

L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans : Que transmettons-nous à nos enfants ?

**Rapport en réponse à la mission confiée par Ségolène Royal,
Ministre déléguée à la Famille, à l'Enfance et aux Personnes handicapées
au Collectif Interassociatif Enfance Médias (CIEM)**

Rapporteuses pour le CIEM :

Divina Frau-Meigs, professeur à l'université d'Orléans, sociologue des médias

Sophie Jehel, agrégée en sciences sociales, sociologue des médias

Comité de pilotage de la mission :

Jean-Pierre Quignaux (UNAF), Christine Menzaghi (Ligue de l'Enseignement)

Mai 2002

Rapport

L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans : Que transmettons-nous à nos enfants ?

Deux urgences :

- **Construire une politique de l'enfance dans l'environnement médiatique**
- **Développer un pôle associatif pour représenter les intérêts du public et du jeune public**

**En réponse à la mission confiée par Ségolène Royal,
Ministre déléguée à la Famille, à l'Enfance et aux Personnes handicapées
au Collectif Interassociatif Enfance Médias (CIEM)**

Mission en vue d'élaborer des propositions concernant :

- **l'aménagement du principe d'autorégulation par les chaînes de télévision et les radios ;**
- **la réforme des comités de visionnage ;**
- **l'éducation à l'image ;**
- **et toutes les mesures de nature à mettre concrètement en application l'articulation des principes de liberté d'expression et de respect des usagers des médias, et des enfants et adolescents en particulier.**

CIEM

28, place Saint-Georges, 75 009 Paris

tel. 01 49 95 36 46

nalpha@unaf.fr

Remerciements

Nous remercions les associations du CIEM pour la confiance qu'ils nous ont accordée et le soutien logistique et moral dont ils ont fait preuve et plus particulièrement Hubert Brin, président de l'UNAF et Jacqueline Costa-Lascoux, présidente de la Ligue de l'enseignement, Eric Favey, secrétaire national de La Ligue de l'enseignement, Jean Delprat, administrateur de l'UNAF pour les Nouvelles Technologies et les Médias.

Nous souhaitons également remercier Dominique Baudis, président du Conseil Supérieur de l'audiovisuel, qui a soutenu publiquement les premières recommandations de ce rapport et qui a accepté la mise à disposition du CIEM de l'une de ses chargées de mission le temps de la rédaction du rapport.

Nous sommes également très reconnaissantes à Jean-Pierre Quignaux (UNAF), Christine Menzaghi (La Ligue), Christian Gautellier (CEMEA), Evelyne Bevort (CLEMI) pour leur aide lors des auditions, et leur relecture attentive et critique.

L'aide du cabinet de Madame la Ministre à la Famille, à l'Enfance, et aux Personnes handicapées, et celle d'Antoine Grézaud à la délégation interministérielle à la Famille nous a été précieuse.

Merci à Nicole Alpha (UNAF) pour son assistance dans la préparation et le suivi des auditions.

De façon plus large, notre gratitude va à l'ensemble des professionnels qui ont accepté d'être auditionnés dans des conditions d'urgence souvent extrêmement serrée, et malgré des emplois du temps très chargés, et qui ont bien souvent accompagné leur audition de documents d'information complémentaires.

Avant propos

La mission qui a été proposée au CIEM¹ recouvre des domaines et des questions très divers et très larges qu'il serait très présomptueux de vouloir traiter en une centaine de pages. L'organisation concrète de l'autorégulation, et des comités de visionnage concerne essentiellement les chaînes de télévision, l'éducation à l'image que nous avons tenue à étendre à l'éducation aux médias, concerne le champ éducatif dans son entier et ses rapports avec l'ensemble des médias qui constituent l'environnement de l'enfant, parmi lesquels la télévision, mais aussi les jeux vidéo, les CD roms, les cassettes, la radio, l'Internet. L'articulation de la liberté d'expression et du respect des usagers des médias, et des enfants et adolescents en particulier nous amène naturellement à poser la question du niveau de protection de l'enfance et de l'adolescence et de sa cohérence dans le droit des médias audiovisuels dans leur ensemble : télévision mais aussi radios, jeux vidéo, Internet... Si le rapport paraît davantage concentré sur le média télévisé, c'est que du fait de son organisation plus poussée, il est possible de parler de l'autorégulation des chaînes de télévision tandis qu'elle est encore balbutiante ou inexistante dans les autres médias. Il est cependant important de garder à l'esprit que les enfants sont -selon leur âge- touchés par bien d'autres médias que la télévision.

On nous a demandé pourquoi nous n'avons accordé aucune place aux médias presse ou livre qui occupent une place importante dans les activités des jeunes. Sans disposer sur ce sujet d'études approfondies, il nous semble que ces médias ne posent pas de problèmes déontologiques particuliers aujourd'hui, et qu'en un sens, ils constituent peut-être un contre-modèle intéressant du fait de leur diversité et de leur essor économique même s'ils sont aussi touchés par des logiques commerciales multimédia. Cela dit, si les associations du CIEM l'estiment utile, un groupe de travail pourrait être créé sur ce thème.

D'autre part, s'il est vrai qu'il faut se garder de recommander des contrôles a priori sur les programmes et produits jeunesse qui risqueraient de constituer une menace pour la liberté d'expression, il convient d'examiner dans quelle mesure certains abus de la liberté d'expression, des atteintes répétées à la sensibilité de l'enfance et de la jeunesse ne constituent pas à moyen terme voire à court terme un risque pour les libertés. Le respect de l'enfant est en effet un des droits fondamentaux en démocratie. Il ne doit pas servir d'alibi à des enjeux de concurrence, mais il doit être reconnu à sa juste place. C'est sur les repères transmis aujourd'hui aux enfants par l'éducation, par la culture et notamment par la culture médiatique que repose l'avenir de la démocratie. Contrairement aux pensées-réflexes qui associent la protection de l'enfance et de l'adolescence à une résurgence d'un ordre moral réactionnaire trouvant ses racines dans la pensée de 1870 ou celle plus nauséuse encore de Vichy, nous

¹ Voir Annexe 1 *Participants au CIEM et texte de fondation*

rappelons que la protection de l'enfance et de l'adolescence figurait dans le programme national de la Résistance, et elle a été réaffirmée dans la Déclaration Internationale des droits de l'enfant. Education et protection de l'enfance et de l'adolescence sont les faces complémentaires d'un même souci, la transmission des valeurs humanistes et démocratiques permettant à l'enfant d'épanouir sa personnalité et de se construire en dehors du sexisme, de l'agressivité, dans la reconnaissance de l'autre et des différences.

Malgré l'ampleur de la tâche, nous avons cependant pensé qu'il était important de répondre à cette mission afin de poser les bases d'une réflexion la plus large possible entre les différents acteurs de la socialisation de l'enfant. C'était une chance historique de poursuivre un dialogue entrepris ponctuellement et localement entre éducateurs et médias à travers de nombreuses initiatives, et de lui proposer une échelle plus large et plus systématique, ainsi qu'une résonance publique à travers le réseau diversifié et pluraliste des associations du CIEM. Les acteurs de la régulation et de l'autorégulation, les éducateurs, les familles sentent bien la nécessité aujourd'hui de créer des lieux d'analyse et de débats, nourris par les connaissances des chercheurs et des experts.

Le CIEM n'a pas cherché ici à empiéter sur les compétences de groupes de recherche ou à renier les actions qui existent déjà sur le terrain tant dans le domaine de l'éducation aux médias que dans celui de l'autorégulation, tout au contraire. Ce qu'il propose, c'est de leur donner une visibilité plus grande et de décloisonner les lieux de réflexion. Dans un monde dans lequel la régulation étatique est de plus en plus dominée par la régulation économique, il est normal, souhaitable et urgent que la société s'organise pour faire prévaloir, au-delà des intérêts purement économiques, des préoccupations d'intérêt général et notamment la prise en compte de la responsabilité des médias dans la formation des jeunes.

Le rapport présenté ici a été rédigé dans des conditions de célérité très grande et sans les moyens humains et financiers qui auraient été nécessaires, notamment pour développer l'approche européenne et internationale initialement prévue². Le CIEM a cependant tenu à conduire le plus d'auditions possible afin d'associer d'emblée les professionnels des différents secteurs à sa réflexion.

Ce rapport final n'est que le début de ces consultations. Bien d'autres qui n'ont pas encore pu se tenir se tiendront dans les mois qui viennent. Certaines des recommandations du rapport du CIEM suscitent débat. Des groupes de travail réunissant à un haut niveau responsables des médias, associations du CIEM, chercheurs, experts, auteurs seront mis en place. Le CIEM compte cependant que les pouvoirs publics sauront reconnaître l'utilité publique de telles actions, accepteront de participer aux groupes de travail et de donner au CIEM un réel soutien

² Voir Annexe 39 *Notices biographiques des rapporteuses*

financier afin que cette initiative ne s'épuise pas à l'instar de beaucoup d'autres qui l'ont précédée.

Introduction

1. Instauration de dialogue et médiation entre Familles, Educateurs, Médias, Pouvoirs publics, et Chercheurs autour des enjeux de la socialisation de l'enfant

La création du réseau CIEM³ repose sur le constat d'une exposition de plus en plus grande des enfants et des adolescents aux médias (télévision, radio, Internet, jeux vidéo...) et à travers eux à diverses formes de violence et d'atteinte à la dignité humaine. La socialisation de l'enfant par les médias implique de poser les bases d'un dialogue entre les parents, les éducateurs, les professionnels des médias et les pouvoirs publics. Elle suppose le partage de responsabilités assumées conjointement. Encore faudrait-il que ces responsabilités soient reconnues, explicitées et articulées.

Aujourd'hui les trois acteurs de la socialisation de l'enfant que sont les familles, les éducateurs et les médias, fonctionnent isolément.

Les familles et les éducateurs n'ont pas pris la mesure du rôle des médias dans le développement des jeunes et la construction de leur identité. Ils se sentent souvent affaiblis par la prolifération des supports et l'explosion des contenus et tendent soit à dénier le phénomène médiatique, soit à démissionner face à lui, soit encore à sur-réagir en le caricaturant. Par ailleurs, familles et éducateurs pensent souvent bien faire en résistant à l'introduction des médias dans les lieux éducatifs alors que, dès leur plus jeune âge, à domicile, les enfants ont "baigné" dans un environnement envahi par les médias et qu'il conviendrait de les aider à en comprendre et à en maîtriser le fonctionnement, ou au moins à établir une distance critique.

De leur côté, en dehors des mesures d'écoute individuelle directement monnayables auprès des régies publicitaires, les médias publics et privés, dont le fonctionnement est de plus en plus dicté par le marché, résistent à la prise en compte des aspirations du public, des familles et des enfants, et se refusent souvent à considérer qu'ils ont désormais une influence déterminante et une coresponsabilité dans la socialisation de l'enfant, et que cette responsabilité existe non seulement à travers les programmes conçus pour les plus petits mais à travers tous les programmes auxquels les jeunes ont massivement accès.

³ Voir Annexe 1 *Participants au CIEM et texte de fondation*

Les pouvoirs publics ont instauré un système de régulation et de protection des mineurs qui repose sur la bonne volonté des médias radiotélévisés. Ces derniers ont mis en œuvre depuis 5 ans un dispositif de signalétique. Mais cette collaboration s'est faite suivant un schéma centralisateur et jacobin, négociée en haut, sans qu'y soient associés les acteurs de la société civile qui, seuls, pourraient lui donner l'irrigation nécessaire pour qu'elle ait enfin un effet réel auprès du public auquel elle est destinée.

Le CIEM souhaite que le public, les parents, les éducateurs et les associations qui les représentent puissent constituer un pôle construit qui défende les intérêts du public et l'intérêt supérieur de l'enfant et qui donne à la régulation des médias en France la dimension et la dynamique d'un débat à quatre (médias, pouvoirs publics, pôle associatif, chercheurs et experts).

En suscitant échanges d'information, transparence dans le fonctionnement des médias et des instances de régulation ou de classification, vulgarisation des travaux des chercheurs et des analyses des experts, le CIEM entend faire vivre un réseau de vigilance autour de la responsabilité sociale qu'implique l'épanouissement des enfants et des adolescents dans l'environnement des écrans.

2. Inscrire la protection des mineurs et la responsabilité des médias dans le contexte de la socialisation de l'enfant et de la construction de sa personnalité

Ces dix dernières années les dispositifs juridiques de protection des mineurs dans les médias se sont beaucoup développés, en particulier pour la télévision. Les associations du CIEM ont été très sensibles à la mise en place de la signalétique par le CSA et les chaînes, qu'elles considèrent comme un acquis. Elles ont cependant beaucoup à dire sur les efforts qu'il serait nécessaire de consentir encore par rapport à la représentation des violences et des comportements inciviques, et aux atteintes à la dignité de la personne, à la dégradation de l'image des femmes et des jeunes tant à la télévision que dans les autres médias, et en particulier les jeux vidéos et les radios.

Mais plus encore que des réformes ponctuelles à entreprendre, il est nécessaire de changer le cadre de la réflexion sur le rôle et l'importance des médias dans la socialisation de l'enfant et la construction de sa personnalité. L'efficacité même des mesures de protection en dépend. Une approche strictement juridique à l'instar de celle qui s'est mise en place pour la signalétique est insuffisante par rapport aux enjeux que représente l'éducation des enfants par les médias, elle a besoin de trouver des relais dans la société parmi les éducateurs et les

familles. C'est un peu comme si on se contentait de poser quelques interdits, en laissant les enfants s'en débrouiller seuls.

Se focaliser sur l'interdit relève d'une attitude rétrograde et anachronique. Dans une société permissive, dans laquelle, quoiqu'on en dise, les comportements transgressifs sont extrêmement tolérés, voire valorisés, seuls les interdits qui font sens vont pouvoir légitimer l'autorité des parents et des éducateurs, au sens large. **Désigner des interdits sans les accompagner d'une supervision des adultes, c'est renoncer à prendre en charge la responsabilité du développement des enfants et encourager à une transgression destructurante. Il faut désormais resituer l'autorité et les interdits dans une dynamique qui aménage l'autonomie de l'enfant dans un cadre structuré, porteur des repères indispensables à sa construction psychique. Hors d'un cadre qui aménage l'accès aux lois de la socialisation et au respect de la vie, les droits universaux et la liberté d'expression se vident de leur sens.**

Seule une approche complexe et globale de la responsabilité des médias dans la construction des identités, la transmission des valeurs fondamentales, des repères nécessaires à la vie sociale et démocratique, tenant compte des étapes du développement des enfants auxquels les médias s'adressent pourrait initier une démarche satisfaisante et motivante pour tous.

La liberté d'expression est un des principes fondamentaux de la démocratie pour lequel les associations du CIEM ont un profond attachement. Elle ne saurait cependant justifier des atteintes graves à la dignité de la personne, ou à l'intérêt supérieur de l'enfant, ni une dégradation de l'image de la femme. Il serait important qu'elle soit également entendue comme liberté d'expression des enfants, droit qui est pour l'instant fort peu mis en application dans les médias français.

Le souci de ce rapport est de refuser que les droits fondamentaux et universaux soient dressés les uns contre les autres et de promouvoir un dispositif équilibré qui ménage respect de la personne et liberté d'expression en tenant compte de la réalité des rapports de force et de la tendance à l'écrasement des droits de la personne dans la mondialisation des échanges commerciaux.

Le constat dressé sur l'état actuel de la protection des mineurs, l'autorégulation dans les médias, et l'éducation aux médias a été nourri par les auditions menées par le comité de

pilotage du CIEM entre le 5 et le 19 février, puis entre le 15 mars et le 26 avril, ainsi que par les contributions des associations qui le constitue et des experts qui lui ont adressé des propositions⁴. Des questionnaires ont également été adressés à des chercheurs et à des experts pour pouvoir tenir compte dans l'élaboration des propositions du rapport de l'appréciation de ceux qui travaillent depuis de longues années dans ce champ⁵. Il est nécessaire que se poursuive sur la base des projets de recommandations du présent rapport un dialogue avec les instances concernées (pouvoirs publics, médias, associations, chercheurs). De nouvelles auditions seront nécessaires notamment avec les distributeurs, les producteurs, les réalisateurs, et les auteurs du cinéma, de la télévision, des jeux vidéo et CD roms, mais aussi les membres des instances de classification du cinéma et des autres médias.

Bien au-delà des échéances politiques, qui ont pesé sur ce travail mais en ont aussi permis l'avènement, le CIEM est conscient d'avoir initié un mouvement de prise de conscience au sein des associations et des médias indispensable dans la crise que traverse aujourd'hui la société française, notamment autour de la place de l'enfant. Il est essentiel que les pouvoirs publics l'aident à poursuivre ce travail en lui attribuant des ressources spécifiques pour la mise en place du Forum du CIEM.

⁴ Voir Annexe 2 *Liste des personnalités*, annexe 3 *Liste des associations*

⁵ Voir Annexe 4 *Questionnaire adressé aux personnalités*, annexe 5 *Questionnaire adressé aux chercheurs*.

3 LE BILAN

L'enfant dans l'environnement médiatique : un acteur négligé par les pouvoirs publics mais ciblé par le marché

La place de la jeunesse dans la société française est ambivalente. Si la jeunesse des corps est un bien envié de tous, les jeunes, dans une société qui vieillit, sont devenus le symbole du malaise français. La situation des jeunes est devenue un carrefour de difficultés sociales : avec la montée des violences scolaires et des incivilités, celle des garçons contre les filles, celle des délits qui mettent de plus en plus en danger les personnes, mais aussi celle des suicides et des tentatives de suicide, les jeunes sont perçus presque exclusivement comme auteurs ou victimes de violence et causes de l'insécurité⁶.

1.1 Le malaise des mineurs et la crise de l'autorité parentale

En dix ans, cette situation s'est fortement dégradée, montrant les effets destructurants et délétères d'une permissivité sans « supervision parentale », d'interdits désignés sans être investis. Elle provoque augmentation des conduites à risques, mises en danger des jeunes et sentiment d'insécurité des adultes⁷. La demande sociale des adultes est paradoxale. Ils se déchargent de plus en plus de leurs responsabilités quotidiennes dans l'accompagnement des jeunes depuis leur plus jeune âge. Ils fuient les petits conflits qui en découlent. Mais ils demandent à l'Etat et aux forces de police d'assurer seuls l'ordre. De ce fait, ils reviennent à des formulations de l'autorité principalement centrées sur la répression, la tolérance zéro, l'emprisonnement - aux antipodes de l'idéal de liberté et d'autonomie dans lequel la société prétend élever les enfants. C'est oublier que l'intériorisation des interdits par une socialisation équilibrée est plus efficace que la sévérité dans la sanction des actes.

Les indices du malaise des moins de 18 ans sont nombreux et sont autant d'appels à l'aide : hausse des indicateurs de dépression (sentiment de fatigue, vision sombre de l'avenir...), hausse de la consommation des drogues (alcool, tabac, cannabis, ecstasy), hausse des fugues

⁶ Le suicide est la seconde cause de mortalité des jeunes, après les accidents de la circulation. Quant aux chiffres de la délinquance, d'après les statistiques policières ils montrent un doublement des mises en cause de mineurs entre 1993, année charnière, et 2000, in Sebastian Roché, *La délinquance des jeunes, les 13-19 ans racontent leurs délits*, Seuil 2001.

⁷ Le terme de « supervision parentale » est repris ici de l'ouvrage de Sebastian Roché, qui inspire cette sous-partie pour la description des difficultés de socialisation des jeunes, même si S.Roché n'aborde pas pour sa part la question de l'impact des médias.

et des errances⁸... La situation des jeunes adultes, dans laquelle les plus jeunes peuvent se projeter, est marquée par de nombreuses difficultés : dans l'accès au logement, l'accès à l'emploi, les discriminations générationnelles s'ajoutant aux discriminations sociales et ethniques. Les pouvoirs publics ont cependant fait des efforts par rapport à l'insertion sociale des jeunes et leur taux de chômage a fortement baissé au cours des cinq dernières années. Les indicateurs du malaise et des délinquances des jeunes n'ont quant à eux cessé de croître⁹. Le désarroi des jeunes ne peut s'expliquer par les seules données de la réalité sociale et doit prendre en compte une perte des repères.

La représentation hâtive et souvent négative que les médias donnent de la jeunesse, accentue encore ce mal de vivre, en ajoutant au tableau des difficultés réelles la mise sous silence des situations positives, quotidiennes et susceptibles de donner des perspectives d'action. Les jeunes y sont présentés de façon privilégiée comme victimes (même quand ils sont auteurs de violence)¹⁰. De ce fait les médias, sans même en être conscients, refusent de reconnaître aux enfants de moins de 18 ans le fait d'être acteurs de leur propre vie. En donnant une image tronquée et essentiellement non constructive des jeunes, l'environnement médiatique vient redoubler les phénomènes de déresponsabilisation, de désocialisation et d'exclusion que produit l'environnement quotidien¹¹.

La délinquance des jeunes, qui aujourd'hui accapare l'attention de la classe politique et des médias, est avant tout le signe d'une perte des repères qui concerne d'abord les adultes,

⁸ Voir les synthèses de l'Observatoire de l'enfance en France, et son rapport annuel, qui parle de « vrai malaise psychique » à propos de l'augmentation en 5 ans des consommations d'alcool, de tabac et de cannabis, l'augmentation des tentatives de suicide, classé grande cause nationale. Les déclarations de fugues auprès de la direction centrale de la sécurité publique ont augmenté en 4 ans (39%).

⁹ Les prises de position sur ce sujet ont été nombreuses ces derniers mois. A titre d'exemple, celle de Philippe Chaillou, président de la chambre des mineurs à la Cour d'appel de Paris, signant « ces mineurs, notre malaise » dans *Libération* du 15 février 2002, insistant sur la « massification de la délinquance des mineurs » qu'il analyse comme « un symptôme majeur de nos dysfonctionnements sociaux », et prenant ses distances à l'égard de la réponse répressive et du « tout-judiciaire ». Il mettait également en cause l'imprégnation des enfants par les images pornographiques et violentes .

¹⁰ Voir les résultats des deux études de la commission Jeunes et Média du Conseil National de la Jeunesse sur la représentation des jeunes à la télévision, dans les magazines d'information et les journaux télévisés de Maxime Drouet et Mikaël Garnier-Lavallier, rendues publiques en août 2001. Ces résultats confirmaient une enquête réalisée en 1995, voir notamment *Les Ecrans de la violence*, p 65.

¹¹ A l'exception d'émissions comme *Saga-cité* (France3) et quelques rares magazines régionaux (*Opération Télécité*, sur F3 Ile-de-France-Centre) qui prennent le parti de confier aux jeunes le soin de filmer leur quartier.

responsables de la transmission des valeurs fondamentales auprès des jeunes¹². La fragilisation des normes sociales (les évolutions des structures familiales, la crise de l'école, la délégitimation de l'intervention de l'Etat, la perte de sens du service public...) ont vidé les institutions de leur motivation profonde et de leur rôle anthropologique de mise en forme des règles de vie collectives.

Si les phénomènes de délinquance (ou d'incivilité) ont tendance à prendre des formes aussi généralisées (touchant sous des formes légères plus de la moitié des jeunes de 13-19 ans¹³), c'est avant tout du fait de l'inertie des adultes et des institutions (parentales, éducatives et autres) qui devraient contenir, sécuriser les enfants et leur proposer des formes positives d'investissement. Les parents sont souvent démunis, voire démoralisés, ne sachant quelle forme donner à leurs interventions. L'attentisme des adultes est encouragé par l'illusion individualiste, propre à la société de consommation. Les adultes transmettent ainsi aux jeunes l'idée que l'individu dès sa naissance est libre de tout choix, sans accompagnement, exposant ainsi l'enfant de plein fouet aux sollicitations du marché et faisant de lui un consommateur dépendant avant même d'être un citoyen.

Il n'empêche que dans la représentation que les enfants et les adolescents se font du bon fonctionnement de la société, la famille, l'école et l'Etat-Providence jouent un rôle essentiel dans la prévention de la violence et la préparation de leur avenir. Cette attente, sur laquelle les enseignants et les familles peuvent encore s'appuyer, témoigne d'une transmission résiduelle de valeurs sociales autres que celles du marché¹⁴.

Il est cependant un pouvoir qui a tendance à supplanter tous les autres et qui se développe sur le terreau de l'individualisme, celui des médias. Quoique très présents dans la vie des jeunes, leur rôle dans la socialisation de l'enfant n'est pas pris en compte par l'ensemble des acteurs sociaux. En s'attribuant un rôle de simple miroir de la société, ils ont réussi à devenir presque transparents et à faire oublier leur responsabilité sociale. Ils n'en sont d'ailleurs pas eux-mêmes tout à fait conscients. Les auditions menées par le CIEM ont révélé, dans certains cas, le sentiment chez certains de ceux qui les dirigent d'être dépassés par le poids d'une responsabilité face à laquelle ils sont démunis.

¹² Le mot délinquance vient lui-même du latin *delinquere* qui signifie manquer à ses devoirs. La délinquance des jeunes est en effet le résultat d'une société qui manque à ses devoirs par rapport à ses jeunes.

¹³ D'après les résultats de l'enquête de S.Roché auprès des jeunes de 13-19 ans, déjà citée, au moins 65% des jeunes ont commis au mois un délit sur les deux dernières années : dégradations (36,5%), fumer du cannabis (29%), vols (26%), usage de violence physique (22%).

¹⁴ Voir D. Frau-Meigs, S. Jehel, *Acculturation et américanisation des jeunes par les médias, en France*, colloque GRREM novembre 2001, en cours de publication

S'il est un domaine dans lequel leur part de responsabilité est essentielle (sans jamais être unique, bien entendu, l'école et l'entourage familial jouent en effet un rôle fondamental au moins jusqu'à l'adolescence), c'est celui de la transmission des valeurs. Cette transmission a cependant des caractéristiques paradoxales, notamment pour la télévision : juxtaposition aléatoire d'émissions du fait de l'accès à des canaux multiples, mélange des genres (fiction, information, publicité en particulier), importation massive de programmes étrangers (en particulier anglo-saxons et japonais pour les jeunes), américanisation des formats et des contenus avec pour corollaire la valorisation du caractère spectaculaire de la violence, l'installation de la télévision comme instance de résolution des problèmes intimes et familiaux... sans compter le brouillage du sentiment de réalité, qui est un des repères fondamentaux de l'être humain, du fait de l'immatérialité des écrans et des ondes.

