

# **PLACE AUX JEUNES DANS LES MÉDIAS**

## **GUIDE D'ACTIVITÉS POUR LES ENSEIGNANTES, LES ENSEIGNANTS ET LES ÉLÈVES**

### **INTRODUCTION**

En 2003, la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants a commandé une étude inédite, intitulée **Place aux jeunes dans les médias** dans le cadre du Programme d'éducation et de recherche médiatiques. Y ont pris part plus de 5 700 enfants représentant 122 écoles dans 37 commissions et conseils scolaires répartis dans chaque province et territoire. Le taux de réponse au questionnaire a atteint un niveau extraordinaire de 93 p. 100.

En chœur depuis Terre-Neuve-et-Labrador jusqu'aux Territoires du Nord-Ouest, les jeunes nous ont dit quels médias elles et ils utilisent, quelle satisfaction leur procure leur consommation médiatique et quel effet, à leur avis, ce menu médiatique exerce sur leur comportement et leurs valeurs. Pour ce faire, ils ont répondu à deux questionnaires, l'un pour les élèves de la 3<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année et l'autre pour les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup>. Nous avons par la suite consigné leurs réponses dans un rapport détaillé, *Place aux jeunes dans les médias*, disponible sur le site Web de la FCE en fichier PDF téléchargeable.

Nous avons également publié les questionnaires sur le Web pour permettre à d'autres élèves d'y répondre. Certains enseignants et enseignantes (et parents) demanderont aux jeunes de répondre au questionnaire en entier, d'autres choisiront certaines sections seulement. Il est important de choisir ce qui convient le mieux à votre groupe : dans certaines régions, les enfants n'ont peut-être pas accès à tout le matériel indiqué.

### **AU SUJET DE CE GUIDE**

*L'eau est invisible pour les poissons.*  
Proverbe ghanéen

Ce guide d'activités vise à encourager les élèves à faire preuve d'esprit critique par rapport à l'influence des médias sur leur vie. L'un des résultats les plus révélateurs de cette étude est que les enfants possédant certaines connaissances médiatiques qui discutent des films et des émissions de télévision ou des jeux électroniques sont plus susceptibles d'être conscients des effets néfastes de la violence dans les médias. Il en est ainsi pour les enfants qui discutent avec leurs parents de la violence, du racisme et du sexisme dans les médias. Laissés à eux-mêmes, les jeunes sont plus enclins à considérer cette violence comme anodine.

Si les questionnaires traitent de la violence dans les médias, ils touchent également de nombreux autres domaines : les activités quotidiennes et hebdomadaires des jeunes; le matériel médiatique en usage à la maison; l'utilisation faite de ce matériel à la maison; quels sont les jeux et les émissions de télévision préférés et pourquoi. Ce guide vous suggère des activités liées à des questions précises du rapport et vous offre des commentaires sur des résultats pertinents de l'étude.

Les médias jeunesse font partie intégrante de la « culture » des jeunes. Si vous demandez à votre classe de répondre au questionnaire, vous pourriez obtenir un portrait instantané de vos élèves hors du cadre scolaire. Cette manière officieuse d'obtenir de l'information sur un groupe pourrait vous aider à définir les outils, le matériel et les méthodes qui fonctionneront le mieux dans diverses matières.

Si nous voulons que les jeunes puissent évoluer avec discernement et avec plaisir dans un milieu caractérisé par l'omniprésence des médias, il est essentiel de leur donner une éducation

médiatique. Même si elle comportera sans doute un volet « production », l'éducation médiatique vise par-dessus tout à inciter les élèves à poser des questions et à découvrir leurs propres opinions et leurs sentiments par rapport aux médias.

Le présent guide se veut notre contribution à cette démarche.

## A. C'EST LA FIN DE SEMAINE

Demandez aux enfants de choisir les deux activités (dans une liste de dix possibilités) auxquelles ils et elles préfèrent s'adonner dans leurs temps libres les fins de semaine.

Demandez-leur de reporter leurs réponses sur un graphique (circulaire, à barres ou linéaire). Les élèves travailleront avec des données réelles, dont celles de leurs camarades.

Pour comparer les résultats de la classe aux résultats de l'étude nationale, consultez le rapport **Place aux jeunes dans les médias**, p. 5-7. Vous remarquerez que les résultats sont classés par sexe. Est-ce que vos élèves constatent des différences entre les garçons et les filles au sein de leur groupe? Si oui, quelles sont ces différences et comment les expliquer?

