

Place aux jeunes dans les médias

MAISON DE RECHERCHE

George Spears, Ph.D. et
Kasia Seydegart, M.Serv.Soc.
ERIN Research Inc.
5245, Eighth Line
Erin (Ontario) Canada N0B 1T0
Téléphone : (519) 833-2449
Fax : (519) 833-0180

results@erinresearch.com

www.erinresearch.com

en collaboration avec le Réseau Éducation-Médias

COORDINATRICE DU PROGRAMME

Arlene Moscovitch
Programme d'éducation et de recherche
médiatiques
620, rue Crawford
Toronto (Ontario) M6G 3K2
Tél./fax : (416) 531-3108
arlenem1@sympatico.ca

FINANCEMENT

La FCE désire souligner l'appui financier du Conseil national de prévention du crime de Justice Canada.

COMITÉ CONSULTATIF

Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants

En tant qu'organisation-cadre nationale bilingue de la profession enseignante, la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants (FCE) regroupe 14 organisations Membres des provinces et des territoires qui ensemble représentent 240 000 membres de cette profession.

Depuis plus de 80 ans, la FCE fait avancer la cause des enfants, défend les droits des enseignantes et enseignants et préconise un système d'éducation publique solide.

La Fédération canadienne des associations foyer-école

La Fédération canadienne des associations foyer-école est une organisation nationale qui préconise une éducation de qualité et défend le bien-être des enfants et des jeunes. Représentant toutes les provinces, la Fédération agit comme tribune et porte-parole pour les parents afin de présenter leurs points de vue au gouvernement fédéral et au grand public et d'en discuter. Elle favorise le leadership des parents, collabore avec les intervenants et intervenantes et agit comme centre national de ressources à l'intention des parents.

Réseau Éducation-Médias

Le Réseau Éducation-Médias s'est donné pour mission de développer et d'encourager l'éducation médiatique et de l'intégrer le plus largement possible dans les écoles, les familles et les communautés canadiennes au moyen d'un site Internet de calibre mondial.

Le Réseau veut stimuler une pensée critique sur l'information que véhiculent les médias, les divertissements qu'ils procurent et les nouvelles technologies des communications. Il désire d'autre part alimenter le débat public sur l'influence des médias dans la vie des enfants et des jeunes. Le travail du Réseau part de l'idée que les jeunes, pour fonctionner adéquatement dans le monde actuel, doivent être en mesure de se livrer à une « lecture critique » de l'avalanche quotidienne de messages qui visent à les informer, les divertir ou leur vendre des produits.

Association canadienne des commissions/conseils scolaires

L'Association canadienne des commissions/conseils scolaires est la porte-parole nationale des associations provinciales de commissions et de conseils scolaires ainsi que de commissaires d'école et de conseillères et conseillers scolaires. Elle chapeaute dix associations provinciales de commissions et conseils scolaires, représentant plus de 500 commissions et conseils qui servent plus de trois millions d'élèves aux paliers élémentaire et secondaire, soit trois élèves sur cinq.

Association canadienne des organisations des médias éducatifs (ACOME)

Fondée en 1992, l'ACOME est une association de groupes médiatiques à l'échelle du Canada.

Par l'entremise de ses organisations membres, son objectif est de préconiser, promouvoir et développer la médiatique au Canada.

Positive Entertainment Alternatives for Children Everywhere (PEACE)/

Travail de Réflexion pour des Ondes Pacifiques (TROP)

TROP est le pendant français de Positive Entertainment Alternatives for Children Everywhere (PEACE), une organisation à but non lucratif basée au Québec. Ses objectifs principaux sont de sensibiliser les personnes aux effets de la violence dans les médias et d'exiger que des modifications soient apportées dans les domaines des médias.

Annonces responsables en publicité pour enfants

Les Annonces responsables en publicité pour enfants (ARPE) est un organisme à but non lucratif voué à la création et à la mise en œuvre de campagnes de sensibilisation et d'éducation à l'intention des enfants canadiens. En tant qu'annonceurs, radiodiffuseurs et organismes axés sur les enfants, les ARPE travaillent avec d'autres annonceurs, radiodiffuseurs et organismes afin d'élaborer des programmes et des initiatives qui aideront les enfants à mener une vie saine, appuyer les parents qui veulent bien assurer le bon développement de leurs enfants, et soutenir les éducateurs et éducatrices qui enseignent à leurs élèves la médiatique et des aptitudes pour faire face à la vie quotidienne.

Centrale des syndicats du Québec (CSQ)

La Centrale des syndicats du Québec (CSQ) représente environ 145 000 membres dont plus de 100 000 font partie du personnel de l'éducation.

Les membres de la CSQ occupent plus de 350 titres d'emploi. Ils sont présents à tous les ordres d'enseignement (personnel enseignant, professionnel et de soutien) de même que dans les domaines de la garde éducative, de la santé et des services sociaux (personnel infirmier, professionnel et de soutien, éducatrices et éducateurs), du loisir, de la culture, du communautaire et des communications.

Services à la famille-Canada

Organisme national bénévole sans but lucratif, Services à la famille-Canada est le porte-parole des familles canadiennes et des organismes qui se vouent à leur défense. Son énoncé de mission se lit comme suit : « Des familles unies dans une société où règne la solidarité ». Sa mission est de promouvoir la famille comme source principale de soutien et de développement des personnes, de préconiser des services de qualité qui consolident les familles et les collectivités, et de réclamer des politiques et des lois qui assurent le bien-être des familles au Canada.

SOMMAIRE DES RÉSULTATS

INTRODUCTION

Afin de disposer de données actuelles et concrètes sur le rôle des médias dans la vie des jeunes et sur ce qu'ils ont à dire à ce sujet, la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants (FCE) a demandé à ERIN Research de mener une étude approfondie sur l'expérience des enfants canadiens auprès des moyens de communication.

Environ 5 756 élèves de la 3^e à la 10^e année ont pris part à l'étude dans chaque province et territoire du pays. Il s'agit de la première enquête d'une telle envergure qui cherche à savoir quels médias les jeunes utilisent, quelle satisfaction leur procure leur consommation médiatique et comment les valeurs et comportements de ces derniers sont influencés par la violence qui y est présentée tous les jours. Les personnes participantes constituaient un échantillon représentatif de la population sur les plans de l'âge, du sexe, de la région, de la langue (français ou anglais), de la commission ou du conseil scolaire (public ou catholique) et du lieu de résidence (milieu rural ou urbain). Les marges d'erreur pour les résultats exprimés en pourcentage de l'échantillon total étaient de $\pm 1,3$ %, 19 fois sur 20.

ERIN Research a mis le sondage au point après avoir consulté la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants et le Réseau Éducation-Médias. En tout, 122 écoles, soit 93 % des classes sélectionnées initialement, ont participé à l'enquête. Il s'agit d'un taux de réponse exceptionnel.

Cette étude d'ERIN Research permettra d'observer comment évoluent la consommation médiatique des jeunes et leurs rapports avec les médias. Parents, éducatrices, éducateurs et autres intervenantes et intervenants pourront s'en inspirer et mettre leur créativité au service des jeunes Canadiennes et Canadiens afin de les aider à tirer le meilleur profit possible du monde des médias.

C'EST LA FIN DE SEMAINE

Les jeunes devaient choisir sur une liste de dix possibilités deux activités qu'ils feraient pendant leur temps libre la fin de semaine.

- L'activité la plus populaire parmi les filles est d'être avec des amies ou amis; elle représente 20 % des choix des répondantes en 3^e année et 38 % des choix des répondantes en 10^e année. Les activités sociales — amies et amis et magasinage — gagnent clairement en popularité chez les filles à mesure qu'elles vieillissent, tandis que le contraire se produit pour la télévision, la lecture et les sports. Les jeux sur ordinateur plafonnent à seulement 6 % en 4^e année avant de baisser en popularité.

Sommaire des résultats (suite)

- Les garçons également aiment passer du temps avec des amis et amies, surtout lorsqu'ils vieillissent. Cependant, ils aiment aussi beaucoup les jeux sur ordinateur.
- Les jeunes élèves s'intéressent davantage que les autres au divertissement électronique (télévision, vidéos, Internet et jeux sur ordinateur) la fin de semaine. En 3^e année, ces activités représentent 50 % des choix des garçons et 24 % de ceux des filles.
- Le divertissement électronique comme activité privilégiée la fin de semaine est délaissé par les garçons comme par les filles à mesure qu'ils vieillissent, mais demeure deux fois plus populaire chez les garçons que chez les filles (il représente 34 % des choix des garçons et 16 % de ceux des filles de 10^e année).

ACTIVITÉS QUOTIDIENNES DES JEUNES

- Regarder la télévision constitue un passe-temps quotidien pour 75 % des jeunes interrogés, garçons et filles, de la 3^e à la 10^e année.
- Ce sont les plus jeunes élèves qui s'adonnent le plus fréquemment à des jeux vidéo et sur ordinateur. Chez les garçons de la 3^e à la 6^e année, près de 60 % le font tous les jours. Même en 10^e année, 38 % des garçons se livrent quotidiennement à cette activité. Il n'en va pas de même pour les filles, dont 33 % s'adonnent à des jeux interactifs tous les jours en 3^e année. Arrivées en 10^e, seulement 6 % d'entre elles continuent à le faire.
- La messagerie instantanée est le nouveau moyen de communication en ligne privilégié par les jeunes : 49 % des élèves de la 7^e à la 10^e année s'en servent tous les jours et encore 20 %, plusieurs fois par semaine.
- Les vidéos et les DVD occupent aussi une place importante dans les activités des jeunes : ils sont regardés presque quotidiennement par 24 % des élèves de la 3^e à la 6^e année et par 17 % de ceux de la 7^e à la 10^e année, tandis qu'encore 42 % en visionnent quelques fois par semaine.
- Chez les garçons et les filles, la lecture comme loisir est de plus en plus délaissée avec l'âge.

TÉLÉVISION

En réponse à des questions ouvertes, les jeunes ont nommé les trois émissions qu'ils aiment le plus regarder et indiqué laquelle ils préfèrent parmi les trois.

- Les choix des jeunes convergent vers un nombre réduit d'émissions populaires : 17 titres représentent 50 % des choix. *Les Simpson* et *Friends* viennent au premier rang.
- Les garçons préfèrent les émissions animées, les comédies et les sports. Les filles, quant à elles, préfèrent les émissions montrant des situations supposément réalistes et ayant pour thème les relations sociales.
- Les jeunes de tous les âges regardent *Les Simpson*, mais chez les francophones comme chez les anglophones de la 3^e à la 10^e année, la préférence des garçons pour cette émission est presque deux fois plus marquée que celle des filles.

Sommaire des résultats (suite)

- Les jeunes francophones choisissent des émissions différentes selon qu'ils résident au Québec ou à l'extérieur de cette province. Les jeunes des deux groupes d'âge qui résident au Québec choisissent plus d'émissions québécoises que les autres. Chez les élèves québécois de la 3^e à la 6^e année, 30 % des émissions les plus populaires sont d'origine québécoise, contre 10 % chez les francophones des autres régions du pays. Les différences sont plus prononcées chez les élèves de la 7^e à la 10^e année : 60 % des dix émissions préférées des Québécois sont produites au Québec, contre 10 % de celles choisies par les jeunes francophones résidant à l'extérieur de la province.

En réponse à d'autres questions ouvertes, les jeunes ont également été priés de nommer les deux émissions qu'ils aiment le moins.

- Les émissions les moins aimées sont toujours les mêmes, quels que soient le sexe, l'année ou la langue des répondantes et répondants : émissions pour jeunes enfants (*Barney*, *Teletubbies*, *Caillou*), nouvelles et, chez les adolescentes et adolescents plus âgés, feuilletons.

Afin de savoir pourquoi les jeunes aiment ou n'aiment pas certaines émissions, on leur a demandé d'évaluer leurs émissions favorites selon dix caractéristiques différentes.

- Les principales caractéristiques attribuées par les jeunes à leurs émissions préférées sont « Excitante » et « Drôle ». Les filles trouvent également important qu'une émission **ne** soit **pas** violente.
- La majorité des émissions favorites des enfants n'obtiennent pas une cote élevée pour la violence.

Nouvelles télévisées

- Les jeunes interrogés ont dit que les nouvelles étaient l'une de leurs émissions les moins aimées, mais des jeunes de tous les âges les regardent néanmoins. Une grande majorité trouvent que les nouvelles leur permettent d'être mieux informés.
- Les jeunes qui regardent souvent les nouvelles s'intéressent davantage au monde (64 % contre 52 % des jeunes qui ne les regardent pas souvent) et se sentent également plus motivés à agir pour changer les choses.
- Les enfants plus jeunes sont ceux qui sont le plus effrayés par les nouvelles et disent se sentir en danger (43 % des filles et 28 % des garçons en 3^e et en 4^e année). Bien que leurs craintes s'atténuent avec l'âge, les jeunes sont aussi moins portés à vouloir faire une différence lorsqu'ils vieillissent.

On a également demandé aux jeunes sondés d'écrire deux choses qu'ils aiment et deux choses qu'ils n'aiment pas au sujet de la télévision. Des exemples de leurs réponses, qu'il s'agisse de jeunes vivant au Nunavut ou au Labrador, à Montréal ou à Red Deer, sont présentés aux pages 35 à 39.

Sommaire des résultats (suite)

JEUX SUR ORDINATEUR ET JEUX VIDÉO

D'autres questions ouvertes invitaient les répondantes et répondants à écrire leurs trois jeux sur ordinateur ou jeux vidéo préférés.

- L'un des jeux les plus populaires chez les garçons francophones et anglophones de la 3^e à la 6^e année, *Grand Theft Auto*, est extrêmement violent et réservé aux jeunes adultes. On y voit des meurtres, du matraquage et de la prostitution. Chez les garçons anglophones de la 7^e à la 10^e année, *Grand Theft Auto* est de loin le grand favori, ayant été choisi par un tiers des jeunes en question. Ce n'est pas le cas, cependant, chez les garçons francophones, qui privilégient le hockey.
- Chez les garçons de la 3^e à la 6^e année, il existe un lien évident entre les jeux sur ordinateur ou les jeux vidéos favoris et les émissions et les films préférés (*James Bond*, *Le Seigneur des anneaux*, *Spiderman* et *Yu-Gi-Oh!*). Les garçons de la 7^e à la 10^e année s'intéressent davantage aux jeux d'action/fiction/stratégie et aux jeux de rôle.
- Tandis que *Mario* est le jeu le plus aimé des filles de la 3^e à la 6^e année, trois jeux sur Internet réunis (*The Sims*, *Neopet* et *Jeux divers sur Internet*) sont encore plus populaires. Ces jeux offrent à la fois une interaction et une « histoire ». Chez les filles plus âgées, les francophones et les anglophones aiment sensiblement les mêmes jeux. Les jeux traditionnels et « classiques » comme *Tetris*, *Donkey Kong* et *Zelda* sont encore populaires parmi les filles de ce groupe d'âge.
- Les garçons comme les filles jugent que la caractéristique « Excitant » est la qualité primordiale des bons jeux, suivie par un volet compétitif (« J'aime battre mes adversaires, ou dépasser mon meilleur score »). Cependant, les filles attribuent des cotes moindres que les garçons à cette caractéristique. Les jeux fantastiques et ceux qui présentent des personnages pouvant faire ce qu'on ne peut pas dans la vraie vie et qui contiennent de la violence intéressent particulièrement les garçons.
- Les jeux pour jeunes adultes ne semblent pas très aimés des filles. Chez les garçons, par contre, leur popularité augmente en flèche jusqu'en 8^e année, puis se stabilise. Bien que les garçons trouvent qu'il y a peu de violence dans leurs émissions de télévision (38 sur 100), leurs jeux sur ordinateur favoris en contiennent beaucoup plus (62 sur 100). Chez les filles, les émissions de télévision comme les jeux sur ordinateur favoris montrent peu de violence (20 et 27 sur 100 respectivement).

En réponse à des questions ouvertes, les jeunes ont nommé deux jeux auxquels ils n'aimaient pas s'adonner et ont indiqué pourquoi.

- Les faiblesses les plus significatives sont la lenteur et le manque d'action. La violence excessive a aussi été signalée par 60 % des filles et 33 % des garçons.

LES MÉDIAS À LA MAISON

- Parmi les jeunes interrogés, 48 % ont leur propre téléviseur et 35 %, leur propre magnétoscope. Quant à l'ordinateur branché sur Internet, 26 % des jeunes en possèdent un pour leur usage personnel.
- Chez les élèves de la 3^e à la 6^e année, 10 % ont leur propre téléphone cellulaire. En 10^e année, c'est le cas de 22 % des jeunes. Parmi les élèves interrogés, 62 % ont répondu que leur famille possédait un téléphone cellulaire.

L'UTILISATION DES MÉDIAS À LA MAISON

Cette étude porte principalement sur la télévision, les vidéos et les jeux sur ordinateur, médias dont les jeunes se servent surtout à la maison ou chez des amis ou amies.

- Un nombre important de jeunes déclarent que leurs parents ne leur ont jamais dit ce qu'ils pouvaient regarder ou à quels jeux ils pouvaient jouer, ni pour combien de temps.
- Près de 30 % des jeunes de la 3^e à la 6^e année disent ne jamais avoir eu l'intervention d'adultes en ce qui concerne les émissions de télévision qu'ils peuvent regarder. De plus, 50 % des élèves de la 6^e année ont répondu que leurs parents ne leur disent jamais combien de temps ils peuvent passer devant le petit écran. En 8^e année, la proportion de jeunes dont les parents ne supervisent pas l'usage de la télévision est de 60 %. Cependant, près de 90 % des jeunes disent regarder la télévision en famille « la plupart du temps » ou « parfois », tendance qui se maintient de façon assez constante de la 3^e à la 10^e année.
- La télévision est encore regardée en groupe (les parents la regardent la plupart du temps ou parfois avec leurs enfants), mais les jeux semblent être une activité plus solitaire.
- Même pour les enfants de 3^e et 4^e année, la proportion de parents qui interviennent en ce qui a trait aux jeux ne dépasse jamais 50 %. Une fois en 7^e année, près de 75 % des élèves disent ne jamais recevoir d'indications de la part des adultes quant aux jeux sur ordinateur ou aux jeux vidéo auxquels ils peuvent s'adonner.
- La majorité des parents n'ont jamais parlé à leurs enfants du racisme, du sexisme ou de la violence dans les médias. Lorsqu'ils le font, ils sont davantage portés à échanger avec les garçons au sujet de la violence et avec les filles au sujet du racisme. Le sexisme est le thème le moins souvent abordé avec les garçons comme les filles.
- En tout, 19 % des jeunes interrogés disent que leur téléviseur est muni d'une puce antiviolence qui permet aux parents de bloquer des chaînes ou des émissions de télévision qu'ils ne veulent pas que leurs enfants regardent. L'emploi de cette puce diminue à mesure que les jeunes grandissent.

Divertissement réservé aux adultes et aux jeunes adultes

- En 6^e année, la moitié des jeunes interrogés ont regardé un film, une vidéo ou un DVD inapproprié. En 7^e et en 8^e année, cette proportion dépasse 75 %.
- Le nombre de jeunes qui ont vu au cinéma des films réservés aux adultes varie beaucoup d'une région à l'autre du pays, probablement parce que le classement des films relève des

Sommaire des résultats (suite)

provinces. La proportion de jeunes de la 7^e à la 10^e année qui ont vu des films pour adultes au cinéma oscille entre 24 % au Québec, 44 % en Ontario et 57 % en Colombie-Britannique. C'est l'un des très rares aspects de l'étude où les tendances observées varient considérablement entre les régions.