Or les adultes se sont délestés de leur rôle auprès des enfants (notamment en terme de présence) au profit des médias qu'ils utilisent comme palliatif de leur absence (TV babysitter, console de jeux¹⁵ ...) sans s'assurer que les médias à qui ils les confient très jeunes, les laissant seuls devant le petit écran, prennent en charge un minimum de responsabilité éducative, y compris dans les divertissements qu'ils proposent, et ce, même lorsqu'il s'agit de chaînes publiques ou de programmes destinés aux enfants.

1.2 La jeunesse : un enjeu marginal pour les chaînes publiques

Depuis 10 ans, l'Etat a concentré la mission éducative des médias publics sur France 5, déléstant les autres médias de cette responsabilité. Créée en 1995, la chaîne offre aujourd'hui plus de 60% des programmes d'information, magazines ou documentaires destinés aux enfants proposés sur les chaînes hertziennes, mais son audience reste confidentielle, en particulier auprès des jeunes¹⁶. Les émissions qu'elle diffuse qui pourraient intéresser le jeune public ne bénéficient pas d'une promotion forte sur les autres chaînes de France Télévision.

¹⁵ La visée consolatrice de la console de jeux est évoquée par Claude Allard dans *L'enfant au siècle des images*, Albin Michel, 2000. Voir aussi le constat d'une scénariste de dessin animé, Nina Wolmark, annexe 38 *Lettre de la SACD*

¹⁶ voir les tableaux 8 et 9 sur l'audience des chaînes proposés dans l'annexe 1 du rapport de Monique Dagnaud, *Les enfants, acteurs courtisés de l'économie marchande*, février 2002, réalisés par Michel Fansten, à partir des données Médiamétrie : en 2000 la part de marché des 4-10 ans est inférieure à 1.5% pour France 5, alors qu'elle se situe entre 34 et 39 % pour TF1, 12 et 20% pour France 3 et 16 et 18% pour M6. Elle est plus faible encore pour les 11-14 ans. Cela dit, les programmes pour les petits diffusés aujourd'hui (en avril 2002) aux alentours de midi, *Midi les zouzous*, rencontrent une audience qui peut atteindre plus de 15% de part de marché sur les 4-10 ans. Voir aussi annexe 34 *Tableau des investissements*.

En matière de production de fiction ou d'animation, les cahiers des charges de France 2 et France 3 établissent des prescriptions d'ordre très général, au contraire des dispositions qui figurent dans les conventions passées entre les chaînes privées et le CSA, et renvoient en ce domaine à des obligations fixées par les conseils d'administration de France 2 et France 3¹⁷.

Les tous récents contrats d'objectifs de France Télévision indiquent des orientations positives, l'ambition d'un « effort particulier en faveur des programmes pour la jeunesse », l'objectif d' « aborder tous les genres et de favoriser l'épanouissement, l'acquisition des connaissances et la distraction de qualité pour toutes les tranches d'âge ». Est prévu le renforcement d'une complémentarité entre France 2 tournée vers les adolescents, et la fiction jeunesse¹⁸, France 3 vers les enfants et l'animation, France 5 vers les programmes d'éveil des jeunes enfants. Mais les indicateurs quantitatifs sont quasiment inexistantes pour donner du corps à ces principes et risquent donc de ne pas déboucher sur une réelle innovation, en dehors du transfert à France 5 des programmes pour les tous petits, déjà en cours, avec le risque de diminution des budgets attribués à ces productions, d'autant que le contrôle de ces dispositions échappe au CSA¹⁹.

Il faut souligner que France 3 a lancé depuis septembre 2000 un journal quotidien d'information *A toi l'actu@* de dix minutes pour les 6-14 ans diffusé tous les jours de semaine vers 17h30, juste avant *C'est pas sorcier*, magazine d'initiation scientifique. *A toi l'actu@* propose des rubriques d'actualité, qui peuvent permettre un décryptage des images médiatiques, et des rubriques magazines, souvent tournées vers les passions des enfants²⁰. Il n'en reste pas moins que l'offre à destination des enfants est sur l'ensemble des chaînes hertziennes tournée à plus de 90 % vers la fiction²¹. On est loin de l'objectif minimal inscrit dans les propositions de 1992 du rapport du CSA sur les programmes pour la jeunesse de fixer

¹⁷ Les personnalités extérieures à France Télévision qui participent aux conseils d'administration qui ont pu être auditionnées par le CIEM n'ont manifesté aucune connaissance de ces dispositifs.

¹⁸ Les chaînes publiques ont délaissé depuis plusieurs années la production de fiction jeunesse, la reprise de 6 heures en 2002 produites par France 2 devrait annoncer un revirement de tendance. Mais cela ne concernera pas la fiction pour enfants.

¹⁹ Problème soulevé par le CSA dans son avis n°2002-1 du 26 mars 2002 relatif aux projets de décrets modifiant les cahiers des missions et des charges de France2, France3 et Télévision du savoir, de la formation et de l'emploi et portant approbation de ceux de la « chaîne de rediffusion » et la « chaîne d'information continue ».

²⁰ Voir notamment sa présentation par Christelle Ploquin et celle d'Eve Baron pour l'ensemble des programmes jeunesse de la chaîne, dans le dossier du Journal des professionnels de l'enfance, *La télé dans la vie des enfants*, mai-juin 2002.

²¹ Les programmes d'information, magazines et documentaires destinés aux enfants représentaient en 2000 476 heures, dont 292 diffusées par France 5 et 120 par France 3. TF1 diffuse les 50 heures requises par sa convention, et M6 11 heures grâce aux rubriques magazines de M6Kids. France 2, qui diffusait plus de 12% de documentaires dix ans auparavant, en 1991, n'en a quasiment pas diffusé. Elle diffuse depuis 2001 une émission *Premiers Rendez-vous* le mercredi pendant laquelle deux jeunes se rencontrent et présentent leurs activités préférées.

pour chaque chaîne un minimum de 10% de programmes documentaires, éducatifs ou informatifs, afin de diversifier l'offre de programmes jeunesse. L'offre de magazines et documentaires pour les jeunes et en particulier de magazines de décryptage des médias s'adressant aux plus grands sur France 2 manque cruellement. De plus, si les chaînes diffusent en majorité des dessins animés d'origine française²², les fictions « live » qu'elles programment sont presque exclusivement américaine ou australienne.

Il n'existe aucun système d'encouragement ni de soutien pour les programmes destinés aux enfants ni pour des programmes éducatifs que le marché, et en particulier le marché français ou francophone, ne produit pas²³. Le guichet spécifique pour l'animation n'existe plus depuis 10 ans²⁴. La fiction pour enfant a disparu parce qu'elle rencontrait des problèmes de financement spécifique et peu de programmes existent pour la relancer. Le programme européen Pygmalion, animé par le Conservatoire européen d'écriture audiovisuelle, est ouvert aux producteurs et chaînes européens pour soutenir l'écriture de fiction pour les enfants. Il a permis le lancement de 5 séries dont une seule coproduction de chaîne française (France2). La situation française caractérisée par l'absence de production de fiction jeunesse, diffère des situations allemande et anglaise où ces productions existent²⁵.

Les seuls encouragements qui existent sont des obligations quantitatives de diffusion de dessins animés, définies aujourd'hui par le CSA en accord avec les chaînes privées, et qui ont comme objectif le soutien à une industrie grâce à laquelle la France est un des leaders européens. Il est vrai cependant que France Télévision a davantage participé ces deux dernières années à la production d'animation que les chaînes privées hertziennes réunies²⁶. Mais la question est celle du sous-financement français de ces programmes qui doivent se tourner majoritairement vers des financements étrangers, et diminuent de ce fait la maîtrise

²² Ceux qui sont considérés comme tels ne disposent cependant pas de plus de 30 % de financement national !

²³ Lorsque TF1 doit remplir son obligation de 50 h de programmes documentaires, elle diffuse un magazine éducatif britannique, de qualité, pour les tout petits *Les Tweenies*. Voir aussi en matière de multimédia éducatif l'annexe 28 *Contribution des CEMEA*.

²⁴ Ce guichet a existé en 1989 pendant deux ans et était réservé aux chaînes publiques. Mal financé, il a été supprimé par Bercy. Il a cependant eu un effet d'entraînement considérable sur ce secteur.

²⁵ Ces séries européennes ne font cependant pas l'objet d'importation en France, où les enfants ne peuvent voir que des séries américaines, australiennes ou canadiennes.

²⁶ Voir tableau des investissements des chaînes hertziennes dans le dessin animé en annexe 34, chiffres CSA. Les investissements de TF1 restent élevés malgré leur baisse, du fait de l'obligation d'investir 1% du CA, ceux de M6 ont dépassé ceux de France 2. Sur Canal + la tendance semble à la baisse.

éditoriale des chaînes publiques françaises. L'industrie s'inquiète depuis deux ans de la baisse de financement en France²⁷.

Le CSA, qui avait publié un rapport sur les programmes pour la jeunesse en 1992 dans lequel il faisait un certain nombre de recommandations éthiques et économiques, n'a pas suivi de près l'évolution du secteur. L'Observatoire des programmes jeunesse qu'il avait animé en 1995 ne s'est plus réuni. Toute l'attention du CSA sur la question de la jeunesse s'est concentrée à partir de 1996 sur la protection des mineurs et le contrôle de la signalétique.

Entre-temps, l'Institut de l'enfant et de la famille, l'IDEF, établissement public administratif créé en 1984, et le Centre International de l'enfance, le CIE, fondation créée en 1949, qui offraient au grand public, aux étudiants, aux associations par leurs services de documentation des recherches bibliographiques et pouvaient lancer des recherche sur l'enfance et les médias ont été supprimés et leurs ressources documentaires dispersées. Le GRREM, groupe de recherche sur la relation Enfants-Médias, qui regroupe chercheurs et experts des médias dispose de moyens bien plus faibles, mais a animé le Forum international des chercheurs sous le patronage de l'Unesco en 1997. Il organise régulièrement quelques rencontres par an sur le thème des médias et des enfants et a financé quelques études remarquées²⁸. Soumis à des financements publics aléatoires, ses travaux ne suffisent pas à répondre à l'ensemble des besoins en recherche et en vulgarisation auprès des éducateurs et des familles mais constituent un point de départ important à la réflexion dans ce secteur.

1.3 La protection de l'enfance et les enjeux de la culture jeune

Dans une société de plus en plus libérale et qui accorde, en principe, de plus en plus d'autonomie aux jeunes, la protection de l'enfant et de l'adolescent est perçue comme essentiellement négative et a été marginalisée. Cela tient à des résistances complexes alimentées certes par l'individualisme du marché. Mais elles sont d'autant plus fortes en France qu'elles peuvent s'appuyer sur la contestation de l'héritage de Vichy et s'alimenter souterrainement de la dénégation de la collaboration et de la défaite²⁹. Amalgamant systématiquement autorité et responsabilité des adultes à des relents de censure, et d'ordre

²⁷ « Les diffuseurs français ne financent les programmes d'animation qu'à hauteur de 20%, contre plus de 40% pour les documentaires, et plus de 60% pour la fiction » Christian Davin, président du SPFA, lettre à Ségolène Royal du 12 avril 2002, en annexe 37. Voir aussi « l'animation française menacée d'anémie ? » *le film français*, juin 2001.

²⁸ Françoise Minot *Les enfants et la publicité*, rapport pour la Direction du développement des médias, décembre 2001, celle d'Anna Eriksen-Terzian *Tuning in to diversity*, février 2002, notamment

²⁹ cf. les débats éclairants sur ce thème de Marc Ferro et de Philippe Jeammet dans *Que transmettre à nos enfants ?* Seuil 2000

moral, elles décrédibilisent la famille et la protection de l'enfance comme des résurgences vichysoises ; elles privent de ce fait l'enfant d'une protection naturelle et sociale indispensable à son développement. Cette inhibition, plus ou moins consciente, fait le jeu de l'inertie des adultes et empêche l'avènement d'un débat public serein sur ces questions et d'une vaste mobilisation.

Pourtant les textes qui fondent la dimension d'intérêt général de la défense et protection de l'enfant ne manquent pas. A commencer par le beau texte de la Déclaration Internationale des droits de l'enfant, de novembre 1989, ratifiée par la France en 1990, qui pose des principes fondamentaux³⁰ :

- art. 13 reconnaissance de la liberté d'expression de l'enfant (droit de rechercher, recevoir, répandre, des informations et des idées) ;
- art. 17 reconnaissance de l'importance de la fonction remplie par les médias (...) et encouragement des médias à diffuser une information et des matériels qui présentent une utilité sociale et culturelle pour l'enfant dans le respect de l'article 29 qui définit les buts de l'éducation de l'enfant ;
- art. 29 ces buts sont : favoriser le développement de la personnalité de l'enfant ; inculquer à l'enfant le respect des droits de l'homme ; inculquer à l'enfant le respect de ses parents, de son identité, de sa langue, de ses valeurs culturelles ; préparer l'enfant à assurer les responsabilités de la vie dans une société libérale.

Les applications de ces recommandations seraient à stimuler aujourd'hui en France. L'absence de politique médiatique en direction des enfants et des adolescents, comme si ceux-ci n'étaient pas essentiels pour la pérennité et le sens d'une politique culturelle française et européenne, est une aberration. Les goûts culturels des jeunes Français sont de plus en plus marqués par la culture américaine, non seulement dans les grilles de programmes des chaînes, et en particulier dans les programmes jeunesse, mais bien plus encore dans les goûts des jeunes, ce qui manifeste notamment l'emprise du marketing de ces programmes sur leurs « cibles »³¹. Or cette culture, telle qu'elle est transmise et

³⁰ Voir annexe 12 *Déclaration Internationale des droits de l'enfant*, annexe 16 *Recommandation de l'Union européenne sur la protection de l'enfance*, annexe 18 *Projet de déclaration de Thessalonique sur les enfants et les médias*. Voir aussi annexe 14 *La Résolution de Bratislava*.

³¹ Selon l'enquête que nous avons menée auprès de 300 élèves de 12-14 ans, leurs séries préférées étaient d'origine américaine à près de 90%, et leurs films préférés à 69%. Quant au contenu de ces programmes ils étaient essentiellement tournés vers des relations amicales et familiales pour les séries (mis à part le succès de *Buffy*, et le poids moindre du *Flic de*

filtrée par les médias français, véhicule massivement une représentation du monde et des rapports sociaux très différente de la culture européenne, très différente aussi de celle des jeunes eux-mêmes, et souvent difficilement compatible avec les principes fondamentaux sur lesquels repose la République³². La surreprésentation de la violence individualiste, présentée comme seule solution à tous les conflits, dans les produits importés des Etats-Unis est en effet un des éléments qui rend problématique cette acculturation. Mais ce n'est pas le seul, on constate aussi bien un brouillage des repères et des idéaux (en matière d'école et de justice notamment) entre ce que les jeunes retiennent et décodent des valeurs présentées par les programmes américains diffusés sur les écrans français, et ce qu'ils comprennent et décodent de la réalité française, notamment de la réalité institutionnelle française.

Cette schizophrénie culturelle dans un pays qui a fait du combat culturel son fer de lance est difficilement compréhensible. Elle rend les enfants et les adolescents étrangers à leur propre culture et à leurs propres aspirations. Les producteurs du secteur audiovisuel et cinématographique sont en train d'en prendre conscience, ce qui est essentiel³³.

L'enfant est devenu une cible privilégiée du marché des médias et de la publicité. Depuis dix ans, les chaînes thématiques jeunesse se sont développées en France : c'est un des pays d'Europe qui reçoit le plus de chaînes thématiques jeunesse (avec Canal J, Télétoon, Foxkids, Disney Channel). C'est le premier pays du monde qui a lancé une chaîne en direction des tout-petits, Tiji³⁴.

Mais ces chaînes sont toutes des chaînes privées, ce qui est aussi une spécificité de la situation française. L'Etat n'a pas souhaité que les chaînes publiques développent une chaîne jeunesse. Il est vrai que Canal J a longtemps été un modèle de chaîne du fait de la diversité et de la qualité de son offre. Mais la chaîne a renoncé aux magazines qui faisaient sa spécificité, il y a quelques années, et a réduit ses ambitions, sur la pression de son actionnaire et des premières

Shangai qu'illustrent des héros violents) mais les films préférés étaient très nettement tournés vers la violence et l'horreur (avec les *Scary Movies*, *le Sixième sens*, les *Scream*, *le Pacte des loups*, *l'exorciste* etc.) voir contribution au colloque GRREM novembre 2001 déjà citée.

³² C'est ce que nous avons décrit comme une représentation du monde manichéenne et fascisante dans *Les Ecrans de la violence*, ouvrage cité.

³³ Christian Davin, président du SPFA, a exprimé son soutien au projet du CIEM, même s'il n'en accepte pas toutes les propositions, Alain Terzian, président de l'UPF, reconnaît la « responsabilité des médias dans la banalisation de la violence », l'utilité de développer la protection de l'enfance à la télévision, et la nécessité de faire respecter sur la TNT la réglementation française voir ces deux courriers adressés à Ségolène Royal en annexes 36 et 37.

³⁴ définis au départ comme les 0-7ans !

données d'audience de ses émissions sur le câble. Il n'en reste pas moins qu'elle continue à investir davantage que les autres chaînes thématiques dans la production de programmes jeunesse³⁵ et a réintroduit des magazines³⁶ auxquels les enfants peuvent participer.

La nature de Télétoon est au départ mixte : filiale de TPS, elle-même filiale de TF1, M6, France 2 et France 3, elle puise pour partie dans les catalogues des chaînes publiques. Mais France Télévision doit prochainement se retirer de TPS et la nature commerciale de Télétoon apparaîtra d'autant plus. Chaîne exclusivement consacrée au dessin animé, elle aborde certes les différentes techniques d'animation, et réussit à lancer en 2001 des émissions qui introduisent entre les dessins animés des séquences interactives, des petits sujets de reportages. Foxkids, filiale de Foxkids Europe, elle-même filiale de Disney à 75%, donne également la priorité aux dessins animés. Tout en respectant les quotas de diffusion, elle est devenue depuis deux ans la chaîne des *Pokemon*, arrivant à diffuser plus de 15 épisodes par semaine.

Mais les chaînes thématiques françaises refusent de donner une dimension éducative à leurs programmes et privilégient la fiction (les magazines et même les jeux occupent une place très réduite dans les grilles). Dotées de budgets faibles, elles ne peuvent aujourd'hui initier seules des projets de production. Pour les programmes pour les tout-petits, comme pour les fictions pour adolescents, elles préfèrent importer les programmes disponibles dans d'autres pays. Quelle que soit la qualité intrinsèque de ces programmes, ils ne résolvent pas le problème de la transmission culturelle, nationale et européenne.

Mais, contrairement à ce qu'il en est en Allemagne ou au Royaume Uni, le gouvernement français n'a pas souhaité que France Télévision développe un projet de chaîne pour les enfants sur la télévision numérique terrestre (TNT). Tout au plus, à la suite des propositions du rapport Dagnaud et du prérapport du CIEM, la ministre de la Culture a-t-elle annoncé son intention que la chaîne de « rediffusion » de France Télévision propose davantage de programmes pour les enfants et qu'ils soient exemptés de publicité les mercredis après-midi.

Le désengagement de l'Etat et l'abandon d'une mission de service public dans le secteur des programmes jeunesse³⁷ a été motivé par l'adhésion à l'idée que le développement du marché pouvait y suppléer. Or le marché ne produit pas naturellement la diversité des contenus escomptée d'autant que ce secteur est soumis, plus que le secteur des

³⁵ Canal J a déclaré avoir investi 43 MF en 1999 et 34 MF dans la production et la co-production de programmes en 2000. Fox kids a déclaré 15,9 MF en 1998, 2,8MF en 99,1,61 en 2000 ; Télétoon 6,54 MF en 98, 2 38 en 1999 et 2,73 en 2000 (source CSA) .

³⁶ *Faut que ça saute, Re7, Iapiap*

³⁷ Depuis une dizaine d'années, les différents rapports sur l'avenir des chaînes publiques ne mentionnaient plus le secteur des programmes jeunesse comme faisant partie des missions de service public.

programmes pour adultes, à la concurrence internationale. Subissant la domination de productions anglo-saxonnes ou japonaises qui visent un marché mondial, il a tendance à proposer des programmes à faible valeur culturelle. Il serait important de relancer une vraie politique publique dans ce domaine.

En dehors de la télévision, d'autres secteurs mériteraient une attention particulière : qu'il s'agisse du multimédia éducatif ou culturel, du secteur des jeux vidéo ludo-éducatifs, mais aussi de la radio et d'Internet. Des aides ponctuelles existent notamment au niveau des ministères de l'Education nationale, et de la Recherche (direction des technologies nouvelles) pour aider au développement de sites éducatifs³⁸. Le CNDP est également en train de lancer des projets de programmes éducatifs ou ludo-éducatifs avec des partenaires de l'édition³⁹. Mais il n'y a pas en ce domaine de politique d'ensemble⁴⁰. En matière de radio, il existe un projet de reprise de Superloustic ; Radio-France n'a aucun projet en direction des adolescents⁴¹.

Acquis et faiblesses de la régulation et de l'autorégulation

En échange du développement du secteur privé des médias et du désengagement de l'Etat, se sont mises en place des instances de régulation et d'autorégulation, voire de corégulation. Le présent constat brosse à grands traits les acquis et les défaillances de ces dispositifs tous supports confondus (TV, radio, jeux vidéo, cassettes vidéo, DVD, Internet...). Chaque support, chaque média est aujourd'hui régi par un dispositif différent. C'est précisément le flou des définitions et le manque de cohérence de l'ensemble du système constitué de la juxtaposition des différents régimes qui frappe.

2.1 Régulation, autorégulation, corégulation : tentatives de définition

Les concepts de régulation et d'autorégulation sont sources de multiples ambiguïtés du fait de la coexistence d'acceptions économiques et juridiques, de leur origine anglo-saxonne et de leur introduction dans un droit public français marqué par la conception unilatérale de l'action de l'Etat. La résonance de ces notions en France est particulièrement complexe du fait du double rôle de l'Etat comme régulateur du marché et comme acteur économique, par le biais

³⁸ Voir notamment la réalisation du site www.histoire-image.org avec la Réunion des Musées Nationaux, et les ministères Education nationale, Recherche et Culture consacré à l'enseignement de l'histoire de 1789 à 1939 par l'image.

³⁹ audition de Claude Mollard, directeur du CNDP, au CIEM le 26 avril 2002

⁴⁰ Voir en annexe, les propositions des CEMEA et le texte de Christian Gautellier, *l'édition éducative et culturelle pour les jeunes, tirons le signal d'alarme*.

⁴¹ A l'exception de quelques émissions comme *les P'tits bateaux* sur France Inter *les histoires du perce-oreille*, des contes pour les plus jeunes sur France Culture.

de l'économie mixte, avec un fonctionnement, dans le marché, extrêmement proche du secteur privé (cf Orange-France Télécom, ou « la holding » France Télévision).

Venue de la cybernétique, la notion de régulation est envisagée en économie, selon les écoles de pensée, comme un mécanisme qui permet soit de préserver l'équilibre « naturel » du marché et les lois de la concurrence, soit de corriger ses déséquilibres.

Dans l'action administrative, la régulation est réalisée par une autorité de régulation, intermédiaire entre le pouvoir qui fixe les règles, et les opérateurs. Elle se consacre au contrôle du respect des textes et, en cas de manquements, engage les procédures nécessaires pour les faire appliquer. Dans l'acception d'origine anglo-saxonne, la régulation cherche par tous les moyens à susciter des standards de comportement. Le régulateur agit alors davantage par la pression et la négociation que par la sanction. Mais pour ce faire, il est doté de ce que les anglo-saxons appellent les pouvoirs quasi-législatif, quasi-exécutif et quasi-juridictionnel. C'est en cela que son introduction en droit français s'est avérée délicate.

L'autorégulation se caractérise par l'élaboration et l'application par les opérateurs eux-mêmes de codes de bonne conduite, ou chartes d'antenne, rédigés notamment pour répondre à la demande de confiance du public. Cette forme de régulation présente des faiblesses (manque de légitimité démocratique, difficile gestion des conflits d'intérêts vis-à-vis des enjeux commerciaux) et suppose, pour bien fonctionner, que les «intérêts non commerciaux émanant de la société civile, soient bien structurés et disposent de moyens financiers suffisants. Si ce type de fonctionnement social est traditionnel dans les pays anglo-saxons, il n'est pas la règle dans la société française»⁴².

Dans le domaine audiovisuel, l'équilibrisme du CSA est emblématique. Encadré par une conception juridique stricte (imposée par le Conseil constitutionnel et le Conseil d'Etat) qui lui refuse tout pouvoir réglementaire d'ordre général (en dehors des rares cas explicitement prévus par la loi), il est réduit de fait à l'application de textes dont il dénonce parfois l'inapplicabilité, sans pouvoir les modifier. Dans le cadre de son pouvoir de conventionnement et d'autorisation des services, il est amené à négocier des accords avec chaque opérateur, même dans des domaines qui relèvent de l'intérêt général comme c'est le cas de la protection des mineurs, pour l'obtention desquels la bonne volonté des opérateurs est alors décisive. Sous couvert de régulation, on est alors dans un modèle de prise de décision qui s'apparente à une corégulation, impliquant ici deux acteurs, les pouvoirs publics et les diffuseurs.

⁴² Du Marais (Bertrand) «Enjeux juridiques et institutionnels - Réglementation ou autodiscipline: quelle régulation pour l'Internet?» in *Les cahiers français*, mars-avril 2000, n° 295, p. 71.

Le terme d'autorégulation renvoie donc implicitement à deux formes principales de contrôle : dispositif de régulation interne à l'entreprise (tel est le cas des comités de visionnage des chaînes), dispositif de régulation externe entre les opérateurs du marché et les consommateurs⁴³. Cette dernière forme est aussi parfois appelée corégulation, notamment dans le contexte européen de la gouvernance, ce qui montre le flou de ces notions.

Dans la réflexion européenne lancée par la Commission européenne, la gouvernance «désigne les règles, les processus et les comportements qui influent sur l'exercice des pouvoirs au niveau européen, particulièrement du point de vue de l'ouverture, de la participation, de la responsabilité, de l'efficacité et de la cohérence»⁴⁴. La gouvernance suppose donc de refonder les bases démocratiques d'exercice du pouvoir des instances européennes au niveau communautaire, national et régional. Elle vise à rendre plus efficace l'action européenne qui procède essentiellement par règlements, directives, et recommandations. Elle laisse pour le moment un assez large degré de liberté (et de flou) dans son interprétation nationale. Elle donne cependant un certain nombre de principes directeurs destinés à asseoir la légitimité des pouvoirs institutionnels, sur lesquels il est possible de s'appuyer dès aujourd'hui.