Selon vos élèves, faudrait-il ajouter d'autres activités à la liste? Si oui, demandez-leur de reformuler la question. Voir aussi la **Section D** du présent guide qui traite des activités quotidiennes des jeunes.

## B. TÉLÉVISION

Cette section porte sur les émissions de télévision préférées des jeunes.

Les garçons préfèrent les dessins animés, les comédies et les émissions sportives. Les filles jettent leur dévolu sur des émissions qui traduisent des situations de vie réalistes et qui, souvent, sont axées sur les rapports sociaux.

Compte tenu des inquiétudes que soulèvent les compétences en lecture et en écriture des garçons, les résultats confirmant le penchant des garçons pour l'animation ne manquent pas d'intérêt. Pourquoi ne pas présenter un film d'animation, comme **The Hobbit**, surtout si vous lisez aussi le livre en classe, ou les *Aventures de Tintin* (version française)? Ou encore apporter en classe des bandes dessinées basées sur des événements historiques ou mettant en scène des personnages dont le comportement ou les gestes sont impossibles « dans la vraie vie »?

Si vos élèves démontrent un intérêt marqué pour les comédies, demandez-leur de relever les sources d'humour dans les comédies de situation (*sitcoms*). A-t-on recours à des personnages classiques ou à des blagues sexistes ou racistes? Y trouve-t-on de l'humour physique? Les groupes plus âgés voudront peut-être étudier les éléments de la satire et leur emploi dans diverses émissions.

Selon l'enquête, presque tous les enfants — jeunes, moins jeunes, anglophones ou francophones — ont choisi **Les Simpsons** comme émission favorite. *Friends* faisait également très bonne figure, surtout chez les filles anglophones. (Pour connaître les émissions préférées des enfants, consultez le rapport **Place aux jeunes dans les médias**, p. 17-20.)

Voici quelques questions sur *Les Simpsons*, que vous pourriez adapter à d'autres émissions.

- Si le seul moyen qu'avaient les extraterrestres de se renseigner sur la vie sur terre était de regarder un épisode des *Simpsons*, que constateraient-ils?
- Cette émission vous fait-elle rire? Pourquoi? Comment s'y prend-on pour vous faire rire?
- *Les Simpsons* est une des émissions les plus écoutées depuis plus de dix ans. Pourquoi est-elle si populaire depuis si longtemps? (Les élèves peuvent consulter les raisons énumérées dans le questionnaire, p. 2.)
- L'enquête révèle que *Les Simpsons* est deux fois plus populaire auprès des garçons que des filles. Est-ce vrai dans votre classe? Pourquoi?
- Croyez-vous que les plus jeunes que vous devraient regarder *Les Simpsons*? (Même si les jeunes disent que *Les Simpsons* est leur émission préférée, ils et elles disent aussi que les plus jeunes qu'eux ne devraient pas la regarder.) Organisez un débat sur cette question et demandez à la classe de décider quels arguments sont les plus convaincants.

## Langue et culture

On a constaté une différence marquée entre les habitudes télévisuelles des élèves francophones québécois et celles des francophones hors Québec. Dix pour cent (10 p. 100) des 20 émissions de télévision préférées des élèves francophones hors Québec (aux fins de l'enquête, ce groupe comprenait des enfants du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario, du Manitoba et du Yukon) sont réalisées au Québec. La quasi-totalité de leurs autres émissions favorites viennent des É.-U. Quant aux élèves francophones québécois de la 3<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année, 30 p. 100 de leurs 20 émissions préférées sont produites au Québec; ce chiffre grimpe à 60 p. 100 chez les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup>.

Nous avons divisé les préférences d'émissions, de jeux vidéo et de jeux sur ordinateur selon la langue des élèves. Demandez aux élèves plus âgés de comparer les choix des deux groupes linguistiques. Quelles sont les différences et les similitudes?

Les élèves plus âgés aimeront peut-être regarder une émission traitant des adolescents. Demandez-leur s'ils et elles croient que l'émission brosse un portrait réaliste de leurs vies. La vie d'un ou d'une jeune est-elle la même partout? Est-ce qu'il y a des différences selon le pays ou la culture de ces jeunes? Pourquoi est-ce que les ados québécois regardent plus d'émissions produites au Québec que les autres francophones, et quelles sont les répercussions de cette habitude? Est-ce que cela fait une différence qui « raconte les histoires » (l'auteur ou l'auteure d'une émission)? Que veut-on dire par « raconter sa propre histoire »?