- En 7^e année, 76 % des élèves ont regardé sur vidéo à la maison des films réservés aux adultes, qu'ils avaient loués eux-mêmes dans environ un quart des cas. De nombreux films réservés aux adultes visionnés par des jeunes se trouvaient déjà dans leur domicile ou avaient été loués par des frères ou sœurs aînés, des amis ou amies ou les parents.
- Au cinéma comme à la maison, la supervision des parents réduit de beaucoup le visionnement de films réservés aux adultes.
- Les jeunes ne supposent pas nécessairement qu'une cote « inappropriée » signifie que leurs parents n'approuvent pas le film ou le jeu en question. Lorsqu'on leur a demandé ce que leurs parents diraient s'ils regardaient un film inapproprié, les deux tiers ont répondu que cela dépendrait du film. Un peu plus de la moitié des jeunes ont dit que leurs parents s'opposeraient à l'emploi de certains jeux sur ordinateur réservés aux jeunes adultes.
- Les garçons sont plus enclins que les filles à regarder des films ou à jouer à des jeux sur ordinateur inappropriés. Les garçons dont les parents ne donnent aucune indication quant aux jeux qui conviennent ou non sont majoritaires. En 7^e année, 84 % des garçons ont joué à des jeux sur ordinateur ou à des jeux vidéo réservés aux jeunes adultes (qui conviennent aux personnes ayant 17 ans ou plus).
- Les jeunes interrogés estiment que l'âge minimal pour les jeux sur ordinateur et les jeux vidéo réservés aux jeunes adultes devrait être beaucoup plus élevé que pour les films réservés aux adultes.
- Environ 75 % des jeunes disent que les films réservés aux adultes devraient pouvoir être visionnés à partir de 12 ans, mais seulement 50 % d'entre eux en disent autant des jeux réservés aux jeunes adultes. De plus, 30 % estiment qu'il ne devrait pas y avoir d'âge minimum pour les films, et seulement 17 % sont du même avis pour les jeux réservés aux jeunes adultes.

Émissions et films réconfortants et effrayants

- Les principaux thèmes des émissions réconfortantes sont l'héroïsme et la réussite en dépit de circonstances adverses. Les choix des filles sont plutôt romantiques, tandis que les garçons aiment l'aventure. Les films *Harry Potter* et *Le Seigneur des anneaux* figurent dans les deux listes de films réconfortants et de films effrayants.
- Il y a davantage de consensus sur les films effrayants que sur les films réconfortants. Seulement deux titres (*Le Cercle* et *Signes*) représentent 29 % des choix effrayants, tandis qu'il faut 15 titres réconfortants pour atteindre ce pourcentage.
- Les garçons disent avoir moins peur que les filles, et la peur des garçons comme celle des filles s'atténue à mesure qu'ils vieillissent. Cependant, certains jeunes sont très affectés par les scènes violentes : 10 % ont répondu être entièrement d'accord avec le choix de réponse « Ils me donnent parfois des cauchemars »; 10 % ont répondu la même chose pour l'énoncé « Ils

Sommaire des résultats (suite)

me font avoir peur parfois » et 14 % n'étaient pas du tout d'accord avec la réponse « Ils n'ont aucun effet sur moi ».

- Les choix réconfortants ont été visionnés récemment (les deux tiers, au cours du dernier mois), tandis que les visionnements troublants restent plus longtemps dans la mémoire. Les garçons se rappellent plus longtemps que les filles des films effrayants qu'ils ont regardés : 37 % d'entre eux se rappelaient de titres de films effrayants plus d'un an après les avoir vus, contre 26 % des filles.

Imitation de la violence

- Parmi les élèves de la 7^e à la 10^e année, 51 % ont dit avoir vu quelqu'un imiter un « acte violent » présenté dans un film ou une émission de télévision. (Les « actes violents » peuvent comprendre imiter une acrobatie dangereuse. Il ne s'agit pas nécessairement d'un comportement agressif envers une autre personne.)

Émissions de télévision que les jeunes ne devraient pas regarder

- On a demandé aux jeunes de nommer des émissions de télévision que les enfants ayant quelques années de moins qu'eux ne devraient pas regarder. *Les Simpson* et *South Park* occupent les premiers rangs sur toutes les listes.

L'avis des jeunes sur les médias

Dans le cadre du sondage, on a demandé aux jeunes s'ils croyaient que la violence dans les médias avait des répercussions sur leur vie de tous les jours. Les résultats révèlent que, laissés à eux-mêmes, les jeunes ont tendance à trouver que la violence dans les médias est sans conséquence. Cependant, diverses influences du milieu peuvent rendre les enfants plus sensibles aux effets possibles de la violence dans les médias. Ceux et celles qui sont le plus sensibilisés :

- consacrent plus de temps aux devoirs, à la lecture, à des cours, à des clubs et à des passe-temps
- parlent souvent en famille de ce qu'ils regardent à la télévision
- discutent de violence, de racisme et de sexisme en famille
- ont des parents qui supervisent leurs habitudes d'écoute.

Les opinions à l'égard de la violence dans les médias varient peu chez les enfants de la 7^e à la 10^e année, c'est-à-dire que les attitudes acquises en 7^e année se maintiennent au moins jusqu'en 10^e année. Par contraste, les autres comportements étudiés par ce sondage évoluent considérablement au cours de cette période de quatre ans.

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	2
2. Méthodologie	3
3. C'est la fin de semaine...	6
4. Activités quotidiennes des jeunes	9
5. La télévision	15
6. L'avis des jeunes au sujet de la télévision	35
7. Jeux sur ordinateur et jeux vidéo	40
8. Les médias à la maison	53
9. L'utilisation des médias à la maison	56
10. Émissions et films réconfortants et effrayants	67
11. L'avis des jeunes sur les médias	77
Annexe : Données sur les choix	81

1. INTRODUCTION

La Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants a entrepris un programme innovateur de recherche médiatique au profit des jeunes, des parents et des membres de la profession enseignante à l'échelle du Canada. Mise de l'avant en 2003, cette initiative d'envergure vise à sensibiliser davantage la population à l'utilisation des médias par les jeunes du pays.

Afin de disposer de données actuelles et concrètes sur le rôle des médias dans la vie des jeunes et sur ce que les jeunes ont à dire à ce sujet, la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants a demandé à ERIN Research de mener une étude approfondie sur l'expérience des enfants canadiens auprès des moyens de communication.

Environ 5 700 élèves de la 3^e à la 10^e année ont pris part à l'étude dans chaque province et territoire du pays. Il s'agit de la première enquête d'une telle envergure qui cherche à savoir quels médias les jeunes utilisent, quelle satisfaction leur procure leur consommation médiatique et comment les valeurs et comportements de ces derniers sont influencés par la violence qui y est présentée tous les jours. Les personnes participantes constituaient un échantillon représentatif de la population sur les plans de l'âge, du sexe, de la région, de la langue (français ou anglais), de la commission ou du conseil scolaire (public ou catholique) et du lieu de résidence (milieu rural ou urbain).

Cette étude d'ERIN Research permettra d'observer comment évoluent la consommation médiatique des jeunes et leurs rapports avec les médias. Parents, éducatrices, éducateurs et autres intervenantes et intervenants pourront s'en inspirer et mettre leur créativité au service des jeunes Canadiennes et Canadiens afin de les aider à tirer le meilleur profit possible du monde des médias.

2. MÉTHODOLOGIE

Élaboration du questionnaire

ERIN Research a mis le sondage au point après avoir consulté la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants (FCE) et le Réseau Éducation-Médias. Deux questionnaires distincts ont été préparés, un pour les élèves de la 3^e à la 6^e année et un pour ceux de la 7^e à la 10^e année. Le premier contient environ 80 % des questions que renferme le second.

Le sondage a été mis à l'essai au préalable auprès d'élèves francophones et anglophones. Des modifications y ont été apportées en fonction des observations formulées par les élèves et le personnel enseignant.

Distribution du sondage

Les conseils et commissions scolaires qui ont participé à l'étude, au nombre de 37, ont été sélectionnés dans chaque province et territoire de façon à représenter adéquatement les districts urbains et ruraux, de langue française et de langue anglaise ainsi que publics et catholiques.

Chaque commission ou conseil a été prié de mettre huit classes à contribution, soit deux en 3^e ou 4^e année, deux en 5^e ou 6^e année, deux en 7^e ou 8^e année et deux en 9^e ou 10^e année. Certains conseils ou commissions scolaires ont choisi les classes eux-mêmes tandis que d'autres ont demandé à la FCE de communiquer directement avec les écoles et le personnel enseignant afin de prendre les dispositions nécessaires. En général, des classes ont été choisies dans deux à quatre écoles par conseil ou commission scolaire. La composition de l'échantillon est présentée au tableau 1.

Le FCE a envoyé à chaque classe choisie une trousse contenant des questionnaires et des feuilles d'autorisation pour les parents. La trousse renfermait également des directives détaillées à l'intention de l'enseignante ou de l'enseignant, qui devait s'assurer que les jeunes comprenaient les questions et veiller au respect de la confidentialité. Dans certaines classes d'élèves plus jeunes, l'enseignante ou l'enseignant parcourait les questions avec le groupe afin d'éviter les malentendus. Une fois les questionnaires remplis, l'enseignante ou l'enseignant les plaçait dans une enveloppe qui était ensuite cachetée en présence des élèves. Les enveloppes ont été expédiées directement à ERIN Research par Postes Canada.

Échantillon

Le tableau 1 montre la distribution selon quatre critères démographiques – le sexe, la langue, l'année et la région – des 5 756 élèves interrogés. En tout, 122 écoles, soit 93 % des classes sélectionnées initialement, ont participé à l'enquête. Il s'agit d'un taux de réponse exceptionnel.

L'échantillon représente adéquatement la population d'âge scolaire du Canada en ce qui a trait au sexe et à la langue. Les échantillons provinciaux sont à deux points de pourcentage de la population réelle de leur province, à l'exception du Québec, dont l'échantillon représente 18 % de la population du pays, tandis que cette province compte 24 % de la population nationale. Cet écart est attribuable au fait que des conseils et commissions scolaires de langue française ont été sélectionnés au Yukon, au Manitoba, en Ontario, au Nouveau-Brunswick ainsi qu'au Québec afin d'obtenir un échantillon francophone plus vaste. Dans le cas des provinces atlantiques et des territoires, l'échantillon est légèrement plus élevé qu'il ne le devrait pour être parfaitement représentatif de la population.

Le taux de réponse des classes de 3^e et de 4^e année est différent pour la simple raison que la plupart des écoles publiques ont préféré administrer le questionnaire aux élèves de la 4^e année plutôt qu'à ceux de la 3^e année.

Tableau 1. Caractéristiques de l'échantillon					
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>					
Critère	Nombre	Pourcentage	Critère	Nombre	Pourcentage
Sexe			Province/Territoire		
Filles	2 762	50	Colombie-Britannique	690	12
Garçons	2 750	50	Alberta	473	8
Langue			Saskatchewan	155	3
Français	1 353	24	Manitoba	220	4
Anglais	4 403	76	Ontario	2 131	37
Année			Québec	1 036	18
3 ^e	212	4	Nouveau-Brunswick	341	6
4 ^e	973	18	Île-du-Prince-Édouard	151	3
5 ^e	691	13	Nouvelle-Écosse	148	3
6 ^e	702	13	Terre-Neuve-et-Labrador	178	3
7 ^e	726	13	Yukon	38	1
8 ^e	717	13	Territoires du Nord-Ouest	146	2
9 ^e	852	15	Nunavut	48	1
10 ^e	664	12			

Remarque : Le total n'atteint pas toujours 5 756 car certains élèves n'ont pas répondu à toutes les questions d'ordre démographique.

Marges d'erreur

Des marges d'erreur distinctes sont établies selon que les résultats sont exprimés en pourcentage (comme c'est le cas pour la plupart des données contenues dans ce rapport) ou par une moyenne (p. ex., tableaux 10 et 16).

Dans le cas des pourcentages, l'intervalle de confiance normalement attribué à un échantillon de 5 756 personnes est de $\pm 1,3$ %, 19 fois sur 20. Ainsi, dans 19 cas sur 20, les résultats tirés d'un autre échantillon constitué selon les mêmes paramètres correspondront probablement aux résultats de cette étude à 1,3 % près. Lorsqu'il s'agit de sous-ensembles, l'intervalle de confiance est plus grand. Pour les élèves de la 3^e à la 6^e année comme pour ceux de la 7^e à la 10^e année, il est d'environ 2 %, 19 fois sur 20. Pour les élèves francophones, qui représentent environ un quart de l'échantillon, l'intervalle de confiance est d'environ 2,6 %.

Les résultats exprimés en moyenne dans ce rapport sont fonction d'un barème de 100 points, le 0 correspondant à « Pas du tout d'accord » et le 100, à « Entièrement d'accord ». Pour un sous-ensemble relativement petit représentant un quart de l'échantillon, l'intervalle de confiance des moyennes est d'environ 1,2 sur 100. Autrement dit, on obtiendrait 19 fois sur 20 pour un autre échantillon d'élèves constitué selon les mêmes critères des résultats correspondant à ceux de l'échantillon à l'étude à 1,2 point près. L'intervalle de confiance pour l'échantillon dans son ensemble est cependant inférieur à ce chiffre.

Il importe de signaler que le calcul des intervalles de confiance se fonde normalement sur un échantillonnage aléatoire de la population. Or, l'échantillon dans ce cas-ci n'est pas entièrement aléatoire : il est formé de conseils et commissions scolaires et de classes plutôt que d'individus. Bien que cela ne le distingue pas nécessairement des échantillons aléatoires véritables, il est possible que ses intervalles de confiance soient légèrement plus marqués que ceux présentés ci-dessus.

Par ailleurs, un échantillon formé de classes présente un net avantage sur les échantillons d'individus. Ces derniers ont habituellement des taux de refus relativement élevés : environ un quart seulement des personnes invitées à remplir un sondage acceptent de le faire. La sélection pourrait s'en trouver considérablement influencée. Par exemple, un sondage sur les médias risque d'intéresser davantage les personnes qui ont un certain point de vue sur la question plutôt que celles qui pensent autrement. Par contraste, lorsqu'une classe est sélectionnée, la totalité de ses élèves participe au sondage, ce qui élimine pratiquement la possibilité d'une sélection partielle.

3. C'EST LA FIN DE SEMAINE...

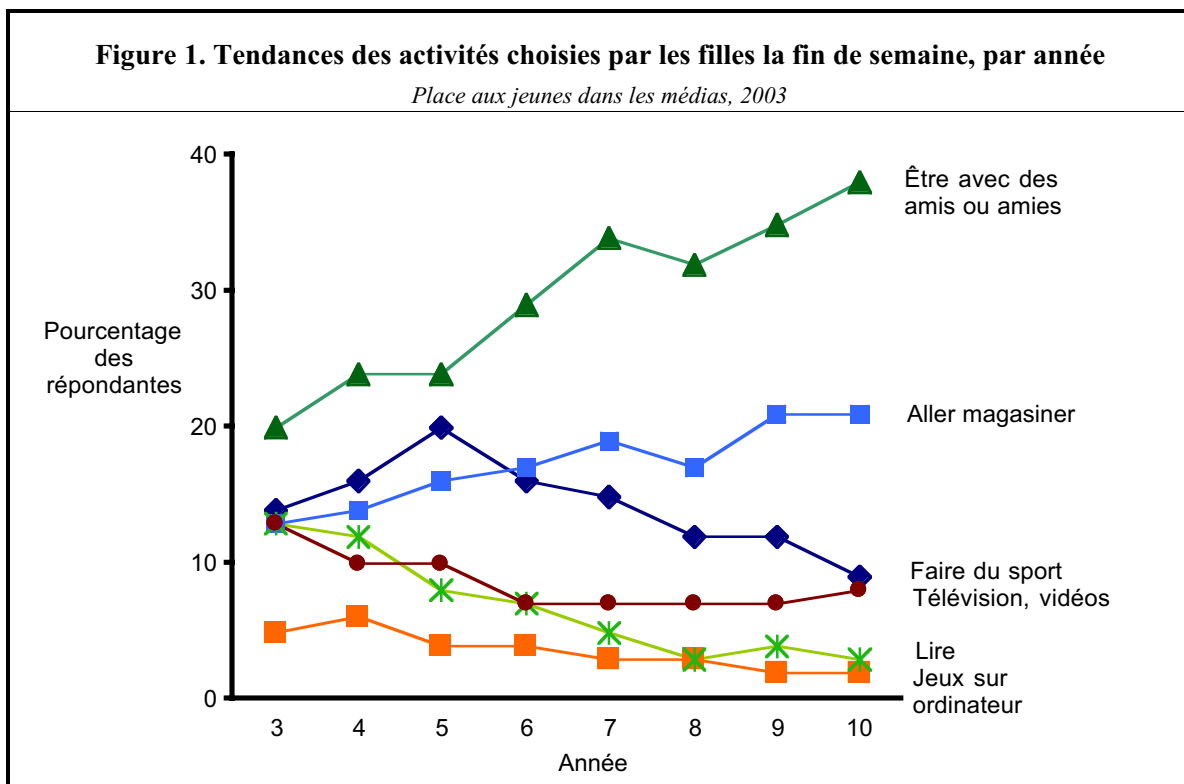
D'entrée de jeu, le sondage proposait aux jeunes une question intrigante visant à les faire réfléchir sur leur utilisation des médias dans la vie quotidienne. Nous avons demandé aux jeunes Canadiennes et Canadiens :

C'est la fin de semaine et tu as quelques heures pour faire ce que tu veux. Qu'aimerais-tu faire le plus?

Les jeunes devaient choisir deux activités sur une liste de dix.

Activités choisies par les filles

Les choix des filles sont présentés à la figure 1. L'activité qu'elles privilégient est « Être avec des amis ou amies », option représentée par la ligne supérieure dans le graphique. En 3^e année, la ligne commence à 20 %, ce qui veut dire que l'option « Être avec des amis ou amies » représente 20 % du choix exercé par les filles en 3^e année. En 10^e année, cette proportion passe à 38 %.



Les activités sociales – amis et magasinage – gagnent clairement en popularité chez les filles à mesure qu'elles vieillissent. La télévision connaît quant à elle une baisse de 5 %, passant de 13 % en 3^e année à 8 % en 10^e. La lecture et les sports connaissent un sort semblable (après avoir

atteint une crête en 5^e année). Les jeux sur ordinateur plafonnent à seulement 6 % en 4^e année avant de baisser en popularité.

Dans la figure 1, trois des dix activités ont été omises – ce sont celles qui ne varient pratiquement pas d’une année à l’autre :

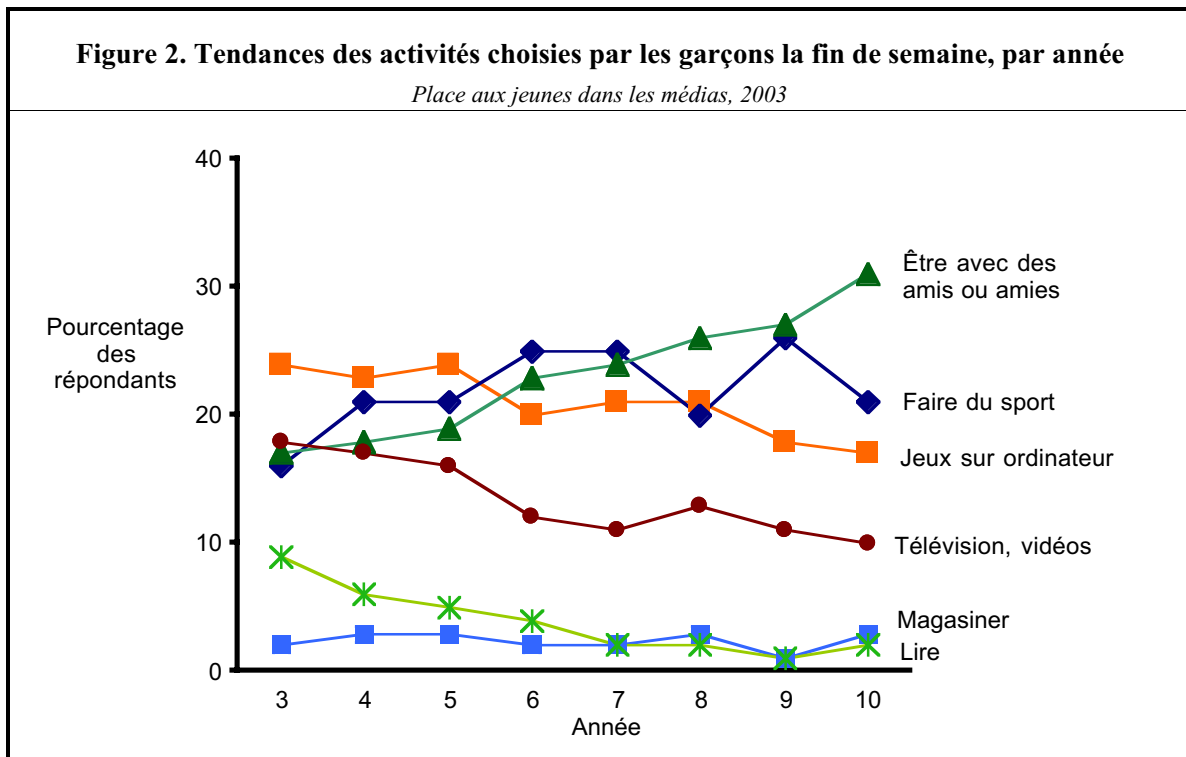
- « Parler au téléphone » s’est maintenu à 4 % des choix;
- « Écouter de la musique », à 7 %;
- « Naviguer dans Internet », à 8 %.

