ce constat, la Communauté française a décidé de poursuivre, en l'accentuant, sa politique de communication vers le public. Celle-ci avait débuté en 1997 par une audition publique des chaînes axée principalement sur les programmes de fiction. L'intérêt majeur de celle-ci était de mettre en présence les responsables des chaînes et les représentants de la société civile (les milieux associatif et scientifique, le monde enseignant, ...). L'initiative était répétée en 1999.

Avancer que ces manifestations ont instauré un espace de dialogue fécond et nourri entre les télévisions et le public serait exagéré. Mais en considérant la situation du point de vue de la bouteille pleine, on ne peut nier que les choses bougent (surtout si on a bu l'autre

moitié). Aujourd'hui, les radiodiffuseurs ne peuvent plus ignorer les interpellations des téléspectateurs (la RTBF a notamment l'obligation décréte de y répondre). Par ailleurs, depuis 1997, le CSA est habilité à recevoir et à traiter les plaintes à l'encontre des chaînes.

Le jeune public, on le sait, est à privilégier dans cette démarche. En 1997, la Communauté française éditait en collaboration avec la RTBF et Le Vif/L'Express la brochure "La violence à la télévision". Cette publication à vocation pédagogique était diffusée à 40.000 exemplaires dans les écoles du secondaire. Si une véritable évaluation de son impact n'a pas été possible, la forte demande qu'elle a suscitée - que ce soit en milieu scolaire ou parascolaire - témoigne de sa pertinence.

Avec l'apparition sur les écrans des logos, une nouvelle brochure était réalisée fin 2000. Destinée cette fois aux élèves du primaire, "Télé Junior" (disponible gratuitement sur simple demande au 0800-20000) les informe sur la signalétique et propose des jeux tout en dégagant des pistes d'action pédagogique. Grande première, les trois chaînes concernées par la problématique - la RTBF, RTL-TVi et Canal Plus - se sont associées à sa promotion. À ce jour, plus de 70.000 exemplaires ont été distribués.

Outre l'intérêt premier de s'adresser au public, ces actions tissent une trame de réflexion commune à l'ensemble des acteurs, d'où l'importance d'y associer directement les opérateurs et les différents niveaux de pouvoir politique.

Dans cette optique, les Ministres Maréchal et Miller décidaient conjointement de soutenir la journée d'étude "Le cinéma rend-il méchant ?" qui s'est tenue le 14 mars dernier dans le cadre du Festival international du Film fantastique de Bruxelles. S'appuyant sur une étude sur la problématique des liens entre violence et cinéma, le colloque a permis la confrontation des points de vue de spécialistes de la problématique, d'acteurs de terrain (criminologues, éducateurs, juges de la jeunesse, ...), de professionnels des médias (réalisateurs, responsables de télévision, ...) et des autorités publiques.

Pour le psychologue Christian Bontinckx, auteur de l'étude, la vision à doses massives de scènes de violence n'est pas en soi un facteur suffisant pour conduire à l'acte. S'ils avouent parfois partager certaines valeurs véhiculées dans les films du genre (port

d'arme, règlement des conflits par la force, partisans de la peine de mort, ...) les grands amateurs de thrillers et de films d'horreur maintiennent une barrière entre ce qui relève de la fiction et de la réalité. À l'inverse, chez les jeunes placés en milieu fermé pour des délits parfois très graves, l'audiovisuel n'occupe qu'une place négligeable dans leur existence et, s'il a pu à un moment donné les marquer, les causes sont moins à chercher dans le contenu du film que dans le rapport qu'il entretient avec le sujet. Plutôt qu'il ne l'influence, le film trouverait résonance dans la personnalité de l'individu.

Où l'on revient à Tisseron pour qui

(...) les images qui bouleversent les enfants ou les adultes sont toujours des images qui réveillent des traumatismes enfouis.

Faut-il en conclure que la problématique est à ce point fluctuante qu'il serait vain de l'envisager à un niveau général ? Pas du tout ! D'une part, le stress émotionnel existe bel et bien et doit être géré d'une manière ou d'une autre. D'autre part, on a constaté l'existence d'un effet de groupe spécifique des images violentes, celles-ci pouvant réduire

(...) les particularités individuelles et la capacité de chacun à opposer ses choix personnels, ses modèles personnels au modèle du groupe.

Et Tisseron de conclure :

(...) les dangers des images violentes ne sont pas là où on les désigne habituellement. Ces dangers ne sont certainement pas du côté des risques d'imitation des images, du risque de confondre les images et la réalité (...) Mais en revanche, il pourrait bien y avoir un danger des images violentes du côté de la majoration des dynamiques de groupe et du côté des risques de grégarité.

D'où l'importance de l'éducation aux médias. Mais attention, pas de n'importe quelle éducation aux médias et, selon le psychanalyste, certainement pas celle le plus souvent pratiquée et qui s'appuie sur le langage et un apprentissage technique.