Dans le livre blanc sur la gouvernance, la Commission européenne recommande l'accroissement de la participation des acteurs de la société civile (définis comme les citoyens, les organisations non-gouvernementales, les organisations syndicales et patronales, les associations professionnelles, les organisations caritatives, les organisations locales)⁴⁵. Elle recommande la transparence dans le fonctionnement des institutions, l'information du grand public, la flexibilité (dans l'application et l'adaptation des réglementations générales au niveau local) et l'appel à l'expertise, dans la transparence et le dialogue⁴⁶.

La Commission européenne incite aussi au développement de l'autorégulation et de la corégulation pour l'élaboration des règles par les acteurs concernés. Elle pose cependant des conditions strictes : la corégulation doit représenter une valeur ajoutée et servir l'intérêt

⁴³ cf. la Résolution du Conseil de l'Union européenne sur la protection des consommateurs, des jeunes en particulier, par l'étiquetage de certains produits de loisirs et de divertissement selon la tranche d'âge, du 1^{er} mars 2002. Elle prévoit la participation de toutes les parties : secteur industriel, créateurs de contenu, associations de consommateurs, représentants des parents et des jeunes pour la classification et l'étiquetage des contenus.

⁴⁴ *Livre Blanc de la gouvernance*, COM (2001) 428 f, du 25 juillet 2001, page 9. Le livre blanc a été soumis à discussions et avis du public jusqu'au 31 mars 2002.

⁴⁵ Les critères de représentativité édictés par la Commission posent cependant problème aux associations. Il semble que le fait d'appartenir à une association européenne soit un critère décisif. C'est un point auquel le CIEM devra réfléchir.

⁴⁶ cf p 17, 22-23.

général, elle n'est adaptée qu'aux cas où des droits fondamentaux ou des choix politiques ne sont pas en jeu, les organisations participantes doivent être représentatives et responsables. « Si la corégulation ne donne pas les résultats souhaités ou si certains acteurs ne se soumettent pas aux règles convenues, les autorités publiques ont toujours la faculté d'intervenir en arrêtant les règles spécifiques requises. »⁴⁷

En France, l'Etat a l'habitude de consulter les professionnels et les représentants de la société. Les associations familiales, mais aussi les associations de jeunesse et d'éducation populaire, notamment, participent à un certain nombre de commissions administratives (commission de classification des films, commission des publications jeunesse, commission vidéo). La décision administrative qui appartient en dernière instance aux pouvoirs publics est en partie conditionnée par l'avis de ces commissions multipartites. C'est dire que la forme classique de corégulation française s'organise autour des pouvoirs publics et sur leur impulsion, alors que dans le schéma de la gouvernance européenne ils ne sont plus qu'une solution de rechange en cas d'échec d'une corégulation entre acteurs du secteur privé.

Le Forum des droits pour l'Internet, créé en avril 2001, inaugure une forme de corégulation dans laquelle l'Etat se désengage et n'apparaît plus qu'en observateur : il regroupe au sein d'une association loi de 1901 personnalités qualifiées, opérateurs économiques et associations représentant le public⁴⁸. Toutefois les missions de ce forum sont avant tout la concertation des acteurs et l'information du public. Le rôle du forum n'est pas d'élaborer de normes régulatrices (compétence pourtant prévue dans le cadre de la corégulation par la gouvernance européenne) mais de favoriser l'émergence de consensus et de dégager des recommandations. Il est encore trop tôt pour tirer un bilan de son action. De toute façon, il s'agit d'un secteur très ouvert à l'international dans lequel l'intervention étatique a été dès le départ très critiquée. Ce n'est pas le cas de l'audiovisuel où la régulation nationale a acquis une légitimité auprès des acteurs en France comme en Europe.

2.2 Atomisation, isolement des acteurs de l'autorégulation (comités de visionnage et médiateurs) et de la régulation

Le cas général

Sous l'impulsion de la loi française et de la directive européenne Télévision sans frontière, le CSA a développé pour les chaînes un dispositif de protection des mineurs à la télévision dont

⁴⁷ p 25.

⁴⁸ Voir www.foruminternet.org

il assure le contrôle a posteriori⁴⁹. Avec la mise à l'antenne de la signalétique Jeunesse en novembre 1996, les chaînes ont créé des comités de visionnage ou des comités Signalétique de nature et de structure variées qui contrôlent la classification des programmes avant diffusion⁵⁰. Dans la convention passée avec le CSA, les chaînes sont tenues de constituer un comité de visionnage et de porter sa composition à la connaissance du CSA. Mais aucune règle n'a été imposée dans la composition ni le fonctionnement de ces comités qui, de fait, diffèrent d'une chaîne à l'autre. Ces structures qui veillent avant tout à l'application de la loi et des recommandations du CSA ne s'adossent pas à des comités d'éthique qui prendraient en charge une réflexion globale sur le rôle des médias dans les processus de socialisation de l'enfant. Les services des études ne s'y penchent la plupart du temps qu'à l'occasion du lancement d'une nouvelle émission ou dans le cadre d'une étude d'audience. Il serait pourtant concevable qu'à l'instar de ce qui existe au sein des Hôpitaux publics, soient créés au moins à l'intérieur de chaque pôle, privé et public, de tels comités. A France Télévision, un comité d'éthique pourrait regrouper en plus des membres des comités de visionnage des trois chaînes, des membres du conseil d'administration, mais inviter également des spécialistes de l'enfance, des créateurs, des représentants du CIEM afin d'alimenter le débat sur ces questions.

Par ailleurs, pour répondre aux revendications des associations et offrir aux téléspectateurs la possibilité d'adresser leurs plaintes et observations à une instance impartiale, France Télévision a mis en place un dispositif spécifique de médiateurs.

De ce fait, il existe aujourd'hui un nombre important de personnes impliquées dans la classification des programmes, et dans la mise en œuvre des principes d'autorégulation. Leur statut est très varié : au sein des chaînes privées il s'agit parfois de responsables chargés de « la conformité », assistés ou non de personnes recrutées pour leur qualité (ex : mères de famille ayant plus de 3 enfants sur M6, psychologues pour le comité de visionnage des programmes jeunesse de TF1), mais aussi des responsables d'unités de programmes, sur les chaînes privées comme publiques⁵¹. Ayant des décisions à prendre dans le domaine de la

⁴⁹ Voir annexe 10 *Directive européenne télévision sans frontières*, annexe 11 *Convention européenne Télévision transfrontières*, annexe 19 *Loi du 30 septembre 1986 mod. relative à la communication*, annexe 25 *le dispositif de la Signalétique Jeunesse des chaînes de télévision*.

⁵⁰ Quoique n'étant pas rendu obligatoire par le CSA pour les radios, certaines radios ont commencé à mettre en place des procédures de contrôle de l'antenne (en particulier pour les émissions de libre antenne) qui restent encore dans l'informel et sont encore difficiles à évaluer.

⁵¹ Sur France 2 et France3, les comités de visionnage sont présidés par le responsable du contrôle du respect et de l'éthique de la chaîne, et composés de représentants des unités de programme, d'un représentant de la direction juridique, d'un représentant de la direction de programmation, d'un représentant de la direction de la communication et, sur France 3, d'un

programmation, de l'achat de programme ou de la vérification de la conformité à la réglementation, ces personnes, seules ou en groupes, sont amenées à trancher sur l'adaptation d'un programme aux spécificités du jeune public au nom de la responsabilité qu'elles assument, voire revendiquent.

L'exemple allemand montre que d'autres options sont possibles. Les chaînes privées allemandes du câble ont créé depuis plus de dix ans une instance d'autorégulation privée commune dans laquelle sont tranchées les décisions de programmation, la *Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen*⁵². Cette instance prouve qu'il est possible de concilier respect de la confidentialité et des règles de la concurrence et mise en commun d'un outil d'évaluation, au service de la protection des mineurs.

Il n'est pas question dans ce rapport de suggérer une quelconque homogénéisation des statuts des comités de visionnage, ni des médiateurs, ni des critères d'autorégulation ni même de conseiller une participation des associations à ces dispositifs. Il risque en effet d'être complexe pour les associations d'assumer conjointement avec les diffuseurs la responsabilité de la classification des programmes au sein de dispositifs d'autorégulation, alors qu'ils ne maîtriseront pas les décisions finales. La coresponsabilité ne signifie pas la confusion des responsabilités. La question de la participation aux conseils d'administration des chaînes publiques, qui ne gèrent pas au quotidien les décisions des diffuseurs, mais élaborent ou plutôt contrôlent la politique générale des chaînes doit être placée sur un autre plan.

En revanche, la mise à disposition du public des procédures internes, des organigrammes, des chartes déontologiques, des choix de ligne éditoriale, et globalement de l'état de la réflexion éthique au sein de chaque média serait un progrès réel. De plus, il est apparu que les personnes qui assument l'autorégulation au sein des médias conduisent le plus souvent isolément leur réflexion sur l'impact des programmes sur les enfants et les adolescents. Il n'existe aucun système, ni instance, ni réseau, leur offrant la possibilité de participer à des séminaires réguliers de réflexion, voire de formation. Ils n'ont pas d'occasions de rencontrer leurs homologues sur les autres médias, ainsi que les associations et les chercheurs, ce qui donnerait du sens à leur pratique.

représentant du service des téléspectateurs. En outre, France3 dispose d'un réseau de 25 correspondants « éthique et réglementation » dont 13 dans les directions régionales de la chaîne qui ont un rôle d'alerte, de conseil et d'information notamment en matière de protection de l'enfance et lors de l'intervention de mineurs à l'antenne.

⁵² Les Allemands ont refusé de signaler leurs programmes de télévision, considérant que les jeunes risquaient d'être attirés par la mise à l'antenne de pictogrammes signalant les programmes les plus violents. La protection des mineurs s'opère essentiellement par des choix d'horaire de diffusion et des coupes dans les programmes violents.

Le cas des médiateurs dans les chaînes publiques

La création des médiateurs de France Télévision est un progrès dans la prise en compte des préoccupations du public et la marque d'un retour de la notion de service public dans le secteur public de la télévision.

Mais le statut des médiateurs des chaînes publiques manque de clarté. Les procédures de désignation des médiateurs sont assez disparates entre France 2 et France 3⁵³. Ils ne disposent ni d'un budget consistant, ni de personnel. Le médiateur de l'information dépend administrativement de la direction de la rédaction, mais il jouit d'une assez grande indépendance dans le contenu de ses observations. Leur fonction première est de répondre à la politique de communication de France Télévision avec les téléspectateurs. En interne, à l'occasion des plaintes, ils rappellent à leurs collègues quelques règles de base de la profession : intérêt journalistique d'un sujet, mise en perspective, attention à l'horaire de diffusion, application des recommandations du CSA sur la violence. Leur implication dans la rédaction de la « charte de l'antenne » semble indiquer une évolution de leur rôle dans le cadre de l'auto-régulation⁵⁴.

Ce type d'autorégulation fonctionne dans la négociation informelle avec les journalistes (sans relever de l'arbitrage) et le travail de terrain interpersonnel. Sa faiblesse tient à l'isolement des médiateurs : aucun rapport structuré avec le CSA, pas de participation aux conseils d'administration, pas de participation aux réunions éditoriales de la rédaction, pas de contacts avec les associations de téléspectateurs, pas de moyens de faire appel à la recherche ou à des experts extérieurs, peu de contacts avec les pouvoirs publics.

Les résistances à la médiation, nombreuses, viennent à la fois de la culture journalistique et du primat de l'audimat. Certains journalistes n'acceptent pas d'être remis en cause sur le plan personnel et ont tendance à rejeter l'auto-analyse sous différents prétextes (manque de temps, urgence, ...). Ils acceptent mal d'avoir à rendre des comptes au public. Or, le manque de

⁵³ Nomination directe par le président, sans limitation de mandat sur France 3 pour le médiateur des programmes, nomination après sélection d'un jury composé à part égale de journalistes et de délégués du personnel pour le médiateur de l'information de France 2

⁵⁴ Cette charte, dont le projet a été mis en chantier en 1993, est en phase finale d'élaboration. Elle comporte notamment des dispositions sur le traitement de la violence dans l'information, la protection de l'enfance, le respect de la vie privée, le droit à l'image.

rigueur dans le traitement de l'information, la non-citation des sources des images, l'absence de hiérarchisation et de suivi, la violence dans les journaux télévisés, l'accumulation des faits divers et notamment des faits divers relatifs à des mineurs, l'image négative des jeunes dans les journaux télévisés font l'objet d'une préoccupation de plus en plus forte dans les milieux associatifs et éducatifs auxquels il faudra bien apporter une réponse.

Les pouvoirs publics, quant à eux, poussent les chaînes publiques à la dérive déontologique par la faiblesse des financements publics qu'ils leur accordent⁵⁵. Malgré la baisse du volume publicitaire imposée par le législateur, les chaînes publiques France 2, surtout, mais aussi France 3 restent tributaires de leurs ressources publicitaires. Elles sont de ce fait mises en concurrence avec les chaînes privées. La stratégie des pouvoirs publics à leur égard reste peu claire. Les contrats d'objectifs ne fixent pas aux chaînes publiques d'objectifs quantifiés en terme de part d'audience pour chacune d'entre elles, mais des objectifs d'audience cumulée, de rajeunissement du public (pour se rapprocher de la structure moyenne du public de la télévision), et de maintien du cumul des parts d'audience. Pour obtenir les ressources publicitaires qui lui sont fixées par la loi de finances, chaque chaîne est cependant tenue de maintenir, voire de faire progresser son audience.

A l'heure actuelle, la médiation sert de révélateur à un certain nombre de problèmes qu'elle n'est pas en mesure de résoudre. Elle est fragile alors qu'elle semble, de l'avis des personnes auditionnées, être un élément positif. **Il lui faudrait un prolongement structurel qui lui donne plus de stabilité, un statut reconnu et identifiable par les téléspectateurs, ce qui sera peut-être la tâche du bureau des médiateurs en cours de création. La création d'un comité d'éthique ne pourrait qu'accroître sa légitimité au sein de la chaîne comme auprès du public, et donnerait aux chaînes un appui utile dans leur réflexion sur le respect du public, le débat démocratique, le respect de la dignité humaine, la protection de l'enfance et la responsabilité des médias dans la socialisation des enfants.**

Autres instances de médiation : le CSA et le Défenseur des enfants

Le concept de médiation n'est pas lui non plus dénué d'ambiguïté, et ne saurait être incarné par la seule présence de médiateurs au sein des chaînes publiques. Coexistent en France deux modèles (au moins) de médiation : la médiation à l'anglo-saxonne, dispositif d'autorégulation interne aux médias ; la médiation à

⁵⁵ La création de trois nouvelles chaînes publiques de France Télévision sur le numérique est prévue sans augmentation du personnel.

la suédoise (qui s'incarne avec le Médiateur de la République et le Défenseur des enfants, notamment), mécanisme de règlement des conflits pré ou post-juridictionnels utilisant l'autorité de l'Etat.

Dans le secteur des médias, et dans son traitement des plaintes, le CSA peut être considéré comme une instance de médiation. Mais pour les médias autres que la radio et la télévision, il manque une telle instance en dehors des recours juridictionnels. Il serait souhaitable que le Défenseur des enfants puisse intervenir pour défendre les intérêts des enfants dans ces médias. Il commence à en prendre conscience et envisage des actions dans ce secteur⁵⁶.

Dans tous les cas de figure, **il manque aujourd'hui une instance d'évaluation et de suivi des programmes destinés à la jeunesse, il manque aussi une instance d'évaluation de l'impact des programmes et des produits audiovisuels** (y compris jeux vidéo), et des programmes préjudiciables à l'épanouissement des enfants. Les pouvoirs publics se sont désengagés de ces questions. Le CSA refuse d'évaluer les contenus des programmes jeunesse au regard de l'intérêt de l'enfant. Cela pourrait relever de sa mission de réflexion sur la qualité des programmes telle qu'inscrite à l'article 1^{er} de la loi sur la communication. Sa mission en matière de protection de l'enfance et de l'adolescence avait motivé la publication du rapport sur les émissions destinées à la jeunesse en 1992, et celui sur la représentation de la violence en 1995. Depuis la mise en place de la signalétique, le CSA ne se sent plus de légitimité à poursuivre ce travail.

On ne peut attendre des acteurs économiques qu'ils prennent une telle initiative. Les associations familiales et les parents, inquiets de l'impact de l'environnement médiatique sur les jeunes, attendent pourtant qu'une initiative soit prise en ce sens. Elles veulent pouvoir appuyer leurs actions quotidiennes sur une connaissance des risques de désocialisation qu'entraîne la téléphagie (par décrochage des objectifs de la vie réelle, désinvestissement dans le travail scolaire, angoisses et insomnies liées au stress de certains programmes, développement de l'agressivité etc.).

2.3 Le public : une légitimité déniée

⁵⁶ Voir notamment l'intervention de Claire Brisset dans le numéro spécial *La télé dans la vie des enfants*, du journal des professionnels de l'enfance, déjà cité.

Au delà des formes et des statuts des instances de régulation, c'est la question du rapport des médias à leur public qui est posée.

Pour les chaînes privées, la relation au public s'apparente à un service après-vente et s'inscrit dans les relations publiques. Dans le secteur public, elle est timide et cherche ses marques. France Télévision met en avant la Charte de l'antenne, qui n'est pas encore publique, mais qui a vocation à replacer le respect du public au cœur des préoccupations de l'ensemble des collaborateurs des chaînes⁵⁷. La médiation montre, en creux, que le secteur public avait perdu de vue sa mission de service public. Il faut qu'il apprenne à intégrer ce nouvel acteur et ses attentes⁵⁸.

Quant au jeune public, sollicité à l'antenne ou sur les sites Internet des émissions ou des chaînes qui lui sont dédiées, pour le lancement de jeux qui sont aussi des opérations promotionnelles, il n'est pas considéré comme un partenaire et est presque absent du petit écran.

Le cas général

S'il était mieux informé de ses droits et des règles de fonctionnement des médias, le public pourrait réagir de façon plus constructive et plus efficace. Aujourd'hui, les courriers de réclamation adressés aux chaînes n'obtiennent pas toujours de réponse. Il n'est pas certain que les unités de programmes soient informées de ces plaintes.

Les conventions des chaînes hertziennes privées comportent des obligations de fournir au CSA un bilan de leurs relations avec les téléspectateurs. Ces bilans indiquent très synthétiquement la liste des sujets qui ont intéressé le public quelle qu'en soit la nature, et concernent de ce fait plus souvent des demandes pratiques d'information que des observations sur les programmes. Publiés dans les bilans annuels des sociétés par le CSA, ils ont de ce fait une audience confidentielle.

De façon plus cruciale, le public n'a pas l'impression d'être entendu quand il attaque une programmation ou au contraire quand il défend une émission qu'on lui supprime⁵⁹. N'ayant presque aucun autre écho de ses avis et de son existence que les chiffres de l'audimat, le public tend à se sentir "traité" comme une entité anonyme impuissante et dénuée de jugement.

⁵⁷ Voir annexe 31 *Contribution de France Télévision*

⁵⁸ Qui sont particulièrement fortes en témoignent les 24 000 courriels reçus sur les sites de France télévision par la Médiatrice des programmes, évoqués lors de son audition.

⁵⁹ Voir les protestations du public de la *Chance aux chansons* lors de sa suppression en décembre 2000.

Il est apparu au cours des auditions que le statut du public pour les chaînes et les radios n'est pas clair. Client réduit à un individu décomptable par les mesures d'audience de Médiamétrie pour les chaînes privées, il est tout aussi atomisé, massifié et méprisé par les chaînes publiques qui lui dénie le rôle d'ayant droit et de partenaire ou de propriétaire des ondes, malgré les efforts des médiateurs. Et dans bien des cas, l'interactivité se réduit à l'exploitation de méthodes promotionnelles nouvelles⁶⁰.

Les attermoissements du secteur public

La création des médiateurs sur France Télévision est certes un élément tout à fait positif, mais qui ne peut en l'état actuel de l'isolement des médiateurs au sein de leurs chaînes suffire à inverser la tendance. La mise à l'antenne d'une émission du médiateur, *l'Hebdo du médiateur*, le samedi matin sur France 2, avec réponse donnée à certaines inquiétudes manifestées par les courriers, va dans le bon sens. France Télévision a également informé le CIEM de son projet de restructuration du service téléspectateurs qui devrait permettre une meilleure remontée aux directions des chaînes.

De même, est positif le travail fait sur le projet de charte d'antenne du groupe France Télévision. Le CIEM a été informé de ce que cette charte reconnaîtrait au public le statut de propriétaire, en tant que payeur de la redevance, mais il n'est pas certain qu'il suffise de l'écrire dans un texte pour que le regard des professionnels sur leur public change. La perception du public reste en effet très floue. Le recours à la notion de service public reste abstrait, il n'est pas encore question de demander son avis au public.

A titre d'exemple, en période de vacances scolaires, les chaînes publiques se sont, depuis deux ans, alignées sur les chaînes privées : elles ne diffusent de programmes jeunesse que pendant les semaines durant lesquelles deux zones scolaires au moins sont en congé. Les familles, arguant du paiement de la redevance, se sont senties flouées et ont protesté contre cette réduction de l'offre jeunesse. Elles n'ont pas été entendues⁶¹.

Au regard de la situation actuelle d'absence totale de représentation des usagers (payeurs ou non de la redevance audiovisuelle) dans les conseils d'administration et autres instances d'autorégulation et de régulation, la société civile et les associations d'intérêt général seraient légitimées à demander une présence dans les conseils d'administration des chaînes et radios du secteur public, ainsi que parmi les 9 membres

⁶⁰ Cette exploitation s'est révélée d'une ampleur nouvelle avec l'intégration des votes de téléspectateurs dans le fonctionnement même de l'émission dans le cas de *Loft Story* et les procédures d'élimination des candidats.

⁶¹ Le CSA a relayé cette demande, voir avis du 26 mars 2002 déjà cité. Sera-t-il davantage entendu ?

du CSA.

Cela leur permettrait de participer pleinement à la corégulation du secteur et de disposer d'informations essentielles, dans des délais suffisants pour pouvoir réagir et faire des contributions. La présence de représentants des usagers qui est courante dans les chaînes publiques allemandes, notamment, n'a été prévue pour les chaînes publiques françaises que par le biais d'un conseil consultatif des programmes⁶². A la suite d'une intervention du CSA, la ministre de la Culture en a relancé le projet. Un décret est en cours d'élaboration, en avril 2002. Ce comité devrait être constitué d'individus sélectionnés au hasard parmi les foyers payant la redevance. Si aucune formation n'était prévue dans le décret et dans le budget de France Télévision, si les liens avec les médiateurs et les conseils d'administration, le CSA, n'y étaient pas explicités, ce conseil, qui ne bénéficiera à son départ d'aucune légitimité, ne pourrait pas jouer réellement son rôle. Il est regrettable que ce soit en tirant au hasard les citoyens, que l'Etat envisage aujourd'hui la représentation du public au sein du service public de la télévision. Dans tous les services publics, c'est aux associations d'usagers qu'est dévolu le rôle de représenter le public. Dans les hôpitaux publics, la direction envisage que les représentants de ces associations bénéficient d'une formation. Le fait de choisir au hasard les représentants de ce comité, rappelle le fonctionnement des jurys populaires de cour d'assise, pourtant ô combien critiqué pour leur caractère impulsif et influençable. Mais les jurés peuvent remplir leur rôle d'agent à part entière du service public grâce à une organisation très forte de la procédure judiciaire et à l'appui de magistrats professionnels indépendants. Que sera-t-il prévu de semblable dans le cadre de France Télévision ? Et de quel poids pourra peser ce conseil sur la stratégie de programmation des chaînes ?

Les autres médias

Les autres médias n'ont pas développé de liens particuliers avec leur public à l'exception de la radio et d'Internet. La radio est en effet bien plus ouverte à son public que la télévision. Sur France Inter des émissions entières fonctionnent à partir des questions des auditeurs⁶³. Dans un autre style, le succès des émissions de libre antenne de Skyrock et de Fun, auprès des jeunes, viennent précisément de la possibilité d'avoir accès à l'antenne⁶⁴. La question est ensuite de savoir quels dispositifs sont mis en place au sein des stations pour répondre aux situations de désarroi réel, au nom d'une assistance à personne en danger, mais aussi aux provocations, ou aux éventuelles incitations à la discrimination, au sexisme ou à la violence.

⁶² Art 46 de la loi du 1^{er} août 2000.

⁶³ *Radio com c'est vous*, le matin à 8h45 en semaine, *le téléphone sonne* à 19h30, l'émission de Macha Béranger la nuit, notamment

⁶⁴ Skyrock assure que ce droit est respecté pour tous et sans filtrage de l'antenne.

Au cours des auditions, il est apparu que les procédures de réponse à l'antenne ou hors antenne aux appels de jeunes en danger étaient sans doute plus complexes à mettre en place et plus sujets à caution, que la maîtrise de l'antenne en cas de provocation, par rapport auxquelles les équipes peuvent réagir rapidement⁶⁵. Les liens entre les radios et leur public sont donc (ou peuvent être) plus directs, plus rapprochés. La participation des auditeurs à l'antenne peut être plus simple, plus immédiate, moins solennelle, et surtout plus importante. Est-ce pour ces raisons, ou du fait de la petite taille des équipes que les radios jusqu'à présent ne se sont dotées ni de médiateurs, ni de chartes d'antenne ? Radio-France vient de désigner un médiateur, mais quid sur les radios jeunes ?

Dans le dialogue qu'il a initié avec NRJ, Skyrock, Fun radio, le CIEM a perçu la volonté de prendre en compte l'impact de leurs programmes dans les processus de socialisation des jeunes de moins de 18 ans, voire de moins de 15 ans, même si officiellement, ces radios s'adressent aux plus de 15 ans. La direction de NRJ s'est montrée prête à créer un comité d'éthique et à participer à des groupes de travail, Fun est prêt à inviter des membres du CIEM ou recommandés par le CIEM pour que soient proposées aux jeunes auditeurs des solutions et des approches complexes lors du traitement de sujets délicats (sexualité, famille, suicide...). Skyrock a indiqué qu'un travail était en cours pour renverser l'image sexiste de la station, tout en gardant une relation la plus directe possible avec son public. Le CIEM espère poursuivre ce dialogue et obtenir de l'ensemble des stations l'engagement d'une réflexion en profondeur sur leur responsabilité dans la transmission de valeurs civiques et démocratiques auprès des jeunes.