Activités choisies par les garçons

Les choix des filles et des garçons se distinguent principalement par l’inversion du magasinage et des jeux sur ordinateur. Ces derniers sont très populaires chez les garçons mais semblent sans intérêt pour les filles. Le magasinage, par contre, intéresse beaucoup les filles mais est le dernier choix des garçons. De plus, la télévision représente 18 % des choix des garçons en 3^e année, mais seulement 10 % en 10^e année.

Comme chez les filles, trois activités changent à peine au fil des ans et ne figurent pas dans le graphique :

- « Parler au téléphone » s’est maintenu à 1 % des choix;
- « Écouter de la musique », à 6 %;
- « Naviguer dans Internet », à 8 %.

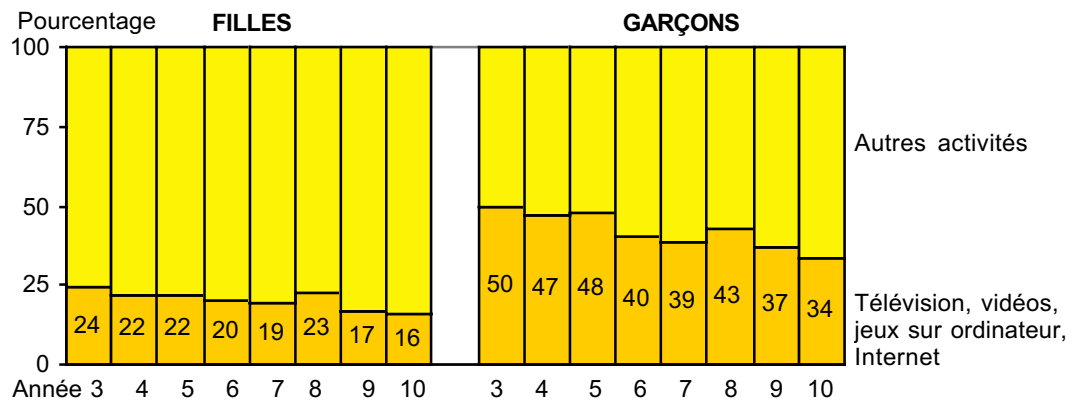


Intérêt pour les médias électroniques

En 3^e année, le divertissement électronique (télévision, vidéos, Internet et jeux sur ordinateur) représente 50 % des choix des garçons, contre 24 % chez les filles. En 10^e année, les médias électroniques passent à 34 % chez les garçons et à 16 % chez les filles. Autrement dit, le divertissement électronique baisse en popularité chez les uns comme chez les autres mais demeure deux fois plus populaire chez les garçons que chez les filles comme activité de choix la fin de semaine.

Figure 3. Pourcentage de jeunes choisissant des activités électroniques et non électroniques la fin de semaine

Place aux jeunes dans les médias, 2003



4. ACTIVITÉS QUOTIDIENNES DES JEUNES

Le chapitre précédent portait sur les activités auxquelles s'adonnent les jeunes la fin de semaine. Mais qu'en est-il du quotidien? Les figures 4 à 8 illustrent leur participation à 15 activités.

Regarder la télévision est l'activité la plus constante et constitue un passe-temps quotidien pour 75 % des jeunes interrogés, garçons et filles, de la 3^e à la 10^e année. Chez les garçons de la 3^e à la 6^e année, près de 60 % jouent à des jeux vidéo ou sur ordinateur presque tous les jours. Même en 10^e année, 38 % des garçons s'adonnent quotidiennement à cette activité. Il n'en va pas de même pour les filles, dont 33 % s'adonnent à des jeux interactifs tous les jours en 3^e année. Arrivées en 10^e, seulement 6 % d'entre elles continuent à le faire. Chez les garçons comme chez les filles, ce sont les plus jeunes qui jouent davantage aux jeux sur ordinateur et aux jeux vidéo.

La messagerie instantanée est le nouveau moyen de communication en ligne privilégié par les jeunes : 49 % des jeunes de la 7^e à la 10^e année s'en servent tous les jours et encore 20 %, plusieurs fois par semaine. Par contraste, 9 % des jeunes du même groupe d'âge visitent tous les jours des salons de clavardage et 10 % le font quelques fois par semaine. D'après l'étude *Les jeunes Canadiens dans un monde branché* réalisée en 2001 par le Réseau Éducation-Médias, le pourcentage de jeunes du primaire et du secondaire s'adonnant à l'une ou à l'autre de ces deux activités était pratiquement le même, tandis que deux ans plus tard, la messagerie instantanée est quatre fois plus populaire comme activité quotidienne que les salons de clavardage.

Les vidéos et les DVD occupent aussi une place importante dans les activités des jeunes : ils sont regardés presque quotidiennement par 24 % des jeunes de la 3^e à la 6^e année et par 17 % de ceux de la 7^e à la 10^e année, tandis qu'encore 42 % en visionnent quelques fois par semaine. Bien que très peu de jeunes voient un film au cinéma tous les jours ou mêmes quelques fois par semaine, 76 % des élèves de la 3^e à la 10^e année le font au moins quelques fois par mois. (Un faible pourcentage des élèves les plus jeunes ont dit aller au cinéma tous les jours. Il est possible qu'ils aient centré leur attention sur le mot « film » et compris qu'il pouvait s'agir également de films vus à la télévision ou sur vidéo.)

Chez les garçons et les filles, la lecture comme loisir est de plus en plus délaissée avec l'âge, tout comme les jeux vidéo et sur ordinateur. On remarque des différences assez marquées pour la plupart des activités pratiquées.

Des différences appréciables se manifestent également entre les activités que les jeunes aimeraient faire la fin de semaine et celles qu'ils font vraiment. D'après les données recueillies, les filles magasinent davantage la fin de semaine à mesure qu'elles vieillissent. En réalité, c'est l'inverse qui se produit. Leur définition du magasinage évolue probablement avec le temps : il pourrait s'agir pour les plus jeunes d'accompagner un parent à l'épicerie, et pour les plus vieilles, d'une sortie au centre commercial sans adulte.

Figure 4. Activités quotidiennes des jeunes, 1^{re} partie
Place aux jeunes dans les médias, 2003

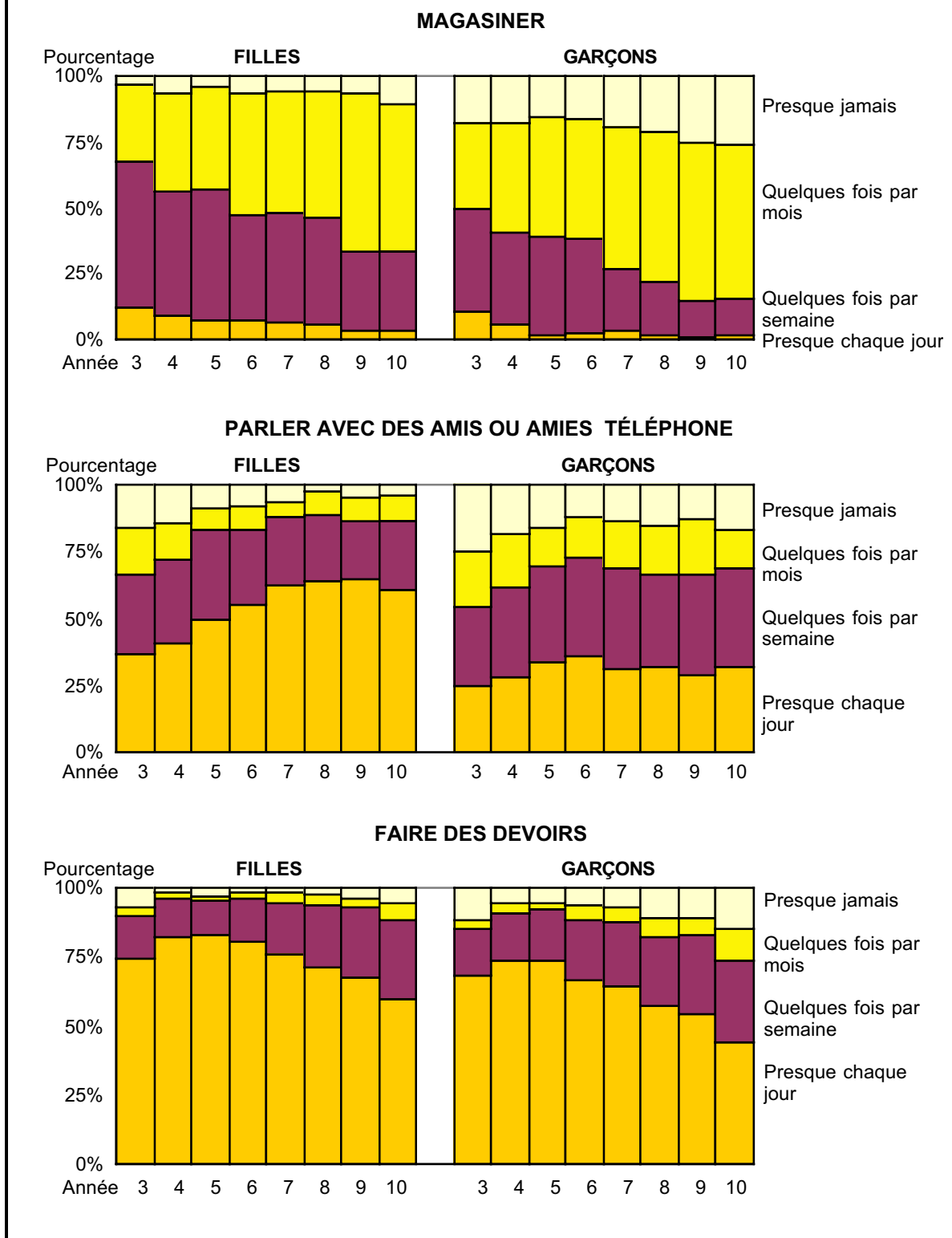
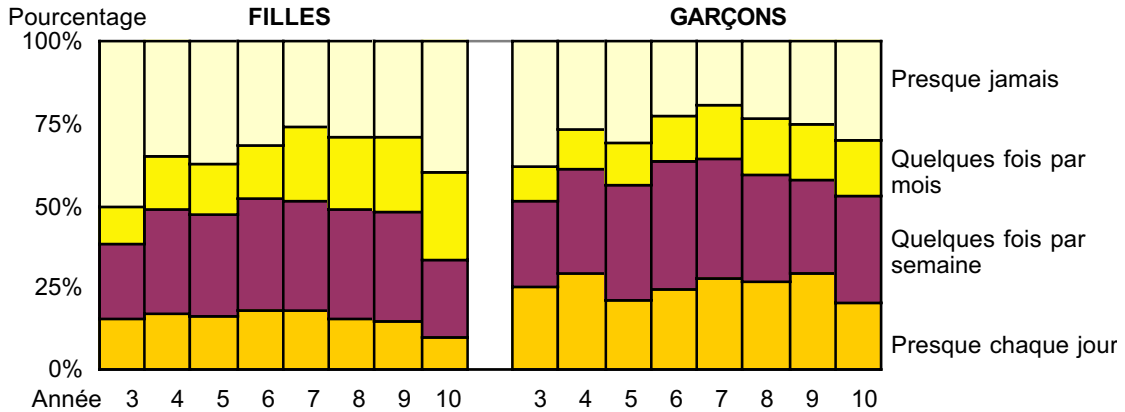


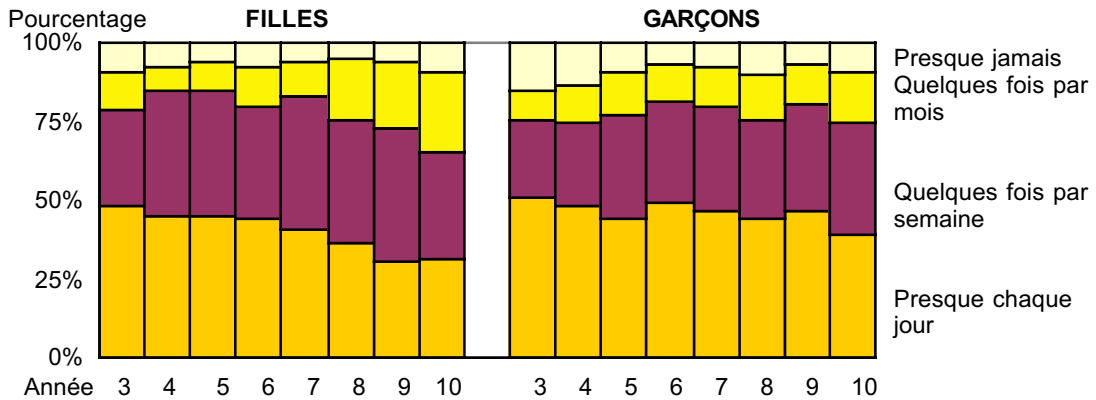
Figure 5. Activités quotidiennes des jeunes, 2^e partie

Place aux jeunes dans les médias, 2003

JOUER À DES SPORTS ORGANISÉS



ACTIVITÉ PHYSIQUE : DANSE, COURSE, ETC.



JOUER À UN JEU SUR ORDINATEUR OU À UN JEU VIDÉO

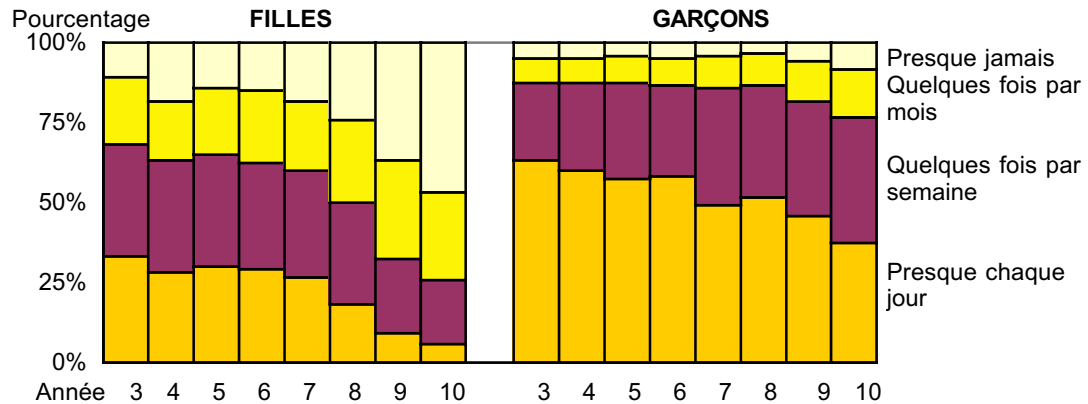


Figure 6. Activités quotidiennes des jeunes, 3^e partie

Place aux jeunes dans les médias, 2003

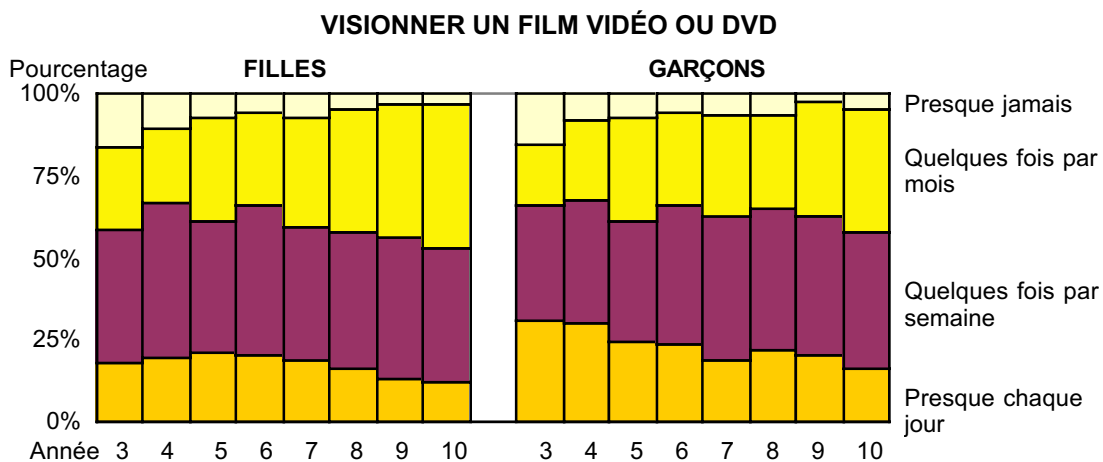
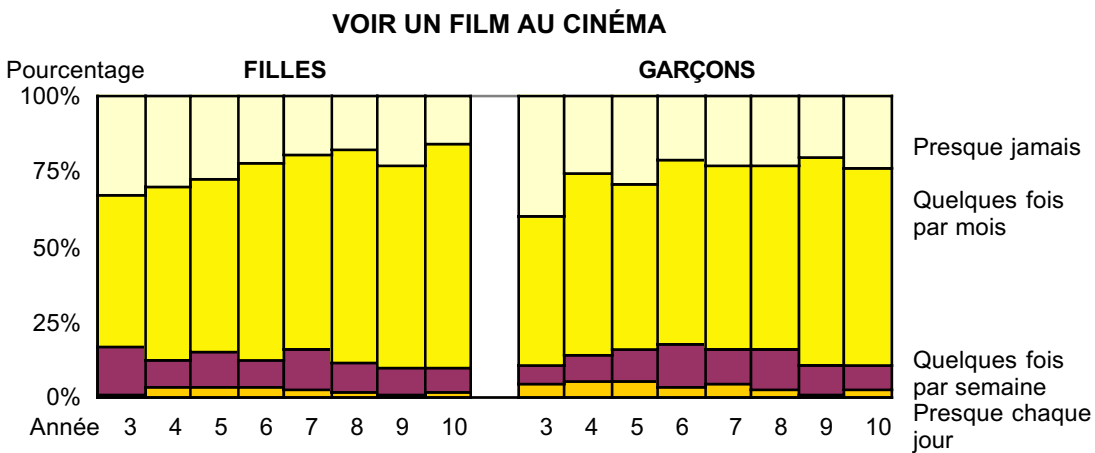
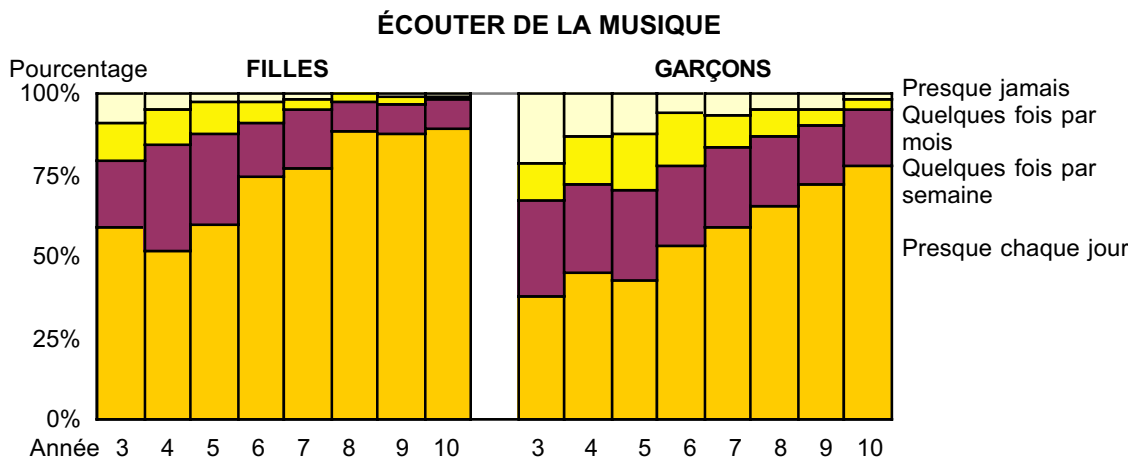


