

«L'Augmentation des comportements problématiques chez les enfants et les adolescents : causes multiples,» Institut Vanier de la Famille, par Anne-Marie Ambert, Ph.D. février 2007

Pourquoi plus d'enfants et d'adolescents que dans le passé manifestent-ils aujourd'hui des comportements problématiques? Qu'est-ce qui a changé? Quand elle parle du passé, Madame Ambert ne songe pas aux siècles antérieurs, mal documentés à cet égard, mais plutôt à l'époque couvrant les décennies de 1930 à 1950 inclusivement. On a pu constater une croissance spectaculaire du taux de délinquance juvénile à partir des années 1960 jusqu'au milieu des années 1990. Bien qu'il ait baissé depuis, ce taux demeure, comme celui de la plupart des comportements problématiques, trop élevé chez les garçons, et en hausse chez les filles.

Ces taux élevés nous signalent que de nombreux enfants et adolescents ont une vie perturbée et qu'ils échouent, selon les normes de notre société. Conséquemment leurs familles en souffrent, les écoles en subissent les répercussions négatives, et certains quartiers deviennent moins vivables. De plus, on sait combien sont dispendieux, pour la société, les comportements très agressifs : on évalue, par exemple, qu'une carrière criminelle démarrée dans l'adolescence coûtera à la société plus de deux millions de dollars (Cohen, 1998). Par-dessus tout, des taux élevés de comportements problématiques affectent négativement les 'bons' enfants, les enfants prosociaux—qui composent la majorité. Ces enfants deviennent souvent des victimes; leur milieu scolaire devient moins courtois et, par voie de conséquence, leurs propres comportements peuvent se détériorer.

Dans le rapport qu'elle a produit pour l'Institut Vanier de la Famille, Madame Ambert examine les multiples facteurs liés au développement de comportements problématiques. La question qui l'a guidé est la suivante : Quels changements expliquent l'augmentation de tels comportements? Elle passe en revue les corrélats personnels et familiaux de ces comportements problématiques ainsi que les facteurs socioculturels plus vastes. Selon elle, depuis les années 1950, notre société a favorisé le développement de comportements problématiques, au lieu de comportements prosociaux. Le Rapport passe en revue les facteurs suivants : 1) la génétique et l'environnement, 2) le parentage, 3) l'état matrimonial, les conflits familiaux et la criminalité parentale, 4) les pairs, 5) la qualité des écoles et de l'éducation, 6) la qualité du voisinage, 7) la discrimination et la ségrégation, 8) l'écart entre bien nantis et mal nantis, 9) l'influence des médias, la promotion de la violence et de la consommation, 10) le contexte global.

On peut lire le Rapport intégral de Madame Ambert à cette adresse :

http://www.vifamily.ca/library/cft/behavior_fr.pdf

Nous reproduisons ici le chapitre 9 du Rapport qui traite de

L'INFLUENCE DES MÉDIAS

De grands débats ont cours touchant l'influence des médias sur les attitudes et les comportements des enfants. D'abord il faut dire qu'il est plus difficile aujourd'hui que dans les années 1970 de mesurer les effets d'un média donné sur les attitudes et les comportements des enfants. Comment, en effet, peut-on isoler l'effet de la programmation télévisuelle sur les enfants, à un moment où des contenus semblables sont disponibles sur l'Internet, sur les DVD et dans des jeux vidéo? Et comment isoler cet effet, quand il est omniprésent dans la culture de nos sociétés? Nous vivons aujourd'hui dans une société totalement imprégnée par les médias. En second lieu, certains soutiennent que les médias n'ont pas d'effets sur les comportements et les attitudes.