Les enfants réagissent de trois manières différentes aux images : par la parole, les scénarios qu'ils développent dans leur tête et les manifestations non-verbales (gestes, mimiques, attitudes, ...). L'éducation aux images devrait dès lors s'effectuer selon trois axes. Tout d'abord en prenant en compte le facteur émotionnel (quelle émotion suscite telle ou telle scène ?). Ensuite, en se focalisant sur le mécanisme spontané que les

enfants utilisent pour se protéger contre les effets des images (que l'on peut traduire par "comment ça a été fait ?"). Enfin, et pour pallier les déficiences du langage parlé de certains enfants, en recourant au jeu de rôle.

L'étude de Christian Bontinckx, comme les travaux d'autres experts, démontre que cette éducation aux médias doit trouver, dans le chef de l'éducateur, une légitimité par rapport à des enfants aujourd'hui largement plus compétents en la matière que bon nombre d'adultes. Imaginer la pâtée qu'infligerait un enfant de huit ans au téméraire parent qui oserait le défier au Tombrader suffit pour s'en convaincre. L'éducation aux images doit impérativement se faire par des gens adéquatement formés à cette tâche.

Enfin, il ne faudrait pas perdre de vue un élément essentiel des défis posés à l'ensemble du secteur audiovisuel. Car si la protection des mineurs en est un pôle important, il en est le pôle négatif. Et si l'éducation aux médias en est le principal outil, les médias peuvent à leur tour être source d'éducation. Comme l'a souligné Georges Delmote, Président du Festival,

(...) le cinéma provoque chez nous une émotion esthétique mais aussi le plus souvent une réflexion.

Les livres qu'on lit, les films qu'on voit, les œuvres d'art que l'on contemple nous éduquent au même titre que nos parents. De même, le journal – qu'il soit papier, parlé ou télévisé –, les reportages, l'Internet, nous informent sur le monde et la société telle qu'elle est.

Ainsi, si elle met l'accent sur la protection des enfants contre les contenus préjudiciables, la convention des Nations Unies sur l'enfance reconnaît la fonction importante des médias, d'une part en ce qui concerne la liberté d'expression des enfants et leur possibilité de se faire entendre, d'autre part en insistant sur leur droit à l'information et surtout à un contenu de qualité susceptible de contribuer à leur développement.

... et les professionnels

Les manifestations publiques menées et soutenues par la Communauté française ont jusqu'à présent porté essentiellement sur la fiction (à la télévision et au cinéma).

Toutefois, elles ont à plusieurs reprises abordé la question de l'information, laissant transparaître le plus souvent un sentiment de frustration. C'est pourquoi le 31 mars dernier, la Communauté française apportait son soutien à l'Institut du Journalisme (IDJ) et l'Association des Journalistes Professionnels (AJP) pour l'organisation d'une journée de réflexion sur la problématique de la violence dans les émissions d'information.

Les thèmes - choisis par les journalistes - concernaient la violence physique et sa question corollaire (peut-on tout montrer ?), la violence morale (atteinte à la vie privée, respect des victimes, ...) et l'état de la réglementation. Sur ce dernier point, on constate que les outils juridiques et déontologiques ne manquent pas mais qu'ils sont flous. Si cela peut paraître regrettable, ce n'est en tout cas pas étonnant. À tout moment, le droit à l'information peut s'opposer par exemple au respect de la vie privée, la décision relevant inmanquablement de l'appréciation du journaliste, d'autant que l'objet ne peut être envisagé en dehors de son champ, pour reprendre le concept cher au sociologue Pierre Bourdieu. Pour comprendre le choix du journaliste, de nombreux éléments interviennent, qu'ils lui soient externes : environnement concurrentiel, statut (salarié, indépendant, ...), processus de production (images à disposition, temps impartis, ...) ; ou internes : expérience, éthique personnelle, ...

Toutes ces considérations, toutes ces nuances qu'il faut apporter à la fonction journalistique accroissent la responsabilité des gens qui la pratiquent. Dans cette optique, il est indispensable que le professionnel ait une bonne connaissance des textes législatifs et autres et puisse s'y référer. Ces derniers doivent quant à eux être évolutifs. Il est également important qu'un espace de réflexion sur tous ces sujets existe au sein de la profession. De plus en plus souvent, le journaliste est amené à décider seul et dans des conditions parfois précaires.

Les actions futures

La Communauté française entend bien poursuivre ses actions selon les trois axes qu'elle s'est définis, à savoir : la voie réglementaire, l'autorégulation et l'éducation aux médias.

Par ailleurs, étant idéalement placée pour alimenter une réflexion associant l'ensemble des acteurs concernés, elle continuera sa démarche vers le public et les professionnels.

Une nouvelle audition publique des chaînes sur la problématique de l'information devrait avoir lieu fin 2001.

L'étape suivante consistera en l'évaluation de la signalétique, un an après sa mise en place. Comment est-elle connue du public ? Comment est-elle perçue par le public et les professionnels de l'audiovisuel ? Comment est-elle appliquée par les chaînes ? Quel impact éventuel a-t-elle eu sur les pratiques de programmation ?

Tous les droits, en particulier le droit à la reproduction et à la diffusion de même qu'à la traduction, sont réservés. Aucune partie de l'ouvrage ne doit être ni reproduite et sous aucune forme (photocopie, microfilm ou autres procédés) ni modifiée, diffusée ou propagée par l'emploi d'un système électronique, sans l'autorisation écrite du détenteur des droits.