Internet pose des problèmes différents, du fait de l'importance de l'interactivité sur ce média. Le CIEM dont certaines de ses composantes sont engagées dans les groupes de travail du Forum des droits⁶⁶, n'a pas étendu à ce média ses auditions. Une réflexion serait aussi à mener sur les sites Internet des émissions et des chaînes pour la jeunesse, en terme de diversité des jeux et des activités, de pression commerciale et d'éducation à un Internet sûr.

2.4 Protection des mineurs dans l'ensemble des médias : un droit sans cohérence globale

Le droit de la protection des mineurs est un des rares aspects du droit de la communication qui tienne compte du rôle des médias dans la vie des enfants⁶⁷. En ce sens là, il est insuffisant.

⁶⁵ A noter que les mises en demeure du CSA à l'encontre de ce style d'émission ont toujours mis en cause les propos tenus par les animateurs et non ceux des auditeurs intervenant à l'antenne.

⁶⁶ Educanet, Association de promotion des associations familiales internautes (APAFI)

⁶⁷ Voir annexe 15 *la Charte de l'UER sur la violence à la télévision*,.

Pris dans sa logique propre, ses nombreuses incohérences et l'absence de prise en compte de la convergence des médias dévaluent les efforts faits dans certains secteurs.

Le constat est européen. Le rapport d'évaluation de la Commission européenne de 2001 sur la recommandation du Conseil sur la protection des mineurs et la dignité humaine dans les médias du 24 septembre 1998 conclut à une grande disparité des niveaux de protection selon les supports dans la plupart des pays d'Europe⁶⁸. Seuls les Pays-Bas ont créé une structure unique pour l'ensemble des supports. Mais ils l'ont dotée d'un système de fonctionnement automatisé (par traitement informatique) ce qui n'est pas souhaitable du point de vue de la responsabilisation des acteurs économiques et en particulier des producteurs. La Grande-Bretagne dispose également d'un système de classification unifié pour les films, les cassettes, les DVD et les jeux vidéo.

La France se caractérise par un grand éclatement des dispositifs de protection des mineurs. Ils n'ont pas de cohérence selon les supports concernés : cinéma, vidéo, télévision, jeux vidéo, presse, Internet. Ils sont le produit d'une juxtaposition de réglementations différentes selon les périodes de leur émergence⁶⁹.

Télévision et Cinéma

La télévision et le cinéma sont à l'évidence des secteurs pour lesquels la régulation (et corégulation) est particulièrement poussée, quoiqu'à des niveaux différents et avec des principes de régulation différents. Contrôle exhaustif des films de cinéma avant leur sortie en salle par une commission paritaire qui réunit professionnels du secteur et représentants des pouvoirs publics et du secteur associatif (associations familiales, associations de jeunesse et d'éducation populaire) et qui dépend du ministère de la Culture. Contrôle a posteriori des programmes de télévision par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et depuis 1996, de la classification des programmes de télévision effectuée par les chaînes elles-mêmes, avec bilan annuel et discussions régulières⁷⁰.

⁶⁸ Voir le texte de la *Recommandation de l'Union européenne sur la protection de l'enfance*, annexe 16.

⁶⁹ Par ailleurs, le droit récent a protégé le droit des mineurs victimes voir annexe 21 *Loi relative à la protection des infractions sexuelles*, et annexe 22 *loi renforçant la protection de la présomption d'innocence*.

⁷⁰ Pour une présentation des règles de protection de l'enfance et de l'adolescence en télévision et du contrôle effectué par le CSA, voir *La protection de l'enfance et de l'adolescence*, brochures du CSA, juillet 2001, ainsi que les numéros de la lettre du CSA qui sont chaque année consacrés au bilan de la signalétique Jeunesse.

Mais déjà entre ces deux secteurs quelques incohérences sont perceptibles. La signalétique du CSA n'est pas formulée en terme de tranche d'âge, contrairement à la classification des films. Une des classifications de la signalétique (« accord parental souhaitable ») qui s'inspire de la notion anglo-américaine de *parental guidance* n'existe pas pour le cinéma.

Bien que la classification d'un film ait une incidence juridique sur son horaire de programmation à la télévision, la commission de classification des films ne prend en compte que la diffusion en salle lorsqu'elle décide de sa classification. Elle refuse de tenir compte de son impact sur la diffusion du film à la télévision. Les chaînes de télévision qui contribuent au financement du cinéma ne participent pas à la commission. Une représentation des chaînes dans cette commission marquerait la prise en compte de la convergence réelle des médias.

De ce fait, la classification des films et celle des chaînes diffère légèrement : un grand nombre de films classés pour tous publics par le ministre de la Culture, sont classés par les chaînes avec un « accord parental souhaitable » pour la diffusion télévisée ; et pour les films tous publics qui disposent d'un avertissement de la commission de classification, le CSA recommande une signalétique de catégorie 3, qui recouvre celle des films interdits aux moins de 12 ans.

Du fait des restrictions imposées par le CSA à la diffusion de films interdits aux moins de 12 ans à la télévision (pas plus de 4 films par an en première partie de soirée, sauf pour les chaînes cinéma), et le grand nombre de films récents coproduits par les chaînes françaises auxquels ont été attribués des interdictions aux mineurs (pour les moins de 12 ans), les diffuseurs et producteurs s'interrogent aujourd'hui sur la possibilité de faire exister deux versions d'un même film (une pour la télévision, une pour le cinéma) ayant des visas, et éventuellement des classifications, différents. Mais qui délivrera la nouvelle classification qui ne concernerait que la diffusion télévisée ?

Les comités de visionnage des chaînes ou les personnes assumant cette responsabilité ont dû créer des critères de classification *ex nihilo* sans aucune relation, ni aide, ni expertise de la commission de classification des films dans laquelle ne sont pas représentés les diffuseurs et qui fonctionne avec des règles de confidentialité telles, que non seulement ses débats mais les motivations de ses décisions sont gardées secrètes.

Des ponts entre ces deux secteurs n'ont donc pas été aménagés alors même que leur interdépendance est permanente. Sans une réflexion globale sur la convergence des médias et la mise à plat des systèmes actuels de classifications, il ne pourra y avoir que du rapiéçage.

Des failles plus grandes encore existent entre le secteur du cinéma et celui de la distribution de cassettes ou de DVD. Un même film peut être interdit en salle aux moins de 12 ans (règle à laquelle doivent se plier les distributeurs comme les parents), sans

qu'aucune disposition ne limite l'accès des enfants de moins de 12 ans pour la vente ou la location de sa cassette ou de son DVD. De même pour un film de moins de 16 ans.

De plus, l'Etat n'a pas étendu le principe de classification et d'étiquetage aux autres secteurs.

La radio

Jusqu'à présent, et en dépit de l'article 15 de la loi sur la communication modifiée en août 2000, **la radio échappe à toute réglementation en terme de tranches d'âges ou d'horaire de diffusion**. Alors que des règles de programmation tenant compte des horaires de diffusion et donc de l'audience enfantine existent dans de nombreux pays, à commencer par les Etats-Unis.

Au cours des dernières années, le CSA a cependant constaté la diffusion de programmes attentatoires à la dignité de la personne et à la protection des mineurs sur différentes stations et diffusés avant 22h30⁷¹.

Cassettes vidéo, DVD, Jeux vidéo

Alors que les films sont soumis à l'avis de la commission de classification de 25 membres (75 personnes en comptant les suppléants), les cassettes vidéos, DVD et les jeux vidéos ne sont soumis à aucun système de classification, sauf lorsqu'il s'agit de l'édition d'un film de cinéma sorti en salle en France et disposant donc d'un visa. Dans ce cas en effet, la mention de son interdiction doit figurer sur la jaquette⁷².

Les associations du CIEM sont cependant fort inquiètes de la violence de certains jeux vidéo et de leur impact sur les jeunes⁷³. Elles ne comprennent pas l'absence de classification administrative ni l'absence de lien entre la classification volontaire effectuée par les producteurs et les ventes ou locations aux mineurs.

Le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisir a mis en place un dispositif de classification qui est réalisé individuellement par les producteurs⁷⁴. Il avait initialement prévu la création d'une

⁷¹ Voir les Décisions de mise en demeure par le CSA n°2001-240 du 15 mai 2001 à l'encontre de Skyrock et celle n°2001-456 du 25 septembre 2001 à l'encontre d'Ici et Maintenant de respecter les articles 1(respect de la dignité de la personne humaine) et 15 (respect de la protection de l'enfance et de l'adolescence) .

⁷² Voir annexe 23 article 5 du décret n°90-174 du 23 février 1990 relatif à la classification des œuvres cinématographiques.

⁷³ Voir le panorama sur le sujet proposé par Laurent Vonach, en annexe 32.

⁷⁴ Présenté sur son site : www.sell.fr

commission ad-hoc pour résoudre les litiges de classification, mais celle-ci n'est plus à l'ordre du jour.

En septembre 2000, une commission vidéo a été installée auprès du ministère de l'Intérieur pour le contrôle de tous les supports autres que le cinéma et la télévision⁷⁵. Mais elle limite l'essentiel de son activité à l'interdiction de vente aux mineurs de quelques produits pornographiques par an portant atteinte à la dignité humaine ou mêlant pornographie et violence (8 arrêtés en 18 mois de fonctionnement). Elle assortit certaines de ces interdictions à l'interdiction de publicité en dehors de lieux réservés aux adultes. Aucun jeu n'a été examiné par cette commission⁷⁶. Suite à la saisine d'une association familiale, une décision de justice a mis en cause la responsabilité pénale des auteurs et éditeurs pour avoir laissé en accès libre une démonstration de jeu.

La commission vidéo était censée résoudre les défaillances de la protection des mineurs dans les médias autres que le cinéma et la télévision. De fait, n'étant dotée d'aucune structure permanente, et ne disposant que de moyens très réduits, cette commission, dans l'état actuel des choses, est dans l'incapacité de faire face au flux de la production. De plus, elle ne résout pas le problème du contrôle de l'étiquetage et de la classification des cassettes vidéos, DVD, jeux vidéos, ni celui de l'accès des mineurs à des produits qui ne leur sont pas destinés, sans toutefois être de nature pornographique.

Reste entier le problème de l'accès des mineurs aux jeux vidéo en ligne. Ces jeux posent des problèmes de même nature que celui de l'accès des mineurs aux sites Internet proposant des programmes audiovisuels ou sonores. Le statut juridique de ces diffusions n'est pas encore complètement clarifié. Il est nécessaire que les associations soient vigilantes et obtiennent une cohérence globale entre les sites Internet français et l'étiquetage des programmes et des jeux en vigueur sur les autres supports. Pour le moment, ces questions sont en débat au Forum des droits de l'Internet.

⁷⁵ la commission a été créée en application de la loi du 17 juin 1998 par le décret du 7 septembre 1999. Dans cette loi «relative à la prévention et à la répression des infractions sexuelles ainsi qu'à la protection des mineurs» qui organise, pour la première fois dans le code de procédure pénale, un véritable statut de l'enfant victime d'abus sexuels, ont été insérés huit articles créant une procédure d'interdiction de diffusion aux mineurs de vidéocassettes ou de jeux vidéo à caractère pornographique, violent ou raciste. Ses membres ont été nommés par arrêté le 16 février 2000.

⁷⁶ Pour la présentation de cette commission, nous nous appuyons sur l'article d'Elisabeth Chaperon *Jeux vidéo et protection de l'enfance*, en cours de publication.

Les programmes interdits aux mineurs de 18 ans (pour pornographie, violence, atteinte à la dignité de la personne, image dégradée des femmes) : incohérences entre le droit pénal, la législation sur le cinéma, la législation sur la télévision.

Le code pénal sanctionne tout diffuseur diffusant un message à caractère violent ou pornographique susceptible d'être vu par un mineur⁷⁷. La rédaction de cet article pose quelques problèmes : il n'est pas courant que la violence, qui sous une forme banalisée peut être présente dans des programmes classés pour tous publics, soit la motivation d'une restriction aux mineurs de 18 ans. Au cinéma, la classification X-violence, n'a jamais été utilisée, faute de salles spécialisées pour accueillir ces films et faute de véritable marché. La création en 2001 d'une interdiction aux moins de 18 ans, qui n'est pas assortie d'une classification X, va combler cette lacune juridique, permettant à des films violents mais dont l'objectif n'est pas pornographique d'être soustraits aux mineurs, du moins pour leur diffusion en salle⁷⁸.

Le degré de violence correspondant à cette classification n'a cependant pas été défini. De même qu'il n'existe pas, dans la réglementation, de définition de la pornographie. Cette définition existe cependant dans la jurisprudence de la Cour de cassation depuis les années 1970 et dans celle de la Commission de classification, même si elle ne l'a pas formalisée ni écrite. Entrent dans la définition de la pornographie la représentation explicite et non-simulée des rapports sexuels, l'objectif d'excitation sexuelle du spectateur et l'absence de dimension artistique. Le code pénal prévoit donc que ces programmes soient interdits de diffusion devant des mineurs.

Or l'effectivité de cet interdit est sujet à caution. Nombres d'émissions de télévision (à défaut d'études connues réalisées en France sur le sujet) ont fait témoigner éducateurs, magistrats ou jeunes sur l'accès des mineurs à la pornographie de façon significative dès 12-13 ans. Le CSA a par ailleurs publié une étude de Médiamétrie sur l'audience des programmes signalés qui montrait que l'audience des programmes de catégorie 5⁷⁹ diffusés par Canal + auprès des enfants de moins de 12 ans n'était pas nulle, alors que ces programmes sont diffusés entre minuit et 6 heures du matin⁸⁰.

⁷⁷ Voir les articles L 227-23 et L 227-24 en annexe 20

⁷⁸ Décret n°2001-618 du 12 juillet 2001

⁷⁹ Programmes présentés comme « strictement réservés aux adultes », ce qui correspond aux programmes à caractère pornographique jugés par les chaînes comme non attentatoires à la dignité humaine, ces derniers étant strictement interdits de diffusion, selon le texte des conventions signées avec le CSA.

⁸⁰ Selon cette enquête, 11% des enfants de 4-12 ans des foyers abonnés à Canal + ont été en contact pendant au moins 1 minute avec un film X, et l'ont déclaré, brochure CSA p 54.

Des assistantes sociales ont témoigné de ce que les perturbations induites par le visionnage de ce genre de programme par des enfants jeunes pouvait induire des perturbations psychiques et des dérèglements de comportements analogues à ceux d'un abus sexuel⁸¹. Les destructurations psychiques de cette nature devraient pouvoir être reconnues comme une forme de maltraitance : la **maltraitance audiovisuelle**. Leur impact sur des adolescents, quoique fort, est sans doute différent. Les adolescents ont tendance à utiliser ces programmes comme des manuels de sexualité. Or ces programmes présentent une sexualité interchangeable, dissociée de tout sentiment, de toute affectivité, réduisant la partenaire féminine à quelques « orifices ». La diffusion de ce « modèle » auprès des jeunes pose un problème de démocratie. La négation systématique de l'égalité entre les hommes et les femmes dans la répartition des rôles sexuels, le mépris de la personne humaine va à l'encontre du principe républicain d'égalité.

Le code pénal ne prévoit cependant pas de sanctions pour les adultes (parents ou non) qui laissent des mineurs accéder à des programmes pornographiques, à moins qu'ils n'aient d'intentions malveillantes⁸².

Le CSA a demandé à Canal + dans sa convention de mettre en place un système de double cryptage des programmes de catégorie 5 à l'attention des parents qui souhaiteraient recevoir ces programmes en crypté. Ce système est désormais accessible aux foyers abonnés à Canal + numérique par satellite⁸³, mais ne concerne pas les autres foyers. Le CSA envisage de demander à l'ensemble des chaînes qui en diffusent un double cryptage obligatoire, sachant que peu de parents auront d'attitude volontariste en ce domaine. Mais en l'absence de dispositions interdisant la diffusion de pornographie à la télévision française, et en application de la directive TVSF, il sera dans l'impossibilité de s'opposer à la diffusion de chaînes pornographiques autorisées dans un autre pays européen qui prévoiraient un système de cryptage mais n'en restreindraient pas les horaires de programmation.

⁸¹ Voir le témoignage de Madame Cabioc'h, auditionnée par le CIEM le 12 avril 02 avec le procureur Bot, Mme Sillam, Tina Hernandez. Sur le caractère toxique du visionnage des films pornographique par les enfants plusieurs témoignages ont pu être recueillis dans la presse ou les médias : Patrice Huerre, psychiatre, auteur de *Ni Ange, ni sauvages, les jeunes et la violence*, 2002, Dr Jean-Pierre Bouchard, psychologue et criminologue, Claude Allard. Le docteur Caroline Rambaud, qui avait organisé en novembre 2001 un colloque sur les violences sexuelles aggravées entre mineurs à l'université de Paris V, a bien voulu solliciter le Dr Christian Besnard psychologue, expert auprès de la cour d'appel de Rennes et le Dr Gilbert Vila service de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent de l'hôpital Necker, (voir annexes 29 et 30).

⁸² En application de l'article L 227-22.

⁸³ Ce qui représente moins d'un tiers des abonnés.

La directive européenne TVSF interdit pourtant la diffusion de la pornographie à la télévision en citant explicitement ce genre parmi les programmes qui nuisent gravement à l'épanouissement moral et psychologique des mineurs. La loi française, au contraire de certains pays comme l'Allemagne, n'a pas repris cette mention lors de la transposition de l'article 22 de la directive TVSF⁸⁴. Le CSA est donc censé distinguer les programmes à caractère pornographique qui ne nuisent pas gravement aux mineurs et ceux qui leur nuisent gravement ou portent atteinte à la dignité humaine, et dont la diffusion ne saurait être autorisée même en crypté, même après minuit. Aucune étude française n'a cependant été diligentée par les pouvoirs publics pour vérifier que ces programmes (ou lesquels de ces programmes) ne nuisent pas gravement à l'épanouissement moral et mental des mineurs.

Plus grave, dans l'indifférence générale, ce secteur est en plein développement⁸⁵. Toutes les chaînes cinéma proposent sans code d'accès particulier des programmes de cette nature : Cinécinéma 1 et 3, TPS Star, Cinéstar 1 proposent plusieurs programmes de cette catégorie par semaine. La chaîne XXL (accessible en principe aux seuls adultes) qui propose au moins deux programmes X par jour, diffusée sur ABSat et reprise sur certains réseaux du câble, revendique 700 000 foyers abonnés. Les chaînes de paiement à la séance en proposent également (10 titres hebdomadaires sur Multivision proposés 6 fois, 10 titres sur Kiosque proposés 15 fois), sans compter les chaînes émises depuis d'autres pays européens et reçues par satellite. Derrière ces chiffres, une industrie est en train de se développer **qui banalise une image des femmes très dégradée**, fait peu de cas des droits des très jeunes hommes et femmes qui y sont filmés, de leur humiliation, de leur protection sociale, et du risque que cette industrie alimente des réseaux financiers illicites.

Cette situation contraste avec le régime imposé par la loi de 1975 à l'industrie cinématographique (régime fiscal dissuasif, pas d'avance sur recettes, diffusion dans des salles spécialisées...). Rien de tel en télévision puisque les chaînes qui en diffusent peuvent valoriser ces programmes dans leurs quotas français ou européens de diffusion et de production.

Bien qu'évoquée au même titre que la pornographie dans le code pénal, la violence ne pose pas le même type de problème. Quoique présente sous une forme de plus en plus impressionnante dans nombre de programmes, films de cinéma, jeux vidéo, sites Internet, il n'existe pas à ce jour de chaîne de la violence alors qu'il existe des chaînes exclusivement pornographiques (souvent présentées comme « de divertissement masculin »). La tolérance de

⁸⁴ Voir annexes 10 et 11

⁸⁵ Voir aussi « Le hard se déchaîne dans le PAF » CB News du 11 février 2002, qui décompte plus de 50 films différents par semaine à la télévision française, dont les plus trash seraient diffusés en pay per view.

la société est sans doute plus grande à l'égard de la pornographie que de la violence extrême⁸⁶. Cela dit, la sollicitation d'une jouissance de la violence dans certains jeux vidéo pose le problème de leur accès à des moins de 18 ans.

Le régime juridique de la publicité

Sujet de préoccupation des parents et de l'opinion publique, l'impact de la publicité sur les enfants fait l'objet de fort peu d'études, même si les textes juridiques existent⁸⁷.

Là aussi, les réglementations diffèrent d'un support à l'autre, encore que le BVP, organisme d'autorégulation de la profession, ait une compétence transversale sur les supports, dès lors que les annonceurs sont membres de son organisation et le saisissent pour avis. Le secteur de la mode, mis en cause à propos de la vogue du porno-chic, lui échappe. Mais ce n'est pas inexorable.

Par rapport à l'utilisation de l'image de l'enfant dans la publicité, le BVP estime qu'il est très exigeant en ce domaine et ne voit pas d'améliorations possibles. Les associations familiales sont cependant fréquemment choquées par des publicités qui utilisent le ressort de l'agressivité dans le comportement des enfants notamment entre eux ou à l'égard des adultes. Le BVP, pour tenir compte des débats publics et de la mise en cause de certaines dérives, a renégocié ses recommandations relatives à l'image de la femme et à celle de l'enfant⁸⁸. Ces textes constituent une base de négociation possible pour les associations du CIEM.

En matière de contenu publicitaire, le CSA s'estime illégitime pour intervenir auprès des chaînes de télévision tant que la violence des comportements n'excède pas un certain niveau, et que le message publicitaire recourt à l'humour. Ce sont pourtant les conséquences sociales de ces messages qui inquiètent les parents et les associations familiales. On sait en effet que la violence dans un contexte humoristique a une dimension incitatrice plus forte. Ces inquiétudes justifieraient des études, et une prise en compte par le secteur publicitaire, voire une participation ou une collaboration des associations aux travaux du BVP.

⁸⁶ Le reportage « X sans limite » diffusé le 11 avril 2002 dans *Envoyé spécial, sur France 2*, s'inquiétait cependant de l'apparition dans les Sex-shops en France de rayons « viols » et « torture ».

⁸⁷ Voir annexe 24 *Décret fixant les principes généraux concernant le régime de la publicité et du parrainage*

⁸⁸ Respectivement par recommandations du 16 octobre 2001 et du 14 mars 2002, voir annexes 26 et 27.

Dans les programmes pour la jeunesse, la publicité ne fait l'objet d'aucune restriction particulière, si ce n'est la disposition transposée de la directive TVSF (dans le décret publicité) qui interdit la coupure publicitaire des émissions pour les enfants d'une durée inférieure à 30 minutes. Le problème actuel est celui du brouillage des repères entre programmes, publicité, parrainage, promotion des programmes et des émissions jeunesse... Ces brouillages sont accrus par la brièveté des jingles qui annoncent la publicité sans que le mot publicité soit toujours facile à identifier pour de tout jeunes enfants, ni prononcé pour ceux qui ne savent pas lire⁸⁹.

Edicter des règles claires dans ce domaine apparaît nécessaire pour respecter la recommandation de la directive en matière de séparation claire des programmes et de la publicité. Le CSA ne disposant d'aucun pouvoir réglementaire en ce domaine, il n'agit que ponctuellement par mises en demeure et sanction⁹⁰. Lors de la négociation des conventions le CSA a introduit une obligation de durée des jingles de publicité de 4 secondes qui paraît bien brève⁹¹.

Se pose aussi la question de la présence de la publicité dans les programmes pour enfants⁹². La suppression de la publicité entraînerait la suppression des programmes pour la jeunesse, disent les diffuseurs, annonceurs, et producteurs de dessins animés. Elle risquerait d'aboutir à leur remplacement par des programmes moins chers et la réduction des investissements des chaînes publiques et privées dans l'animation.

Mais qu'en est-il exactement des ressources publicitaires que les chaînes publiques et privées tirent des programmes jeunesse et de l'exploitation des droits dérivés ? Serait-il possible d'envisager une obligation de réinvestissement dans la production de 50% de ces recettes ?

De nombreux pays combinent absence de publicité dans les programmes jeunesse et programmes jeunesse de qualité : programmes des chaînes publiques allemandes (qui ont même créé Kinderkanal, une chaîne pour enfant sans publicité dont le succès d'audience est indéniable), chaînes publiques britanniques qui proposent même deux chaînes pour les enfants sur le numérique, chaînes canadiennes francophones, chaînes de Belgique flamande...

En France, les chaînes publiques n'ont aucune obligation spécifique en ce domaine. Les chaînes pour enfants n'ont pas non plus de réglementation spécifique et le CSA négocie avec

⁸⁹ Sur les brouillages introduits par l'interaction entre jingle de publicité, mentions de parrainage, annonce de dessins animés, voir « la stratégie Pokemon, l'enfant encerclé » S.Jehel *Le journal des professionnels de l'enfance*, mai-juin 2002.

⁹⁰ Voir la mise en demeure du CSA à l'encontre de TF1 du 18 avril 2001 notamment pour non respect de l'obligation de discrétion des mentions de parrainage qui figure dans le décret publicité de 1992, en particulier dans les émissions jeunesse de la chaîne.

⁹¹ Cette durée est inférieure à celle pratiquée par M6 notamment qui est de 7-9 secondes.

⁹² Voir les analyses du Rapport Dagnaud, février 2002, déjà cité.

chacune d'entre elles le régime publicitaire. C'est ainsi que Tiji, chaîne qui s'adresse aux moins de 7 ans, a accepté de renoncer à la publicité sur certaines plages horaires (9-11h et 14-16 heures) mais a demandé à conserver pour le reste le régime commun. N'y a-t-il pas là une aberration du point de vue de l'intérêt de l'enfant ? est-il sensé d'adresser des messages publicitaires à des enfants qui ne distinguent pas encore clairement la réalité de la fiction ? et encore moins la publicité des programmes ? ne serait-il pas utile de concevoir un cadre réglementaire adapté aux spécificités du public jeune ?

Afin de tenir compte du fonctionnement du marché qui procède par recyclage sur les différents supports, il apparaît impératif de donner une cohérence à l'ensemble de ces mesures.