Mais il est illogique d'affirmer d'une part que des médias saturés de contenus violents ou sexuels n'ont aucun effet, tout en prétendant d'autre part que les publicités de l'industrie du tabac augmentent l'usage du tabac chez les adolescents. De plus, si le contenu télévisuel n'avait aucun effet, pourquoi les entreprises investiraient-elles chaque année des milliards de dollars dans la publicité télévisuelle? En troisième lieu, certains milieux craignent que le fait d'accepter les conclusions de recherches désignant les médias dans la chaîne de causalité conduisant à des comportements problématiques chez nos enfants risquerait de nous mener à la censure; les avocats de l'industrie médiatique sont particulièrement actifs dans la promotion de cette crainte. Les médias constituent une industrie et un groupe de pression à la fois très puissant et de plus en plus interconnecté. On sait par exemple que de nombreux magazines et journaux appartiennent à des mégasociétés possédant aussi des stations de télévision et des câblodistributeurs qui contrôlent la production des films, des vidéoclips, des sites de jeux de hasard électroniques ainsi que d'autres sites qui attirent avec succès les enfants et les jeunes gens. On sait également que les médias sont en mesure de contrôler la diffusion des conclusions de recherches qui risqueraient de nuire à leur image—et à leurs bénéfiques comptes. La recherche démontre que la violence se vend : les émissions violentes ont plus de chances d'être exportées, et ainsi de générer des profits (Hamilton, 1998).

Les producteurs se justifient par deux arguments : d'abord, affirment-ils, on donne au public ce que le public réclame; et ensuite, que les émissions et les films à l'affiche reflètent la réalité contemporaine. On pourrait par contre faire valoir que les médias eux-mêmes forgent cette réalité. À titre d'exemple : pour la période de 1990 à 1998, le nombre de reportages diffusés au téléjournal touchant des meurtres a augmenté de 600 %, alors que le taux réel d'homicide avait marqué un déclin de 20 % (Glassner, 1999). Plus de 50 % des crimes qu'on voit à la télévision sont des meurtres, alors que le FBI rapporte qu'ils ne représentent que 0,2 % du total des crimes (Bushman et Huesmann, 2001). Les enfants et les adultes traitent la télévision et l'Internet comme des sources d'information. Ces médias sont devenus, pour un grand nombre de gens, ce que le sociologue Habermas nommait une expérience 'isolante' qui dissocie enfants et adultes de ce qu'il appelait 'le contexte de la pratique quotidienne' et entraîne un appauvrissement culturel (1987:16). Les enfants sont certes des acteurs sociaux actifs, et participent à la reconstruction des messages que leur transmettent les médias. On ne peut, cependant, les habiliter à effectuer une reconstruction réaliste que dans la mesure où le monde quotidien qui les entoure, et notamment leur famille, leurs pairs et leurs écoles, leur propose cette possibilité. Mais comme on l'a vu plus haut, tous les enfants ne disposent pas d'alternatives saines. En vérité, il est probable qu'environ le quart des enfants ne jouit pas d'un foyer, d'un groupe d'amis ou d'un milieu scolaire capable de servir de contrepoids aux effets négatifs qu'ont les médias sur leurs attitudes et leurs comportements. De plus, les parents eux-mêmes sont soumis à des contenus médiatiques de qualité douteuse, et nombre d'entre eux s'appuient, pour s'informer, sur des émissions dites 'télé-débats' mais qui visent essentiellement le divertissement. Ces émissions sont souvent axées sur les sujets déviants les plus tapageurs : l'infidélité, l'inceste, la prostitution infantine, la rivalité mère-fille à l'égard des hommes, les grossesses où le père est inconnu par suite de relations sexuelles avec des

partenaires multiples, et ainsi de suite. Les parents, en particulier ceux qui sont moins instruits, sont souvent très pris par ce genre d'émissions; cela étant, que sont-ils en mesure d'enseigner à leurs enfants (Austin, 2001)? Il convient de souligner que l'Internet comporte aussi pour les enfants de nombreux risques, qui vont de la grande disponibilité des sites pornographiques au danger d'établir des contacts néfastes dans des salons de cyberclavardage (Berson et Berson, 2005; Mitchell et al., 2001).