Figure 7. Activités quotidiennes des jeunes, 4^e partie

Place aux jeunes dans les médias, 2003

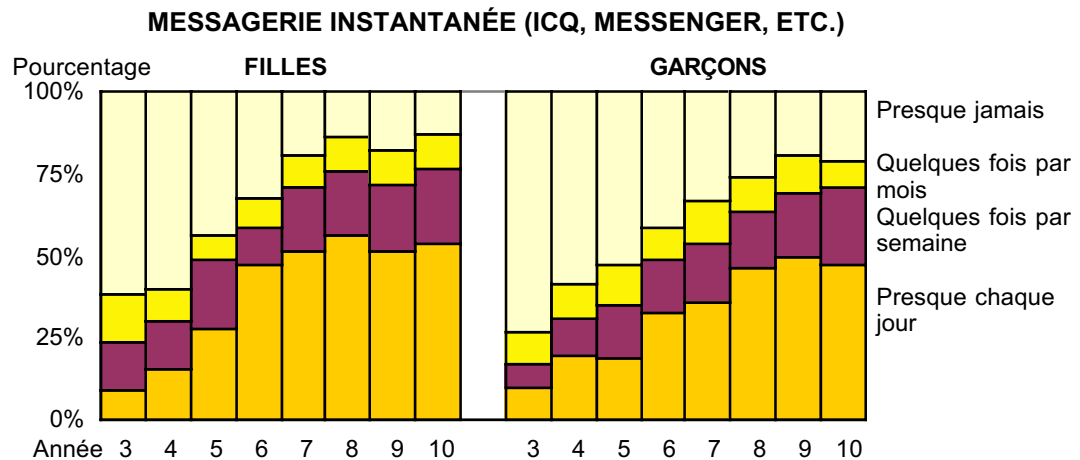
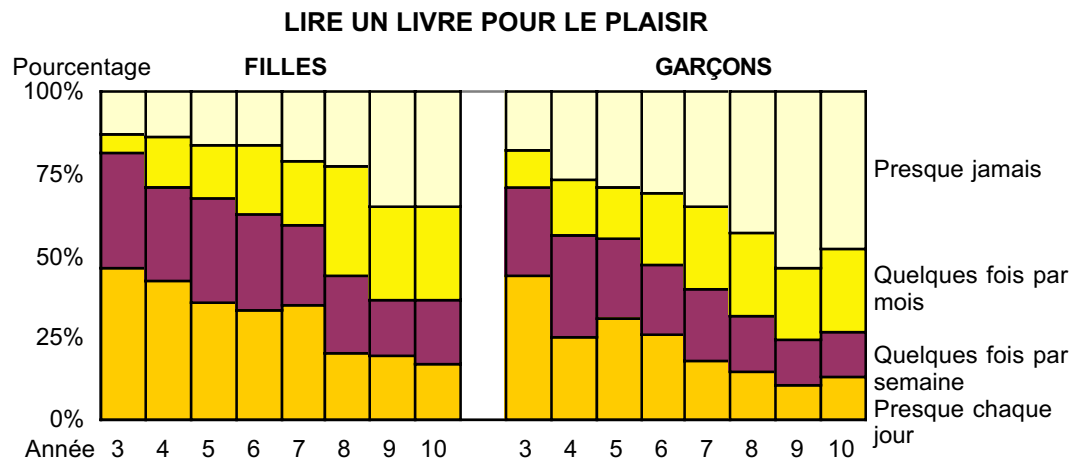
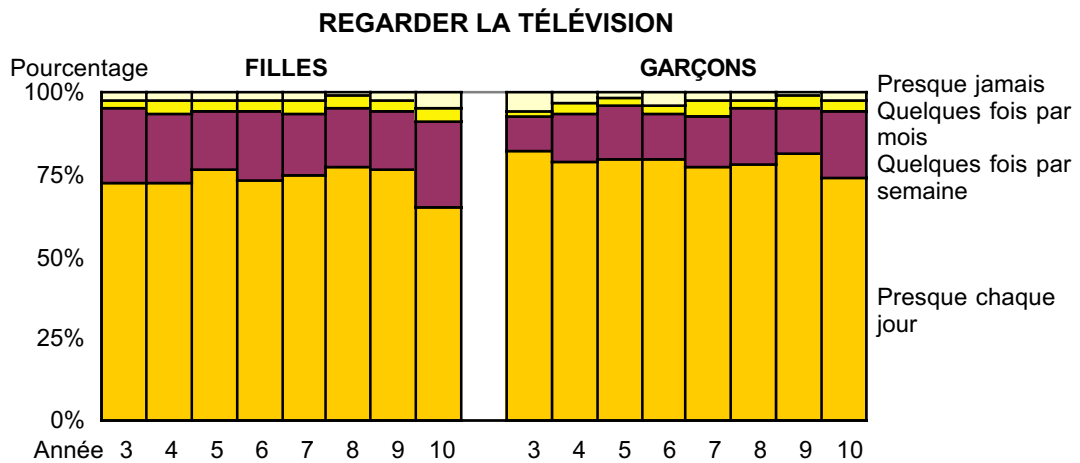
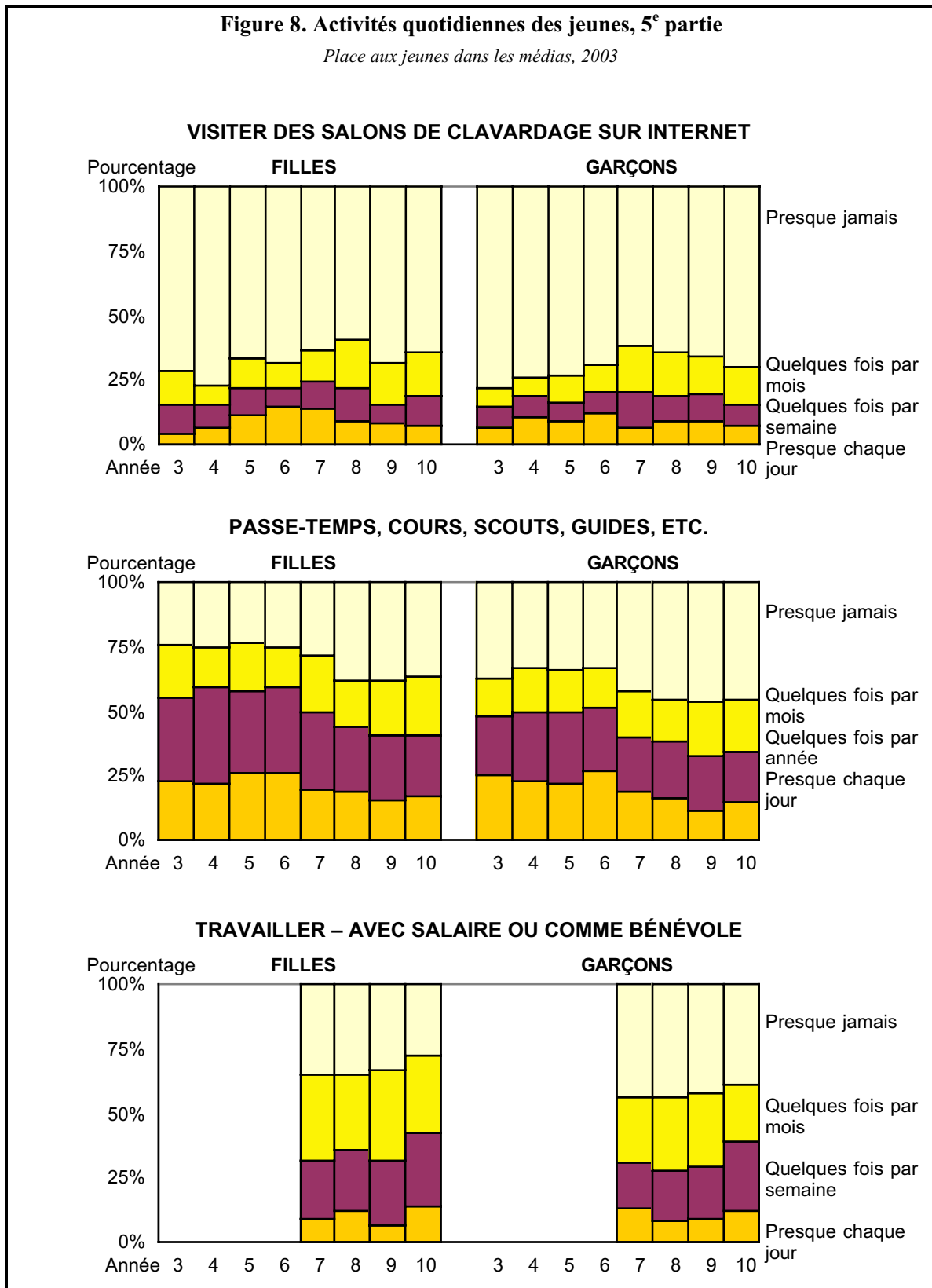


Figure 8. Activités quotidiennes des jeunes, 5^e partie

Place aux jeunes dans les médias, 2003



Remarque : La question sur l'emploi rémunéré et le bénévolat ne figurait pas dans le questionnaire destiné aux élèves de la 3^e à la 6^e année.

5. LA TÉLÉVISION

Les émissions de télévision que les jeunes aiment

Quelles émissions les jeunes préfèrent-ils et pourquoi? À partir de questions ouvertes, le sondage demandait aux jeunes de nommer les trois émissions qu'ils aiment le plus regarder et d'indiquer laquelle ils préfèrent parmi les trois. Le nombre d'émissions nommées était impressionnant (plus de 500), ce qui montre que les goûts des jeunes varient considérablement. Cependant, seulement quelques titres ont été retenus par des proportions importantes de jeunes comme émissions préférées :

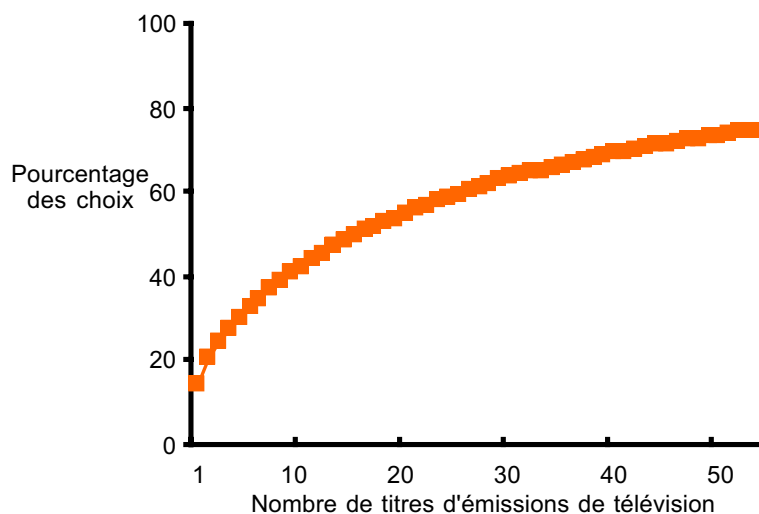
- 39 % des élèves interrogés ont dit que *The Simpsons* faisait partie de leurs trois émissions préférées (31 % chez les francophones et 42 % chez les anglophones);
- 17 % des élèves interrogés ont nommé *Friends* parmi leurs trois émissions favorites (7 % chez les francophones et 20 % chez les anglophones);
- 17 % des francophones ont choisi *Star Académie*.

Les quelque 5 000 jeunes sondés ont nommé 15 202 émissions. Sur ce total, 17 titres représentaient 50 % des choix, 56 titres, 75 % des choix et les autres titres (environ 500), les choix restants (25 %).

Ce rapport est illustré à la figure 9. Les premiers titres d'émissions (*The Simpsons*, *Friends*, etc.) représentent une grande proportion des choix tandis que chacun des suivants en représente un pourcentage légèrement moins important. Il s'agit d'une courbe lisse, ce qui signifie qu'il existe peut-être une équation pour la décrire. (C'est bien le cas : les points de données se trouvent à l'Annexe, pour ceux et celles qui aimeraient tenter de la trouver!)

**Figure 9. De nombreux jeunes ont choisi un nombre restreint de titres
comme « émissions favorites »**

Place aux jeunes dans les médias, 2003



Lorsqu'il existe un rapport mathématique exact entre des variables, il faut en découvrir la raison, car ce rapport pourrait révéler une facette intéressante de la culture des jeunes. La figure 9 montre un certain ordre dans la popularité des émissions de télévision : une émission est très populaire, la suivante l'est un peu moins, les prochaines le sont encore moins. Pourquoi en est-il ainsi? On dirait que les choix des jeunes en matière de divertissement suivent une certaine hiérarchie.

Une émission est populaire parce qu'elle rejoint son auditoire. Elle traite des idées et des valeurs qui intéressent les jeunes et leur sert de lieu commun dans leurs conversations. Les résultats en cause montrent dans quelle mesure les choix des jeunes convergent vers un nombre réduit d'émissions populaires. Ainsi, avec *Les Simpson* et *Friends* en tête, on peut conclure que les jeunes de 8 à 16 ans apprécient l'humour inhérent aux relations interpersonnelles et sont en quête de modèles plus âgés et plus mûrs. On pourrait vraiment étudier l'analyse plus à fond.

D'après la théorie découlant de ces résultats, la courbe ne varie pas selon le temps ou le lieu. Elle ne dépend pas des émissions à l'horaire en 2003. Dans un ou deux ans, *The Simpsons* aura peut-être cédé sa place à une autre émission, mais il y aura toujours une seule émission définissant la culture des jeunes. De même, il y a quelques années, *Friends*, qui occupe maintenant la deuxième place, se trouvait peut-être ailleurs sur la courbe – tandis que *Seinfeld* occupait peut-être la deuxième place.

La courbe définit l'influence, bonne ou mauvaise, d'un petit nombre d'émissions sur la culture actuelle – comme en témoignent les 17 titres représentant 50 % des choix des jeunes. Comme nous ne disposons que d'une seule étude sur la question, nous ne savons pas si la forme de la courbe serait différente si le sondage était mené auprès d'autres groupes d'élèves et à un autre moment. La présente étude nous permet cependant de vérifier si ce rapport est généralisé en observant d'autres contextes, comme on le verra dans le chapitre portant sur les jeux vidéo et sur ordinateur ainsi que sur les films.

Les 20 émissions de télévision favorites

Les émissions favorites des enfants et des adolescents et adolescentes, des garçons et des filles ainsi que des francophones et des anglophones ne sont pas les mêmes. Parmi les francophones, les goûts diffèrent selon la province de résidence (Québec ou ailleurs). Les émissions préférées de ces divers groupes sont présentées aux tableaux 2 à 5.

En général, les garçons préfèrent les émissions animées (certaines s'inspirant de jeux sur ordinateur), les comédies et les sports. À preuve, sur six émissions favorites des garçons anglophones de la 3^e à la 6^e année, cinq sont des émissions animées. Les filles préfèrent les émissions montrant des situations supposément réalistes et ayant pour thème les relations sociales.

La première ligne de données du tableau 2 montre que chez les anglophones, 25 % des filles et 46 % des garçons de la 3^e à la 6^e année ont nommé *The Simpsons* parmi leurs trois émissions préférées. Cependant, chez les filles, *The Simpsons* l'emporte de justesse sur *Lizzie McGuire*, une comédie de situation dont les personnages, avec lesquels il est facile de s'identifier, évoluent dans un cadre tout à fait reconnaissable. En réalité, chez les francophones comme chez les anglophones de la 3^e à la 10^e année, la préférence des garçons pour l'émission *The Simpsons* est presque deux fois plus marquée que celle des filles.

Tableau 2. « Quelles sont tes trois émissions de télé favorites? »			
3^e à 6^e année : anglophones			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Les Simpson	25	The Simpsons	46
Lizzie McGuire	23	Yu-Gi-Oh!	27
The Amanda Show	18	Sports	17
Friends	16	Spongebob Squarepants	10
All That	10	Dragonball Z	9
Fear Factor	9	Beyblade	9
Survivor	9	Fear Factor	8
Even Stevens	7	Friends	6
American Idol	6	That '70s Show	5
Spongebob Squarepants	6	The Amanda Show	5
That '70s Show	6	Pokémon	5
Boy Meets World	5	Even Stevens	5
Arthur	5	Family Guy	5
Braceface	4	King of the Hill	4
Yu-Gi-Oh!	4	Malcolm in the Middle	4
7th Heaven	4	South Park	4
Full House	3	Survivor	4
Totally Spies	3	Scooby Doo	4
Sports	3	All That	4
America's Funniest Videos	3	Real TV	4

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois émissions.

Les garçons et les filles anglophones de la 3^e à la 6^e année ont une seule émission en commun parmi leurs cinq premiers choix – *The Simpsons*. Chez les francophones du même groupe d'âge, il existe beaucoup plus de symétrie entre garçons et filles, qui ont en commun quatre émissions favorites sur cinq. (Voir les tableaux 6 et 7 pour connaître les différences entre les francophones résidant au Québec et ailleurs.)

Tableau 3. « Quelles sont tes trois émissions de télé favorites? »

3^e à 6^e année : francophones
Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Star Académie	27	Les Simpson	28
Radio Enfer	17	Sports	20
Les Simpson	15	Radio Enfer	19
Bob l'éponge	13	Bob l'éponge	16
Ramdam	13	Star Académie	15
Sabrina	12	Beyblade	14
Buffy The Vampire Slayer	8	Yu-Gi-Oh!	12
Gilmore Girls	6	Real TV	5
Lizzie McGuire	6	X-Men	5
Degrassi: The Next Generation	6	Big Wolf on Campus	4
Watatatow	6	Buffy The Vampire Slayer	4
Charmed	6	Jimmy Neutron	4
Real TV	5	Medabots	3
Friends	4	Ramdam	3
The Amanda Show	3	Jackie Chan	3
Totally Spies	3	Watatatow	3
Sports	3	Oggy et les cafards	3
Arthur	3	South Park	3
Fear Factor	3	The Amanda Show	2
Histoires de filles	3	Fear Factor	2

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois émissions.

Chez les anglophones de la 7^e à la 10^e année, on remarque plus de similitude dans les choix des filles et des garçons, qui ont en commun trois émissions de télévision favorites sur cinq. Dans le cas des francophones du même groupe, seulement deux émissions sur cinq sont les mêmes pour les garçons et les filles.

**Tableau 4. « Quelles sont tes trois émissions de télé favorites? »
7^e à 10^e année : anglophones**

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Friends	42	The Simpsons	63
The Simpsons	31	Sports	17
That '70s Show	17	Friends	16
American Idol	14	That '70s Show	15
Gilmore Girls	12	Family Guy	13
Survivor	10	CSI	7
Will and Grace	10	South Park	7
CSI	8	Malcolm in the Middle	6
Feuilletons	8	King of the Hill	6
Fear Factor	7	Seinfeld	6
7th Heaven	6	Everybody Loves Raymond	5
8 Simple Rules for Dating My Daughter	6	Yu-Gi-Oh!	5
Lizzie McGuire	4	Real TV	4
Boston Public	4	Survivor	4
Smallville	4	Dragonball Z	4
Home Shows	3	Fear Factor	3
Sports	3	Smallville	3
Buffy The Vampire Slayer	3	Undergrads	3
Malcolm in the Middle	3	Star Trek	2
My Wife and Kids	3	American Idol	2

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois émissions.

**Tableau 5. « Quelles sont tes trois émissions de télé favorites? »
7^e à 10^e année : francophones**

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Watatatow	27	Les Simpson	55
Les Simpson	22	Sports	26
Star Académie	22	Star Académie	8
Gilmore Girls	17	Km/H	7
Friends	16	Testostérone	6
Fortier	10	Watatatow	6
Dawson's Creek	7	Radio Enfer	6
Ramdam	7	Friends	5
American Idol	6	Fear Factor	5
Histoires de filles	6	Survivor	5
Buffy The Vampire Slayer	5	That '70s Show	4
That '70s Show	5	Bob l'éponge	4
Virginie	5	Fortier	4
Km/H	4	Fresh Prince of Belair	4
Roswell	4	South Park	4
Fear Factor	4	Real TV	4
Feuilletons	4	CSI	3
Degrassi: The Next Generation	4	Malcolm in the Middle	3
Les Poupées russes	4	Yu-Gi-Oh!	3
Survivor	4	La Clique	3

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois émissions.