Education aux médias : il faut changer d'échelles

Il n'est pas question de décrire l'ensemble des actions d'éducation aux médias menées par les pouvoirs publics comme le CNDP (Centre National de Documentation Pédagogique), le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information), l'INA (Institut National de l'Audiovisuel), l'INRP (Institut National de Recherche Pédagogique), ainsi que dans les différentes Universités qui ont développé dans des départements d'éducation, comme à Paris VIII ou de linguistique, comme le CRESLEF de l'Université de Franche-Comté, des méthodes, des outils et des enseignements. Le rapport de l'inspection générale sur la place de l'audiovisuel à l'école en proposait un panorama général.⁹³ D'autres actions régulières de sensibilisation et de formation sont menées par des associations de jeunesse et d'éducation populaire comme les CEMEA, En Jeu Télé, ou des associations d'enseignants comme APTE (Audiovisuel pour tous dans l'éducation). Comparée aux autres pays européens, la France n'est pas mal placée en terme d'instances de formation. Et l'impression de sur-place et de piétinement sont communes à l'ensemble des pays.

L'analyse proposée ici veut dégager quelques pistes susceptibles de débloquer la situation de défiance de l'école face aux médias audiovisuels en utilisant les ressources disponibles. Quelle que soit l'étendue et l'originalité des actions menées par les instances missionnées pour l'éducation aux médias, leur impact

⁹³ Documentation française 1997.

reste minoritaire et encore perçu comme une intrusion par une partie importante du corps enseignant.

Depuis les années soixante, l'éducation aux médias a évolué, passant d'une conception restrictive et protectionniste (axée sur les dangers de la télévision) à une vision plus ouverte du rôle culturel de la télévision dans les années quatre-vingts. Dans les années quatre-vingt-dix, est advenue une approche participante qui prend en compte l'environnement médiatique des jeunes, leur accès aux outils et s'inscrit dans l'éducation à la citoyenneté (semaine de la presse du CLEMI).

Aujourd'hui, tout le monde, les associations du CIEM comme l'ensemble des chercheurs, s'accorde à considérer que l'éducation aux médias est le seul moyen pour pallier l'ensemble des problèmes de socialisation de l'enfant par les médias. Cette attente est tout à fait démesurée. En effet, on ne saurait charger l'école de toutes les responsabilités dans ce domaine. Régulation, autorégulation demeurent une nécessité première. Le rôle des parents et de la supervision parentale reste fondamental. L'éducation des enfants et leur protection à l'égard des contenus destructurants sont des démarches complémentaires. Néanmoins, il est regrettable que l'éducation aux médias à l'école et au collège ne fasse toujours pas partie des enseignements fondamentaux.

De très nombreuses expériences locales, régionales et nationales sont réalisées dans les écoles et les institutions para-scolaires, mais un grand nombre d'établissements ne sont pas couverts, ce qui conduit à des inégalités flagrantes. D'autant que les expériences menées, quels que soient leur intérêt ou leur qualité peuvent disparaître du jour au lendemain.

3.1 le contenu de l'éducation

Aujourd'hui l'éducation aux médias est marquée par trois types d'approches : l'une qui privilégie l'analyse de l'information dans l'ensemble des médias (presse écrite, radios, télés, Internet...) en sensibilisant les enfants à la citoyenneté. Par ailleurs, le CLEMI combine la double approche du décryptage et de la production de médias par les jeunes (avec un soutien particulier aux journaux scolaires).

Une qui utilise un support audiovisuel pour illustrer un enseignement disciplinaire traditionnel (littérature, histoire, arts plastiques). Cette approche,

d'éducation par les médias, plus esthétique plait aux enseignants de ces disciplines parce qu'elle leur donne l'illusion de se rapprocher des élèves en utilisant un langage audiovisuel souvent pour faire passer des textes canoniques. C'est la vocation de la collection « Côté Télé » éditée par l'INA-CNDP, qui propose des œuvres théâtrales du domaine public.

La troisième, privilégiée par les CEMEA, qui met à la disposition des enfants des outils de production dans un contexte extrascolaire. C'est une approche multisupport, qui prend en compte la dimension pluri-écran de l'environnement des jeunes et cherche à développer à la fois une lecture critique des médias et une familiarisation aux techniques de création⁹⁴.

Ces approches sont cependant partielles. Elles se heurtent à une grande suspicion d'une majorité du corps enseignant et de son administration par rapport à l'image. L'intégration des images dans les programmes scolaires introduit en effet de nombreux bouleversements : juridiques, pédagogiques, techniques et nécessite des mises à jour régulières des enseignements. Les nouveaux programmes scolaires du primaire font une place nouvelle et marquée à l'éducation à l'image. Ils participent de la politique culturelle et artistique que le ministère de l'Education nationale a lancée avec les classes APAC dans le primaire et le secondaire⁹⁵.

Le CNC développe également des actions d'éducation au cinéma à travers cinq dispositifs nationaux : Ecole et Cinéma, Collège au cinéma, Lycéens au cinéma, Un été au ciné/Ciné Ville, et les enseignements obligatoires⁹⁶. Ce sont des actions de sensibilisation aux bases d'une culture cinématographique qui a le mérite de proposer des œuvres classiques et contemporaines diversifiées. Ils mobilisent 1200 salles touchent plus de 4250 établissements scolaires, 20000 enseignants, 700 000 élèves et ont généré plus de 2 millions d'entrées en 2001. Le CNC soutient également avec les DRAC « les pôles régionaux d'éducation à l'image » qui ont une mission d'information et de formation. Comme dans le cadre du CLEMI, se mettent en place des partenariats avec les professionnels.

Mais dans toutes ces actions, l'environnement médiatique réel des enfants est exclu systématiquement de ces enseignements, jugé d'avance comme trop populaire et trop « bas de gamme » par rapport aux objectifs de l'école. Les

⁹⁴ Voir annexe 28 contribution des CEMEA, par Christian Gautellier

⁹⁵ 30 000 classes en 2001-2002, dont 20 000 en primaire

⁹⁶ Voir le rapport d'activité du ministère de la Culture, 2002.

apports que pourraient constituer pour l'école le plaisir et la motivation des enfants d'y faire venir leur expérience quotidienne ne sont pas pris en compte.

Or cette mise à l'écart de la culture médiatique des enfants renforce le déphasage de l'école, alors que son utilisation dans le cadre scolaire serait un facteur de motivation, en particulier pour les élèves en difficulté avec le système scolaire. Les recherches et expériences montrent bien l'enthousiasme que suscite ce genre d'activité qui rétablit le lien avec leur imaginaire quotidien et leurs pratiques culturelles. Faire l'impasse sur cette culture médiatique culpabilise les enfants qui appréhendent le fait de témoigner de ce bagage censuré qui pourtant constitue l'essentiel de leurs références. Elle accentue de fait leur dépendance en refusant toute verbalisation qui leur permettrait d'acquérir distance et esprit critique, objectifs qui sont pourtant au cœur de l'école républicaine et qui ont été rappelés récemment dans les directives scolaires. Elle place les enfants dans une relation schizophrénique par rapport à leurs repères et leurs valeurs.

La culture médiatique qu'ils consomment quotidiennement, et dont les programmes jeunesse ne sont qu'une partie, fonctionne sur des valeurs souvent opposées à celles de l'école : promotion de la réussite spectaculaire sans efforts, promotion de l'exposition de l'intimité, fonctionnement dans l'instantané et la satisfaction immédiate, banalisation des comportements aberrants, pervers et criminels –voir la médiatisation des cas de « serial killer »... De plus, cet environnement médiatique véhicule des repères étrangers à la société française et européenne qui contribue au flou des valeurs et à la confusion des comportements chez les jeunes.

L'école a un rôle essentiel à jouer dans la transmission des repères en donnant les clés d'interprétation et de connaissance des cultures (américaines, anglo-saxonnes et japonaises) dont sont issus les programmes et les produits que le marché global destine aux jeunes. En intégrant ces données, dans une éducation aux médias l'école retrouverait sa mission fondamentale.

La « bunkérisation » d'une grande partie de l'institution scolaire face aux médias a certes un effet positif dans la résistance aux valeurs marchandes à l'intérieur de l'école, mais elle a surtout un effet négatif de fossilisation de l'école qui fausse la relation entre les enseignants et les enfants. Il est possible que le renouvellement du corps enseignant facilite l'ouverture aux médias. Mais la question cruciale reste celle de la formation initiale.

En acceptant d'aller sur le terrain populaire qui est celui de la culture médiatique des enfants, les enseignants doivent comprendre qu'ils ne cèdent leur autorité ni leur responsabilité d'adultes, ni d'enseignants. Contrairement aux lieux communs, les enfants ne tirent pas de leur fréquentation spontanée des médias une connaissance, ni une maturation qui leur donne la possibilité de se construire seuls. Ils n'ont pas de connaissance spontanée des règles de fonctionnement économique des médias, ni du marketing dont ils sont la cible. Ils n'ont pas la faculté d'analyser les messages reçus au regard de la culture dont ils proviennent. Il est frappant de voir notamment la pauvreté de leur représentation des Etats-Unis, alors que leurs goûts culturels sont massivement marqués par les produits audiovisuels d'origine américaine.

Il faudrait également intégrer à l'éducation aux médias une transmission d'un bagage minimal (en direction des enfants et donc aussi des familles) relatif au droit de la communication et à la protection de l'enfance.

Il faut changer dans l'esprit des enseignants l'image de la protection de l'enfance et l'intégrer de plain-pied aux objectifs de l'éducation aux médias en les sensibilisant aux enjeux des médias dans la socialisation et la construction de la personnalité de l'enfant. Il s'agit de protéger l'équilibre affectif de l'enfant (par rapport à la violence) et sa sensibilité (essentielle pour la formation des goûts, l'accès à des préférences individuelles, l'ouverture identitaire et culturelle). Il s'agit aussi d'aider l'enfant à s'engager dans sa propre protection, avec l'accompagnement et le suivi des adultes (parents, éducateurs, ...).

En conclusion, il faudrait donc faire advenir une pédagogie aux médias organisée en quatre volets qui seule peut servir de base à une vision cohérente et structurante du cursus pédagogique qui se fondent sur les besoins réels des enfants.

Il s'agit de :

- donner une formation aux droits de la communication (dont la protection de l'enfance, le droit à l'image, le droit d'auteur) ;
- faire **travailler les enfants sur leur environnement médiatique réel** pour les aider à formuler des choix critiques ;
- former leurs goûts artistiques et les sensibiliser à la diversité des esthétiques ;
- favoriser leur expression personnelle et l'accès aux outils de production (filmage, montage, écriture de scénario...).

3.2 les moyens insuffisants de l'éducation aux médias

L'éducation aux médias se pratique dans une grande diversité de moyens, de méthodes, d'acteurs et de contextes. En soi, cette diversité est une richesse. Il est temps aujourd'hui de valoriser les acquis et de diffuser largement les outils produits, voire de mettre de nouveaux outils à disposition pour permettre une généralisation de l'éducation aux médias à tous les stades de l'enseignement (école maternelle, école primaire, secondaire)⁹⁷.

Les outils

Un des freins au développement d'outils adaptés aux enseignants des différents degrés est la non-libération des droits sur des programmes ou des extraits des programmes qui correspondent à l'environnement et à l'expérience médiatique réelle des enfants. Les moyens de l'éducation nationale pour produire des documents audiovisuels ou multimédias sont largement sous-évalués du fait notamment de la sous-estimation des droits d'auteur. C'est ainsi que la fabrication de la cassette qui aurait permis la mise à disposition de fiches pédagogiques illustrant le programme Télécole⁹⁸ n'a jamais pu obtenir le budget de 10 700 Euros, malgré le soutien des ministères de l'Education nationale et de la Recherche et du CNDP. Le CNDP aurait besoin d'une ligne budgétaire conséquente pour faire aboutir ce genre de production.

La situation actuelle des droits d'auteur⁹⁹, dont le fonctionnement est très méconnu, est utilisée aussi comme un alibi pour ne rien mettre en œuvre. La complexité de la loi n'incite pas les enseignants à respecter le droit. Ils procèdent alors par piratage des œuvres, ce qui les empêche de faire part de leurs expériences.

C'est un réel facteur d'attentisme, qui lèse les auteurs autant que les enseignants, mais en premier lieu les enfants. C'est aussi un facteur d'inégalité (les négociations de droits d'auteurs montrent que les coûts peuvent être très variables selon les négociateurs). En profitant de la dynamique créée par la directive européenne sur l'harmonisation du droit d'auteur¹⁰⁰, on peut viser l'obtention d'une utilisation pédagogique de programmes et d'extraits au niveau de l'éducation nationale. La bataille en France est loin d'être gagnée. Il semblerait que les sociétés d'auteur soient prêtes à négocier et à faire un effort

⁹⁷ Pour les travaux de sensibilisation que l'on peut effectuer en maternelle voir notamment *La télévision en maternelle*, CNDP 1996, et sa bibliographie.

⁹⁸ Mené à Belfort de 1994 à 1999 par Maryvonne Masselot Girard

⁹⁹ Voir annexe 35 *Droits d'auteur*

¹⁰⁰ Voir texte en annexe 13.

en vue de l'éducation aux médias, à condition qu'il y ait respect du droit d'auteur, sensibilisation des enseignants et des élèves à ce droit, et libération de budget de l'éducation nationale, en compensation. L'exemple de la BPS montre que sur le principe il est possible de négocier des accords entre les sociétés d'auteurs et de producteurs du secteur de l'audiovisuel et le ministère de l'Education nationale, de la recherche et de la technologie pour la libération de droits sur un catalogue, reconnaissant « la mission spécifique du service public de l'éducation nationale, sans exiger un forfait global pour les productions audiovisuelles »¹⁰¹. Pour des raisons financières, d'équipement, et sans doute aussi des inerties du système éducatif, cet accord n'a pas débouché¹⁰². Les projets actuels de développement semblent aujourd'hui axés sur l'Internet à haut débit.

L'enjeu est européen du fait du projet de directive européenne sur l'Education aux médias (en préparation) qui, si la France ne lance pas urgemment une politique globale dans ce domaine, avec les budgets nécessaires, en résolvant ses contradictions, risque d'imposer un modèle pédagogique anglo-saxon.

Une des solutions déjà pratiquée et facile à mettre en place consiste à associer les auteurs et producteurs (TV, DVD, jeux vidéo) qui le veulent bien, et à développer des partenariats avec les médias¹⁰³. Parmi les outils en développement expérimental la version 2 du CD-Rom *Apprendre la télévision*, centrée sur l'information télévisée et radio avec le CLEMI, les CEMEA, l'INA, qui propose des outils de navigation et de segmentation, des typologies d'exercices (60 exercices), pouvant être adaptés à d'autres corpus. Sa diffusion sur le numérique à haut débit sur 7-8 villes de France est expérimentée grâce à un partenariat avec France Télécom. Le but est d'en faire un DVD non commercial.

Une autre solution adoptée par les pouvoirs publics consiste à développer des centres de ressources à partir d'images fixes mises à disposition sur Internet avec des outils d'accompagnement pédagogiques, comme www.education.gouv/eduscole.fr et www.histoire-image.org

La formation

¹⁰¹ discours de Claude Allègre, du 4 février 1998, déclaration commune avec les sociétés d'auteurs et de producteurs.

¹⁰² Télétoon avait également participé à l'élaboration d'un projet avec l'Education nationale, *Sat et clic*. qui n'a pas abouti

¹⁰³ cf les travaux de l'association Savoirs au présent de Lise Didier-Moulonguet.

Un des freins constatés est également le manque de formation globale des maîtres aux enjeux de l'éducation aux médias dans la socialisation de l'enfant.

Une généralisation des modules d'éducation aux médias pourrait rapidement être mise en place notamment dans les IUFM, s'appuyant sur les modules qui existent déjà au niveau de certains IUFM.

La focalisation actuelle sur la formation des enseignants du secondaire doit s'accompagner d'actions de formation à destination des enseignants des autres degrés (maternelle et primaire). Le CLEMI participe à la formation initiale et en 2000 a formé 1460 étudiants, pour des stages d'une durée moyenne de 2 jours. Il reconnaît lui-même que ces chiffres sont « très faibles par rapport à l'importance du public concerné ». Il souligne d'ailleurs l'intérêt que suscite ce travail dans le corps enseignant. La formation continue du CLEMI a concerné 14 221 stagiaires, pour des stages d'une durée moyenne légèrement inférieure à 2 jours. Au niveau des formations académiques le primaire représente 16% des stages, le secondaire 26%, au niveau national 2,8% et 15% respectivement¹⁰⁴.

De l'avis de tous les spécialistes de l'éducation aux médias, il est important de mettre en place très tôt le dialogue entre l'enfant et l'adulte sur ces questions (plus difficile à établir au moment de l'adolescence si le terrain n'a pas été préparé). De plus ces formations peuvent être relativement légères, modulables.

Ces actions sont à développer pour obtenir un changement d'échelle. Les 18 000 personnes qui bénéficient d'une formation au CLEMI chaque année, sont une goutte d'eau par rapport au million d'enseignants concernés. A l'évidence, deux jours de formation en moyenne ne peuvent suffire à rendre compte de la complexité de l'environnement médiatique et à donner aux enseignants toutes les clés pour l'aborder dans les classes. Ce qui nous amène à considérer pour le moyen terme souhaitable la création de cursus cohérents d'éducation aux médias, au sein des formations universitaires et des IUFM pour parvenir à la formation de personnes ressources de bon niveau.

3.3 la prise en compte des autres acteurs de l'éducation aux médias

Les familles, les animateurs et les éducateurs

L'éducation aux médias est aussi un problème de continuum éducatif, dans lequel les parents ont un rôle actif à jouer, ce qui implique de former les parents. Une partie de la sensibilisation des parents pourrait passer par l'école, dans la mesure où la surconsommation médiatique va souvent de pair avec un

¹⁰⁴ Bilan de la formation 1999-2000, documents du CLEMI, pp 24-25.

désinvestissement scolaire. Les enseignants sur le terrain et les sociologues savent bien que la surconsommation des écrans n'est pas le fait des seuls enfants et s'explique bien souvent par des contextes familiaux de surconsommation. L'action auprès des enfants n'a donc de sens que dans le cadre de politiques de prévention auprès des familles.

Des lieux d'échange existent à l'extérieur de l'école, comme les médiathèques, mais ne peuvent répondre seuls aux besoins et aux attentes. Le ministère de la Culture a lancé ces dernières années, avec les collectivités locales, les ministères de la Ville et de la Jeunesse, une vaste politique d'animation d'Espaces publics multimédias, en créant des postes de médiateurs culturels. Il serait souhaitable d'articuler ce travail d'accompagnement et de familiarisation du public aux nouvelles technologies à un projet d'éducation critique aux médias, dont l'apport serait transférable aux autres médias.

Il faudrait que la sensibilisation des parents à leur rôle dans la formation de l'enfant et la supervision des fréquentation médiatiques (audiovisuels, cinéma, jeux vidéo, Internet) comme étant un domaine important de l'autorité parentale puisse passer par d'autres instances : animateurs en temps partagé, assistantes maternelles, psychologues scolaires, personnels des centres de protection maternelle et infantile, éducateurs de la PJJ, assistantes sociales ... Encore faudrait-il que ces personnels puissent bénéficier de formation à contenu adapté. Dans cet esprit, la formation des animateurs de CLSH, CEMEA, FRANCAS, Centres Léo Lagrange, et plus généralement de tous ceux qui interviennent dans les activités périscolaires devrait être modifiée. L'éducation aux médias devrait être intégrée aux divers brevets d'animation (BAFA, BEATEP etc.).

Cette sensibilisation devrait également toucher les éducateurs spécialisés et les différents centres d'accueil des enfants fragiles et en difficulté. En effet, ces enfants cumulent souvent le double risque d'être psychologiquement fragiles et influençables, et de ne pas disposer, dans leur environnement proche, d'adulte en capacité de leur permettre une distanciation, un esprit critique vis-à-vis de ce qu'ils voient ou entendent dans les médias. Une réflexion est à mener aussi sur l'élaboration de règles et de pratiques dans les centres de détention des mineurs.

Les collectivités locales

Elles sont devenues un acteur clé. Elles fournissent les infrastructures scolaires, les équipements technologiques (en DVD, ordinateurs...). Elles sont sollicitées pour participer au financement des programmes diffusés à travers les nouveaux supports. Au niveau des espaces

collectifs (Espaces publics multimédias, médiathèques, bibliothèques), et des activités d'éveil pour les jeunes, elles jouent un rôle de tout premier plan, à travers les contrats éducatifs locaux.

Les médias

Les médias et notamment la télévision ont bien entendu un rôle crucial à jouer.

A ce jour, l'essentiel des collaborations entre les milieux éducatifs, les chercheurs et les médias s'organisent avec France 5 (*Cas d'école, les maternelles ? ...*). Des partenariats réguliers existent aussi avec France 3, les radios, Arte, la presse régionale (ARPEJ) notamment lors de la semaine de la presse du CLEMI.

A Lyon, une chaîne de télévision éducative a été lancée depuis 1991, Cap Canal, en partenariat avec l'Education nationale qui propose des programmes pour les tout-petits et des fiches pédagogiques.

En matière d'analyse critique des médias, l'émission *Arrêt sur images* de France 5 est la seule mentionnée au cours des auditions. Sa longévité montre bien l'attachement de France 5 et le rôle qu'elle joue dans le paysage audiovisuel français. Son horaire de diffusion, le dimanche à 12h30, limite cependant son influence, même si elle est désormais accessible sur Internet. Elle ne saurait à elle seule suffire à la demande de connaissance et d'analyse.

Les nouveaux contrats d'objectif évoquent le rôle de France 5 dans l'éducation aux médias mais sans donner à cet objectif une traduction précise qui lui donnerait valeur d'engagement¹⁰⁵. Les auditions ont cependant fait état d'un désengagement de France 5 en matière de production de programmes éducatifs, au profit de programmes documentaires. L'absence d'initiative de France 2 dont l'objectif, dans ses programmes jeunesse, est de s'adresser aux adolescents est d'autant plus surprenante.

L'éducation aux médias, à la télévision, n'est cependant pas le domaine exclusif du secteur public. Les associations et les enseignants sont tout à fait sensibles à la dimension d'analyse et de décryptage d'une émission comme *Culture Pub*, sur M6. Le secteur privé a une capacité à toucher le public des jeunes avec des émissions attractives. Il y a là des savoir-faire qui gagneraient à être utilisés pour le décryptage des médias et qui contribueraient à leur image de marque. Il faut encourager des initiatives et des émissions innovantes dans ce domaine tant sur les chaînes hertziennes, et demain sur la TNT, que sur les chaînes thématiques jeunesse.

Les forces et faiblesses de la recherche en France

¹⁰⁵ voir en ce sens l'avis du CSA n°2002-1 du 26 mars 2002.

Au niveau international, malgré les différences de sensibilités nationales, les trois sujets de préoccupation identifiés par les chercheurs en réponse aux inquiétudes de la société (parents, éducateurs, pédiatres) sont l'impact des représentations de violence, de la publicité et de la pornographie sur les jeunes. En France depuis cinq ans, un certain nombre de chercheurs s'inscrivent dans le débat international en réponse aux interrogations de l'opinion publique.

4.1 Les acquis¹⁰⁶

La synthèse très rapide présentée ci-dessous des résultats des recherches internationales est, par nécessité, simplifiée. Elle pourra paraître réductrice, mais elle se concentre sur les contenus, leur impact sur les jeunes. Elle est très marquée par les apports anglo-saxons (Etats-Unis, Canada, Australie, Grande-Bretagne), et nordiques et nord-européens (Suède, Allemagne). Leur prise en considération se justifie par le caractère mondial des diffusions médiatiques, la convergence des supports et des contenus.

Violence

L'évolution des contenus se caractérise par : appauvrissement des scénarii, affrontements manichéens et fascisants, absence de résolution des conflits hors la suppression brutale de l'autre, déréalisation du fait des effets spéciaux hyper réalistes, absence des conséquences douloureuses de la violence, négation du point de vue de la victime, sexisme, xénophobie latente.

Ces contenus sont transposés dans les jeux vidéos du type arcade et en ligne, centrés sur l'affrontement, avec le problème supplémentaire de l'addiction. L'évolution des contenus depuis les années 1990 va vers le réalisme, la vitesse, augmentant l'impression de violence, facilitant l'identification, le joueur étant invité à endosser la position d'un personnage.

Les effets sur les enfants sont de nature diverse : désensibilisation, représentation du monde comme fondamentalement violent, montée du sentiment d'insécurité et de victimisation, anxiété, mais aussi désinhibition, agressivité¹⁰⁷. Sur les sujets fragiles, les effets sont aggravés : perte de l'estime de soi, isolement social, voire facilitation du passage à l'acte par imitation.

Pour les jeux vidéo, la différence fille/garçon est particulièrement forte, les filles sont réticentes à ces contenus où elles ne peuvent pas se reconnaître.

¹⁰⁶ Voir les synthèses proposées régulièrement par la Clearing house de l'UNESCO sur les enfants et la violence, et notamment *Children in the new media landscape, Games, Pornography, Perceptions*, 2000, *Outlooks on Children and Media*, 2001. Voir aussi la synthèse du CIE Eric Chevalier et al. 1991, Claude Allard *L'Enfant et le siècle des images*, pour les chapitres théoriques.

¹⁰⁷ Voir D.Frau-Meigs et S. Jehel *les Ecrans de la violence*, 1997,

Une inquiétude croissante émane à propos de la violence dans l'information : sensationnalisme, faiblesse de contenu informatif, manque d'information sur les sources dans les reportages, partialité des représentations du côté des victimes et des minorités.

En France, quelques travaux théoriques et expérimentaux ont cependant émergé récemment du côté de la pédopsychiatrie et de la sociologie des contenus, qui ont rencontré un large écho dans les médias¹⁰⁸. Ils montrent que certains contenus peuvent susciter des troubles psychologiques relativement importants (angoisse, honte, agressivité collective, difficulté selon les âges à séparer réalité et fiction, perte des repères socio-politiques et culturels). Ces chercheurs sont conscients de la nécessité de poursuivre sur ces pistes pour construire un vrai corpus de connaissance et alerter les médias, les pouvoirs publics, les familles et les adultes en charge d'enfants en connaissance de cause sur les productions qui fragilisent les enfants et exploitent leurs fragilités.

Pornographie

Au niveau du contenu, les recherches soulignent : présentation négative de l'échange sexuel, absence de précaution par rapport à la transmission des MST. Les vidéos n'encouragent pas les jeunes à prendre des précautions de santé et d'hygiène. Comme il y a peu d'information sexuelle à l'école, les médias sont source première d'information pour les jeunes. D'autres recherches insistent sur le sexisme, la représentation stéréotypée des rôles sexuels. L'évolution récente des contenus depuis les années 1990 va vers la dégradation des rôles, la mise en scène de comportement sexuels en groupe, la banalisation des actes sexuels du hardcore (sado-masochisme, zoophilie...), le recours à la violence réelle, sans compter la pédophilie, et l'utilisation d'acteurs choisis pour leur apparence juvénile.