Promotion de la violence

À la fin de son éducation primaire, un enfant moyen aura été témoin, grâce à la télévision, de plus de 8 000 meurtres. Une étude menée en 1998 aux États-Unis sur la violence et la télévision (la *American National Television Violence Study*) a établi que plus de 40 % des gestes violents y sont posés par des personnages 'bons'—ce qui idéalise la violence—et que plus de 55 % des victimes de violence manifestaient peu de douleur ou de souffrance, ce qui désensibilise les enfants à ses effets réels (Donnerstein et Linz, 1995). Le taux de crimes de violence aux États-Unis et dans d'autres pays occidentaux est monté en flèche après 1965, une douzaine d'années après l'introduction de la télévision dans les domiciles (Bushman et Huesmann, 2001). Centerwall pour sa part a découvert que de 1945 à 1974, le taux d'homicides perpétrés par des Blancs a augmenté de 93 % aux États-Unis et de 92 % au Canada, mais a fléchi de 7 % parmi les Blancs de l'Afrique du Sud, où la télévision était interdite. Il évaluait à 10 ou 15 ans le décalage entre l'introduction de la télévision et l'augmentation des taux d'homicide, puisque c'est essentiellement chez les enfants que ses effets se font sentir, en termes de modifications du comportement (cité dans Donnerstein et Linz, 1995). Utilisant un protocole expérimental et longitudinal, Joy et al. (1986) ont comparé trois villes canadiennes, dont l'une n'a reçu la transmission télé qu'en 1974. Ils ont soumis les enfants à deux séries de tests, la première avant l'introduction de la télévision, et la seconde deux ans après son introduction. Les enfants dans la ville ayant reçu la télévision deux années plus tôt manifestaient une hausse importante du niveau d'agressivité qui ne se manifestait pas chez les jeunes de l'autre ville. Ces mêmes enfants manifestaient aussi une augmentation marquée d'une vision stéréotypée des rôles dévolus selon le sexe (Kimball, 1986).

Au cours des années 1980, les chercheurs ont commencé à récolter les résultats d'autres études longitudinales, grâce auxquelles ils ont découvert que les jeunes adultes avaient tendance à se comporter plus agressivement quand ils avaient été spectateurs de plus de violence télévisuelle à l'âge de 8 ans. À l'âge adulte, la corrélation entre l'agressivité et le fait d'avoir été téléspectateur d'émissions violentes était encore plus élevée qu'elle ne l'était quand les enfants avaient huit ans : les garçons qui n'étaient pas agressifs à huit ans mais qui avaient regardé plus d'émissions violentes étaient devenus de jeunes adultes plus agressifs qu'un groupe semblable de garçons non agressifs qui avaient regardé moins d'épisodes de violence, comme le signalent Bushman et Huesmann (2001). Des recherches sur des cohortes plus récentes ont montré que la violence télévisuelle affecte aussi, maintenant, le niveau d'agressivité chez les filles (Huesmann et al., 2003), et que l'écoute de la télévision en général est liée à l'agressivité chez les adolescents et les jeunes adultes (Johnson et al., 2002).

De tels résultats indiquent que ce n'est pas seulement qu'une prédilection pour l'agressivité mène les enfants à choisir des émissions violentes, mais que la violence visionnée peut elle-même mener à l'agressivité. Quoique le fait d'être exposé à la violence à la télé et dans les vidéos n'est pas le principal facteur dans l'étiologie de l'agressivité, cette exposition est partie intégrante du milieu facilitateur de comportements problématiques (Garbarino, 2006; Gentile, 2003). L'exposition répétée à des actes violents peut, en premier lieu, conduire les enfants à croire qu'un conflit ne peut se résoudre que par le biais de l'agression verbale ou physique. En second lieu, elle peut établir chez les enfants un seuil de frustration plus bas, de manière à ce que les enfants supportent moins facilement les irritants et y réagissent de manière plus explosive. Troisièmement, elle peut désensibiliser l'enfant à la gravité des conséquences de la violence, de manière à ce que l'homicide peut leur apparaître comme un geste banal (Cantor et Nathanson, 2001). Finalement les enfants sont initiés, par le biais de ces émissions, aux techniques agressives, c'est-à-dire comment donner des coups de poing, des coups de pied, et comment tuer.