Demandez aux élèves plus âgés d'imaginer un concept d'émission de télévision qui refléterait quelques réalités et la culture des ados de leur région.

Des élèves du Nunavut ont aussi participé au sondage. L'**Inuit Broadcasting Corporation** (IBC) réalise pour ces jeunes des émissions dans leur langue et adaptées à leur culture. Demandez aux élèves plus âgés de trouver les types de productions réalisées par l'IBC et le **Réseau de télévision des peuples autochtones** (APTN). Pour plus de détails, lisez la section « Développement des radios et télévisions autochtones » à l'adresse suivante :

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/aborigenes/radios\\_tele\\_autochtones.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/aborigenes/radios_tele_autochtones.cfm).

Le site *Branchons les jeunes du Canada* présente une série de quatre diffusions Web en direct. Les communautés autochtones organisent des discussions de 30 minutes portant sur un sujet prédéterminé avec des jeunes autochtones, que les élèves et les enseignantes et enseignants de tout le pays peuvent suivre à l'écran, en direct. Les élèves peuvent participer en envoyant leurs questions par courriel. Ces discussions visent à montrer aux élèves du secondaire à quoi ressemble la vie d'un ou d'une jeune autochtone qui habite une communauté autochtone.

Les deux premières diffusions, réalisées à partir d'Iqaluit (Nunavut) et de la Première Nation de Chehalis (C.-B.), ont attiré un auditoire de plus de 30 000 personnes. Pour visionner les diffusions antérieures, entrez au [www.ainc-inac.gc.ca/connex](http://www.ainc-inac.gc.ca/connex).

Pour vous renseigner sur un projet international appelé *Teen Video Stories*, passez au <http://www.ucalgary.ca/pubs/Newsletters/Currents/Vol3.4/Inuit.html>.

Côté francophone, le site <http://lxc.binghamton.edu/videolib.htm> propose des vidéos pertinentes sur les thèmes de la langue et de la culture. Mentionnons notamment *Pub Francophone : révolutionnaire!*, qui fait ressortir les grandes différences dans les styles et techniques des publicistes francophones et de leurs homologues anglophones, et *Les Ados*, série d'entrevues fort intéressantes avec des jeunes sur les préoccupations de la vie d'ado en France. Comment se comparent ces entrevues aux émissions québécoises mettant en scène des jeunes francophones?

### Caractéristiques des émissions préférées des jeunes

- Demandez aux élèves de penser à l'une de leurs émissions de télévision préférées. Demandez-leur d'écrire, en 3 minutes, 5 raisons pour lesquelles ils ou elles aiment cette émission.
- Demandez-leur de comparer leurs choix et les raisons données avec un ou une partenaire.
- Demandez à chaque groupe de comparer ses résultats avec ceux d'un autre groupe.
- Ensuite, demandez à tous les élèves s'ils et elles ont remarqué que certaines raisons revenaient plusieurs fois au moment de partager les résultats, même si les choix d'émission différaient.
- Écrivez au tableau certaines des caractéristiques qui sont ressorties le plus souvent lors de la discussion.
- Demandez aux élèves de se réunir à nouveau avec leur dernier grand groupe pour tenter d'expliquer pourquoi ils et elles ont des goûts semblables en matière de télévision.
- Échangez les commentaires.

**À surveiller :** rapports attribuables à l'âge, au sexe, à l'emplacement géographique, à la langue, etc.

#### **Pour approfondir**

Après la discussion, demandez-leur s'ils et elles croient qu'un frère ou une sœur plus jeune (ou leur aîné ou aînée) aurait :

- a) fait le même choix;
- b) donné les mêmes justifications.

Mettez les réponses en commun et incitez les élèves à faire des liens entre leurs choix médiatiques et d'autres facteurs qui influencent leur vie. (Vous pouvez leur proposer le même exercice en insistant cette fois sur les émissions qu'ils et elles aiment le moins et voir s'il en ressort des caractéristiques communes.)

Vous pouvez également leur demander de comparer leurs réponses à la liste de caractéristiques fournies dans le questionnaire de *Place aux jeunes dans les médias*, p. 2. Il est intéressant de voir que, selon les résultats de l'enquête, les jeunes ont choisi leur émission parce qu'elle était « excitante » et « drôle ». La caractéristique « montre beaucoup de violence » **n'a pas été choisie** comme qualité de leur émission préférée.

