

La lettre du CIEM

N°12 janvier/février 2008

*Tribune collective qui met en avant les préoccupations, les recommandations ou critiques partagées et portées par l'ensemble des organisations regroupées dans le **Collectif Interassociatif Enfance et Media (CIEM)** et qui se placent du point de vue de l'éducation et de la protection de l'enfance en contact avec les médias.*

*Cette lettre entend jouer un rôle fédérateur d'idées entre les membres du **Collectif Interassociatif Enfance et Media (CIEM)** et aussi d'interpellation et de proposition vers l'extérieur (créateurs, producteurs, diffuseurs, responsables politiques, organismes de régulation...)*

1. CONTRIBUTION AUX DEBATS :

Le CIEM alerte les parents et les éducateurs, interpelle les responsables de la protection des mineurs français et européens et demande aux pouvoirs publics l'interdiction de la commercialisation de chaînes pour bébés

➤ *Le contexte*

L'émergence de chaînes pour les bébés de moins de 2 ans

Deux chaînes de TV se partagent désormais les bébés en France. Baby tv qui s'adresse aux « tout petits » et Baby first qui cible les enfants de « 6 mois à 3 ans ». Les deux chaînes ont été autorisées par le Royaume Uni (OFCOM, instance de régulation) et n'ont donc pas besoin de passer devant le CSA. Aucune chaîne française n'avait été autorisée jusque là à diffuser en continu, 24 heures sur 24, des programmes visant explicitement les moins de 2 ans.

La nécessité d'une action collective rassemblant tous les acteurs concernés pour faire prévaloir l'intérêt supérieur de l'enfant

La commercialisation de la première chaîne en 2005 puis de la seconde en octobre 2007 a suscité une vive émotion chez les pédopsychiatres comme chez les éducateurs. Le CIEM qui rassemble un grand nombre d'associations impliquées dans l'éducation des jeunes et l'accompagnement des familles souhaite dégager une synergie entre tous les acteurs responsables afin d'aboutir à une situation conforme à l'intérêt de l'enfant et au principe de précaution. Le combat sera long et difficile, comme chaque fois qu'il s'agit de limiter la liberté d'acteurs économiques. Le CIEM souhaite soulever, dans une perspective constructive et dynamique, toutes les dimensions du problème que de telles chaînes posent à la société dans son ensemble : psycho affective, éducative, économique et juridique.

➤ *Les problèmes posés par ces chaînes*

1. Le problème psycho affectif

1.1 - Les valeurs à défendre : le caractère vital de la motricité et de l'affection portée à l'enfant

Il est établi par les approches psychologiques, psychanalytiques et par l'approche cognitive que le développement du bébé passe par le développement de sa motricité dans un environnement affectif qui permet la mise en place d'un attachement. C'est la motricité et la manipulation d'objets réels qui favorisent le développement intellectuel du bébé, l'affection qui permet l'émotion, la mémoire, la capacité de supporter la séparation, qui stimule notamment l'envie de vivre et l'amour du corps si important pour le développement équilibré de l'enfant.

1.2 - Les dangers de ces chaînes

La diffusion en continu de programmes destinés aux bébés peut engendrer quatre types de risques pour leur développement :

- création d'une **dépendance** vis-à-vis de l'objet télévisuel,
- **frein au développement intellectuel et émotionnel** du bébé,
- **isolement affectif** et refus de s'engager dans la vie,
- **dysfonctionnements langagiers**,
- **troubles de la concentration**.

2. Un problème éducatif

2.1 - Les valeurs à défendre : un environnement culturel diversifié respectueux de l'âge de l'enfant et passant par des contacts humains

Respecter le rythme du développement de l'enfant, c'est d'abord tenir compte du fait que le bébé n'est simplement pas mûr pour comprendre les images qui lui sont proposées. Il n'a donc pas besoin d'images animées.

La France propose des systèmes de garde diversifiés pour les bébés : crèches, assistantes maternelles, puis dès deux ans, la possibilité d'aller à l'école maternelle. Les parents peuvent ainsi être accompagnés dans l'éducation des enfants, ce n'est pas le cas de tous les pays.

Dans le domaine des médias, la France a un secteur de l'édition jeunesse et de l'animation audiovisuelle de qualité. Mais pour y avoir accès l'enfant a besoin à cet âge d'un accompagnement personnalisé.