Ces contenus sont transposés sur Internet où ils sont plus accessibles encore.

Les effets démontrés sur la socialisation sexuelle des jeunes et leurs comportements concernent : érotisation du regard, voyeurisme, mépris des femmes/jeunes filles. Les recherches ont mis en évidence la stimulation sexuelle des hommes qui peuvent susciter des passages à l'acte violents pour les sujets fragiles et en état de misère sexuelle, avec des effets d'addiction selon les niveaux de consommation (recherches américaines et suédoises). Ils influencent les comportement sexuels des adultes. Les filles s'avèrent moins réceptives, voire se sentent agressées par ces mises en scène, dans la mesure où c'est leur

¹⁰⁸ Voir Serge Tisseron *Enfants sous influence*, Armand Colin 2000, Claude Allard, *L'enfant au siècle des images*, Geneviève Djenati *Psychanalyse des dessins animés*, Archipel, 2001

corps qui est exploité et méprisé. Les chercheurs préconisent de prendre en compte les effets différenciés selon les âges sur le développement physiologique et physique¹⁰⁹.

En France, malgré la faiblesse des recherches, un certain nombre d'experts, y compris ceux qui sont en contact avec les jeunes, ont l'intuition d'une corrélation entre consommation de pornographie et criminalité sexuelle¹¹⁰. La présomption de consentement, jamais mis en scène, ne peut que pousser des jeunes encore immatures, à des passages à l'acte violents. Pour ce qui est de l'influence de la pornographie sur l'augmentation des violences sexuelles entre mineurs, il faut reconnaître l'absence frappante d'études, qui puisse donner une évaluation chiffrée. Plusieurs études ont été lancées dans le milieu scolaire montrant l'émergence de telles violences dans ce cadre que l'on croyait protégé¹¹¹. Plusieurs observateurs de la vie quotidienne des jeunes témoignent d'un accroissement des violences entre garçons et filles, et d'une dégradation dans leurs relations¹¹². Il serait utile de procéder à des enquêtes et des analyses plus précises à partir des auteurs mineurs et victimes mineures de viols.

Publicité

Au niveau des contenus, sont identifiés comme des problèmes majeurs : la confusion entre programmes et publicité, l'insertion dans les spots de personnages issus de programmes pour enfants, la représentation stéréotypée des rôles et en particulier de l'image de la femme, la violence, l'utilisation de l'image de l'enfant pour vendre des produits qui sont extérieurs à sa sphère, la récupération des valeurs « contestataires » des années 1960 au profit du consumérisme¹¹³.

Pour l'impact de la publicité sur les enfants les chercheurs s'accordent à dire que la perception des intentions commerciales de la publicité n'est pas acquise avant 8-11 ans pour une majorité

¹⁰⁹ A noter que les Suédois qui avaient libéralisé en 1971 l'accès à la pornographie ont fait marche arrière dès 1978. Ils ont de plus interdit la prostitution.

¹¹⁰ Voir les experts cités et les récits de criminels sexuels notoires dans *Le livre noir de l'industrie rose*, de Laurent Guyenot, Imago 2000, et les experts auditionnés par le CIEM.

¹¹¹ voir le rapport de Nicole Belloubet-Frier, rectrice de l'académie de Toulouse, *30 propositions pour lutter contre les violences sexuelles dans les établissements scolaires*, 2001, la mission de prévention des violences sexuelles en milieu scolaire mise en place par Ségolène Royal en 98-99. Le rapport de Nicole Belloubet-Frier demandait un recensement sérieux des acte de violence. La mise en fonctionnement d'un nouveau logiciel à l'éducation nationale devrait y apporter une première réponse.

¹¹² Dans une enquête menée dans 21 établissement de Gironde, par Marie Choquet pour un rapport de l'INSERM en 2001, il apparaissait que 12% des filles et 3% des garçons consultants à l'infirmerie ont été victimes de violences sexuelles, cité in Belloubet-Frier, cité ci-dessus.

¹¹³ Naomi Klein *No logo*, Actes Sud 2000

d'enfants¹¹⁴ ; que le visionnement de la publicité accroît les demandes de l'enfant, devenu prescripteur familial, avec des effets particulièrement sensibles sur l'obésité, la santé, la dynamique familiale.

En France, quelques recherches ont émergé sur la violence et la représentation des personnes de couleurs¹¹⁵, et la place des produits dérivés dans l'économie des programmes jeunesse¹¹⁶. Au niveau de la réception, des enquêtes ont été réalisées¹¹⁷.

4.2 les spécificités françaises

En France, ces thématiques, longtemps négligées, commencent à créer un corpus de recherche reconnu. Mais, la posture de nombreux chercheurs consiste encore à privilégier des approches théoriques et à ne pas s'inscrire dans la comparaison internationale.

A leur décharge, ils ne sont pas souvent sollicités par les pouvoirs publics. Les appels d'offre en la matière sont peu fréquents, mal diffusés, voire confidentiels, ne laissant pas le temps aux équipes d'experts de se mobiliser. Les seuls travaux impulsés récemment l'ont été à propos de la délinquance des jeunes et des violences urbaines. Mais ces travaux intègrent rarement les médias dans l'analyse des processus de socialisation ou de désocialisation, ce qui conforte le cloisonnement des équipes.

Cette absence de politique publique n'est pas un facteur de dynamisation de la recherche, ni une garantie de la qualité des travaux. Elle est, en outre, contraire à la gouvernance européenne, qui incite à l'utilisation de travaux et d'évaluation de chercheurs, et à la plus grande transparence des procédures et des résultats.

Les champs balayés par les chercheurs témoignent de ces cloisonnements et de ces blocages. Pour nombre de chercheurs qui travaillent régulièrement sur la socialisation des jeunes par les médias, soit la représentation de la violence appartient à un genre et ne pose donc pas de problème en soi par rapport à la réalité, soit la relation aux médias (individuelle et collective dans les groupes de pairs) créerait de facto une distanciation par rapport aux contenus.

¹¹⁴ Joël Brée, *les enfants, le marketing et la publicité*, PUF 1993

¹¹⁵ Françoise Minot, colloque GRREM novembre 2001

¹¹⁶ Myriam Bahuaud *Dessin animé, jouet : des produits dérivés*, L'Harmattan, 2001

¹¹⁷ Nathalie Guichard *Publicité télévisée et comportement de l'enfant*, Economica 2000.

Pour la plupart des chercheurs qui travaillent sur les phénomènes de désocialisation des jeunes (incivilités ou délinquance, émeutes urbaines, difficultés d'intégration, ...) l'impact des médias, quand il est pris en compte, serait négligeable comparé aux causes profondes de destructuration sociale.

Pour les chercheurs qui travaillent sur l'enfance et la télévision, l'essentiel est de donner une image positive des médias et de prôner l'éducation aux médias. Ces travaux montrent cependant l'importance croissante des médias (processus d'identification) et leur envahissement dans la sphère de la chambre à coucher.

Les chercheurs français se distinguent cependant par leurs travaux sur l'éducation aux médias et leurs expériences de terrain en la matière, même si elles n'ont pas été instrumentalisées par les pouvoirs publics. L'INA a aussi créé une dynamique au sein de ses ateliers de réflexion (qui viennent de s'achever) ainsi que le CLEMI et le GRREM qui ont su fédérer un certain nombre de chercheurs et de praticiens.

Des pans entiers de recherche restent à l'état de friche. Il y a encore beaucoup de réticences à intégrer la problématique de la protection des mineurs dans le champ enfance et médias (discussion protection / construction). Peu de recherches existent sur l'autorégulation, ses usages, son efficacité (sauf la mission Charon sur les journalistes¹¹⁸). Le domaine de la pornographie et de la publicité suscitent encore peu de mobilisation.

Peu de comparaisons internationales existent et la France s'inscrit seulement depuis très récemment dans le concert des chercheurs européens. Les travaux de la Clearing house de l'Unesco mettent en évidence des publications régulières fort utiles mais centrées sur le monde anglo-saxon.

La situation française tranche en Europe par rapport à celle de la recherche (et donc du débat) en Angleterre, en Allemagne, en Suède (notamment). Dans ces trois pays en effet, les pouvoirs publics et les acteurs de la société civile interpellent régulièrement les médias et suscitent des recherches indépendantes. On perçoit cependant un frémissement en ce sens en France depuis 5 ans.

Faiblesse structurelle de l'action associative dans le domaine Enfance et Médias

¹¹⁸ Jean-Marie Charon, *Réflexions et Propositions sur la déontologie de l'information*, rapport à la ministre de la Culture, 1999, consultable sur le site du ministère de la Culture.

Les associations ont mis en œuvre des actions souvent ponctuelles, parfois plus durables (comme les Observatoires de MTT), sans vraiment trouver leur place dans le dialogue avec les médias et les pouvoirs publics.

5.1 Un contre-pouvoir à construire

Les associations ne sont pas vraiment perçues comme un contre-pouvoir. Elles sont soupçonnées souvent de ne pas être représentatives. Elles se dissolvent souvent trop vite ; il faut asseoir leur pérennité. Il faut s'assurer que les associations rappellent au secteur public ses repères de service public. Il faut s'assurer qu'elles puissent s'appuyer sur une structure et/ou un dispositif d'interpellation pérenne.

Dans le domaine de la protection de l'enfance, elles n'ont pas su (ni pu) assurer un suivi de l'action des médias, ni mettre toujours en œuvre les pouvoirs qui leurs sont attribués par la loi (saisines rares du CSA ou du juge judiciaire...).

Si leur place en tant que représentantes des intérêts du public leur a jusqu'à présent été déniée (notamment au sein des dispositifs d'autorégulation des chaînes), elles sont cependant régulièrement sollicitées par les médias pour participer à une émission, témoigner, trouver une famille représentative, voire désigner des jeunes susceptibles de témoigner de situations à risque...

Concurrence et rivalités internes au monde associatif, difficultés à s'informer et à communiquer, manque de moyens et de compétences pour "embrasser" la diversité et la prolifération médiatique, méconnaissance des systèmes médiatiques, méconnaissance de leurs droits et du droit de la communication, postulats idéologiques souvent dépassés, craintes et fascination vis-à-vis du pouvoir médiatique, souci d'être elles-mêmes médiatisées, déni de l'intérêt du phénomène médiatique par incapacité à le conceptualiser, etc, ... sont quelques unes parmi les nombreuses explications de la faiblesse du mouvement associatif vis à vis des médias.

Il serait important que les associations puissent aujourd'hui structurer leur réflexion, développer leur connaissance des médias et établir une déontologie dans leurs relations avec les médias, afin de répondre à ces demandes, en toute connaissance de cause et en tenant compte de l'intérêt supérieur de l'enfant.

Elles devraient pouvoir disposer d'un centre de ressources capable de les informer régulièrement, d'éclairer leur analyse sur les problématiques médiatiques concernant l'enfance et la jeunesse voire de former leurs représentants dans les différentes instances ou dispositifs concernés (similitude avec la problématique de la représentation des usagers dans les hôpitaux et le système de santé où se posent aujourd'hui avec acuité le problème de la formation des

représentants associatifs, de leurs échanges en réseau et des moyens leur permettant d'assurer leur fonction qui est aujourd'hui de plus en plus reconnue).

L'interprétation de la gouvernance est une chance historique de proposer un modèle français qui intègre la tradition républicaine d'intervention des pouvoirs publics en soutenant la société civile et les associations qui promeuvent l'intérêt général que constitue la défense de l'intérêt de l'enfant.

La gouvernance européenne met l'accent sur deux acteurs : les opérateurs économiques et les consommateurs. Le système de régulation français actuel met l'accent sur deux acteurs les pouvoirs publics et les acteurs économiques. L'interprétation de la gouvernance à la française pourrait être une corégulation tripartite (Médias, pouvoirs publics, Associations d'intérêt général) permettant de créer de nouvelles relations et une meilleure prise en compte des intérêts citoyens du public.

5.2. Un constat positif : l'intérêt suscité par le CIEM auprès des différents acteurs

La création du CIEM a été suivie d'un grand intérêt dans le milieu associatif. Un grand nombre d'associations venant d'horizons divers ont manifesté leur volonté de travailler ensemble.

Tous les médias sollicités ont accepté d'être auditionnés et ont répondu aux questions du comité de pilotage sur leur fonctionnement interne¹¹⁹.

Ils ont tous manifesté leur intérêt pour la possibilité de poser les bases d'une réflexion collective et durable sur ces questions.

Beaucoup des personnalités interrogées ont fait part de leur inquiétude face à l'absence de sentiment de responsabilité dans le milieu médiatique par rapport à l'impact social des médias, en particulier sur les plus jeunes, et aux carences du secteur public dont beaucoup attendent qu'il corrige les déséquilibres du marché.

Aujourd'hui, un des rares contrepouvoirs reconnu par les instances européennes dans le cadre de la gouvernance est celui des associations de consommateurs. La France doit promouvoir un acteur plus construit qui représentera pleinement les intérêts du public et du jeune public qui est citoyen avant d'être consommateur.

¹¹⁹ Voir en annexe 31 le document adressé par France Télévision en réponse au questionnaire du CIEM.

Les Recommandations

Ces recommandations visent à promouvoir une vision de l'environnement médiatique des jeunes qui tienne compte des besoins de l'enfant pour sa socialisation et la construction de sa personnalité. Elles placent l'enfant au centre des dispositifs de protection des mineurs. Elles veulent promouvoir un équilibre entre la liberté d'expression des adultes et leur responsabilité vis à vis des enfants, dans le respect de la dignité de la personne et des principes démocratiques. Il est de la responsabilité des adultes de faire advenir **une écologie des médias susceptible de transmettre aux enfants des valeurs culturelles et éducatives diversifiées grâce auxquelles ils puissent s'épanouir.**

Ces recommandations forment un ensemble dont la pertinence et l'efficacité ne se feront sentir qu'avec la mise en œuvre du dispositif dans son ensemble. Certaines mesures ponctuelles pourront cependant être décidées assez vite.

La prise en compte de l'intérêt de l'enfant dans les médias suppose que le ministère chargé de l'Enfance soit associé étroitement à l'élaboration et au suivi de la politique nationale en matière de médias, avec les ministères traditionnellement investis de ces questions (Culture, Education, Jeunesse et sports, Finances). Il serait important que soient également consultés et associés à cette réflexion les ministères des Affaires sociales, de la Santé, de la Justice.

Mais les mesures que les pouvoirs publics et les médias pourront prendre resteront sans effet tant que les associations regroupant les familles, les éducateurs et les enseignants n'y seront pas associées. Il est donc crucial et urgent que le CIEM, auquel les responsables des médias ont reconnu lors des auditions une forme de légitimité, se voit reconnu le rôle d'interlocuteur principal des pouvoirs publics et des médias en tant que défenseur de l'intérêt de l'enfant dans les médias, entendu comme composante essentielle de l'intérêt général.

Relancer la politique de l'enfance et de l'adolescence dans les médias

Transmettre les valeurs culturelles et démocratiques est un impératif au regard de la déclaration Internationale des droits de l'enfant que la France a signé en 1990, c'est aussi un des meilleurs moyens d'intégrer les jeunes dans la société.

Associer le ministère chargé de l'Enfance/ ou de la Famille aux négociations nationales et européennes en matière d'autorégulation, de régulation et d'éducation aux médias et reconnaître une compétence à la direction interministérielle à la Famille pour le suivi de ces questions avec les ministères en charge de la Culture et de la Communication est un préalable nécessaire.

1.1 Dans le secteur public

Réinsuffler une dimension de service public à la télévision et à la radio publique en les protégeant davantage de l'impératif de l'audience, et replacer les obligations de France Télévision et de Radio France vis-à-vis du public jeune au cœur de sa mission de service public.

De ce principe découle :

Pour la télévision

- Une obligation de diffusion d'émissions à caractère éducatif et culturel pour les enfants et les adolescents et notamment d'un journal d'information, et/ou d'une émission de décryptage des médias sur toutes les chaînes de France Télévision, s'adressant chacune à une tranche d'âge particulière¹²⁰ ;
- la mise à l'antenne d'émissions destinées aux enfants et aux adolescents qui puissent être des lieux d'expression de leur parole sur les thèmes qui les intéressent ;
- une application des contrats d'objectifs qui mette l'accent sur les moyens donnés aux programmes pour la jeunesse et aux émissions de décryptage des médias destinés aux enfants et aux adolescents ;
- la non-diffusion de programmes violents ou de films interdits aux moins de 12 ans en première partie de soirée en dehors du cadre d'un débat ;
- la révision des cahiers des missions et des charges pour que ces obligations soient contrôlées par le CSA ;
- la limitation de la pression publicitaire dans les émissions jeunesse, la suppression de la publicité, qui reste l'objectif, ne pouvant s'envisager sans compensation budgétaire et meilleur financement de la production jeunesse ;
- le développement d'une chaîne jeunesse publique sur la TNT.

¹²⁰ Voir annexe 7 *projet de Serge Tisseron*.

pour la radio

- la création d'une radio pour les jeunes de 10-15 ans. Ils sont aujourd'hui les auditeurs passifs de radios conçues uniquement pour les plus de 15 ans (seuls décomptés par Médiamétrie), quand ce n'est pas pour les plus de 18 ans. Cette radio devrait tenir compte de leurs préoccupations, de leur désir légitime d'accéder à l'antenne et de leur degré de maturité ;
- Inciter Le Mouv' à avoir une politique et des émissions spécifiques pour les 15-18 ans.

1.2 Encourager financièrement la production et la diffusion de programmes culturels et éducatifs pour les moins de 18 ans

Plusieurs pistes sont possibles :

- Susciter la création d'une fondation à partir de fonds privés (donnant lieu à dégrèvements fiscaux, sur le modèle australien) voire publics destinée à financer exclusivement des programmes (sur tous supports radio, TV, DVD, jeux vidéo) ayant une valeur culturelle ou éducative ;
- Imposer à **toutes** les chaînes hertziennes, câble et satellite et TNT, qui diffusent des programmes destinés aux jeunes un pourcentage raisonnable de programmes à valeur éducative ou documentaire de l'ordre de 10%¹²¹ composé de magazines, de documentaires, de journaux, de productions d'enfants, afin de diversifier l'offre de programmes ;
- Créer un fonds de soutien pour les programmes jeunesse ayant une valeur culturelle ou éducative (fiction, animation, documentaires, pour la télévision ou multimédias) géré par le CNC avec une représentation du CIEM dans la commission d'attribution des aides sélectives.

Donner une base large et cohérente à l'autorégulation et la corégulation (médias, pouvoirs publics, associations)

¹²¹ Pour information, le seul quota existant aujourd'hui est celui négocié par le CSA avec TF1 de 50 heures de magazine et documentaire à caractère éducatif sur les 1000 heures de programmes jeunesse soit 5%. Mais sans quota, il existe des programmes ayant une valeur éducative notamment le journal pour enfant *à toi l'actu@* sur France 3, ainsi que le magazine de sensibilisation scientifique *c'est pas sorcier* diffusé sur la même chaîne.

2.1 Renégocier la signalétique Jeunesse de la télévision et l'étiquetage des programmes et des produits audiovisuels

Le dispositif de la signalétique Jeunesse pour la télévision est salué par les associations comme étant un progrès important pour la protection des mineurs à la télévision. Il a cependant quelques défauts indiqués par les associations elles-mêmes : bien qu'entré en vigueur il y a plus de 5 ans, il est encore mal connu des familles qui n'en comprennent toujours pas bien la signification et regrettent que tous les pictogrammes ne restent pas systématiquement à l'écran.

Il est temps de passer à une version de la signalétique qui prenne en compte les conditions de sa réception dans les familles et par les milieux éducatifs. A la différence de la première qui a été conçue et imposée "par le haut" au public, cette nouvelle version pourrait être la première démonstration d'une intelligence collective entre les familles, les associations du CIEM, les médias, le CSA et des chercheurs.

Elle implique de :

- Renégocier avec le CSA et les médias une signalétique Jeunesse pour tous les supports audiovisuels (TV, cinéma, cassettes vidéo, DVD, jeux vidéo) en associant le CIEM ;
- Mener des actions de sensibilisation large des familles aux enjeux éducatifs des médias (voir infra éducation aux médias)¹²² ;
- Sensibiliser l'ensemble de la presse télévisuelle à l'intérêt de sa reprise ;
- Appliquer la nouvelle classification et les nouveaux pictogrammes à l'ensemble des supports audiovisuels (cassettes vidéo, DVD, jeux vidéos, sites Internet français) ;
- Viser à son extension aux œuvres cinématographiques. Dans l'attente, l'application du dispositif existant pour le cinéma devrait être plus systématiquement contrôlé (présence des logos d'interdiction sur les affiches dans la rue, le métro, sur les bus...).

2.2 Redynamiser les procédures d'autorégulation et de médiation et des relations au public

Les comités de visionnage des chaînes publiques et privées

¹²² Voir notamment annexe 33 *proposition de l'association Enfance en danger*

La participation des associations aux comités de visionnage des chaînes qui ne sont qu'une étape dans l'autorégulation des chaînes n'apparaît pas comme étant la bonne solution pour amener au renforcement de la préoccupation de l'enfant au sein des médias.

Les forces des associations risqueraient d'abord de s'y dissoudre vu l'explosion du nombre de chaînes sur tous les supports (câble, satellite, numérique).

La participation à des décisions de classification risquerait également de brouiller les responsabilités et de rendre les associations coresponsables de décisions qui en définitive leur échappent. D'autres formes de coopération et de dialogue doivent se mettre en place.

Il est cependant essentiel que les médias élaborent des critères de décision et communiquent sur ces critères et sur leur procédure de classification. Le CIEM devra les interpellier régulièrement et leur proposer des séminaires de réflexion. Il est possible que des associations soient sollicitées pour y participer par des chaînes qui sont en train de se constituer, notamment quand leurs effectifs sont faibles. Il faudra que le CIEM élabore une charte déontologique des membres d'associations du CIEM participant à des comités de visionnage ou des comités d'éthique.

Cela implique de :

- demander aux chaînes de rendre publics leurs procédures de classification et leurs critères ;
- demander aux chaînes la création de comités d'éthique, tant dans le secteur public, que dans le secteur privé, pour la télévision comme pour la radio ;
- demander aux chaînes de répondre aux interpellations du CIEM sur leur programmation ;
- demander aux chaînes de respecter la charte du CIEM lorsqu'elles font appel à des associations du CIEM pour leurs comités de visionnage ou leurs comités d'éthique.

La médiation dans le secteur public

Les médiateurs :

- renforcer la position des médiateurs dans le service public, (clarifier et homogénéiser les procédures de nomination et de retour dans l'entreprise après les années de médiation) ;
- donner une visibilité du travail des médiateurs et de la prise en compte des demandes du public sur chaque chaîne.

La médiation par des représentants du CIEM :

- Demander au législateur d'inscrire une représentation du CIEM dans les conseils d'administration des chaînes et radios publiques ;
- Demander au législateur d'inscrire dans la loi sur la communication que l'un des 9 membres du CSA émane officiellement des instances du CIEM.

2.3 Rendre effectif et cohérent le contrôle de l'accès des mineurs aux médias qui ne leur sont pas appropriés

Les mesures d'interdictions proposées ici ne prendront de sens que si les familles sont parallèlement sensibilisées aux enjeux de la socialisation de l'enfant par les médias. Si ces interdits ne sont pas accompagnés par les familles et les éducateurs, ils ne serviront qu'à ajouter des possibilités supplémentaires de transgression.

- Interdire la location et l'achat des films interdits aux moins de 12 ans à des enfants de moins de 12 ans, de même pour les films interdits aux moins de 16 ans et de 18 ans ;
- Mettre en place les mêmes interdictions pour les jeux vidéo classés par les producteurs ;
- Interdire l'accès à des films interdits aux moins de 16 ou de 18 ans via les distributeurs automatiques de cassettes qui ne peuvent vérifier l'âge des abonnés ;
- Renforcer la responsabilité pénale des adultes (parents ou non) qui laissent un mineur accéder à du matériel pornographique ;
- Soustraire les programmes de catégorie 5 au décompte des quotas français et européens de diffusion et de production pour les chaînes de télévision ;
- Exiger le double cryptage obligatoire et le décryptage volontaire¹²³ de tous les programmes de catégorie 5 pour les chaînes de télévision ;
- Limiter le nombre de ces programmes diffusés par semaine sur chaque chaîne autorisée à en diffuser.

2.4 Réformer la Commission vidéo du ministère de l'Intérieur

¹²³ Il s'agit de dispositifs techniques permettant de crypter uniquement les programmes de catégorie 5, et auquel les foyers abonnés n'auraient accès qu'après avoir saisi un code personnel. Ce dispositif devrait pouvoir être rapidement mis sur le marché pour les médias en numérique. Il est important que les associations insistent auprès des pouvoirs publics pour voir sa réalisation.

Il est proposé de laisser en premier ressort le travail de classification des jeux vidéo (à envisager aussi bien pour les supports consoles que pour les jeux en ligne sur Internet) aux producteurs. Mais de leur proposer des critères de classification élaborés en partenariat avec la Commission vidéo (refondée), le SELL, les associations et les experts, en tenant compte de l'expérience de la commission de classification des films et du CSA.

- Etendre le champ d'application de la commission à l'ensemble des programmes et produits audiovisuels et à l'ensemble de leur classification ;
- Appuyer la commission sur une structure qui puisse lui apporter son aide, à l'instar de ce que le CNC peut faire pour la commission de classification des films ;
- Ouvrir la saisine de cette commission aux producteurs ou distributeurs qui souhaiteraient avoir un avis sur une décision de classification, et aux plaintes du public.

2.5 Réformer la Commission cinéma du ministère de la Culture

- Créer une interdiction ou une recommandation à l'égard des moins de 8 ans pour tenir compte de la classification qui existe en télévision, et dans d'autres pays (Allemagne, Royaume Uni...);
- Créer un séminaire régulier de formation avec les chercheurs et les experts de la socialisation des enfants par les médias ;
- Faciliter l'accès de tous à l'ensemble des classifications et des motivations des décisions de classification de façon à ce qu'elles aient un rôle pédagogique à l'égard de l'ensemble de la classification des programmes en France et soit transparente pour le grand public (en créant un site Internet spécifique au CNC).

2.6 Créer un bureau des plaintes au CSA

Les associations ont fait part de leur souhait de voir leurs liens avec le CSA renforcés et de se voir consultées lors des prises de décision importantes, notamment sur les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques et des conventions des chaînes privées avec transmission des éléments d'information nécessaires et dans des délais raisonnables. Elles veulent être un partenaire à part entière de l'instance de régulation.