## Ce que disent les jeunes Canadiens et Canadiennes de la télévision

Le rapport *Place aux jeunes dans les médias*, p. 35-39, contient divers commentaires de jeunes sur ce qu'ils et elles apprécient et n'apprécient pas de la télévision. Écrivez-en quelques-uns au tableau. Demandez aux élèves d'en choisir un et de le commenter d'après leur expérience personnelle. Vous pouvez aussi choisir quatre réponses et en afficher une sur chaque mur de la classe. Demandez aux élèves de se diriger vers le commentaire qui correspond le mieux à leur opinion. Demandez-leur d'échanger des idées avec leurs camarades qui ont choisi le même commentaire, puis de les communiquer au reste du groupe.

### Nouvelles télévisées

Pour les jeunes élèves en particulier, les émissions les plus effrayantes sont les bulletins de nouvelles. Plusieurs raisons expliquent cette réponse :

- Les élèves comprennent que les images de violence et de souffrance montrées à la télévision sont tirées de la vraie vie. Les jeunes sont particulièrement vulnérables en présence de nouvelles faisant état de désastres mettant en cause d'autres enfants.
- Les bulletins de nouvelles télévisées mettent souvent en évidence les tragédies, les crimes et les catastrophes. « S'il y a du sang, c'est payant! » Ces événements font la manchette simplement parce qu'ils sont *inhabituels*. Ne sachant pas cela, les enfants pourraient en venir à considérer le monde comme un endroit plus menaçant qu'il ne l'est en réalité.
- Un bulletin de 20 minutes contient parfois jusqu'à 25 nouvelles. Compte tenu de leur brièveté, elles n'offrent généralement pas de contexte qui expliquerait la situation. Bon nombre d'adultes sont capables de combler ces lacunes; les enfants, toutefois, n'ont pas le même bagage de connaissances. Certains enfants, par exemple, ayant vu à répétition des images des avions s'écrasant dans les tours du World Trade Centre, ont cru que le même événement se répétait et qu'il s'agissait chaque fois d'avions différents. En outre, comme le montre l'anecdote ci-dessous racontée par un parent, ce n'est pas parce qu'un enfant emploie les mêmes mots qu'un adulte qu'il ou elle en comprend le même sens :

*« Mon garçon de six ans a entendu une nouvelle à la télé à propos d'un tueur en série (serial killer). Se précipitant vers son père, il lui a dit qu'un méchant voulait tuer Tony le tigre et Honeycomb Sam, les héros de ses céréales préférées! (il avait compris "cereal killer") ».*

### Voici maintenant les nouvelles (3<sup>e</sup>-6<sup>e</sup> année)

- Demandez aux élèves de lever la main s'ils ou elles pensent que les nouvelles correspondent à la réalité.
- Expliquez que les nouvelles, comme toute autre émission de télévision, sont réalisées par un groupe de personnes professionnelles dans un but précis : informer les gens de ce qui se passe dans leur région, dans leur pays et dans le monde.
- Expliquez que, chaque jour, les nouvelles arrivent par dizaines dans la salle de presse par toutes sortes de moyens : fax, fils de presse, téléphone, autres réseaux de télévision, Internet, etc.
- Expliquez qu'une fois toute l'information regroupée, l'équipe de spécialistes (ou de production) et d'autres directeurs et directrices prennent les décisions suivantes :
  - QUELLES NOUVELLES diffuser;
  - QUELLE IMPORTANCE accorder à chaque nouvelle;
  - COMMENT faire des liens entre les nouvelles pour que les transitions se fassent naturellement;
  - QUAND diffuser les nouvelles : matin, midi, soirée ou fin de soirée.

- L'équipe regroupe ensuite le tout, en ajoutant parfois des bouts d'anciens reportages, de la musique, des effets sonores, de l'éclairage, etc. pour produire une émission de télévision.
- Demandez aux élèves de regarder les nouvelles toute la semaine et de voir s'ils et elles sont en mesure de trouver ce qui a été ajouté aux actualités de manière à rendre le bulletin plus attrayant pour l'auditoire. Mettez les résultats en commun.
- Concluez en rappelant aux élèves que les bulletins télévisés, comme tout autre produit médiatique, adaptent le contenu en fonction du contenant, soit, dans ce cas-ci, un bulletin de nouvelles d'une vingtaine de minutes.