Francophones résidant au Québec et ailleurs

L'échantillon de francophones vivant à l'extérieur du Québec a été constitué de personnes résidant au Nouveau-Brunswick, en Ontario, au Manitoba et au Yukon. Beaucoup des répondantes et répondants vivent dans des régions principalement anglophones et pour certains, l'accès aux chaînes de télévision françaises diffusant au Québec est limité.

Les deux tableaux suivants présentent les dix premiers choix des jeunes francophones vivant au Québec et ailleurs.

Les habitudes d'écoute des deux groupes sont nettement distinctes. Ceux qui vivent au Québec ont choisi davantage d'émissions québécoises que les autres. Le contexte culturel des répondantes et répondants serait en cause. Par exemple, l'émission *Watatatow*, de Radio-Canada, est censée être diffusée à tous les jeunes francophones du pays.¹ Si le contexte culturel était indifférent, *Watatatow* serait choisie tant par ceux qui vivent au Québec que par les autres – mais ce n'est pas le cas. Cette émission se classe au deuxième rang chez les jeunes du Québec et au 17^e chez les autres.

D'autres émissions de langue française (*Radio Enfer*, *Ram Dam*, *Star Académie*) sont diffusées par des réseaux privés dont la distribution à l'extérieur du Québec pourrait être limitée. Les comparaisons pourraient donc être moins pertinentes.

**Tableau 6. « Quelles sont tes trois émissions de télé favorites? »
Francophones de la 3^e à la 6^e année**

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Québec	Pourcentage des choix	Autres provinces ou terr.	Pourcentage des choix
Radio Enfer	28	Les Simpson	25
Star Académie	25	Sports	16
Les Simpson	22	Yu-Gi-Oh	15
Bob l'éponge	18	Star Académie	14
Ram Dam	13	Bob l'éponge	12
Beyblade	10	Lizzie McGuire	8
Buffy The Vampire Slayer	9	Amanda Show	6
Sabrina	9	Beyblade	6
Real TV	7	Friends	5
Sports	7	Arthur	5

¹ À l'exception des personnes qui n'ont pas la télévision par câble ou par satellite et qui vivent à l'extérieur des zones urbaines recevant le signal de Radio-Canada.

**Tableau 7. « Quelles sont tes trois émissions de télé favorites? »
Francophones de la 7^e à la 10^e année**

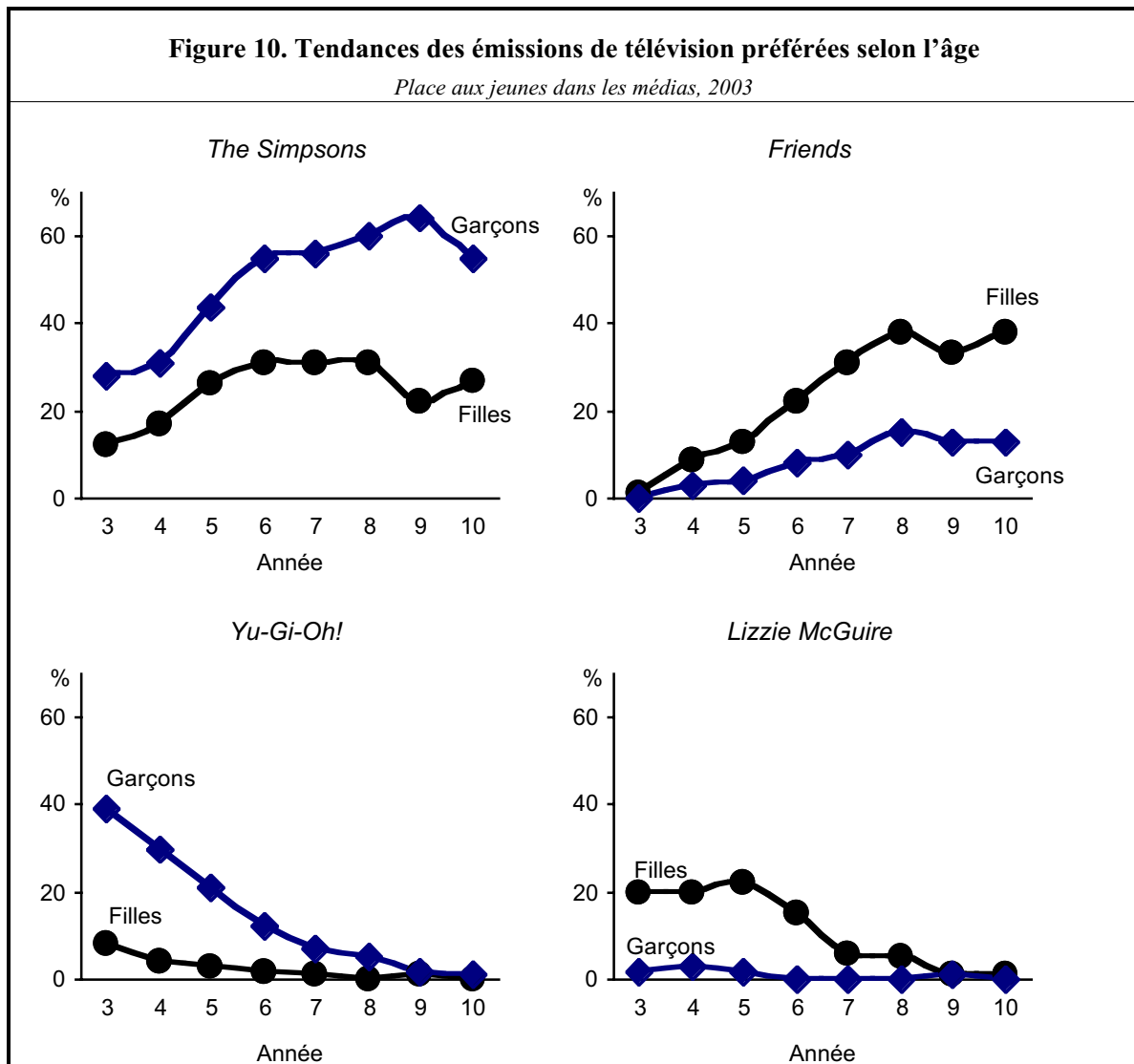
Place aux jeunes dans les médias, 2003

Québec	Pourcentage	Autres provinces ou terr.	Pourcentage
Les Simpson	37	Les Simpson	37
Watatatow (Radio-Canada)	29	Friends	23
Star Académie	17	Autres sports	14
Autres sports	13	Star Académie	13
Fortier	12	That 70s Show	11
Gilmore Girls	11	Survivor	9
Km/H	9	Gilmore Girls	8
Testostérone	7	Fear Factor	8
Histoires de filles	7	American Idol	7
Dawson	6	Fresh Prince of Belair	6

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois émissions.

Tendances des émissions préférées selon l'âge

La figure 10 illustre les tendances observables dans le choix des émissions de télévision selon l'âge. *The Simpsons* est l'émission la plus populaire parmi les garçons plus âgés tandis que *Friends* est la mieux aimée des filles du même groupe d'âge. *Yu-Gi-Oh!* et *Lizzie McGuire* sont très aimées des garçons et des filles plus jeunes. Les résultats obtenus parmi les francophones et les anglophones sont combinés.



Les émissions de télévision que les jeunes n'aiment pas

Une autre question ouverte invitait les jeunes à nommer deux émissions qu'ils n'aimaient pas. Les émissions les moins aimées sont toujours les mêmes, quels que soient le sexe, l'année ou la langue des répondantes et répondants. Comme la question ne précisait pas que les émissions devaient s'adresser à leur groupe d'âge, les jeunes ont indiqué qu'ils n'appréciaient pas les émissions destinées aux plus jeunes qu'eux. *Pokémon* apparaît dans chacun des huit groupes figurant aux tableaux 8 et 9 et *Barney* et les *Teletubbies* dans six groupes sur huit.

Les nouvelles ont été retenues par sept groupes sur huit. Le seul groupe dans lequel elles n'apparaissent pas est celui des garçons francophones de la 7^e à la 10^e année, chez qui les nouvelles occupent le neuvième rang des émissions les moins aimées, ayant été choisies par 6 % d'entre eux.

Les adolescents des deux sexes n'aiment pas les feuilletons (*Les Feux de l'amour*), et chez les anglophones, les talk shows ne sont pas populaires.

Tableau 8. Émissions de télévision les moins aimées : anglophones			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
3^e à 6^e année			
Barney	30	Barney	33
Teletubbies	17	Teletubbies	22
Nouvelles	11	Nouvelles	11
Pokémon	10	Pokémon	9
Yu-Gi-Oh!	9	Yu-Gi-Oh!	6
7^e à 10^e année			
Nouvelles	13	Feuilletons	17
Feuilletons	11	Talk shows	14
Talk shows	10	Nouvelles	12
Pokémon	8	Pokémon	11
Barney	7	Barney	10

Les pourcentages peuvent totaliser plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à deux émissions.

Table 9. Émissions de télévision les moins aimées : francophones*Place aux jeunes dans les médias, 2003*

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
3^e à 6^e année			
Teletubbies	22	Caillou	23
Caillou	20	Teletubbies	23
Pokémon	17	Pokémon	15
Nouvelles	9	Nouvelles	11
Barney	8	Barney	10
7^e à 10^e année			
Les Feux de l'amour	12	Teletubbies	18
Nouvelles	10	Caillou	11
Pokémon	7	Star Académie	11
Virginie	7	Pokémon	9
Teletubbies	6	Les Feux de l'amour	9

Les pourcentages peuvent totaliser plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à deux émissions.

POURQUOI EST-CE QUE LES JEUNES AIMENT OU N'AIMENT PAS CERTAINES ÉMISSIONS?

Caractéristiques des émissions de télévision préférées

Les jeunes devaient attribuer à leur émission de télévision favorite certaines caractéristiques selon un barème indiquant leur degré d'approbation. Le tableau 10 présente la moyenne obtenue par chaque caractéristique pour toutes les émissions réunies. Une cote de 100 signifie que les répondantes et répondants sont « Entièrement d'accord » avec la caractéristique donnée. Une cote de 0 signifie qu'ils ne sont « Pas du tout d'accord ». La cote moyenne de 50 est neutre et signifie que les personnes sondées ne sont « Ni d'accord, ni en désaccord ».

Les principales caractéristiques attribuées par les jeunes à leurs émissions préférées sont « Excitante » et « Drôle ». Les filles trouvent également important qu'une émission *ne soit pas* violente : la cote 20 signifie que les filles ne trouvent pas que leur émission préférée montre beaucoup de violence.

La différence la plus marquée entre les sexes a justement trait à la violence : les garçons comme les filles ne pensent pas que leurs émissions favorites montrent de la violence, mais les filles insistent davantage sur ce point. On remarque aussi une différence en ce qui a trait à la caractéristique « Les personnages font des actions que je ne pourrais jamais faire dans la vraie vie » : les garçons sont portés à aimer les émissions de ce genre, contrairement aux filles.

Tableau 10. Caractéristiques des émissions de télévision préférées

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Caractéristique	Cote moyenne (0 – 100)	
	Filles	Garçons
Excitante	74	76
Drôle	74	73
Me fait oublier mes problèmes	61	62
Mes parents aiment cette émission également *	63	52
Les personnages font des actions que je ne pourrais jamais faire dans la vraie vie *	50	62
Relaxante	53	55
Je la regarde pendant des heures – je ne peux pas m'arrêter	51	54
J'apprends des choses que j'ignorais auparavant	47	46
Me fait réfléchir	46	42
Montre beaucoup de violence *	20	38

* Écart important entre les sexes

Remarque : Une cote de 0 signifie « Pas du tout d'accord » et de 100, « Entièrement d'accord ». La cote moyenne de 50 signifie « Ni d'accord, ni en désaccord ».

Grappes d'émissions de télévision

Dans le tableau 10 sont combinés les résultats obtenus pour toutes les émissions, ce qui masque les différences entre elles. Même si la caractéristique « Drôle » l'emporte sur les autres, les émissions figurant aux tableaux 2 à 7 ne sont pas particulièrement amusantes. Les émissions sportives, *Buffy the Vampire Slayer* et *Survivor* peuvent faire rire par moments, mais ce ne sont pas des émissions humoristiques.

Cette section du rapport divise les émissions les plus populaires selon la cote qu'elles ont obtenue pour les dix caractéristiques. La méthode statistique utilisée est celle de la répartition en grappes. Une grappe contient des émissions auxquelles les répondantes et répondants ont attribué une cote semblable pour chacune des dix caractéristiques proposées.

L'analyse montre que les jeunes aiment différents types d'émissions pour différentes raisons. Elle a donné cinq grappes d'émissions de langue française et huit grappes d'émissions de langue anglaise.

Les émissions appartenant à une même grappe semblent être apparentées, comme *Gilmore Girls* et *7th Heaven*, ou *Dragonball Z* et *Yu-Gi-Oh!*, ou encore *Malcolm in the Middle* et *The Simpsons*. Il semblerait que les gens qui aiment une émission particulière puissent aussi aimer celles appartenant à la même grappe. La répartition en grappes est une méthode mathématique, ce qui explique pourquoi des émissions sans similitude apparente peuvent se retrouver dans la même grappe, comme les émissions sportives, *Malcolm in the Middle* et *The Simpsons*. Est-ce un hasard ou existe-t-il des similarités sous-jacentes entre les émissions d'un même groupe? Des études plus poussées devront être réalisées pour que l'on puisse répondre à cette question.

Les huit grappes formées par les émissions de langue anglaise se trouvent à la figure 11. La ligne verticale dans chaque graphique représente la cote moyenne pour toutes les émissions, tandis que les barres horizontales indiquent dans quelle mesure les émissions comprises dans la grappe s'écartent de la moyenne.

Par exemple, les émissions dans la grappe où se trouvent *Dragonball Z* et *South Park* ont obtenu une cote de 15 points sur 100 supérieure à la moyenne pour ce qui est de « Montre beaucoup de violence » et de 11 points sur 100 inférieure à la moyenne pour la caractéristique « Drôle ». (Bien que les dix caractéristiques aient été utilisées pour la répartition en grappes, la figure 11 ne présente que les sept caractéristiques qui distinguent les émissions davantage entre elles.)

Les grappes d'émissions en français et en anglais diffèrent parce que les jeunes ont évalué des émissions différentes. *The Simpsons* et les émissions sportives se retrouvent dans la même grappe pour les deux groupes linguistiques, ce qui porte à croire que cet agencement surprenant est bien plus qu'un simple hasard. Cette grappe présente d'ailleurs un profil semblable dans les deux langues – les cotes attribuées aux caractéristiques « Montre beaucoup de violence », « Les personnages font des actions que je ne pourrais jamais faire dans la vraie vie » et « Drôle » sont

supérieures à la moyenne, tandis que celles obtenues par la caractéristique « Me fait réfléchir » sont inférieures à la moyenne.

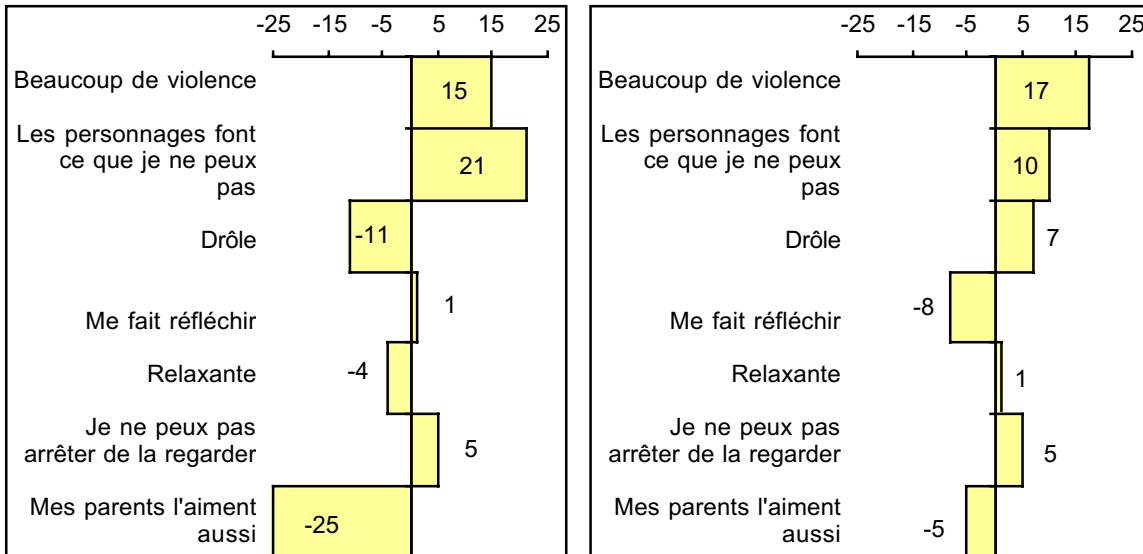
« Les personnages font des actions que je ne pourrais jamais faire dans la vraie vie » indique si l'émission tend davantage vers le réel ou l'imaginaire. Par exemple, la grappe de *Dragonball Z* a obtenu des cotes élevées pour cette caractéristique, ce qui permet de conclure que les personnages dans cette émission font des choses extraordinaires. La grappe de *Gilmore Girls*, par contre, a obtenu des cotes négatives sur ce plan : ceux qui privilégient ces émissions trouvent que leurs personnages sont réalistes.

Dans les 13 grappes, la majorité des émissions favorites ont obtenu des cotes négatives pour la violence. Cependant, les émissions favorites des garçons anglophones – *Dragonball Z*, *South Park*, *Family Guy*, *Yu-Gi-Oh!* – sont celles que leurs parents semblent apprécier le moins.