2.2 - Les dangers éducatifs liés à l'utilisation de ces chaînes

- La diffusion de programmes en continu peut représenter très vite un **risque de fatigue nerveuse** excessive pour un bébé.
- Le fait d'accoutumer des parents à placer dès leur plus jeune âge leur bébé face à la télévision participe d'un **mode de socialisation inapproprié** qui fait des médias un élément crucial de leur éducation alors que l'enfant n'est pas en âge de comprendre les médias animés.
- **L'écoute accompagnée risque d'être un leurre**. Ces chaînes encouragent le visionnage de leurs programmes avec les parents, alors qu'elles répondent surtout à une demande d'aide à l'endormissement et à la tranquillité. D'ailleurs du fait de leur lenteur, ces programmes sont difficiles à suivre par des adultes.
- Un **formatage des goûts sans respect de la diversité culturelle** ni de la transmission d'une culture d'origine : ces chaînes diffusent des programmes essentiellement d'origine anglo-saxonne (et américaine) et n'ont aucune obligation de diffuser des programmes français. Cela est particulièrement choquant dans un pays qui se bat pour maintenir une diversité culturelle.

3. Un problème économique : le bébé au centre d'une logique de séduction commerciale à l'égard des familles

La plupart des chaînes de télévision sont financées par la publicité. Ces chaînes ont déclaré avoir renoncé à la publicité, mais constituent des produits d'appel pour des bouquets de chaînes payantes. Leur lancement de ces chaînes correspond donc à une opération de fidélisation des familles par l'offre de bouquets de chaînes ciblant chaque tranche d'âge, opération très utile pour des chaînes qui vivent essentiellement du volume de leurs abonnements. **Avant même de savoir parler, l'enfant est donc constitué comme cœur de cible**. Il le sera aussi pour leurs produits dérivés.

Ces chaînes s'inscrivent dans **des logiques de groupe**. Baby First est détenu par trois investisseurs Regency Enterprises, Kardan N.V, Bellco Capital. Regency enterprises a des activités liées au cinéma et à l'audiovisuel. Elle est détenue à 20 % par News Corporation de R. Murdoch. Baby TV a été rachetée par Fox international Television, qui appartient aussi au groupe News Corporation.

Il y a de nombreuses raisons économiques pour que des groupes industriels s'intéressent aux enfants dès leur plus jeune âge. On observe depuis peu un relatif désengagement des préadolescents, attirés par Internet, vis-à-vis de la télévision. Le lancement de chaînes bébés pourrait être une « attaque » marketing de cibles plus jeunes afin de mieux les fidéliser à l'outil

télévisuel. Même si elles ne diffusent pas de publicité, le fait d'habituer les bébés à regarder très tôt la télévision peut aussi faire d'eux des téléspectateurs particulièrement dociles pour les messages qu'ils regarderont par la suite. De plus, en l'absence d'une convention passée avec le CSA, l'absence de publicité ne constitue pas un engagement durable.

4. Un problème juridique : la commercialisation de ces chaînes porte atteinte à la protection des mineurs et au principe de précaution

Ces chaînes ne se contentent pas de diffuser des programmes en continu pour les bébés. Loin des précautions élémentaires préconisées par la plupart des pédopsychiatres, leur commercialisation s'appuie sur un discours qui valorise l'usage de la télévision par les parents auprès des tout-petits. Baby TV se présente comme un moyen de développer « l'éveil » du bébé, Baby first comme une stimulation qui aide le bébé à « mieux se structurer mentalement » et notamment à « muscler » sa mémoire¹. Ces discours risquent d'induire en erreur de nombreux parents et de les encourager à des comportements qui mettent en danger le développement des enfants. Les affirmations de ces chaînes ne s'appuient sur aucune étude sérieuse.

Laisser faire la commercialisation de ces chaînes **porte atteinte à plusieurs principes fondamentaux** :

- le **respect du développement de l'enfant**, principe consacré par la Convention internationale des droits de l'enfant ;
- la **protection des mineurs dans les médias**, principe reconnu par la Directive européenne Télévision sans frontières, confié en France au Conseil supérieur de l'audiovisuel ;
- le **principe de précaution**, principe reconnu tant au niveau européen que français comme devant guider l'action des pouvoirs publics en matière d'environnement comme de santé publique.