**À surveiller :** si les élèves comprennent que les bulletins de nouvelles sont un moyen de les informer de ce qui se passe, mais qu'ils ne reflètent pas toujours exactement la réalité parce qu'ils sont « construits » eux aussi

**Pour approfondir**

Demandez aux responsables de votre station locale si vous pouvez faire une visite de la salle des nouvelles, ou si quelqu'un pourrait venir expliquer aux élèves en classe comment se déroule une journée typique dans la salle des nouvelles.

Autres suggestions :

- Demandez aux élèves d'étudier un clip de nouvelles locales de 10 minutes et de voir s'il s'en dégage un certain modèle. Combien de nouvelles sont traitées? Laquelle vient en premier? Pourquoi? Qui parle? Qui a-t-on oublié? Qui sont les spécialistes? Dans la perspective de qui la nouvelle est-elle présentée?
- Demandez aux élèves de récrire une nouvelle du point de vue d'une autre personne concernée ou d'un autre groupe. Comment la présentation différerait-elle?
- Les élèves sont-ils et elles à l'aise avec la manière dont la nouvelle est présentée? Que feraient-ils différemment?
- Les nouvelles lancent souvent des discussions sur des sujets politiques, économiques et culturels. Si vos élèves s'intéressent aux questions d'ordre social et particulièrement à la critique médiatique, proposez-leur de faire un saut sur le site d'Adbusters au <http://www.adbusters.org/home/>.

**Ressources complémentaires**

- *Scanning Television 2* : série primée de cinq vidéos avec guide de l'enseignant ou de l'enseignante et plans de cours détaillés pour les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année. Vous y trouverez également du matériel sur la couverture médiatique d'événements d'envergure mondiale dans différentes optiques. [anglais seulement]  
[http://interact.uoregon.edu/MediaLit/JCP/scantv/home/scan\\_index.html](http://interact.uoregon.edu/MediaLit/JCP/scantv/home/scan_index.html)
- *Media Awareness Network* : excellent site qui offre un vaste choix de leçons pour élèves de l'élémentaire et du secondaire. La leçon « Teaching TV-Television as a Story Teller » ainsi que certains des plans de cours portant sur les nouvelles sont particulièrement intéressants pour la présente section. [anglais]  
[www.media-awareness.ca/english/teachers/index.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/teachers/index.cfm)

Le Réseau Éducation-Médias est le pendant francophone du *Media Awareness Network*.  
[www.media-awareness.ca/francais/enseignants/index.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enseignants/index.cfm)

- *La Télé et moi* : ensemble de ressources conçues par les Annonceurs responsables en publicité pour enfants. On y présente des publicités de qualité destinées aux jeunes, des leçons de base, des activités d'enrichissement et des occasions d'enseignement entre pairs. Pour élèves de la maternelle à la 9<sup>e</sup> année. <http://www.cca-kids.ca/tvandme/french/educators/index.html>

## C. JEUX VIDÉO ET JEUX SUR ORDINATEUR

Selon notre sondage, c'est au chapitre de l'intérêt et de l'enthousiasme pour les jeux vidéo et les jeux sur ordinateur que la différence entre les garçons et les filles est la plus marquée. Toutefois, même si les jeux préférés des garçons contiennent plus de violence que leurs émissions de télévision favorites, les principales caractéristiques de leurs jeux préférés sont « excitant » et « J'aime battre mes adversaires, ou dépasser mon meilleur score ». Ce sont les jeunes élèves qui jouent le plus longtemps chaque jour à ces jeux.

**Note** : Avant d'entreprendre l'une ou l'autre de ces activités, il est important de créer un milieu de discussion « sécuritaire », de sorte que les élèves (le plus souvent des filles, mais pas toujours) que les images projetées dans les jeux vidéo effraient ou repoussent aient le sentiment que vous tenez compte de leurs réactions ou de leurs inquiétudes. Selon l'organisme américain **Children Now**, « [...] Dans une étude de l'UCLA où l'on a demandé à des garçons et des filles d'inventer des jeux vidéo, les filles ont préféré les jeux non violents où les joueuses recevaient des commentaires positifs. Elles n'ont pas créé de personnages « méchants » et n'ont pas choisi comme but du jeu la destruction d'un ennemi. Par comparaison, la plupart des garçons ayant participé à l'étude ont créé des jeux qui se terminaient dans la violence, généralement par la mort du personnage d'un des joueurs. » (traduction libre)

« Il est temps que les créateurs de jeux vidéo cessent de n'imaginer que du rose, affirme Patti Miller, directrice d'un programme sur les enfants et les médias de Children Now. Des recherches ont montré que les filles veulent des jeux stimulants, qui les amènent à se dépasser et qui les divertissent, et non pas des « versions pour filles » de jeux d'abord conçus pour les garçons. » (traduction libre)

### Les faits, rien que les faits s'il vous plaît... (3<sup>e</sup>-6<sup>e</sup> année)

Revenez sur la partie de l'enquête portant sur les jeux vidéo préférés. Expliquez que l'un des premiers choix des garçons de la 3<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année était le jeu *Grand Theft Auto*, un jeu d'action extrêmement violent conçu pour des adultes.