Outre la présence d'un membre émanant du milieu associatif, les associations souhaiteraient la création d'un bureau des plaintes au CSA.

Ce bureau regrouperait, à la façon des commissions des plaintes qui existent au Royaume Uni, l'ensemble du suivi des plaintes effectué par les différents services du CSA (rejet, prise en compte, observations adressées aux services contrôlés...) et serait un interlocuteur direct du CIEM et des médiateurs de France Télévision. Il serait souhaitable qu'il publie une lettre d'information régulière sur la nature des plaintes et leur suivi.

3. Donner des bases solides et durables pour une éducation aux médias large et systématique destinée aux enfants dès leur plus jeune âge, par l'école et par les familles

3.1 A l'école

Considérer l'éducation aux médias comme un élément fondamental d'une pédagogie de la démocratie permettrait à l'école de retrouver sa mission de formation du citoyen sachant lire, écrire, compter, s'informer et communiquer.

Le contexte international est propice : la préparation d'une directive européenne sur l'éducation aux médias et les recommandations de l'UNESCO (Autriche, 1999 ; Séville 2002) concourent à créer un climat consensuel sur le besoin de passer à l'action de manière cohérente¹²⁴. Il faudrait :

- Développer des programmes d'échange européens dans l'éducation aux médias ;
- Dans le cadre de l'initiative Education aux médias de l'UNESCO, proposer des actions sur le terrain en direction des enseignants. Il est important que la France prenne la tête de plus d'initiatives à l'instar de celle du CLEMI retenu par la commission européenne pour piloter un projet sur Internet.

Il est urgent de développer en France une véritable éducation aux médias audiovisuels et sonores systématique et adaptée aux enfants dès leur plus jeune âge, qui prenne en compte leur développement émotionnel et intellectuel.

Les outils

La diffusion d'outils déjà existants et le développement de mallettes audiovisuelles permettant aux enseignants de travailler sur les contenus réels et représentatifs du fonctionnement télévisuel et de l'environnement médiatique des jeunes sont les mesures les plus faciles à mettre en place sur le court terme. Les enseignants seront d'autant plus à l'aise pour aborder l'éducation aux médias dans toutes ses dimensions dès lors qu'ils auront des outils adaptés qui les y aideront. Le renouvellement générationnel de la profession facilitera la

¹²⁴ Voir l'annexe 17 pour la Recommandation de l'UNESCO. Le Conseil de l'Union européenne a eu l'occasion à plusieurs reprises de demander aux Etats membres de « renforcer leurs efforts en ce qui concerne les mesures éducatives et de sensibilisation », notamment dans ses conclusions du 17 décembre 1999 sur la protection des mineurs compte tenu du développement des services audiovisuels numériques.

transformation et le développement de l'éducation aux médias à condition que les enseignants puissent disposer d'outils autres que des manuels classiques sur support papier, **à tous les degrés de l'enseignement de la maternelle au lycée.**

Cela implique, **à court terme**, de :

- libérer des budgets Education nationale nécessaires pour obtenir une version audiovisuelle des manuels existants (par exemple la collection *les cahiers de Téléscope*) ;
- créer des fonds documentaires libres de droit représentatifs de l'environnement médiatique des jeunes qui comprennent des émissions populaires, au cœur des références des jeunes ;
- développer des fonds documentaires permettant de donner aux jeunes une formation esthétique variée.

A moyen terme :

- produire des documents-cadres ayant pour but d'exposer une vision du cursus scolaire intégrant l'éducation aux médias dans toutes ses dimensions (initiation au langage audiovisuel et sonore, analyse de programmes, compréhension du fonctionnement économique des médias, droits du public, droit à l'image, protection des mineurs, autorégulation et régulation...) ;
- produire des documents destinés aux jeunes (primaire, collège, lycée) les informant de leurs droits et les initiant à la création audiovisuelle (scénario, réalisation, montage...) ;
- créer un site Internet pour recueillir les réactions à ces documents et encourager l'échange d'expériences (chez les enseignants, les parents et les jeunes). Ce site pourrait aussi être utilisé pour renforcer les réseaux existants et promouvoir la culture du dialogue en donnant plus de visibilité aux initiatives des acteurs locaux (associations, médiathèques, Conseils de la jeunesse, etc.) et donner une information grand public sur l'éducation aux médias¹²⁵ ;
- produire un document pédagogique d'explication des droits d'auteur auprès des enseignants et chercheurs, en explorant les possibilités de partenariat avec les auteurs et les diffuseurs.

¹²⁵ Voir le site Réseau éducation-médias au Québec.

La formation

Pour accompagner les enseignants dans l'utilisation de ces outils, il faudrait **à court terme** :

- généraliser des modules de formation initiale et de formation continue dans les cursus universitaires et les IUFM à l'attention des enseignants de tous les degrés (et les semaines culturelles) ;
- proposer des options information, communication, cinéma, médias, dans les cursus universitaires généralistes (DEUG, licence) ;
- utiliser dans les établissements toutes les possibilités existantes d'initiatives pluridisciplinaires pour introduire des actions de sensibilisation des jeunes à l'éducation aux médias (notamment dans le cadre des parcours diversifiés, des itinéraires découverte en collège, des TPE (travaux personnels encadrés), de l'éducation civique, juridique et sociale en lycée, des APAC dans tous degrés) ;
- ajouter à la formation des enseignants documentalistes des contenus liés à l'éducation aux médias, de manière à ce qu'ils puissent participer activement à des projets de sensibilisation aux médias, sans qu'ils en assument seuls la charge ;
- inciter les enseignants à inscrire dans les projets d'établissement au moins une action de cette nature ;
- développer les moyens des antennes régionales du CLEMI et du CNDP.

Pour prendre en compte l'ensemble des dimensions qu'implique l'éducation aux médias il sera nécessaire **à moyen terme** de :

- Constituer dans chaque degré de l'enseignement un réseau de personnes- ressources identifiables et qualifiées pouvant aborder régulièrement et systématiquement les différentes dimensions de l'éducation aux médias (initiation au langage audiovisuel et sonore, analyse de programmes, compréhension du fonctionnement économique des médias, droits du public, droit à l'image, protection des mineurs, autorégulation et régulation...).

Sur **le long terme**, il semble se dégager un consensus parmi les syndicats membres du CIEM sur la nécessité de :

- procéder à une réforme globale des contenus éducatifs, afin d'éviter l'émiettement des savoirs actuels, de permettre de décroïsonner certaines disciplines, de donner une vraie ouverture pour des projets interdisciplinaires. L'éducation aux médias pourrait être un

moteur d'innovation et de motivation. La prise en compte de l'information comme paradigme scientifique pourrait aussi renouveler les contenus éducatifs.

Autre initiatives

Des événements et rituels pourraient être créés autour de l'éducation aux médias :

- créer une semaine des médias, à l'instar de la semaine de la presse à l'école organisée par le CLEMI ;
- créer un festival des festivals de l'éducation aux médias qui valorise les films d'enfants et les productions de jeunes à partir des écoles et des CEMEA, et les productions éducatives...

3.2 Vers les familles et les centres d'accueil des jeunes (éducation spécialisée, protection judiciaire de la jeunesse, aide sociale à l'enfance, protection maternelle et infantile, médiateurs culturels)

- développer une politique d'éducation critique aux médias à travers le réseau des éducateurs, des animateurs et des médiateurs culturels ;
- mettre au point une campagne audiovisuelle de sensibilisation des parents, en associant le CIEM, sur le modèle des campagnes publicitaires pour la sécurité routière. Cette campagne pourrait comporter plusieurs volets, sur les enjeux éducatifs des médias, la nécessité de promouvoir distance et esprit critique, la diversité culturelle, la curiosité, le dialogue entre les jeunes et leurs familles, entre les jeunes et les adultes qui les accompagnent... déclinable chaque année ;
- accompagner la campagne de la publication de guides pour les parents qui pourrait susciter des groupes de réflexion locaux, réunissant les associations familiales, les parents d'élèves, les réseaux de parentalité ;
- mettre au point des campagnes de sensibilisation et de formation des adultes ayant accès aux jeunes, dans des situations extra-scolaires, comme les médecins, les pédiatres, les psychologues, les assistantes maternelles etc.

3.3 Par les médias

En plus de la mise à l'antenne d'émissions de décryptage destinés aux enfants et aux familles sur les chaînes et radio publiques mentionnées ci-dessus (Recommandations 1.1), il faudrait :

- inciter les chaînes publiques à valoriser les expériences originales pratiquées dans le cadre de l'éducation aux médias : concours de scénarios, festivals de films d'enfants ;
- explorer les possibilités de diffusion du numérique notamment sur les chaînes locales et régionales (voir ou revoir les contrats d'objectifs des chaînes du numérique). Certains canaux pourraient être réservés à l'éducation aux médias, et pas nécessairement dans le cadre scolaire (comme cela se pratique déjà aux Etats-Unis et au Canada pour le câble) ;
- inciter l'ensemble des chaînes publiques, les chaînes privées hertziennes et numériques terrestres, ainsi que les chaînes thématiques jeunesse, à développer des concepts d'émission de décryptages des médias qui pourraient faire partie, selon leurs horaires de diffusion, et leur accessibilité au jeune public, des obligations de diffusion d'émissions éducatives ou documentaires. Elles pourraient bénéficier de soutiens à la production spécifiques.

4. Développer un programme de recherches et d'évaluation par la création de groupes de travail impliquant médias, chercheurs, associations, pouvoirs publics

Il est essentiel de relancer une politique de la recherche dans le domaine des médias et des enfants. Sur ce point, l'ensemble des chercheurs consultés sont d'accord. Tous les supports méritent aujourd'hui des études françaises (TV, jeux vidéos, CD, radio, Internet, téléphones portables...).

Les conditions économiques, juridiques et politiques du développement de ces supports devraient faire partie d'une approche systémique et historique.

4.1 les thématiques

4.2 l'évaluation de l'éducation aux médias

4.3 l'évaluation de l'autorégulation et de la régulation

4.4 la comparaison internationale (sur tous ces axes et types d'évaluation)

Ce programme est repris infra dans le cadre du Forum du CIEM.

Avant de lancer ce programme, il serait utile d' :

- **organiser des assises européennes de la recherche**, afin de faire le point **sur la question de l'environnement médiatique de l'enfant et de l'éducation aux médias**. Cela permettrait d'intensifier les échanges d'information entre chercheurs et associations, au niveau européen.

5. Créer un pôle structuré et pérenne permettant aux associations de jouer un rôle de vigilance par rapport au jeune public mais aussi de sensibilisation du public, de dynamisation et de diffusion de la recherche, de dialogue avec les médias, les pouvoirs publics, les chercheurs : Le Forum Médias et Enfance du CIEM

Dans l'état actuel des choses, les associations sont incapables de libérer des moyens suffisants pour installer dans la durée une telle plate-forme. **Elles ont pourtant une mission d'intérêt général à promouvoir : la défense de l'équilibre de l'enfant dans l'environnement médiatique**. Madame Ségolène Royal, ministre déléguée à la Famille, à l'Enfance et aux Personnes handicapées, a souligné, dans son discours de novembre 2001 au Salon de l'éducation, que cette mission n'est à ce jour remplie ni par le CSA ni par le secteur professionnel.

Le CIEM a besoin du soutien des pouvoirs publics pour créer une structure permanente (mais légère), le Forum Médias et Enfance du CIEM, indépendante des médias, qui répondrait à quatre missions fondamentales :

- **information et sensibilisation du public aux enjeux de la socialisation de l'enfant par les médias ;**
- **instauration d'un dialogue avec les pouvoirs publics et les médias sur les questions de l'environnement médiatique de l'enfant ;**
- **interpellation des médias et des instances de régulation et d'autorégulation ;**
- **impulsion d'un programme de recherche.**

5.1 le Forum du CIEM : une structure innovante

Plate-forme d'intelligence collective et de dialogue, le Forum serait un moyen de dépasser les manichéismes, un outil de rencontres et de recherches, sans confusion entre les fonctions et les missions des différents acteurs. (Voir l'organigramme du Forum du CIEM ci-joint.)

Le bon fonctionnement du forum du CIEM suppose¹²⁶ :

- la constitution du CIEM en association loi de 1901, disposant d'une personnalité morale ;
- l'indépendance du CIEM et du Forum du CIEM par rapport aux médias et aux pouvoirs publics grâce à un financement autonome, émanant de la société civile.

Le Forum, régi lui-même par le statut d'association loi 1901, serait animé par les associations fondatrices du CIEM. Ce Forum serait doté d'un budget propre qui pourrait être alimenté par la redevance (0.5 euro par redevance) et/ou par un prélèvement infime sur les recettes publicitaires des chaînes. Représentant la défense des intérêts du public, ce prélèvement sur la redevance serait légitime. Il pourrait aussi alimenter pour une part un fonds destiné à la production de programmes pour la jeunesse à valeur culturelle ou éducative qui ne pourraient pas se monter autrement.

Au cas où la médiation du Forum n'aurait pas permis de résoudre un conflit entre les parties, il appartiendrait au CIEM de saisir le CSA voire les instances juridictionnelles compétentes en France et en Europe.

5.2 Axes d'action du Forum

En accord avec ses missions, trois axes majeurs se dégagent.

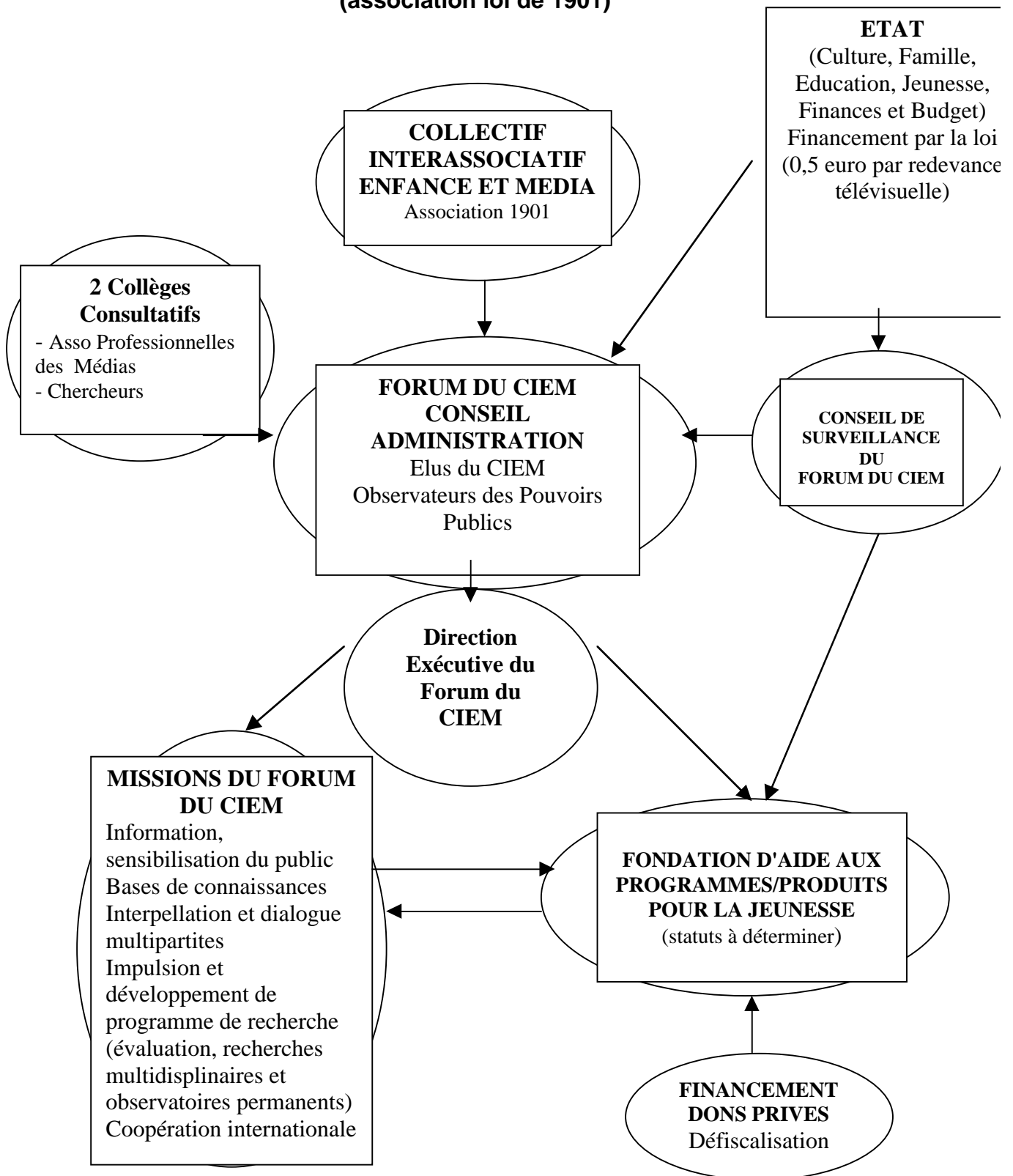
Pour l'information et la sensibilisation du public :

- animer et assurer le suivi des campagnes de sensibilisation dirigées vers les familles, les éducateurs, les pédiatres et les enseignants ;
- rendre accessible au grand public et aux associations en partenariat avec le GRREM une base de connaissances et fond documentaire ;
- publier un bilan annuel des actions du Forum qui définirait également les axes de travail et de mobilisation à venir ;
- créer un site web où seraient entre autres accessibles les chartes des chaînes, le nom des correspondants protection des mineurs et respect du public dans les chaînes ;
- permettre au grand public de participer aux travaux du Forum par Internet.

¹²⁶ Suite aux débats qui ont eu lieu au CIEM autour du projet de prérapport, lors de la réunion du 26 février 2002, et pendant la rédaction du rapport final. Ce point a fait l'objet de débats le 3 mai 2002 lors de la remise officielle à la Ministre.

ORGANIGRAMME DU FORUM DU CIEM

(association loi de 1901)



Pour l'instauration d'un dialogue avec les médias et les pouvoirs publics :

- rédiger une charte pour les associations du CIEM qui participeraient à des comités de visionnage ou des comités d'éthique ;
- animer des groupes de travail réguliers à partir des sujets qui préoccupent les associations du CIEM. Lors des auditions 3 thèmes sont apparus qui pourraient faire partie des priorités : les représentations des conflits dans les dessins animés pour les enfants, l'accès des jeunes à la pornographie, la place de l'éducation aux médias dans les contenus scolaires ¹²⁷;
- organiser des séminaires réguliers de réflexion invitant l'ensemble des médiateurs et des correspondants dans les chaînes de télévision chargés de la protection des mineurs, du respect du public, de l'éthique, et des animateurs de radio autour de programmes qui posent problème dans l'opinion ;
- promouvoir des rencontres annuelles de débats / réflexion ouvertes aux jeunes, aux autres associations, aux chercheurs ;
- inciter à des actions de formation et de sensibilisation dans les écoles de journalisme, de cinéma et d'écriture audiovisuelle sur la question de la socialisation de l'enfant par les médias et ses conséquences.

Pour l'interpellation des médias et des pouvoirs publics :

- Interpeller les médias, à l'occasion des bilans annuels (bilans des médiateurs, bilans financiers des chaînes publiques, bilans effectués par le CSA pour les chaînes et les radios...) sur les sujets qui préoccupent le public et les associations du CIEM ;
- Interpeller les médias et le CSA à l'occasion de la programmation d'une émission qui pose problème au regard de la protection de l'intérêt de l'enfant ;
- Interpeller les pouvoirs publics lorsque les mineurs peuvent avoir accès à un produit culturel qui leur est préjudiciable ;
- Saisir les juridictions compétentes en France et en Europe si les procédures de dialogue ou d'interpellation ne sont pas capables de résoudre le conflit ;
- Suivre les évolutions législatives et réglementaires qui concernent l'environnement médiatique des jeunes ;
- Suivre les travaux de la commission européenne et instaurer une coopération avec d'autres associations à vocations similaires.

5.3 le programme de recherche et les observatoires du Forum du CIEM

¹²⁷ Voir notamment la proposition de S.Tisseron en annexe 8.

Il est proposé d'organiser ces actions de recherche dans le cadre de groupes de travail et de deux observatoires ayant vocation à assurer le suivi de programmes de recherches pluridisciplinaires et la diffusion de leurs résultats auprès du grand public, des médias, et des pouvoirs publics. Ces groupes de travail et ces observatoires, qui seront financés par le Forum, devront associer plusieurs types de partenaires : laboratoires du CNRS, des universités, mais aussi des acteurs de terrain du côté de l'enfance (pédiatres, psychologues, travailleurs sociaux, enseignants des différents degrés...) et du côté des médias (producteurs, scénaristes, diffuseurs, médiateurs...), et bénéficier de la participation et du soutien d'organismes publics comme le CNC, l'INA, le CSA.

Le programme de recherche et d'évaluation

Les thématiques :

Les thématiques identifiées par les chercheurs internationaux doivent être testées davantage dans le contexte français, au sein de la programmation et de genres spécifiques. Les thématiques qui préoccupent les associations également. Les axes de travail annuel seront définis par les instances décisionnaires du Forum après consultation des collègues consultatifs des associations professionnelles des médias et des chercheurs.

Seront notamment à explorer :

- les représentations véhiculées par la publicité et le marketing qui cible les jeunes ;
- les représentations de violence ;
- le traitement médiatique des maltraitances et de la pédophilie dans l'information TV et les magazines ;
- les représentations de la pornographie ;
- la représentation des filles/femmes ;
- la représentation des jeunes issus de l'immigration ;
- l'image des jeunes ;
- l'impact des médias sur les enfants ;
- l'impact des médias sur les jeunes en difficulté (difficultés sociales ou psychologiques) ;
- les troubles de l'enfance et de l'adolescence liés aux médias (obésité, sommeil, stress familial, angoisses...) ;
- l'impact de la pornographie sur les adolescents¹²⁸ ;

¹²⁸ Demandé notamment dans sa proposition 11 par le rapport N. Belloubet-Frier, qui recommandait que le ministère de l'Education nationale soutienne l'action et la réflexion de la ministre de la Famille et des associations et notamment du manifeste pour une télévision respectueuse de la dignité humaine qui est à l'origine du CIEM.

- l'acculturation des jeunes par les productions étrangères (européennes, américaines, japonaises) ;
- médias et étapes de développement de l'enfant (acquisition des repères réalité/fiction ; développement de l'identité et de la perception de l'autre...) ;
- le cas des tout-jeunes téléspectateurs.

Il faut y ajouter, selon les besoins, des thématiques plus spécifiques et ponctuelles, comme celle du jeu sur l'authenticité, de la télé-réalité,...

Certaines approches devraient être longitudinales et permettre le suivi des jeunes jusque dans leur vie adulte pour montrer plus précisément l'impact des médias sur les goûts, les usages et les repères.

L'évaluation de l'éducation aux médias

Les expériences d'éducation aux médias sont nombreuses mais on manque d'évaluation de leur impact, de leur efficacité. Cette évaluation ne peut se faire simplement en termes d'acquis, dans le système éducatif formel, même si ceci est absolument indispensable. Elle doit se faire aussi dans un cadre participatif, de fonctionnement au sein d'un projet scolaire ou para-scolaire pour observer des transferts à des comportements dans la vie réelle.

L'évaluation de l'autorégulation et de la régulation

L'autorégulation étant un fait relativement nouveau en France, il serait important d'en faire une évaluation et d'en mesurer l'impact en terme de pratiques journalistiques, de codes déontologiques, de son suivi, de ses faiblesses et de ses forces. De même pour la régulation, qui reste par trop le pré-carré des juristes et devrait davantage être analysée d'un point de vue historique, économique et sociologique.

La comparaison internationale (sur tous ces axes et types d'évaluation)

Dans le contexte actuel d'eupéanisation et de globalisation, il est important de s'informer des expériences qui sont menées ailleurs et de participer à des appels d'offre internationaux, voire de les susciter.

L'isolement des chercheurs français tient en partie à leur non-maîtrise de la langue anglaise ou espagnole. Il faudrait que les pouvoirs publics puissent donner des aides à la traduction et à

la publication pour inciter la recherche à traverser les frontières et à être prise en compte dans les grands index dominés par la culture anglo-saxonne (index des sciences sociales notamment).

Il faudrait de manière générale assurer l'accès du public et des professionnels des médias sur les travaux en cours (via un site Internet) et une large diffusion des conclusions de ces groupes de travail. Le modèle d'un centre de redistribution de l'information (*Clearing house*) sur la protection de l'enfance et les médias serait à étudier, sur le modèle de la Clearinghouse de l'Unesco qui a une capacité d'évaluation et de suivi d'exécution (rapport annuel...).

Observatoire de l'enfant et des médias regroupant des chercheurs pluridisciplinaires (psychologues, pédopsychiatres ou psychanalystes, sociologues, juristes, ethnologues...)¹²⁹

Cet observatoire aura plusieurs axes de travail parmi lesquels :

- évaluer la dangerosité des programmes et produits ;
- donner des labels positifs ;
- répondre aux questions des associations et du public sur l'impact à court et moyen terme des programmes et produits audiovisuels sur les enfants en suivant un programme d'action défini par le Forum du CIEM.

Observatoire pluridisciplinaires des programmes pour enfants et adolescents (avec des juristes, des économistes, sociologues, producteurs, scénaristes, réalisateurs ...)¹³⁰

Cet observatoire aura plusieurs axes de travail parmi lesquels :

- produire des analyses qualitatives et statistiques des programmes et produits audiovisuels pour les enfants, indépendantes mises à disposition du public et des professionnels du secteur, et à leur demande ;
- mener des études d'audience sur quelques programmes phares jeunesse à l'étranger ;
- proposer une réflexion sur l'importance des scénarios (scénarios alternatifs à la violence,...).

¹²⁹ Voir annexe 6.

¹³⁰ Voir annexe 9.

Conclusion

**Il est urgent d'agir et d'innover
pour
construire une politique de l'enfance
dans l'environnement médiatique
et
développer un pôle associatif
représentant les intérêts de l'enfant**

Les limites structurelles de l'autorégulation et du secteur associatif débordé par la réparation de la précarisation sociale incitent à demander un soutien des pouvoirs publics pour un Forum du CIEM. Ce Forum pourrait relancer une dynamique publique sur une question aussi cruciale que la socialisation des enfants à l'âge des écrans et permettre un dialogue tripartite régulier (diffuseurs-producteurs, Etat, associations). Afin qu'une corégulation équilibrée puisse voir le jour, il importe aujourd'hui que les associations puissent bénéficier de structures fortes, démocratiques et transparentes.

