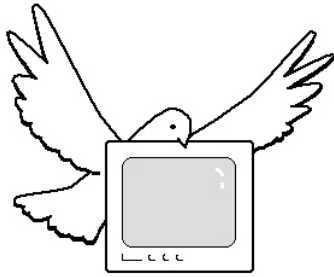


EDUPAX



**À l'issue d'une grève de télé et de jeux vidéo de 10 jours
Quel bilan font les ados du DÉFI de la Dizaine vécu dans leur école secondaire ?**

En avril 2004, une première école secondaire proposait une grève de télé à ses 950 élèves. Les élèves de l'école Louis-

Jacques-Casault, à Montmagny, ont eu l'occasion de relever le Défi, en avril 2004. Une grève de télé et de jeux vidéo de 10 jours constituait pour eux un tour de force exceptionnel. Branché au petit écran entre 15 et 35 heures par semaine, l'ado nord-américain est la cible d'agences de marketing pour lesquelles les moindres replis de l'âme humaine n'ont plus de secrets. Ces agences sont constamment à l'affût de nouveaux moyens pour tirer profit de leur vulnérabilité, pour cultiver leur dépendance. Toutes les stratégies leur sont permises. Une seule loi les guide, la loi du marché.

Pour quelles raisons des ados pourraient-ils avoir envie de tenir tête à une telle industrie ?

Comment le DÉFI pourrait-il susciter leur intérêt ?

Impact du DÉFI sur des ados

Le conseil étudiant a appuyé le DÉFI avec vigueur, le Conseil d'établissement aussi. Un comité de mobilisation formé de parents a recruté plus de 150 bénévoles et représentants d'organismes du milieu pour élaborer une programmation susceptible d'éloigner les jeunes du petit écran. Les parents se posaient une question : les ados allaient-ils considérer ce DÉFI comme une entrave à leur liberté ou une remise en question de leur dépendance à la société de consommation ?

L'évaluation a permis de constater que les ados ont réussi une moyenne de 4,8 jours de grève. Quatre sur 5 ont jugé le Défi très ou assez utile. Les deux tiers des parents l'ont jugé très ou assez utile. Les membres du personnel ont été les plus impressionnés. Ils l'ont jugé très utile (40,6%) ou assez utile (59,4%). 86,2% des membres du personnel considèrent le bénéfice retiré par les élèves « très » ou « assez » important.

Le bilan

Le temps accaparé par les divertissements électroniques prive les jeunes du temps qu'ils pourraient autrement utiliser pour développer

diverses habiletés sociales. La privation volontaire de tels divertissements durant une période de 10 jours a produit un impact sur la qualité de vie des élèves. La consultation des jeunes a permis de constater que le DÉFI leur a servi à augmenter...

- * la pratique d'activités physiques pour la moitié des jeunes,
- * le temps passé avec des amis pour 45%,
- * le temps passé avec les parents pour plus du quart,
- * l'aide fournie à la maison pour près du quart d'entre eux.

Il faut donc conclure à une amélioration sensible des rapports sociaux et à un resserrement des liens familiaux.

Ce qu'en conservent les ados

L'évaluation du DÉFI par les ados a permis de connaître divers bénéfices qu'ils en ont retiré.

- Violence à l'école. Le DÉFI a entraîné une diminution de la violence physique (selon 32% des répondants) et de la violence verbale (27%).
- Violence à la maison. Le DÉFI a entraîné une diminution de la violence verbale (39% des répondants) et de la violence physique (38%). C'est une amélioration sensible pour plus du tiers des ados. Fait à signaler, s'il faut en croire les répondants, la violence a diminué plus à la maison qu'à l'école.
- Le sens critique. 65% des ados, majoritairement des filles, disent que le DÉFI a amélioré leur sens critique. C'est l'élément qui s'est le plus amélioré, selon eux. 59% des parents constatent la même amélioration, de même que 9 membres du personnel sur 10.
- Une nouvelle dynamique dans l'école. 63% des ados, majoritairement des filles, disent avoir constaté cette nouvelle dynamique. Cet élément vient au 2^e rang des éléments qui se sont le plus amélioré grâce au DÉFI.
- Une nouvelle dynamique dans la communauté. 58% des ados, majoritairement des filles, ont constaté cette nouvelle dynamique communautaire. Cet élément vient au 3^e rang des améliorations constatées par les ados.

Répéter le Défi ?

Ce DÉFI que certains jeunes avaient perçu comme une intrusion dans leur vie privée, près des trois quarts des élèves du secondaire (72%) se disent prêts à le répéter. La reprise du Défi est souhaitée plus vivement au secondaire qu'au primaire (60%). Les ados prêts à répéter le DÉFI sont majoritairement féminins (222/371) tandis que les non favorables sont majoritairement masculins (73/141). Les divertissements électroniques exercent manifestement un attrait plus

important chez les garçons que chez les filles, d'où l'importance d'insister sur l'impact de la télé sur la masculinité.

8 parents sur 10 (79%) recommandent à d'autres écoles secondaires de vivre le Défi.

La réponse des élèves, des parents et du personnel (9/10) indique un intérêt certain à répéter l'expérience. La reprise ne devrait pas nécessairement avoir lieu chaque année, probablement plus aux deux ans. Malgré les dérangements qu'un tel DÉFI a pu représenter pour la vie de l'établissement, le personnel de l'école secondaire est le groupe le plus favorable à reprendre l'aventure (89,7%).