- Divisez les élèves en groupes de deux et demandez-leur de jouer au journaliste et de faire un reportage pour tenter d'expliquer pourquoi ce jeu vidéo est si populaire chez ces jeunes. Dites-leur que le rédacteur ou la rédactrice en chef souhaite retrouver les éléments suivants dans leur rapport :
  - Quels sont les principales caractéristiques de ce jeu?
  - Pourquoi les jeunes garçons aiment-ils ce jeu?
  - Est-ce que leurs parents savent ce que contient ce jeu?
  - Ce jeu convient-il à des garçons de cet âge?
  - Pourquoi est-ce que les adultes n'aiment pas ce jeu?
  - Partagez-vous l'avis des adultes?

Incitez-les à interviewer leurs camarades pour obtenir des réponses à ces questions.

**Note** : Il se pourrait que vos élèves n'aient jamais joué à ce jeu. Le cas échéant, demandez-leur tout de même de faire l'exercice en donnant les réponses les plus vraisemblables.

Une fois les articles rédigés, mettez-les en commun et discutez-en.

**À surveiller :** rapports entre le jeu, la violence, la supervision parentale et autre sujets connexes

**Pour approfondir**

Publiez un ou plusieurs articles dans le journal de l'école ou envoyez-les à un journal local.

Vos élèves voudront peut-être aussi approfondir certaines des idées suivantes :

- Sujets de discussion :
  - \* Quels sont les aspects positifs des jeux vidéo?
  - \* Qui ne voudrait pas acheter un jeu vidéo? Pourquoi?
  - \* Quels conseils donneriez-vous aux parents qui songent à acheter un jeu vidéo pour leur enfant de huit ans?
- Écrivez une lettre à une entreprise de jeux vidéo où vous expliquerez les résultats de l'enquête, qui montrent que les enfants veulent des jeux contenant de l'action et dont le graphisme est attrayant, mais exempts de violence. À quelle entreprise enverriez-vous votre lettre?
- À votre avis, quelles devraient être les caractéristiques d'un jeu vidéo pour les filles de dix ans? Comment serait-il conçu? Écrivez à la compagnie pour faire connaître vos idées.
- Nommez un jeu vidéo que vous **n'aimez pas**. Comment l'amélioreriez-vous?

**À la Section E : Usage des médias** du présent guide, vous trouverez d'autres idées concernant les jeux vidéo violents ou pour adultes.

**Ressources complémentaires :**

Vous trouverez des plans de cours pour les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année sur la violence dans les jeux vidéo sur le site du Réseau Éducation-Médias au :

<http://www.media-awareness.ca/francais/enseignants/index.cfm>.

## D. ACTIVITÉS

Dans cette section, on demande aux élèves de qualifier leur participation à 15 activités, de « presque chaque jour » à « jamais, presque jamais ». Selon le sondage, les enfants qui passent le plus de temps à faire des devoirs, à lire, à suivre des cours, à participer aux activités d'un club ou à s'adonner à un passe-temps sont généralement plus conscients des effets négatifs de la violence dans les médias que les autres enfants.

Comme à la question A, demandez aux élèves de reporter leurs réponses sur un graphique (individuel et de classe) et de comparer les résultats avec ceux de l'enquête **Place aux jeunes dans les médias**, p. 10-14.

Vous pouvez demander aux élèves plus âgés d'expliquer pourquoi, à leur avis, les jeunes qui participent aux activités mentionnées ci-dessus sont plus conscients de la violence dans les médias. Vous pouvez également leur demander de reformuler ce résultat afin de susciter une discussion. (Pour plus de détails, consultez le sondage **Place aux jeunes dans les médias**, p. 78-79.)