Figure 11. Grappes d'émissions de télévision de langue anglaise
Place aux jeunes dans les médias, 2003

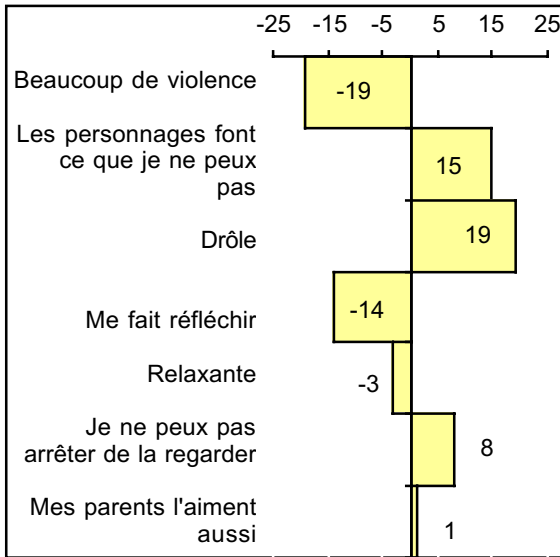
*Dragonball Z, South Park,
 Family Guy, Yu-Gi-Oh!*

Simpsons, Malcolm in the Middle, Sports

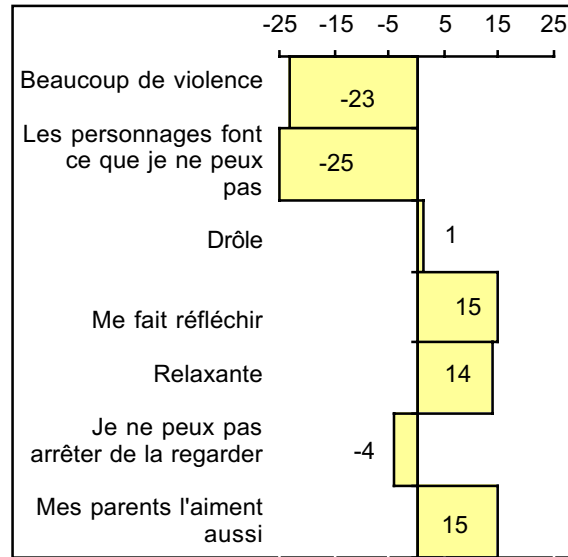


Grappes d'émissions de télévision de langue anglaise (suite)
Place aux jeunes dans les médias, 2003

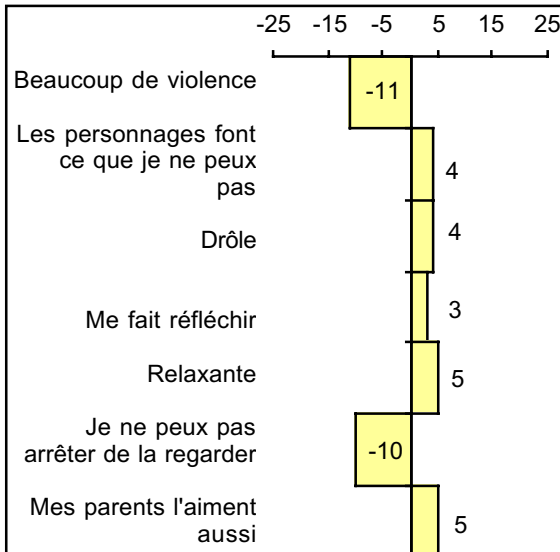
*The Amanda Show, Spongebob Squarepants
America's Funniest Videos, Scooby Doo*



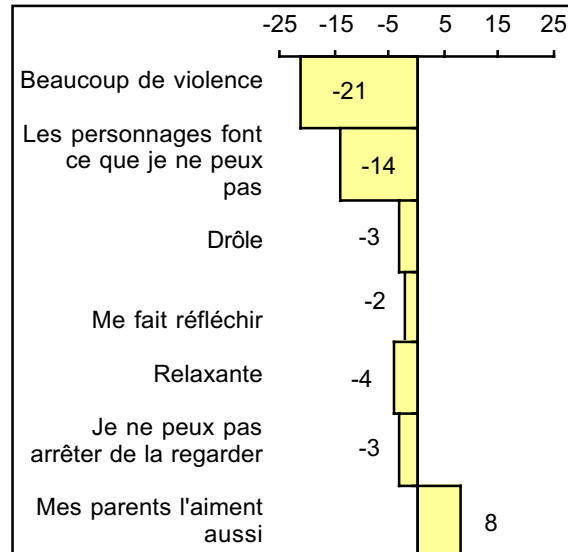
*Gilmore Girls
7th Heaven*



*Smallville, Even Stevens
Will and Grace*



*Lizzy McGuire, American Idol
Boy Meets World, Survivor, All That*



Grappes d'émissions de télévision de langue anglaise (suite)

Place aux jeunes dans les médias, 2003

*Feuilletons, Real TV
8 Simple Rules for Dating My Daughter*

*Friends That '70s Show
CSI, Buffy The Vampire Slayer, Fear Factor*

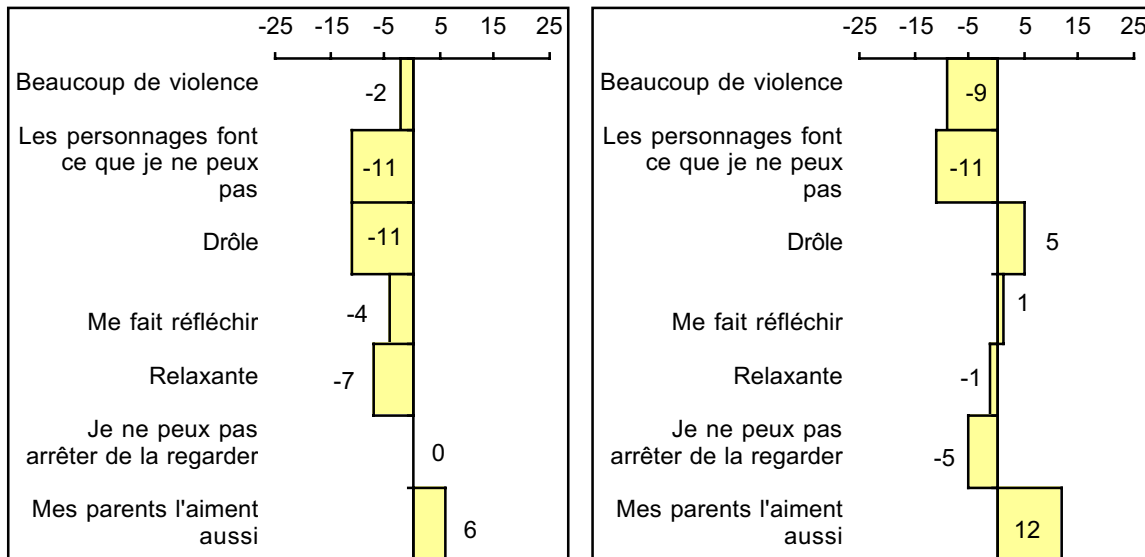
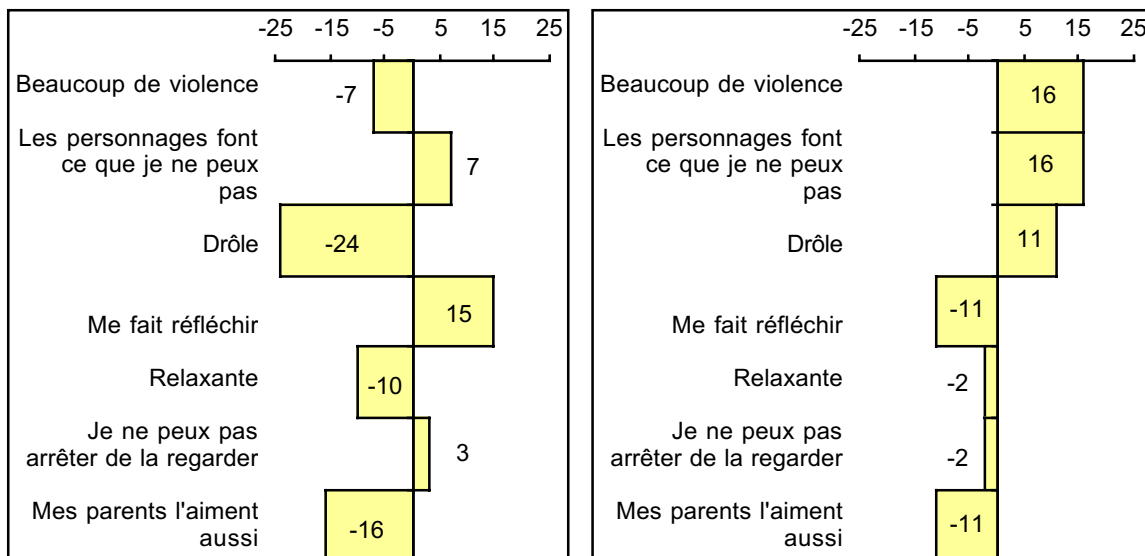


Figure 12. Grappes d'émissions de télévision de langue française

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Beyblade, Yu-Gi-Oh!

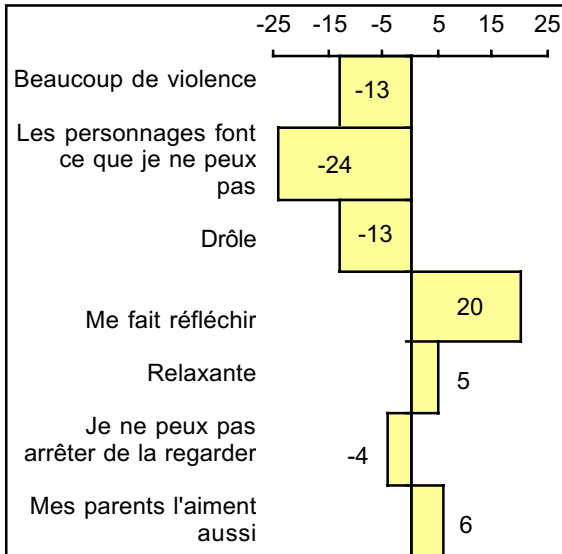
Les Simpson, Bob l'éponge, Sports



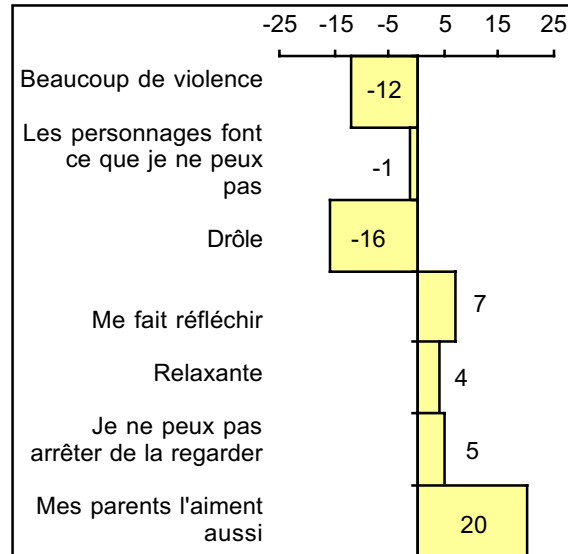
Grappes d'émissions de télévision de langue française (suite)

Place aux jeunes dans les médias, 2003

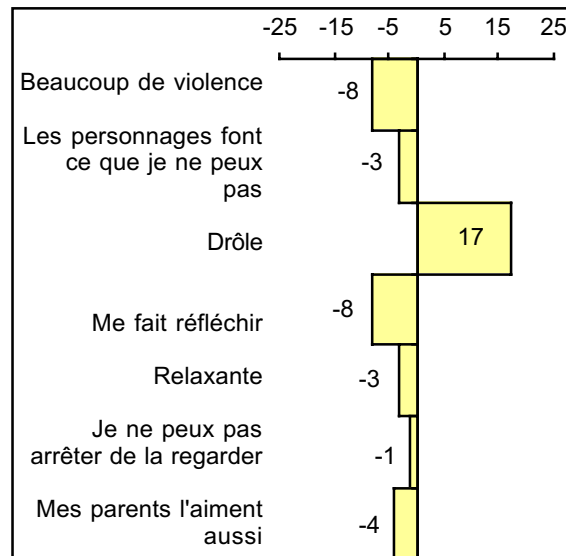
Ramdam, Watatatow



Fortier, Star Académie
Gilmore Girls



Radio Enfer, Friends
Buffy the Vampire Slayer



NOUVELLES TÉLÉVISÉES

Les nouvelles télévisées font manifestement partie des émissions les moins aimées des jeunes, mais des enfants de tous les âges les regardent néanmoins. La proportion de jeunes qui regardent les nouvelles « Presque chaque jour » se maintient d'une année à l'autre, oscillant entre 20 et 24 %. La proportion d'élèves qui ne regardent jamais les nouvelles diminue avec l'âge, passant de 28 % en 3^e année à 13 % en 10^e année.

Les figures 13 et 14 comparent les jeunes qui regardent les nouvelles au moins deux fois par semaine et ceux qui les regardent moins souvent. L'intérêt est ce qui distingue ces deux groupes davantage : ceux qui ne regardent pas les nouvelles les trouvent ennuyantes tandis que ceux qui les regardent pensent de toute évidence le contraire.

Une grande majorité des jeunes trouvent que les nouvelles leur permettent d'être plus au courant de l'actualité. Cet avis est partagé par 69 % de ceux qui regardent rarement les nouvelles et 89 % de ceux qui les regardent plus souvent.

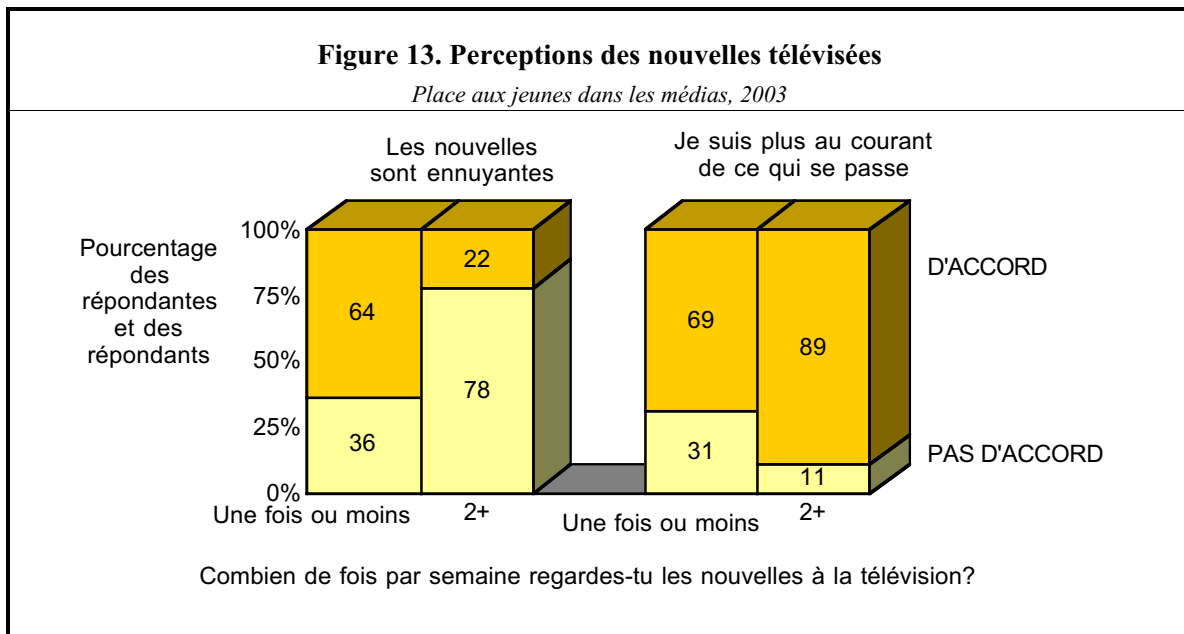
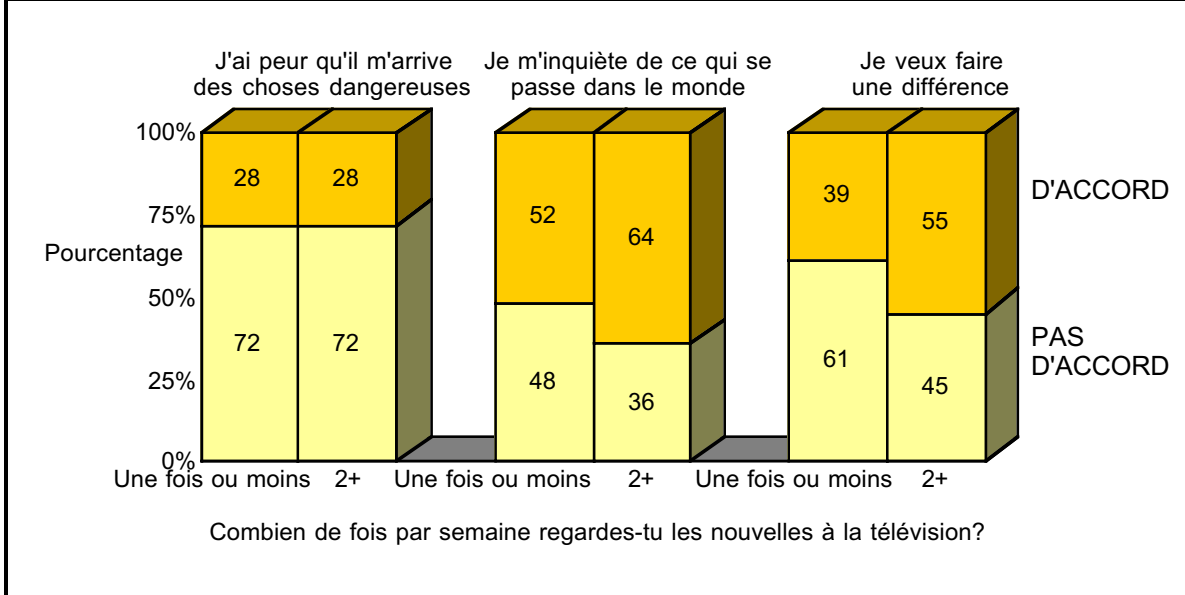


Figure 14. Perceptions des nouvelles télévisées

Place aux jeunes dans les médias, 2003

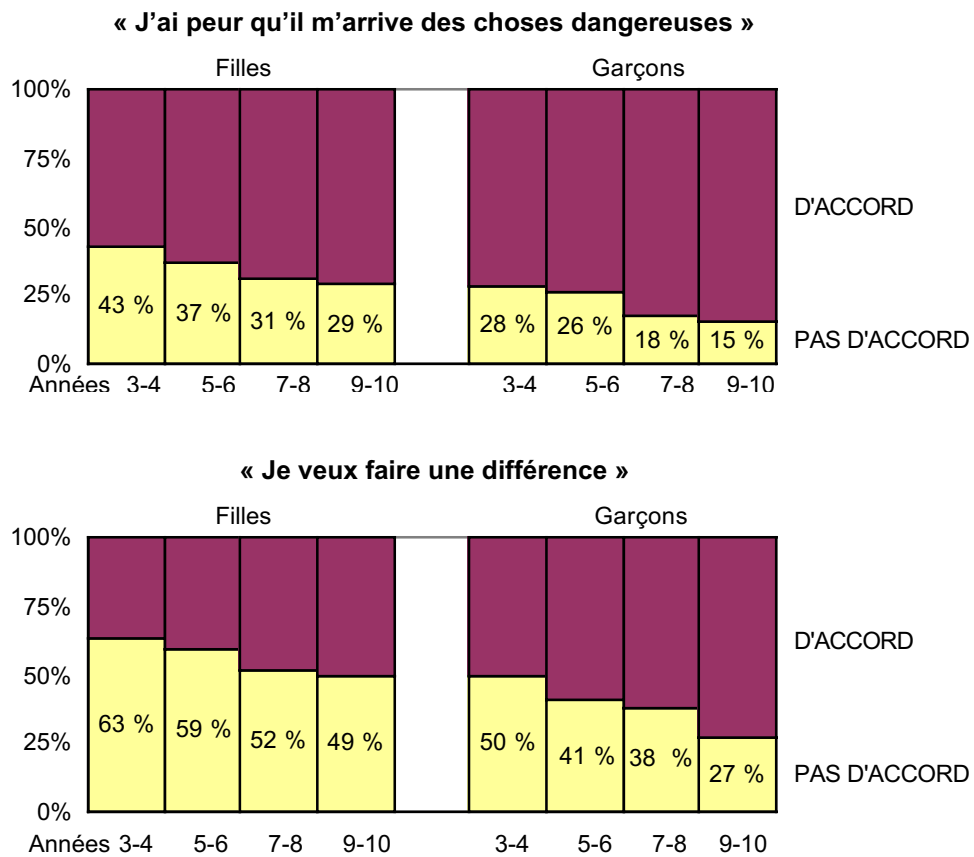


Les jeunes qui regardent les nouvelles souvent s'intéressent davantage au monde : 64 % d'entre eux s'inquiètent de ce qui se passe dans le monde, contre 52 % de ceux qui ne regardent pas souvent les nouvelles. De plus, les jeunes qui ont l'habitude de regarder les nouvelles, même s'ils s'inquiètent, sont aussi plus motivés à agir pour que les choses s'améliorent : 55 % d'entre eux disent que les nouvelles leur donnent envie de faire une différence, comparativement à 39 % de ceux qui ne font pas partie de l'auditoire assidu des nouvelles télévisées.

Il importe de signaler dans quelle mesure les opinions exprimées ci-dessus varient selon l'âge et le sexe. À mesure qu'ils vieillissent, les jeunes se sentent de moins en moins concernés par les nouvelles. En 3^e et en 4^e année, 43 % des filles et 28 % des garçons disent avoir peur qu'il leur arrive des choses dangereuses après avoir regardé les nouvelles. Une fois en 10^e année, seulement 29 % des filles et 15 % des garçons sont encore de cet avis. Bien que leurs craintes s'atténuent avec l'âge, les jeunes sont aussi moins portés à vouloir faire une différence lorsqu'ils vieillissent (figure 15).

Figure 15. Les attitudes face aux nouvelles changent avec l'âge

Place aux jeunes dans les médias, 2003



6. L'AVIS DES JEUNES AU SUJET DE LA TÉLÉVISION

On a demandé aux jeunes interrogés :

- *Écris deux choses que tu aimes au sujet de la télévision.*
- *Écris deux choses que tu n'aimes pas au sujet de la télévision.*

Voici des exemples de leurs réponses, telles qu'elles ont été données. Ces exemples ont été choisis pour montrer la variété des commentaires des participants et participantes de tous les coins du pays, que ce soit au Nunavut ou au Labrador, à Montréal ou à Red Deer.

Ce que j'aime au sujet de la télévision... Avis de francophones de la 3^e à la 6^e année

Quand on n'a pas besoin de se lever pour changer les postes. (Garçon, 11 ans, Saint-Léolin, Nouveau-Brunswick.)