Un grand nombre de jeux vidéo ont le meurtre pour objectif. Certaines études ont identifié un lien ténu à l'agressivité (Sherry, 2001), alors que d'autres ont découvert un lien plus substantiel (Garbarino, 2006). Il nous faudra, pour trancher, des études longitudinales. De plus, il nous faudra distinguer entre les effets de la violence à la télé et de la violence dans les vidéos, ce qui est loin d'être simple. Comme le signalent Funk et al. (2000), on peut à tout le moins dire que le fait de jouer à des jeux vidéo violents n'améliorera pas le comportement global des enfants, quoiqu'il soit susceptible d'améliorer leur coordination visuelle. Et enfin, il faut reconnaître que l'une des questions qu'il nous reste à explorer convenablement est la suivante : quelles sont les expériences liées au développement des enfants qu'ils ne vivent pas quand ils passent autant d'heures à regarder la télévision, à s'amuser avec des jeux vidéo et à naviguer sur l'Internet? xvii

Promotion de la consommation

La très influente industrie américaine de la publicité investit chaque année 12 milliards de dollars dans la promotion de produits qui ciblent directement les enfants. xviii De plus, les vedettes font la promotion de modes de vie (notamment de vêtements) que chercheront à imiter les préadolescents et les adolescents. La culture de masse crée ainsi de faux besoins et une fausse identification. Ces faux besoins peuvent à leur tour contribuer à des attitudes et même à des comportements moins prosociaux, tant chez les parents que chez les enfants. Le groupe de travail sur la publicité et les enfants (*Task Force on Advertising and Children*) de la *American Psychological Association* signale que « la publicité peut déclencher des attitudes matérialistes en enseignant aux enfants que la valeur personnelle se mesure par les produits qu'ils possèdent. » Les enfants apprennent à s'habiller et à se comporter de manière à se conformer à cette présentation de soi fondée sur la parure dont les nourrissent les médias. Il y a une carence de recherches touchant les éventuels liens entre les comportements de consommation des enfants et le développement chez eux de comportements problématiques. Quand les experts se prononcent sur ces questions, ils ne manquent jamais de rappeler au public que les parents sont tenus d'exercer leur responsabilité de contrôler la consommation télé de leurs enfants, et tenus aussi de discuter avec eux d'émissions et de publicités éventuellement nuisibles. L'industrie du divertissement emboîte le pas, remettant aux parents tout le fardeau de la responsabilité. Comme nous le verrons ci-dessous, on peut douter de la capacité des parents à endosser cette responsabilité supplémentaire. Comme le signale Seiter (1993:193) à propos des efforts que font les médias en vue de cibler les enfants, « une culture de consommation distincte, orientée vers des groupes d'âge précis, intervient aujourd'hui dans la relation entre les parents et les enfants, et pour de nombreux enfants, cet assaut commence dès l'âge de deux ans. »

Il existe au moins une étude par observation qui démontre que dans un supermarché, (c'est-à dire dans un lieu public), 65 % de tous les refus des parents quant à l'achat de produits alimentaires faisant l'objet de publicité à la télévision ont eu pour résultat immédiat un conflit ou une argumentation (Atkin, 1978). Si c'est le cas en public, on peut se demander ce qui se produit dans l'intimité du domicile familial, quand les parents tentent de mettre un frein aux heures de télévision, de jeux vidéo ou de navigation sur l'Internet :

il est presque certain que cela soulève le plus souvent des conflits (Alexander, 1994:52). Quoi qu'il en soit, une majorité d'enfants affirment n'être l'objet d'aucune surveillance parentale en ces domaines (Garbarino, 2006).