## **E. USAGE DES MÉDIAS À LA MAISON**

Cette section porte sur les types d'appareils que l'on trouve dans les foyers et sur les règles d'utilisation de ces appareils. Posez à vos élèves les questions suivantes :

- De quoi aurait eu l'air cette liste il y a 15 ans? Si vous aviez habité au Canada il y a 150 ans, avant l'avènement de la télévision, qu'auriez-vous fait de vos temps libres? Quelles auraient été vos activités habituelles?
- Si vous deviez préparer une « capsule historique » (sorte de coffre aux trésors) et l'enfouir dans votre jardin pour faire découvrir à des enfants, dans 50 ans, comment étaient les jeunes d'aujourd'hui et à quoi ressemblait leur vie, que mettriez-vous dans cette capsule? (Autre possibilité : préparer une capsule historique de classe.)

### **Programmation inacceptable**

Dans l'enquête, on a demandé aux jeunes de nommer une émission de télévision que les plus jeunes ne devraient pas écouter. Quelques possibilités pour approfondir cette question :

- Demandez aux jeunes de la 6<sup>e</sup> à la 8<sup>e</sup> année d'écrire une lettre aux plus jeunes ou à leurs parents pour leur suggérer des émissions appropriées et les mettre en garde contre d'autres jugées inacceptables. Demandez-leur de justifier leurs choix.
- Demandez aux jeunes de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année de dresser une liste de recommandations pour les gardiens et gardiennes concernant l'usage des médias. Demandez-leur d'inclure dans cette liste des émissions qu'ils ou elles écouteront ou des jeux auxquels ils joueraient avec les enfants dont ils prennent soin, et de justifier leurs choix.
- Demandez aux jeunes de la 3<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année d'imaginer un jeu de rôles mettant en scène un ou une enfant qui essaie de convaincre ses deux parents qu'il ou elle devrait pouvoir écouter une émission de télévision.

### **Puce anti-violence ou système de contrôle parental**

- Demandez aux élèves de faire ressortir le pour et le contre d'un système de contrôle parental. Pour les plus jeunes, vous pouvez aussi imaginer un jeu de rôles mettant en vedette une famille, à l'heure du dîner, qui se demande si elle devrait acquiescer à un système de contrôle parental; demandez-leur de faire valoir les arguments des deux parties.

### **Jeux vidéo pour adultes**

- Demandez aux élèves : Comment apprenez-vous l'existence d'un nouveau jeu vidéo? Quel type de publicité les créateurs de jeux vidéo utilisent-ils? De quelles stratégies publicitaires se servent-ils (images, mots, graphisme) pour attirer la clientèle potentielle?
- Demandez-leur d'apporter des encarts publicitaires, des coupures de magazines ou même des boîtiers de jeux vidéo et d'analyser les moyens utilisés pour présenter le jeu.
- Demandez aux élèves de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année d'interroger des propriétaires d'entreprises de location de films et de jeux vidéo sur leur politique de location. Que se passe-t-il lorsque des enfants veulent louer un jeu destiné aux adultes? Comment les jeux vidéo sont-ils présentés

dans leur magasin? Que devraient surveiller les propriétaires? Que pensent les élèves des arguments des propriétaires?

### **Accès restreint aux divertissements pour adultes**

Le sondage révèle que, dès la 7<sup>e</sup> année, la majorité des jeunes ont déjà vu une vidéocassette pour adultes à la maison, et que plus de la moitié des garçons ont déjà joué à un jeu vidéo pour adultes. Vous pouvez demander à nouveau à vos élèves de reporter les réponses de la classe sur un graphique et de les comparer avec les résultats de l'étude nationale. (voir le rapport **Place aux jeunes dans les médias, p. 60-66**)

**Note :** Les jeunes se souviennent généralement plus longtemps des films qui les bouleversent que des films qui leur procurent une sensation de bien-être. Les souvenirs effrayants persistent plus longtemps chez les garçons que chez les filles.

Fait intéressant, les jeunes ont répondu, dans l'enquête, que les règles concernant l'âge permis pour louer un jeu vidéo ou sur ordinateur devraient être plus strictes que les règles concernant la location de films pour adultes. Reformulez cette constatation afin de susciter la discussion; par exemple : « Les jeunes devraient avoir moins facilement accès aux jeux vidéo pour adultes qu'aux films pour adultes » OU « Les jeux vidéo pour adultes sont plus nuisibles que les films pour adultes ». Donnez-leur accès aux pages mentionnées plus haut de l'étude pour qu'ils et elles puissent les consulter et y puiser des arguments.

### **Et les films**

On a également demandé aux jeunes de nommer deux films « qui les ont fait se sentir bien ». Il semble que les principales qualités de ces films sont l'héroïsme et la capacité de surmonter des épreuves difficiles. Les filles ont plutôt choisi des films romantiques et les garçons, des films d'aventure.