➤ *Les actions du CIEM*

Suite au constat des risques que la diffusion de ces chaînes fait courir aux bébés et très jeunes enfants, le CIEM a décidé d'agir afin de mobiliser à la fois l'opinion publique et les autorités françaises et européennes.

1. Mobiliser l'opinion publique autour de l'appel des pédopsychiatres français pour stopper la commercialisation de ces chaînes.

Le CIEM incite les adhérents des associations qui le constituent à **signer massivement cet appel** : « Un moratoire contre la fabrique des bébés téléphages! » sur le site <http://squiggle.be/appele/?petition=2>

Le CIEM encourage également les abonnés aux bouquets Famille qui les proposent à **bloquer l'accès** à ces chaînes.

2. Saisir les autorités françaises responsables de l'éducation, de la santé et de la protection des mineurs dans les médias :

- 1) Prise de contact avec **la Défenseure des enfants** pour envisager une action commune.
- 2) Le CIEM saisit **le CSA** pour demander que l'instance de régulation fasse respecter par les opérateurs câble et satellite français l'article 22 de la directive Télévisions sans frontière qui interdit la diffusion de programmes susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique mental ou moral des mineurs et prenne contact avec les autorités européennes concernées afin que ne soient pas autorisées à diffuser vers la France des chaînes commercialisées en direction des moins de 2 ans. La directive TVSF prévoit en effet que la protection des mineurs reste un des rares motifs pouvant

¹ Trouvé sur les sites respectifs des chaînes : http://www.babytvchannel.fr/view_article.aspx?l=1&i=53&si=42;
<http://www.babyfirst.fr/parents.asp>

justifier une restriction nationale à la liberté de diffusion même pour une chaîne qui dispose d'une autorisation dans un autre pays de l'Union².

- 3) Le CIEM saisit **le ministère de la Santé** afin d'établir une réglementation en ce sens.
- 4) Le CIEM saisit **le ministère de l'Éducation nationale** dans le même sens.
- 5) Le CIEM saisit les commissions culture et santé des **assemblées parlementaires**.

3. Saisir les autorités européennes responsables de l'éducation, de la santé et de la protection des mineurs dans les médias :

- 6) Le CIEM saisit la division audiovisuelle de la **Commission européenne**.
- 7) Le CIEM saisit la division des Droits de l'homme du **Conseil de l'Europe**.
- 8) Dans le cas d'un refus d'action des instances françaises et européennes, le CIEM serait dans l'obligation d'intenter une action à l'encontre des autorités françaises compétentes devant les juridictions françaises et européennes pour non protection des droits de l'enfant.

Eric Favey
Président du CIEM

2. INFO

LES CHAINES A DESTINATION DES TOUT-PETITS

Le 7 décembre 2007, le CSA a auditionné le Collectif interassociatif Enfance et Médias (Ciem) afin de connaître la position d'experts de la protection de l'enfance sur cette question. Le Conseil pourrait être conduit à saisir l'Ofcom afin de l'alerter sur les dangers que représentent ces chaînes de télévision pour les enfants en bas âge.

Extrait de la Lettre du CSA n°211 - Décembre 2007

CSA - DELIBERATION DU 13 NOVEMBRE 2007 RELATIVE A LA DIFFUSION DE MESSAGES PUBLICITAIRES EN FAVEUR DE SERVICES TELEPHONIQUES OU SMS SURTAXES SUSCEPTIBLES D'EXPLOITER L'INEXPERIENCE OU LA CREDULITE DES MINEURS

En vertu de l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, le Conseil supérieur de l'audiovisuel exerce un contrôle, par tous moyens appropriés, sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les services de télévision.

Il doit notamment veiller au respect, par l'ensemble de ces services, des dispositions [du décret du 27 mars 1992](#), en particulier, l'article 7 de ce décret : "la publicité ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs. À cette fin, elle ne doit pas : inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité.."

Dans le cadre de sa mission de contrôle, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a constaté le développement d'une pratique de messages publicitaires en faveur de services proposant de répondre, moyennant le prix d'un SMS surtaxé ou d'une communication téléphonique surtaxée, à des questions touchant à des thèmes tels que l'amour, l'amitié ou l'argent.