Il ouvre mon imagination pour écrire à l'école. (Fille, 11 ans, Whitehorse, Yukon.)

Ça occupe ma petite soeur. (Fille, 8 ans, Toronto, Ontario.)

Quand il pleut je regarde la télévision. (Garçon 10 ans, Chicoutimi, Québec.)

Tu peux la regarder au lieu de faire tes devoirs. (Fille, 9 ans, Whitehorse, Yukon.)

C'est quelque chose que tu peux faire quand tu n'as rien à faire. (Garçon, 12 ans, Winnipeg, Manitoba.)

Quand il y a une émission que tu n'aimes pas, on n'est pas obligé de la regarder. (Garçon, 11 ans, Saint-Léolin, Nouveau-Brunswick.)

On peut écouter des émissions avec des problèmes d'ados, ça nous donne un avant-goût. (Fille, 11 ans, Chicoutimi, Québec.)

Ce que je n'aime pas au sujet de la télévision... Avis de francophones de la 3^e à la 6^e année

À la place de jouer dehors on regarde la télévision. (Fille, 10 ans, Saint-Léolin, Nouveau-Brunswick.)

Des fois il y a des choses horribles. (Fille, 12 ans, Winnipeg, Manitoba.)

Émissions qui sont niaisuses (non drôles, ne nous apprennent rien.) (Garçon, 10 ans, Chicoutimi, Québec.)

Les films qui n'ont pas assez d'action. (Garçon, âge non précisé, 3^e année, Whitehorse, Yukon.)

Les gens maltraités. (Fille, 11 ans, Trois-Rivières, Québec.)

Je n'aime pas du sang. (Fille, 8 ans, Toronto, Ontario.)

Tu peux briser tes yeux. (Fille, 11 ans, Trois-Rivières, Québec.)

Ça me prend du temps. (Garçon, 10 ans, Chicoutimi, Québec.)

Ce que j'aime au sujet de la télévision... Avis d'anglophones de la 3^e à la 6^e année

It occupies me when I am bored. (Garçon, 8 ans, Bishops Falls, Terre-Neuve-et-Labrador.)

I like TV because I can learn what is happening in the world. (Fille, 11 ans, Vancouver, Colombie-Britannique.)

I do not know what I would do without it. (Garçon, 9 ans, Moncton, Nouveau-Brunswick.)

I like TV because it allows me to forget my problems. (Garçon, 12 ans, Collingwood, Ontario.)

The shows that I like make me feel that anything is possible. (Fille, 11 ans, Saskatoon, Saskatchewan.)

It is something to do in my spare time. (Fille, 9 ans, Red Deer, Alberta.)

Some shows build up your self esteem. (Fille, 11 ans, Sudbury, Ontario.)

It motivates me. (Fille, 8 ans, Yellowknife, Territoires du Nord-Ouest.)

I forget where I am when I am watching TV. That's cool. (Fille, 11 ans, Tignish, Île-du-Prince-Édouard.)

It's not boring, like cleaning my room. (Fille, 9 ans, Abbotsford, Colombie-Britannique.)

Ce que je n'aime pas au sujet de la télévision... Avis d'anglophones de la 3^e à la 6^e année

There is too much violence. (Fille, 12 ans, Cornwall, Ontario.)

Some TV shows teach kids how to hit and fight. (Fille, 10 ans, Calgary, Alberta.)

Sometimes you get interested and you can't do what you are asked to do. (Fille, 10 ans, Margareville, Nouvelle-Écosse.)

You don't need to see some stuff sometimes. (Garçon, 9 ans, Barrie, Ontario.)

There are too many commercials. (Garçon, 12 ans, Nelson, Colombie-Britannique.)

Sometimes it scares me. (Garçon, 9 ans, Bishop's Falls, Terre-Neuve-et-Labrador.)

It makes you into a zombie. (Garçon, 10 ans, Vancouver, Colombie-Britannique.)

It's addicting. (Garçon, 11 ans, Sarnia, Ontario.)

It talks about stuff that I should not know about. (Fille, 10 ans, Yellowknife, Territoires du Nord-Ouest.)

There are too many baby shows. (Garçon, 12 ans, Red Deer, Alberta.)

It can get really boring. (Fille, 11 ans, Woodstock, Ontario.)

Some things are inappropriate and they are on at the time when little kids are watching.

(Fille, 12 ans, Vancouver, Colombie-Britannique.)

Ce que j'aime au sujet de la télévision... Avis de francophones de la 7^e à la 10^e année

Quand on n'a rien à faire on regarde la télévision. Ça me fait quelque chose à faire.

(Fille, 12 ans, Saint-Léolin, Nouveau-Brunswick.)

On peut se divertir en regardant des histoires fictives ou réelles. (Fille, 15 ans, Anse-Saint-Jean, Québec.)

La télévision m'informe sur les choses qui se passent à l'entour de moi ou dans ma communauté. (Garçon, 12 ans, Winnipeg, Manitoba.)

Ça m'amuse car plusieurs des émissions que j'aime sont drôles. (Fille, 13 ans, Whitehorse, Yukon.)

Elle nous fait rêver et travailler notre imagination. (Fille, 13 ans, Gatineau, Québec.)

Nous nous amusons et quand on ne veut plus regarder la télévision on n'a qu'à l'éteindre. (Garçon, 14 ans, Gatineau, Québec.)

Lorsque les situations sont comiques ou intrigantes et lorsqu'elles sont réelles. Ça détend. (Fille, 14 ans, Rimouski, Québec.)

Elle me soulage. (Garçon, 13 ans, Rivière-de-Portage, Nouveau-Brunswick.)

Aide à me relaxer après un long travail. (Garçon, 15 ans, Gatineau, Québec.)

Parfois il y a des situations semblables à celles que tu as déjà vécues. (Fille, 14 ans, Neguac, Nouveau-Brunswick.)

Ce que je n'aime pas au sujet de la télévision... Avis de francophones de la 7^e à la 10^e année

Ça fait mal aux yeux. (Fille, 14 ans, Saint-Léolin, Nouveau-Brunswick.)

Il y a trop de nouvelles, une fois par jour c'est assez. (Fille, 13 ans, Rimouski, Québec.)

Ce que je n'aime pas de la télé ce sont les bulletins de nouvelles, ils nous montrent seulement des mauvaises nouvelles et des horreurs d'un peu partout sur la terre. (Fille, 13 ans, Saint-Léolin, Nouveau-Brunswick.)

Ils parlent toujours de la guerre. (Garçon, 14 ans, Rivière-du-Loup, Québec.)

On peut passer beaucoup de temps devant sans s'en rendre compte. (Garçon, 16 ans, Anse-Saint-Jean, Québec.)

Trop de publicité. (Garçon, 13 ans, Winnipeg, Manitoba.)

Les jeunes enfants peuvent écouter des émissions trop violentes pour eux. (Garçon, 13 ans, Gatineau, Québec.)

Quand un gars se fait tirer 8 balles et qu'il n'est pas mort et qu'il continue à se battre. (Fille, 15 ans, Gatineau, Québec.)

Trop plate, à rester assis, à ne rien faire de voir des émissions qui sont la plupart du temps pas vrai. (Fille, 13 ans, Tecumseh, Ontario.)

Les bonnes émissions passent toujours et on n'a pas le temps de les écouter à cause des devoirs. (Fille, 15 ans, Rimouski, Québec.)

Ce que j'aime au sujet de la télévision... Avis d'anglophones de la 7^e à la 10^e année

I like watching funny shows on TV because they always cheer me up. (Fille, 15 ans, Peterborough, Ontario.)

It keeps you updated on things that may be happening, even if you are thousands of miles away. (Garçon, 15 ans, Côte Saint-Luc, Québec.)

It makes me relax. (Garçon, 17 ans, Rankin Inlet, Nunavut.)

Watching TV lets me forget about my problems. (Fille, 15 ans, Westmount, Québec.)

It's entertaining, so it keeps me occupied when I'm bored. (Garçon, 16 ans, Penticton, Colombie-Britannique.)

The news makes you more aware of what's going on in the world. (Fille, 16 ans, Richmond Hill, Ontario.)

Some of the shows are funny and I find them enjoyable. (Fille, 12 ans, Edmonton, Alberta.)

It has inspired me to become a Paleontologist ("Discovery Channel"). (Garçon, 13 ans, Tillsonburg, Ontario.)

TV also allows you to escape. (Garçon, 12 ans, Sackville, Nouvelle-Écosse.)

Sometimes it is informative and educational. (Fille, 14 ans, Cambridge, Ontario.)

When you have nothing to do you can always turn on the TV. I don't know what I would do without TV. (Garçon, 15 ans, Montréal, Québec.)

TV is on twenty four, seven. (Garçon, 13 ans, Grand Falls, Terre-Neuve-et-Labrador.)

It passes the time. (Fille, 16 ans, Thunder Bay, Ontario.)

It's entertaining and I laugh at shows. It puts me in a good mood. (Garçon, 18 ans, Espanola, Ontario)

Ce que je n'aime pas au sujet de la télévision... Avis d'anglophones de la 7^e à la 10^e année

It can be scary... it can be gory, bloody etc. (Fille, 14 ans, Summerside, Île-du-Prince-Édouard.)

The way it takes time away from family time together. (Fille, 15 ans, Kingston, Ontario.)

Stereotyping. (Fille, 13 ans, Sackville, Nouveau-Brunswick.)

It makes people lazy. (Garçon, 13 ans, Red Deer, Alberta.)

It can be boring. (Fille, 13 ans, Hantsport, Nouvelle-Écosse.)

There are too many commercials. (Garçon, 13 ans, South Slocan, Colombie-Britannique.)

It contributes violent attitudes to society. (Garçon, 16 ans, Summerland, Colombie-Britannique.)

When you are watching it you are not doing anything for your body (physical activity). (Garçon, 14 ans, Saskatoon, Saskatchewan.)

You sort of get addicted to it. (Garçon, 12 ans, Elmsdale, Île-du-Prince-Édouard.)

I don't like the violence that is on a lot of TV shows. (Fille, 12 ans, Calgary, Alberta.)

The news is boring. (Garçon, 16 ans, Newmarket, Ontario.)

How disgusting and mean some shows are. They portray sexism and lots of violence. (Fille, 14 ans, Yellowknife, Territoires du Nord-Ouest.)

Some people imitate the violence they see on TV. (Fille, 12 ans, Sarnia, Ontario.)

7. JEUX SUR ORDINATEUR ET JEUX VIDEO

D'autres questions ouvertes invitaient les répondantes et répondants à écrire leurs trois jeux sur ordinateur ou jeux vidéo préférés, ce qui a donné 600 titres différents. Certains ont répondu de façon très précise, fournissant le nom et la version du jeu, tandis que d'autres se contentaient de réponses génériques comme « hockey », « sports » ou « jeux sur Internet ». Les règles suivantes ont été appliquées à l'analyse des réponses :

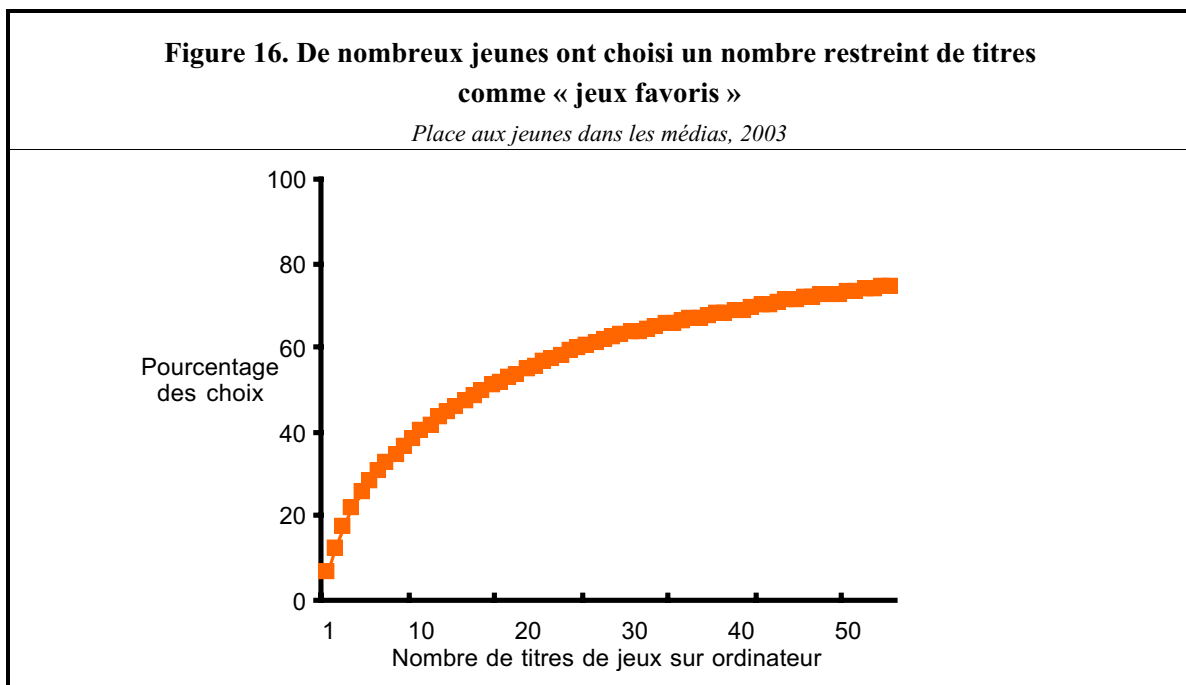
- Les nombreux jeux sportifs distincts représentent 19 % des choix. Les huit sports les plus populaires sont présentés séparément, tandis que les autres sont regroupés sous « Sports variés » (voir le tableau 11).
- Toutes les versions d'un même jeu sont combinées, p. ex., tous les jeux *Mario*, tous les jeux *James Bond*.
- Certains jeux se jouent surtout ou seulement sur Internet, comme *The Sims* et *Neopet*. Ces titres fort populaires sont indiqués séparément, sauf ceux appartenant à la catégorie « Jeux divers sur Internet », regroupant des réponses comme « solitaire sur Internet » ou la réponse générique « jeux sur Internet ».

Type de sport	Pourcentage de tous les jeux	Pourcentage des jeux sportifs
Course	6	31
Hockey	5	26
Planche à roulettes	3	15
Basket-ball	1	6
Soccer	1	4
Football	1	4
Planche à neige	1	2
Golf	1	2
Sports variés	1	10
Total	19,1	100

Comme dans le cas des émissions de télévision, les jeux aimés par les jeunes sont nombreux, mais seulement quelques titres sont choisis par la majorité comme jeux favoris. Les quelque 5 000 répondantes et répondants ont nommé 13 352 jeux, dont 896, soit 7 %, étaient des jeux *Mario* (premier point de données dans la figure 16). *Grand Theft Auto* et les jeux de course occupent le deuxième rang, représentant chacun 6 % des choix. Viennent ensuite *The Sims* et le hockey. Ces cinq jeux représentent un quart des choix.

Si on ajoute 16 autres jeux à ces cinq, on atteint la moitié des choix de réponse, 64 jeux, les trois quarts, et plus de 500, la totalité des choix.

La ligne de tendance pour les jeux sur ordinateur est légèrement plus basse et plus plate que celle des émissions de télévision, ce qui signifie qu'il faut un plus grand nombre de jeux que d'émissions de télévision pour atteindre un pourcentage de choix donné. Les habitudes d'écoute des jeunes sont axées sur un nombre de titres plus restreint que le sont leurs préférences en matière de jeux sur ordinateur ou de jeux vidéo. L'Annexe renferme les données exactes obtenues, pour ceux qui aimeraient quantifier les différences entre ces deux médias.



JEUX FAVORIS

Dans le tableau 12, la première ligne indique que 24 % des filles de la 3^e à la 6^e année ont choisi *Mario* comme l'un de leurs trois jeux favoris, tandis que 19 % des garçons ont choisi un jeu de hockey.

Parmi les choix des garçons de la 3^e à la 6^e année, huit jeux conviennent aux enfants de six ans et plus et six sont réservés aux adolescentes et aux adolescents (conviennent aux personnes de 13 ans et plus car peuvent contenir de la violence, un langage cru ou grossier ou des scènes suggestives). Parmi les favoris, trois jeux – *Grand Theft Auto*, *Diablo* et *Halo* – portent la cote « jeunes adultes ».² L'un des jeux les plus populaires chez les garçons francophones et anglophones de ce groupe d'âge, *Grand Theft Auto*, est extrêmement violent et est réservé aux jeunes adultes. On y voit des meurtres, du matraquage et de la prostitution. *Grand Theft Auto* a été interdit en Australie jusqu'à ce que le contenu le plus érotique en ait été supprimé.

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Mario	24	Hockey	19
The Sims	15	Course	18
Harry Potter	9	Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	16
Jeux éducatifs	8	Mario	16
Course	8	Planche à roulettes	10
Jeux divers sur Internet	6	James Bond	10
Solitaire	6	Sports variés	6
Neopet	5	Zelda	6
Roller Coaster Tycoon	5	The Sims	5
Hockey	4	Harry Potter	4
Crash Bandicoot	4	Pokémon	4
Sports variés	4	Diablo (Jeunes adultes)	4
Zelda	4	Starcraft	4
Spyro	4	War	4
Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	3	Yu-Gi-Oh!	3
Donkey Kong	3	Backyard Basketball	3
Pokémon	3	Jeux divers sur Internet	3
Planche à roulettes	3	Final Fantasy	3
Clue	3	Halo (Jeunes adultes)	3
Life	3	Lord Of The Rings	3

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois jeux.

² Conviennent aux personnes de 17 ans ou plus; peuvent contenir des scènes violentes et un langage vulgaire, ainsi que des scènes érotiques. D'après les cotes de l'Entertainment Software Ratings Board.

Chez les garçons, il existe un lien évident entre les jeux sur ordinateur ou les jeux vidéo favoris et les émissions et les films préférés. Voici des exemples de titres qui reviennent dans les deux catégories : *James Bond*, *Lord of the Rings*, *Spiderman* et *Yu-Gi-Oh!*

Tandis que *Mario* est le jeu le plus aimé des filles, les trois jeux sur Internet réunis (*The Sims*, *Neopet* et *Jeux divers sur Internet*) sont encore plus populaires. Ces jeux offrent à la fois une interaction sociale et une « histoire ». *Grand Theft Auto* figure aussi parmi les 20 jeux les plus populaires chez les filles anglophones de la 3^e à la 6^e année, mais seulement 3 % d'entre elles l'ont choisi.

Tableau 13. Jeux sur ordinateur favoris – 3^e à 6^e année : francophones			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Mario	23	Course	22
Jeux divers sur Internet	12	Hockey	20
Course	11	Mario	15
The Sims	10	Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	12
Harry Potter	6	Jeux divers sur Internet	8
Donkey Kong	4	Driver	7
Zelda	4	Sports variés	7
Hockey	4	Age of Empires	7
Sports variés	4	Zelda	7
Solitaire	4	Diablo (Jeunes adultes)	6
Crash Bandicoot	4	The Sims	6
Neopet	4	Planche à roulettes	6
Spyro	4	Harry Potter	6
Driver	3	Starcraft	5
PacMan	3	James Bond	4
Monopoly	3	Roller Coaster Tycoon	3
Jeux éducatifs	3	Red Alert	3
Adibou	2	Star Wars	3
Rayman	2	Warcraft	3
Bubble Trouble	2	Soccer	3

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois jeux.

Chez les garçons de la 7^e à la 10^e année, les jeux inspirés d'émissions de télévision ou de films ne sont pas aussi populaires; les garçons s'intéressent davantage aux jeux d'action/fiction/stratégie et aux jeux de rôles. Plusieurs jeux sont réservés aux jeunes adultes, la plupart (*Counter Strike*, *Halo*, *Medal of Honour* et *Splinter Cell*) étant des jeux de tir à la première personne (le joueur voit tout depuis la perspective de la personne qui tient l'arme). (Beaucoup de jeux d'action à la troisième personne sont sanglants et violents.) *Grand Theft Auto* est de loin le grand favori des anglophones de ce groupe, ayant été choisi par un tiers des jeunes en question. Ce n'est pas le cas, cependant, des garçons francophones, qui privilégient le hockey.