Mentionnons également qu'au chapitre des émissions de télévision, des jeux vidéo et des films, les garçons sont surtout attirés par le fantastique, les personnages capables d'accomplir des actions impossibles dans la vraie vie et la violence.

Pour en savoir davantage sur un film en particulier ou pour obtenir des guides d'études brillamment conçus, passez sur le site **Scanning the Movies**, au <http://www.chumlimited.com/mediaed/studyguides.asp>.

## **F. OPINIONS SUR LA VIOLENCE DANS LES MÉDIAS**

Les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 10<sup>e</sup> année se sont fait poser de nombreuses questions sur les effets potentiellement négatifs de la violence dans les médias.

« À quel point es-tu d'accord avec les énoncés suivants?

- Ma famille discute souvent de ce qu'elle regarde à la télévision
- Mes parents seraient fâchés s'ils connaissaient les mots de certaines chansons qu'écoutent les jeunes
- Nous devrions étudier les médias et en parler à l'école
- La façon dont les gens traitent les autres dans les films et à la télévision contribue à augmenter les incidents d'intimidation (bullying)
- Tuer quelqu'un dans un jeu vidéo, ce n'est pas un acte violent
- La violence dans les médias contribue à la violence dans les écoles et les communautés
- Il y a trop de violence dans les films et à la télévision
- Il y a trop de violence dans les parties de hockey présentées à la télévision »

Leurs réponses montrent que les enfants qui consomment avidement des productions médiatiques sans aucune forme d'encadrement ont tendance à ne pas se préoccuper de la violence dans les médias. En revanche, les jeunes prennent davantage conscience des effets négatifs de la violence dans les médias quand leurs parents ou d'autres adultes s'intéressent à leurs émissions et à leurs jeux et discutent avec eux des effets de la violence, du racisme et du sexisme dans les médias.

- Reformulés, plusieurs des points ci-dessus peuvent servir à provoquer un débat.

### **Ressources complémentaires**

De nombreuses ressources sur la violence, le racisme et le sexisme dans les médias sont à la disposition des enseignantes et des enseignants. Signalons tout particulièrement :

- **Réseau Éducation-Médias** : Plans de cours proposés : examen des conséquences et violence dans les médias (1<sup>re</sup>-4<sup>e</sup> année), tactiques d'intimidation (6<sup>e</sup> année), publicité et violence masculine (11<sup>e</sup>-12<sup>e</sup> année). On peut consulter la liste des activités à l'adresse [http://www.media-awareness.ca/francais/enseignants/resultats\\_de\\_recherche.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enseignants/resultats_de_recherche.cfm). Voir aussi les sections sur le racisme et le sexisme.
- **Media Watch** a pour mission de sensibiliser les gens à la violence, au racisme et au sexisme dans les médias. <http://www.mediawatch.com> [anglais seulement]
- La **Fédération des enseignantes et des enseignants de l'élémentaire de l'Ontario** a rédigé un guide intitulé *Take a Closer Look* [anglais seulement] qui traite de la violence dans les médias et s'adresse aux classes de 7<sup>e</sup> et de 8<sup>e</sup> année. En faire la demande à la Fédération : 480, avenue University, bureau 1000, Toronto (Ontario) M5G 1V2  
Sans frais : 1 888 838-3836      [www.ETFO.on.ca](http://www.ETFO.on.ca)

## **EN TERMINANT, QUELQUES MOTS SUR L'ÉDUCATION MÉDIATIQUE**

Le rapport d'Erin Research montre clairement qu'il est essentiel de parler médias avec les enfants. Nous osons croire que l'information recueillie dans le cadre de l'étude **Place aux jeunes dans les médias** aidera les parents, le personnel enseignant et toute personne soucieuse du bien-être des enfants à agir de manière dévouée et créative pour que les jeunes Canadiens et Canadiennes tirent le meilleur parti de l'univers des médias.

*Nous tenons à remercier **Sylvie Webb**, consultante, Toronto District School Board, et **Linda Millar**, directrice de l'éducation, Annonceurs responsables en publicité pour enfants, de leur contribution au présent guide.*

*Réalisé par Arlene Moscovitch pour la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants.  
La FCE est la porte-parole nationale de 240 000 enseignantes et enseignants aux quatre coins du Canada.  
[www.ctf-fce.ca](http://www.ctf-fce.ca)*