L'époque actuelle met les médias et la société civile à la croisée des chemins alors que le modèle purement libéral est en passe de gagner toutes les structures privées et publiques et que l'intervention étatique perd de sa légitimité. Soit les associations se constituent en acteurs à part entière, avec le soutien des pouvoirs publics, et parviennent à proposer les conditions d'un nouvel équilibre des forces. Soit le délabrement des contre-pouvoirs se confirme laissant libre cours à la loi du marché. Une telle évolution est celle que connaissent les Etats Unis d'Amérique depuis les années quatre-vingts, sachant que la situation française pourrait être pire que celle des Etats-Unis car la société française reste passive et attend de l'Etat qu'il la défende face aux abus du marché.

Du fait de la convergence des diffuseurs-producteurs et de la circularité des produits entre les différents supports, il faut agir prioritairement sur les médias moteurs de la production de fiction et d'information, à savoir la télévision et la radio. Mais il faut obtenir une cohérence globale des dispositifs de socialisation et de protection des enfants par les médias (TV radio, cinéma, jeux vidéo, DVD...).

Les périodes électorales et la négociation des conventions des chaînes (notamment avec

l'arrivée du numérique tout prochainement) sont des périodes privilégiées de mobilisation des associations et de l'opinion publique pour agir. Mais l'essentiel n'est pas là. Il est crucial d'installer la réflexion et la vigilance dans la durée et de promouvoir un cadre rénové de dialogue et d'intelligence collective qui prenne en compte les conditions de la socialisation de l'enfant à l'âge des écrans et des technologies de la société de l'information.

Quelques décisions et modifications législatives ou réglementaires sont nécessaires, mais on ne peut attendre de la loi seule qu'elle règle le problème de la prise en compte de la spécificité des enfants et des adolescents dans les médias. Tout repose sur l'implication des acteurs politiques et la vigilance des associations afin que se développe une sensibilisation des acteurs éducatifs, familiaux, médiatiques aux enjeux de la socialisation des enfants et des adolescents. Tout est aussi conditionné par la volonté de ces trois acteurs d'entrer dans une démarche nouvelle de connaissance, de droits, de respect et de responsabilité.

Le rôle du CIEM est d'animer cette démarche nouvelle dont on sent les frémissements à tous les niveaux de la société civile.

**Le CIEM est le garant du suivi des recommandations
du présent rapport et de sa publication.**

Repères bibliographiques

Les références données ci-dessous ne sont pas exhaustives, elles sont destinées à fournir des pistes de réflexion à partir d'auteurs reconnus dans le champ interdisciplinaire des médias et des jeunes. Les références internationales sont volontairement très réduites.

Allard, C. *L'enfant au siècle des images*. Paris, Albin Michel, 2000.

Amalou F. *Le livre noir de la pub, quand la communication va trop loin*. Paris, Stock, 2001.

Bahuaud M. *Dessin animé, jouet : des produits dérivés*. Paris, L'Harmattan, 2001.

Baton-Hervé E. *Les enfants téléspectateurs, Programmes, discours, Représentations*. Paris, L'Harmattan, 2000.

Bevort E et Bréda I. (sous la dir). *Les jeunes et Internet, représentations, usages et Appropriations*. Paris, CLEMI, 2001.

Brée J. *Les enfants, le marketing et la publicité*. Paris, PUF, 1993.

Brune F. *Le Bonheur conforme*. Paris, Gallimard, 1996.

Carrier J-P. et Gautelier C. *Le petit écran des enfants*. Arles, Actes Sud, 2000.

Cesarone B. « Video Games: Research, Ratings, Recommendations ». *Clearinghouse on Elementary and Early Childhood Education (ERIC), Eric Digest*, Novembre 1998.

Challey M. *Jeunes téléspectateurs en maternelle*. Paris, Hachette, 1997.

Dahlgren P. *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London, Sage, 1995.

De Lamberterie I. et Strubel X. « La manipulation de l'image » *Image et Droit*, Pascale Bloch (sous la dir.). Paris, L'Harmattan, 2002.

Debarbieux E. *La violence en milieu scolaire. Vol 1 : état des lieux ; vol 2 : Le désordre des choses*, Paris, ESF, 1996.

Debray R. *Vie et mort de l'image. Une histoire du regard en Occident*, Paris, Gallimard, 1992.

Djénati G. *Psychanalyse des dessins animés*. Paris, Archipel, 2001.

Du Castel F, Chambat P. et Musso P. *L'ordre communicationnel, les nouvelles technologies de la communication : enjeux et stratégies*. Paris, CNET-La Documentation française, 1989.

Esquenazi J-P (sous la dir.). *La communication de l'information*. Paris, L'Harmattan, 1997.

Ferro M. et Jeammet P. *Que transmettre à nos enfants ?* Paris, Seuil, 2000.

- Flichy P. *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1980.
- Frau-Meigs D et Jehel S. *Les écrans de la violence. Enjeux économiques et responsabilités sociales*. Paris, Economica, 1997.
- . « Enjeux économiques : marketing et programmes pour enfants », colloque international Unesco-GRREM, Paris, Avril 1997, version en disquette.
- . « Acculturation et américanisation des jeunes par les médias en France ». Paris, GRREM, à paraître.
- Gerbner G. et al. « Growing up with television : the cultivation perspective », Bryant J et Zillman D (eds) *Media Effects : Advances in Theory and Research* , Hillsdale, NJ, Eerlabum, 1993.
- Gonnet J. *De l'actualité à l'école. Pour des ateliers de démocratie*. Paris, Colin, 1995.
- *Education et médias*. Paris, PUF, 1999.
- Greenfield P. M. et Retschitzki J. *L'enfant et les médias ; les effets de la télévision, des jeux vidéo et des ordinateurs*. Fribourg, Editions universitaires Fribourg. 1998 (édition revue et complétée de Mind at play. Collins, 1984)
- Grossman D. et DeGaetano G. *Stop Teaching Our Kids to Kill: A Call to Action Against TV, Movie and Video Game Violence*. New York, Random, 1999.
- Guichard N. *Publicité télévisée et Comportement de l'enfant*. Paris, Economica, 2000.
- Jacquinet, G. "Télévision, terminal cognitif" in revue Réseaux, Télévision et apprentissages, CNET/CNRS, n° 74, décembre 1995.
- « Le pédagogue et les médias : vers une nouvelle identité professionnelle ? », *Les Cahiers du CREDAM* , n°2, Paris 3/CLEMI-CREDAM, 2002.
- (sous la dir). *Les jeunes et les médias, Perspectives de la recherche dans le monde*. Paris, L'Harmattan, 2002.
- Klein N. *No logo*. Arles, Actes Sud, 2000.
- Langouët G. (sous la dir). *Les jeunes et les médias en France*. Paris, Hachette, 2000.
- Le Diberder A. et F. *L'univers des jeux vidéo* Paris, La Découverte, 1998.
- Lefebvre J. *La société de consolation*. Paris, Sens et Tonka, 2000.
- Livingstone S. et Lunt P. « Se faire entendre dans l'espace public, les femmes, la télévision et le citoyen-télespectateur », Réseaux, n° 63, CNET, 1994.
- Lochard G. *Scènes télévisuelles de la banlieue*. Paris, INA-L'Harmattan, 1998.
- Martinez M-L. et Seknadjé-Askénazi J. (sous la dir.). *Violence et éducation*. Paris, L'Harmattan, 2001.

- McChesney R. *Rich Media Poor Democracy*. Chicago, U of Illinois Press, 1999.
- Mehl D. *La télévision de l'intimité*. Paris, Seuil, 1996.
- Miller M. C. *Boxed In. The Culture of TV*. Evanston, Northwestern UP, 1988.
- Minot F. *Quand l'image se fait publicitaire, approche théorique, méthodologique et pratique*. Paris, L'Harmattan, 2001.
- Neveu E. *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris, La Découverte, 1996.
- Pasquier, D. *La culture des sentiments, l'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris, MSH, 1999.
- Ramonet I. *La tyrannie de la communication*. Paris, Folio, 2001.
- Rifkin J. *L'âge de l'accès. La révolution de la nouvelle économie*. Paris, La découverte, 2000.
- Roché S. *La délinquance des jeunes, les 13-19 ans racontent leurs délits*. Paris, Seuil, 2001.
- Roussel L. *L'enfance oubliée*. Paris, Odile Jacob, 2001.
- Ruet C. « L'expression par l'image au regard de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme » *Image et Droit*, Pascale Bloch (sous la dir.), Paris, L'Harmattan, 2002.
- Schiller D. *Digital Capitalism*. Boston, MIT, 2000.
- Soulages J-C. *Les mises en scènes visuelles de l'information*. Paris, INA-Nathan, 1998.
- Théry J-F. *Pour en finir une bonne fois pour toutes avec la censure*. Paris, Cerf, 1990.
- Tisseron, S. *Enfants sous influence, les écrans rendent-ils les jeunes violents ?* Paris, Armand Colin, 2000.
- Tremel L. *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia. Les faiseurs de monde*. Paris, PUF, 2001.
- Vonach L. « Les jeux vidéo : une illusion ludique à risque » *Quaderni*, n°44, 2000.
- Walsh, D. *2001 Video and Computer Game Report Card*. National Institute on Media and the Family (www.mediafamily.org), 2001.
- Wolton D. *Eloge du grand public*. Paris, Flammarion, 1990.
- Rapports, dossiers et numéros spéciaux de revues
- « A la recherche du public ». *Hermès*, n°11-12, 1992.
- « Children in the new media landscape ». *Clearinghouse on violence in the media*, UNESCO, 2000.
- Etudes sur les enfants et la publicité télévisée*. Minot F. Paris, La Documentation française et GRREM, 2002.
- Evaluation des pratiques en éducation aux médias, leurs effets sur les enseignants et les élèves (5 situations considérées comme pilotes 1994-96)*. La recherche au CLEMI, 1999.

« L'éducation aux médias ». *Les Cahiers du CREDAM (CLEMI)*, n° 1, novembre 2001.

« L'impact de la télévision sur les publics jeunes, problématiques, réponses et propositions ». *Revue de l'INJEP*, 1999.

L'impact de la télévision sur les publics jeunes. Problématiques, réponses et propositions. Gouvernet D. Rapport au ministère de la Jeunesse et des Sports, 1999.

« Les chiffres clés de la jeunesse ». *Revue de l'INJEP*, 1998.

Les enfants acteurs courtisés de l'économie marchande. Dagnaud M. Rapport au ministère de l'Education, février 2002.

« Les enfants et la télévision ». *Journal des professionnels de l'enfance*, mai-juin 2002.

« Les jeunes dans la société de l'information ». *Revue de l'INJEP*, n° 26, 2002.

« Les jeunes et l'écran ». Pasquier D. et Jouët J. (sous la dir.). *Réseaux (CNET/CNRS)*, n° 92-93, 1999.

« Les téléspectateurs, futurs citoyens ». *Les Cahiers de Téléscope (CNDP/CSA)*, 1998.

Médias, violence et éducation. Bévort E. et Frémont P. (sous la dir.). Actes de l'Université d'été. Caen 5-8 juillet 1999. Paris, CLEMI- CNDP, 2001.

Penser la télévision. Colloque Cerisy-la-Salle, juin 1996. Paris, INA-Nathan, 1998.

« Peut-on apprendre de la télévision ? Le terminal cognitif, Cent témoins, cent paroles ». Dossiers de L'Audiovisuel (INA-La documentation Française), n° 100, oct-nov 2001.

« Qui a (encore) peur des jeux vidéos ? » Jacquinot G. (sous la dir.). *MédiaMédiamorphoses (INA/PUF)*, Dossier n° 3, octobre 2001.

Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information. Charon J-M. Rapport au ministère de la Culture, 1999.

« Télécole, ou l'évaluation de la faisabilité de l'éducation aux médias en Belgique francophone ». *Communication*, numéro spécial sur l'Education aux médias, 1995.

« Télévision et apprentissage ». Jacquinot G. et Pasquier D. (sous la dir.). *Réseaux (CNET/CNRS)*, n° 74, décembre 1995.

Télévisions et Radios pour une Europe Pluraliste, actes de la conférence européenne « Public Broadcasting for a Multicultural Europe », Strasbourg, 1995.

The social effects of electronic interactive games. An annotated Bibliography. Mediascope Inc. (www.mediascope.org), Etats-Unis, 1996.

Tuning in to diversity. Eriksen-Terzian A. Rapport à la commission européenne, février 2002.

TABLE DES MATIERES

AVANT PROPOS	4
INTRODUCTION	7
Instaurer dialogue et médiation entre Familles, Educateurs, Médias, Pouvoirs publics, et Chercheurs autour des enjeux de la socialisation de l'enfant	7
Inscrire la protection des mineurs et la responsabilité des médias dans le contexte de la socialisation de l'enfant et de la construction de sa personnalité	8
I. LE BILAN	11
1. L'enfant dans l'environnement médiatique : un acteur négligé par les pouvoirs publics mais ciblé par le marché	11
1.1 Le malaise des mineurs et la crise de l'autorité parentale	11
1.2 La jeunesse : un enjeu marginal pour les chaînes publiques	15
1.3 La protection de l'enfance et les enjeux de la culture jeune	18
2. Acquis et faiblesses de la régulation et de l'autorégulation	22
2.1. Régulation, autorégulation, corégulation : tentatives et définition	22
2.2. Atomisation, isolement des acteurs de l'autorégulation (comités de visionnage et médiateurs) et de la régulation	26
Le cas général	26
Le cas des médiateurs dans les chaînes publiques	28
Autres instances de médiation : le CSA et le Défenseur des enfants	30
2.3. Le public : une légitimité déniée	31
Le cas général	32
Les attermoissements du secteur public	33
Les autres médias	34
2.4. Protection des mineurs dans l'ensemble des médias : un droit sans cohérence globale	36
Télévision et Cinéma	36
La radio	38
Cassettes vidéo, DVD, Jeux vidéo	38
Les programmes interdits aux mineurs de 18 ans (pornographie, violence ou atteinte à la dignité de la personne)	40
Le régime juridique de la publicité	44
3. Education aux médias : il faut changer d'échelles	46
3.1. Le contenu de l'éducation	47
3.2. Les moyens insuffisants de l'éducation aux médias	51
Les outils	51
La formation	53
3.3. La prise en compte des autres acteurs de l'éducation aux médias	54
Les familles et les éducateurs	54
Les collectivités locales	55
Les médias	55

4. Les forces et faiblesses de la recherche en France	56
4.1. Les acquis	56
Violence	56
Pornographie	57
Publicité	59
4.2. Les spécificités françaises	60
5. Faiblesse structurelle de l'action associative dans le domaine Enfance et Médias	61
5.1 Un contre-pouvoir à construire	62
5.2 Un constat positif : l'intérêt suscité par le CIEM auprès des différents acteurs	63
II LES RECOMMANDATIONS	65
1. Relancer la politique de l'enfance et de l'adolescence dans les médias	66
1.1 Dans le secteur public	66
Pour la télévision	66
Pour la radio	66
1.2. Encourager financièrement la production et la diffusion de programmes culturels et éducatifs pour les moins de 18 ans	67
2. Donner une base large et cohérente à l'autorégulation et la corégulation (médias, pouvoirs publics, associations)	68
2.1. Renégocier la signalétique jeunesse de la télévision et l'étiquetage des programmes et des produits audiovisuels	68
Redynamiser les procédures d'autorégulation et de médiation et des relations au public	69
Les comités de visionnage des chaînes publiques et privées	69
La médiation dans le secteur public	70
La médiation par des représentations du CIEM	70
2.3. Rendre effectif et cohérent le contrôle de l'accès des mineurs aux médias qui ne leur sont pas appropriés	70
2.4. Réformer la Commission vidéo du ministère de l'Intérieur	71
2.5. Réformer la Commission cinéma du ministère de la Culture	71
2.6. Créer un bureau des plaintes au CSA	72
3. Donner des bases solides et durables pour une éducation aux médias large et systématique	73
3.1. A l'école	73
Les outils	73
La formation	75
Autres initiatives	76
3.2. Vers les familles et les centres d'accueil des jeunes	76
3.3. Par les médias	77
4. Développer un programme de recherches et d'évaluation	77
4.1 les thématiques de recherche	
4.2 l'évaluation de l'éducation aux médias	

4.3 l'évaluation de l'autorégulation et de la régulation	
4.4 la comparaison internationale (sur tous ces axes et types d'évaluation)	
5. Créer un pôle associatif structuré et pérenne	78
5.1. Le Forum du CIEM : une structure innovante	78
5.2. Axes d'action du Forum	79
5.3. Le programme de recherche et les observatoires du Forum du CIEM	82
Observatoire de l'enfant et des médias	84
Observatoire pluridisciplinaires des programmes pour enfants et adolescents	84
CONCLUSION : Il est urgent d'agir et d'innover	86
Repères bibliographiques	88
ANNEXES	97

Liste des annexes

1. Participants au CIEM, et texte de fondation
2. Liste des personnalités auditionnées
3. Liste des associations et chercheurs ayant adressé une contribution écrite
4. Questionnaire adressé à l'ensemble des personnalités auditionnées et aux associations du CIEM
5. Questionnaire adressé aux chercheurs

Propositions faites au CIEM

6. Observatoire de l'enfant face aux images des médias (Claude Allard)
7. Projet d'une émission de télévision d'éducation aux images (Serge Tisseron)
8. Projet de modules d'IUFM (Serge Tisseron)
9. Observatoire des programmes pour enfants (Chantal Giner-Dufour, Media Consulting Group)

Textes officiels

Internationaux

10. Directive européenne « Télévision sans frontières » du 3 octobre 1989, modifiée le 30 juin 1997, article 22
11. Convention européenne Télévision transfrontière du Conseil de l'Europe, 5 mai 1989, signée par la France le 12 février 1991
12. Déclaration internationale des droits de l'enfant, 20 novembre 1989
13. Directive du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information (articles 2 à 5)
14. Résolution de Bratislava par la CIFEJ de 1994 (*en anglais*)
15. Charte de l'UER sur la représentation de la violence à la télévision (*en anglais*)
16. Recommandation de l'Union européenne sur la protection de l'enfance et la dignité humaine dans l'audiovisuel et les services d'information, septembre 1998
17. Recommandations de l'UNESCO en matière d'éducation aux médias, Séville 2002 (*en anglais*)
18. Projet de déclaration de Thessalonique (*en anglais*)

Nationaux

19. Loi du 30 septembre 1986 modifiée, articles 1 et 15
20. Code pénal articles L 227-23 et L 227-24
21. Loi n°98-468 du 17 juin 1998 relative à la prévention et à la répression des infractions sexuelles ainsi qu'à la protection des mineurs (articles 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39).

22. Loi n°2000-516 du 15 juin 2000 renforçant la protection de la présomption d'innocence et les droits des victimes (article 99).
23. Décret n°90-174 du 23 février 1990 relatif à la classification des œuvres cinématographiques modifié
24. Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage
25. Dispositif Signalétique des chaînes de télévision, négocié par le CSA
26. Recommandation « Enfant » du BVP, du 14 mars 2002
27. Recommandation « Image de la personne humaine » du BVP, du 6 septembre 2001

Contributions

28. Contributions des CEMEA : « l'édition éducative et culturelle pour les jeunes, tirons le signal d'alarme » de Christian Gautellier, Enfants, Jeunes, Télévisions, des propositions pour une télévision des jeunes.
29. Contribution du Dr Gilbert Vila, service de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent, praticien hospitalier, Hôpital Necker enfants malades
30. Contribution de Chantal Cabioc'h, chef de service socio-éducatif, ASE
31. Contribution de France Télévision, réponse au questionnaire du CIEM
32. L. Vonach, Panorama sur les effets des jeux vidéo.
33. Proposition de l'association Enfance en danger, non aux violences à la télé

Divers

34. Tableau des investissements des chaînes hertziennes dans le dessin animé
35. Les droits d'auteur et l'éducation aux médias
36. Lettre de l'UPF du 22 mars 2002
37. Lettre du SPFA du 12 avril 2002
38. N. Wolmark « Les prairies et châteaux du dessin animé ou les habits neufs de l'enfant Roi », *lettre de la SACD*, mai 2000
39. Notices biographiques des rapporteuses

Annexe 1

Les premiers participants au réseau du CIEM sont : *L'Union Nationale des Associations Familiales (secrétariat du collectif), la Ligue Française de l'Enseignement et de l'Education Permanente (secrétariat du collectif), l'Association des Instituts de Rééducation (AIRE), l'Association de Sauvegarde de l'Adolescence, la Confédération Syndicale des Familles (CSF), la Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques, Familles Rurales, Familles de France, le Conseil National des Associations Familiales Laïques, l'Union des Familles Laïques, la Fédération des Conseils de Parents d'Elèves (FCPE), la Fédération des Parents d'Elèves de l'Enseignement Public (PEEP), l'Union Nationale des Associations Autonomes de Parents d'Elèves, l'Union Nationale des Parents d'Elèves de l'Enseignement Libre, la Fédération Nationale des Associations de Parents et animateurs pour l'Education Chrétienne des Elèves de l'Enseignement Public (FNAPAPEC), le Syndicat National des Enseignants du second degré, le Syndicat des Enseignants, la Fédération des Syndicats Généraux de l'Education Nationale et de la Recherche Publique (SGEN/CFDT), le Syndicat National Unitaire des Instituteurs Professeurs des Ecoles et Professeurs d'Enseignement Général de collèges (SNUIPP/FSU), le Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens et d'Information (CLEMI), l'Union des Foyers de Jeunes Travailleurs, les Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active (CEMEA), Enfants du Monde/ Droits de l'Homme, Les Francas, les Scouts de France, le Conseil Français des Associations pour les Droits de l'Enfant (COFRADE)*

Sont en attente de confirmation : *Anima-Fac, la Fédération de l'Ecole des Parents et des Educateurs, la Fédération Nationale des Centres Sociaux, les Associations Familiales Protestantes, UNASEAA, etc,*

Annexe 2

LISTE DES PERSONNES AUDITIONNEES

Jean-Claude Allanic : médiateur des rédactions France 2
Alain Auclair : président de la FEMIS
Eve Baron : directrice de l'unité jeunesse de France 3
Pierre Belaich : directeur général adjoint chargé des programmes (Canal J, Tiji)
Edouard Boccon-Gibod : directeur adjoint à la direction générale (TF1)
Laurence Blaevoet : directrice de la programmation et des achats de programme (Canal +)
Malek Boutih : directeur des relations institutionnelles (Skyrock)
Valérie Bruschini : directrice des programmes (Télétoon)
Rony Brauman : administrateur (France 3)
Dora Benousilou : productrice d'animation (SPFA)
Patrice Blanc : secrétaire général (le Défenseur des enfants)
Eric Briat : directeur de l'action culturelle et territoriale (CNC)
Yves Bot : procureur du Parquet des Mineurs à Nanterre
Sylvie Clément-Cuzin : directrice juridique (CSA)
Jean-Marie Cavada : président directeur général (Radio France)
Chantale Cabioc'h : chef socio-éducatif, aide sociale à l'enfance, Suresnes
Dominique Ducass : directrice du développement (Fox Kids)
François Deplack : directeur général (Télétoon)
Delphine du Crest : directeur de recherche (Fox Kids)
Marc-André Feffer : vice-président délégué général (Canal +)
Sylvie Fansten : direction générale (France 3)
Marc Francioli : médiateur des rédactions (France 3)
Mr. Frantz : représentant de l'UNAF à la Commission de Contrôle des films
Hélène Fatou: membre du CSA
Marc Garcia : directeur du Mouv'
Séverine Gauthier : Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle (CEEAA)
Geneviève Guicheney : médiatrice des programmes de France TV
Pascaline Gineste : directrice juridique des programmes (Canal +)
Tina Hernandez : victimologue, psychanalyste

Laurent Heynemann : président de la SACD
Jean-Louis Haineaux : responsable du service juridique (Arte)
Emmanuel Hoog, président de l'INA, a adressé une réponse écrite
François Hurard, directeur du cinéma (CNC)
Yves Loiseau : administrateur (France 2)
Olivier Jacobs : directeur général de RTL2 et Fun Radio
Léonidas Kaloeropoulos : conseiller (groupe NRJ)
Mike Lebas : directeur adjoint des programmes et directeur des magazines (M6)
Odile Limousin : productrice d'animation (SPFA)
Stéphane Le Bars : délégué général (SPFA)
Stéphanie Martin : directrice des relations institutionnelles (France TV)
Claude Mollard: directeur du CNDP
Hervé Pasgrimaud: délégué général de la SELL
Geneviève Piéjut (Inathèque, missions de formation)
Brigitte Polio : direction générale (France 2)
Jean-Michel Rodes (Inathèque,)
Lunven Ronan : directeur général (Fox Kids)
Hélène Saillon : directeur délégué aux relations institutionnelles (M6)
Jeanne Sillam : principale du collège Evariste Gallois, Sarcelles
Patrick Theret : administrateur (France 2)
Pierre Tsatsarounos: SACEM

Annexe 3

ASSOCIATIONS ayant adressé une réponse écrite :

- Agence 6/12 (Isabelle Sitbon)
- Association des Instituts de Rééducation (P. Cottin)
- Famille de France (S. Pasquier)
- Fédération des Conseils de Parents d'Elèves (Françoise Mougin)
- Le GRREM (Elisabeth Auclaire)
- Syndicat des Enseignants (JL. Biot)
- Union Nationale des Associations Autonomes de Parents d'Elèves : (Michèle Talin)
- Association Enfance en danger, Non aux violences à la télé
- Association Enfants du monde

CHERCHEURS ET EXPERTS consultés :

- Claude Allard, pédopsychiatre
- Evelyne Bevort, Pierre Frémont (CLEMI)
- Jean Pierre Bouchard, psychologue, criminologue, expert auprès des tribunaux
- David Buckingham (London University, pour son rapport Education aux médias, UNESCO 2002)
- Elisabeth Chaperon (Université de Paris I, dispositif juridique)
- Geneviève Delaunay-Jaquinot (Université de Paris VIII, éducation aux médias)
- Cecilia von Feilitzen (Clearing House de l'UNESCO)
- Susanne Krucsay (Ministère de l'Education, Autriche)
- Guy Lochard (Université de Paris III, représentation des jeunes de banlieues à la télévision)
- Maryvonne Masselot-Girard (Université de Franche-Comté, GRREM, Association des Médianautes)
- Françoise Minot (IUFM Poitiers, Université de Paris III)
- Serge Tisseron, psychiatre
- Laurent Vonach, (doctorant Paris I, jeux vidéo)