Implication des parents et de la communauté

Plusieurs parents, avec l'aide de bénévoles de la communauté, se sont impliqués avec enthousiasme et ont organisé diverses activités alternatives susceptibles de rivaliser avec le petit écran. L'organisme *Kino-Québec* a investi des énergies importantes dans cette programmation. Tous les jeunes et plusieurs parents ont entendu la sonnette d'alarme concernant la consommation télévisuelle.

L'expérience a été bénéfique pour plusieurs familles, y compris celles où les jeunes n'ont pas relevé le DÉFI. On a noté un rapprochement entre parents et enfants et on a augmenté le rayonnement de l'école dans la communauté. Avantage non prévu, les élèves et leurs parents se sont retrouvés au centre d'une couverture médiatique exceptionnelle. Plusieurs médias écrits et électroniques ont couvert l'exploit avec éloges. En plus d'améliorer leur estime de soi en tenant tête au petit écran, les ados ont attiré l'attention sur leur grève et suscité l'admiration.

Jacques Brodeur, consultant,
Prévention de la violence,
Éducation à la Paix,
Éducation aux médias
JBrodeur@edupax.org

On peut s'abonner au Bulletin EDUPAX (mensuel gratuit) en envoyant un message courriel vide à Abonnezmoi@edupax.org

(1) Le taux de crimes violents est deux fois plus élevé chez les jeunes que chez les adultes, selon le ministère de la Sécurité publique du Québec (Statistiques 2001, p.24)

(2) L'article du Monde diplomatique, novembre 2001.

www.monde-diplomatique.fr/2001/11/DUFOUR/15871?var_recherche=t%E9I%E9+violence

(3) Les outils forment un programme intitulé "Student Media Awareness for Reducing Television" (SMART).

(4) Dr Tom Robinson, Journal de l'American Medical Association, Réduction de l'agressivité :

http://www.edupax.org/Assets/divers/documentation/4_defi/SMARTAggressivity.pdf

(5) Impact du DÉFI sur l'obésité.

http://www.edupax.org/Assets/divers/documentation/4_defi/SMARTObesity.pdf

(6) Des références sur l'influence de la téléviolence sont disponibles sur le site de la Fédération des commissions scolaires du Québec : www.fcsq.qc.ca/Dossiers/ViolenceTV/doc/argumentaire.doc

(7) Tous les renseignements sur le Défi sont affichés sur internet. Le DÉFI se tient chaque année, généralement au cours de la 2^e partie du mois d'avril.

Quelques données

Nos enfants consacrent en moyenne 25 heures par semaine au petit écran. Les émissions de télé pour enfants contiennent de 3 à 6 fois plus de violence que les émissions pour adultes. Les doses de téléviolence ont été augmentées de 432% par les télédiffuseurs privés en 8 ans. On l'utilise sciemment pour « accrocher » les enfants et les ados.

Dix heures de télé par semaine affectent les résultats scolaires négativement, c'est prouvé.

Un enfant voit en moyenne 30 000 annonces publicitaires par année. À l'âge de 65 ans, nos enfants auront été la cible de 2 millions d'annonces à la télé.

Chaque jour, on loue 2 fois plus de vidéocassettes qu'on emprunte de livres dans les bibliothèques.

Pourquoi aider les ados à réduire leur consommation ?

Des centaines d'études scientifiques ont démontré que les élèves qui consacrent moins de temps au petit écran ont de meilleures notes. Ils apprennent mieux à lire et à écrire lorsqu'ils consomment moins de télé.

Les annonces publicitaires font désirer plus de jouets et d'aliments. Les enfants finissent par croire qu'il leur manque toujours quelque chose. Ils n'en ont jamais assez. La publicité est conçue pour leur faire désirer toujours plus.

L'exposition à des émissions, films et jeux vidéo violents rend les enfants plus agressifs et leur enseigne que la violence est une façon acceptable de régler des conflits.

Les enfants qui regardent beaucoup de télé consacrent moins de temps à développer leurs habiletés sociales.

Le monde présenté à la télé est irréal. Les gros consommateurs de télé ne découvrent pas par eux-mêmes le monde tel qu'il est.

Plus on regarde la télé, moins on est en forme, plus on risque de se retrouver en excès de poids.

En leur montrant des personnages faussement attrayants, riches et heureux, la télé réduit l'estime de soi des enfants, elle leur inculque un sentiment d'impuissance.

Pourquoi les jeunes regardent-ils autant de télé ?

Tout le monde le fait. Les amis de nos enfants passent 25 heures devant le petit écran. C'est le sujet de conversation le plus commun. Certains jeunes craignent de se sentir marginalisés en ignorant la télé. Et nos enfants conversent avec leurs parents ...38 minutes par semaine.

L'ennui. Souvent, les enfants utilisent la télé pour se désennuyer. Comparativement à d'autres activités, telles que jouer avec des amis, jouer dehors, parler avec ses parents, lire, la télé est passablement ennuyante. Des études ont démontré que les enfants qui s'ennuient le plus sont ceux qui regardent le plus de télé.

La télé est partout. Il est difficile de s'en éloigner. 99% des foyers possèdent un téléviseur, 66% en ont 3 ou plus. Et nous n'avons pas de données sur les appareils de jeux vidéo, les ordinateurs et les petits gameboy.

L'habitude. Regarder la télé semble facile quand un enfant ne sait que faire d'autre. Après un certain temps, après avoir regardé beaucoup de télé, on se sent accroché, dépendant. Même chose pour les films et les jeux vidéo.

L'exemple parental. Comme certains parents regardent beaucoup de télé, les enfants qui veulent passer du temps avec eux doivent la regarder. Certains l'utilisent comme gardienne pendant qu'ils font autre chose. Dans certaines familles, on regarde la télé durant les repas.