Les enfants et les adolescents se posent régulièrement ce type de questions et sont donc particulièrement réceptifs à ces messages publicitaires. Or ces derniers sont susceptibles d'abuser de leur crédulité et de leur inexpérience puisque les services proposés ne reposent sur aucune règle scientifique.

Dès lors, il convient de ne pas exposer le jeune public à de tels messages. Ceux-ci ne peuvent donc être diffusés qu'entre minuit et cinq heures par l'ensemble des services de télévision.

La présente délibération remplace la recommandation n°2006-5 du 7 juin 2006.

² Article 2 de la Directive Télévisions sans frontières.

DECRYPTAGE DES MEDIAS : NOUVEAU SITE DE DANIEL SCHNEIDERMAN

Depuis le 7 janvier, la version définitive est en ligne. Pour un tarif de 30 euros à l'année, vous pouvez y accéder : www.arretsurimages.net

LES TELEVISIONS BRITANNIQUES, SUEDOISES ET NORVEGIENNES FERONT-ELLES FIGURE D'EXCEPTION DANS LE PAYSAGE AUDIOVISUEL EUROPEEN ? Le Parlement européen a adopté, le 13 décembre 2006, la directive « Télévision sans frontières », qui autorise une diffusion plus large de la publicité, notamment à travers le « placement de produits » dans les émissions, les films et les téléfilms. Les associations de consommateurs, qui souhaitaient une interdiction des publicités pour la « junk food » dans les programmes destinés aux enfants, n'ont pas obtenu satisfaction. Elles demandent aux ministres européens d'intervenir pour interdire ces spots, comme l'a récemment décidé la Grande-Bretagne pour les programmes s'adressant aux moins de 16 ans.

<http://www.novethic.fr/novethic/site/article/index.jsp?id=105810>

MOBILES POUR ENFANTS: L'INTERET MAJEUR DES ENFANTS DOIT PREVALOIR - Suite à l'annonce de la mise sur le marché d'un appareil destiné aux enfants (à partir de 3-4 ans) par une société espagnole, et devant les mises en garde trop timides du Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Santé, le **CIEM**, demande l'interdiction de la commercialisation des téléphones portables, pour enfants de moins de 10 ans sur le territoire national et de saisir les autorités européennes pour une action concertée - plus d'infos sur le site du CIEM : www.collectificiem.org

2. LU...

UNE AUTRE TELEVISION EST POSSIBLE, de Philippe Meirieu, professeur en sciences de l'éducation et responsable pédagogique de la Chaîne de télévision pour l'éducation à la connaissance, CAP CANAL.

http://www.meirieu.com/LIVRES/li_uatep.htm

MON ENFANT N'EST PAS UN CŒUR DE CIBLE, de Jean- Philippe Desbordes (journaliste, conseiller éditorial aux Editions Actes Sud

<http://www.monenfantnestpasuncoeurdecible.com/auteur.php>

APPRENDRE A VOIR, UN IMPERATIF DEMOCRATIQUE, PAR LAURENT GERVEREAU, président, de l'institut des Images et directeur du dictionnaire mondial des Images

<http://www.teaching-design.com/pdf/reflexion/apprendre-a-voir.pdf>

Réseau du CIEM: Association des Instituts de Rééducation (AIRE); Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active (CEMEA); Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques (AFC); Confédération Syndicale des Familles (CSF); Conseil Français des Associations pour les Droits de l'Enfant (COFRADE); Conseil National des Associations Familiales Laïques (CNAFAL); Familles de France; les Familles Rurales; les Scouts de France; Fédération des Parents d'Elèves de l'Enseignement Public (PEEP); Fédération des Conseils de Parents d'Elèves (FCPE); Fédération des Syndicats Généraux de l'Education et de la Recherche Publique (SGEN-CFDT); Francas ; La Ligue Française de l'Enseignement et de l'Education Permanente; Les Pieds dans le Paf ; Syndicat des Enseignants (SE-UNSA); Syndicat National des Enseignants du second degré (SNES); Syndicat National Unitaire des Instituteurs Professeurs des Ecoles et Professeurs d'Enseignement Général de collèges (SNUIPP/FSU); Union Nationale des Associations Autonomes de Parents d'Elèves (U.N.A.A.P.E); Union Nationale des Associations Familiales (UNAF); Union Nationale des Parents d'Elèves de l'Enseignement Libre (UNAPEL).