Tableau 14. Jeux sur ordinateur favoris – 7^e à 10^e année : anglophones

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
The Sims	20	Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	34
Mario	19	Hockey	18
Course	9	Course	18
Solitaire	9	Counter Strike (Jeunes adultes)	9
Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	8	Diablo (Jeunes adultes)	8
Roller Coaster Tycoon	7	Planche à roulettes	8
Plance à roulettes	6	Starcraft	8
Crash Bandicoot	4	Backyard Basketball	7
Donkey Kong	3	Halo (Jeunes adultes)	7
Zelda	3	Mario	7
Spyro	3	The Sims	7
James Bond	3	James Bond	6
Hockey	3	Final Fantasy	5
Harry Potter	3	Warcraft	5
Sports variés	2	Sports variés	4
Pinball	2	Age of Empires	4
Tetris	2	Zelda	4
PacMan	2	Football	4
Tomb Raider	2	Soccer	4
Who Wants To Be A Millionaire	2	Medal of Honour (Jeunes adultes)	3

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois jeux.

Chez les filles plus âgées, les francophones et les anglophones aiment sensiblement les mêmes jeux – leurs quatre premiers choix sont identiques. Chez les anglophones, cependant, *Grand Theft Auto* est plus populaire auprès des adolescentes que des plus jeunes, mais n'est pas très aimé des adolescentes francophones. Les jeux traditionnels et « classiques » comme *Tetris*, *Donkey Kong* et *Zelda* sont encore populaires parmi les filles de ce groupe d'âge.

Tableau 15. Jeux sur ordinateur favoris – 7^e à 10^e année : francophones

Place aux jeunes dans les médias, 2003

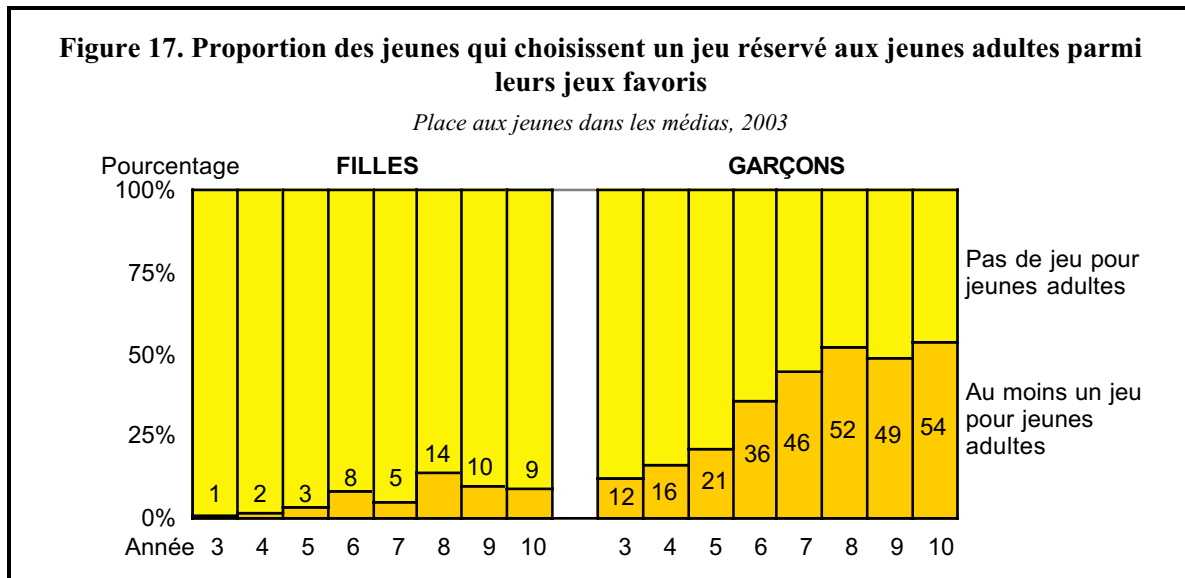
Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
The Sims	24	Hockey	23
Mario	13	Course	22
Course	11	Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	20
Solitaire	10	Diablo (Jeunes adultes)	13
Jeux divers sur Internet	5	Planche à roulettes	10
Hockey	5	Sports variés	8
Roller Coaster Tycoon	4	Counter Strike (Jeunes adultes)	7
Planche à roulettes	4	Halo (Jeunes adultes)	7
Harry Potter	4	Starcraft	7
Diablo (Jeunes adultes)	3	Medal of Honour (Jeunes adultes)	6
Donkey Kong	3	Warcraft	6
Sports variés	3	Final Fantasy	5
James Bond	3	Age of Empires	4
Crash Bandicoot	2	The Sims	4
Zelda	2	Splinter Cell (Jeunes adultes)	4
Tetris	2	Football	4
Sim City	2	Zelda	4
Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	2	Conduite automobile	3
Final Fantasy	2	War	3
Billard	2	Billard	3

Les pourcentages totalisent plus de 100 car les répondantes et répondants pouvaient choisir jusqu'à trois jeux.

Popularité des jeux pour jeunes adultes

La figure 17 montre la proportion de filles et de garçons de chaque année ayant nommé au moins un jeu pour jeunes adultes dans la liste de leurs trois jeux favoris.

Les jeux pour jeunes adultes ne semblent pas très aimés des filles. Chez les garçons, par contre, leur popularité augmente en flèche jusqu'en 8^e année, puis se stabilise.



On pourrait se demander si les adeptes des jeux pour jeunes adultes adhèrent à une sous-culture. Si c'était le cas, d'après la figure 17, il s'agirait de garçons de la 7^e à la 10^e année. La moitié exactement des 1 400 garçons appartenant à ce groupe n'ont pas nommé de tel jeu dans leurs trois premiers choix. Parmi l'autre moitié, les choix se divisent comme suit :

- 37 % ont nommé un jeu pour jeunes adultes parmi leurs trois favoris;
- 12 % en ont nommé deux;
- 1 % en ont nommé trois.

Le dernier pourcentage (1 %) désigne 16 garçons sur un échantillon de 5 500. Donc, s'il existe une proportion de la population qui est obnubilée par les jeux réservés aux jeunes adultes, elle est très petite.

Caractéristiques des jeux sur ordinateur et des jeux vidéo préférés

Les répondantes et répondants ont évalué leur jeu électronique favori selon les mêmes critères que les émissions de télévision, mais dans ce cas-ci une caractéristique a été ajoutée à la liste : "J'aime battre mes adversaires, ou dépasser mon meilleur score".

Les garçons sont généralement plus enthousiastes à l'égard de leurs jeux préférés que les filles, leur attribuant des cotes plus élevées sur presque tous les plans.

Excitant est la qualité primordiale des bons jeux, qui doivent aussi comporter un volet compétitif ("J'aime battre mes adversaires, ou dépasser mon meilleur score"). Ces deux caractéristiques sont jugées importantes par les garçons comme par les filles, mais celles-ci leur attribuent des cotes moindres que les garçons.

La caractéristique "Excitante" a aussi été la mieux cotée pour les émissions de télévision, suivie de "Drôle". Par contre, les jeux ne sont pas vraiment drôles, contrairement à la télévision : ils ont obtenu une cote dans les 40 pour cette caractéristique, la réponse « pas d'accord » ou « pas drôle » l'ayant emporté sur les autres.

L'avis des garçons sur la violence diffère selon qu'il s'agit de jeux ou d'émissions de télévision. Ils trouvent qu'il y a peu de violence dans leurs émissions de télévision (38 sur 100) mais beaucoup plus dans leurs jeux sur ordinateur (62 sur 100).

Chez les filles, les émissions de télévision comme les jeux favoris montrent peu de violence (20 et 27 sur 100 respectivement).

Tableau 16. Caractéristiques des jeux sur ordinateur préférés		
	<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>	
Caractéristique	Cote moyenne (0 – 100)	
	Filles	Garçons
Excitant *	78	89
J'aime battre mes adversaires, ou dépasser mon meilleur score *	60	77
Les personnages font des actions que je ne pourrais jamais faire dans la vraie vie	55	68
Me fait oublier mes problèmes *	52	65
Je joue à ce jeu pendant des heures – je ne peux pas m'arrêter*	47	61
Me fait réfléchir	47	53
Relaxant	48	52
Drôle	49	46
Montre beaucoup de violence *	27	62
Je pense à ce jeu même lorsque je ne suis pas en train de jouer *	34	53
Mes parents aiment ce jeu également *	43	33
J'apprends des choses que j'ignorais auparavant *	31	41

* Écart important entre les sexes

Remarque : Une cote de 0 signifie « Pas du tout d'accord » et de 100, « Entièrement d'accord ». La cote moyenne de 50 signifie « Ni d'accord, ni en désaccord ».

Grappes de jeux

Les jeux ont été regroupés selon la méthode de répartition en grappes utilisée pour les émissions de télévision. Les données pour les francophones et les anglophones sont réunies étant donné que les jeunes des deux groupes linguistiques ont accès aux mêmes jeux. Chaque grappe contient des jeux ayant obtenu des cotes semblables pour les caractéristiques présentées au tableau 16.

À partir des 27 jeux les plus populaires, l'analyse a donné six grappes, chacune d'elles présentant une intégrité intuitive.

Des similitudes et des différences intéressantes se dégagent de la comparaison des grappes. Par exemple, les jeux fantastiques se distinguent des jeux de tir et de destruction parce qu'ils sont beaucoup moins violents et compétitifs et demandent plus de réflexion.

La grappe dont font partie *Roller Coaster Tycoon* et *The Sims* ressemble à la grappe des jeux éducatifs, ces derniers étant moins engageants et moins drôles mais obligeant les jeunes à réfléchir davantage.

Les jeux sportifs et les jeux de type Mario se situent très près de la moyenne pour la majorité des caractéristiques, comme le laissait présager leur immense popularité.

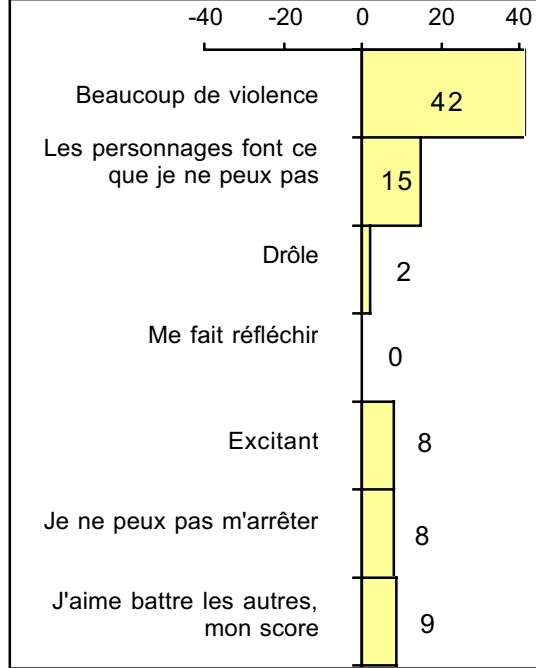
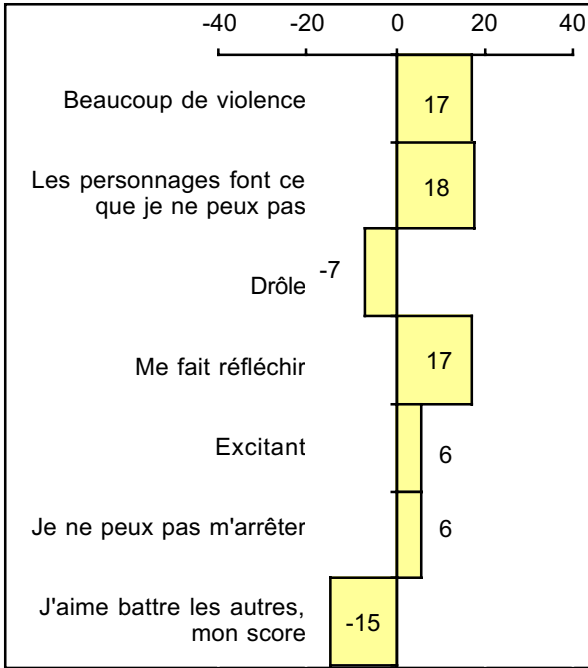
Comme pour les émissions de télévision, ces grappes permettent d'entrevoir pourquoi les jeunes aiment certains types de jeux plus que d'autres. Comme les émissions, les jeux fantastiques et ceux qui présentent des personnages pouvant faire ce qu'on ne peut pas dans la vraie vie et qui contiennent de la violence intéressent particulièrement les garçons.

La ligne verticale dans chaque graphique représente la cote moyenne pour toutes les émissions, tandis que les barres horizontales indiquent dans quelle mesure les émissions comprises dans la grappe s'écartent de la moyenne.

Figure 18. Grappes de jeux sur ordinateur
Place aux jeunes dans les médias, 2003

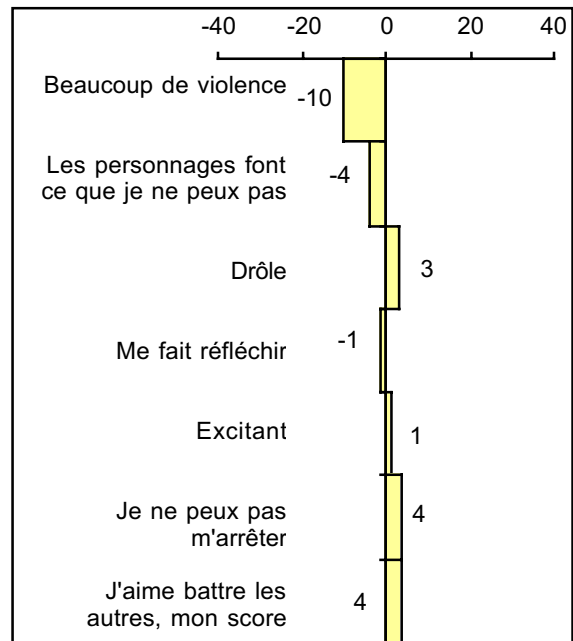
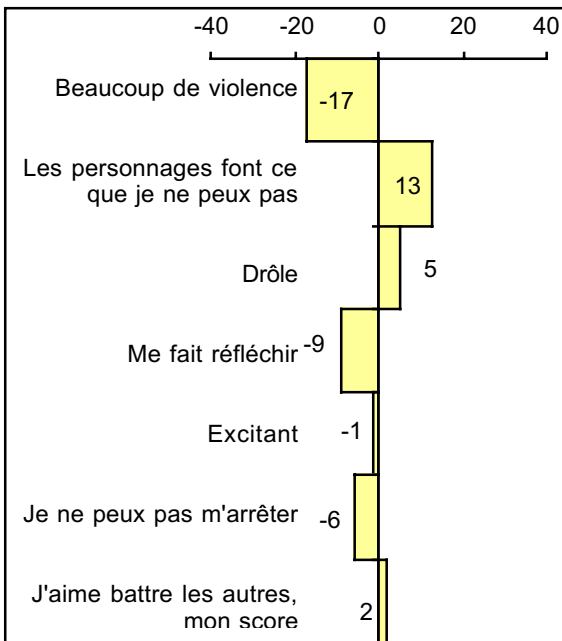
Final Fantasy, Zelda

*Grand Theft Auto, James Bond, Diablo, Starcraft
 Halo, Counter Strike, Warcraft, Medal of Honour*



*Mario, Donkey Kong, Crash Bandicoot
 Spyro, Harry Potter*

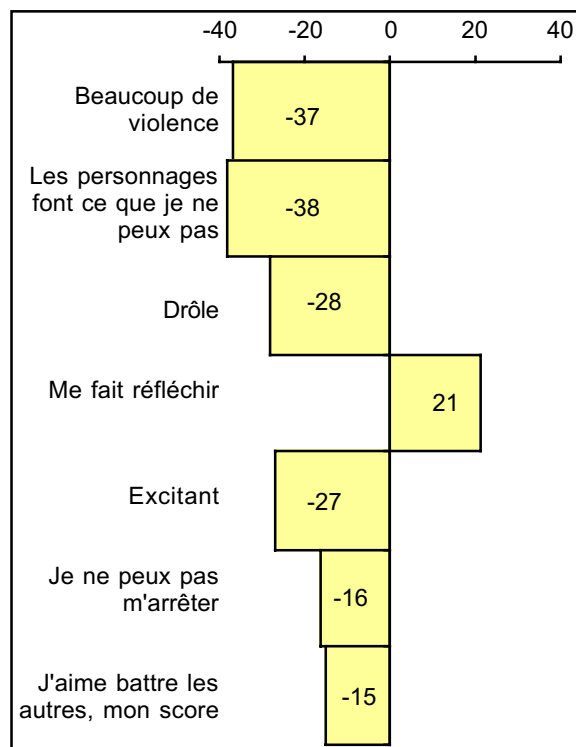
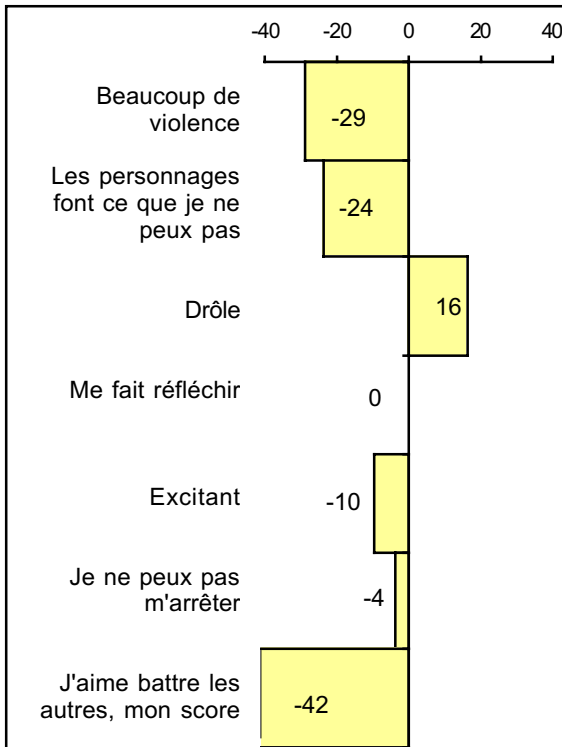
Sports, Pokémon, Yu-Gi-Oh!



Grappes de jeux sur ordinateur, suite
Place aux jeunes dans les médias, 2003

Roller Coaster Tycoon, The Sims

Jeux éducatifs, Solitaire



LES JEUX QUE LES JEUNES N'AIMENT PAS

On a demandé aux jeunes de nommer deux jeux auxquels ils n'aimaient pas s'adonner et d'indiquer pourquoi. Le tableau 17 rapporte les raisons pour lesquelles ces jeux ne sont pas aimés. La lenteur et le manque d'action sont des faiblesses significatives. En outre, 60 % des filles et 33 % des garçons ont dit ne pas aimer certains jeux parce qu'ils sont trop violents.

Caractéristique	Pourcentage d'accord	
	Filles	Garçons
Trop ennuyeux	96	97
Pas assez d'action *	84	96
Trop lent	87	91
Trop facile	81	89
Éléments graphiques mal faits *	70	87
Trop difficile *	61	46
Trop violent *	60	33

* Écart important entre les sexes.

Les jeux que les jeunes n'aiment pas, présentés au tableau 18, sont de nature variée – fiction, tir, stratégie et divertissement léger.

On retrouve parmi ces jeux et les émissions moins aimées quelques titres communs. À part *Barney* et *Pokémon*, plusieurs jeux sont considérés comme trop enfantins.

Les jeux les plus populaires – *Mario*, *The Sims*, le hockey, la course et *Grand Theft Auto* – font aussi partie de la liste des jeux moins aimés. Ils ne sont donc pas populaires chez tous les jeunes.

Tableau 18. Jeux sur ordinateur et jeux vidéo que les jeunes n’aiment pas

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage des choix	Choix des garçons	Pourcentage des choix
Barbie	6	Barbie	7
Sports variés	5	The Sims	7
Mario	5	Pokémon	7
Course	4	Mario	6
Hockey	4	Course	5
Solitaire	4	Sports variés	4
Pokémon	3	Jeux éducatifs	4
Jeux éducatifs	3	Golf	3
War	3	Solitaire	3
James Bond	3	Hockey	3
The Sims	3	Barney	2
Zelda	2	Diablo (Jeunes adultes)	2
Golf	2	Tetris	2
Diablo (Jeunes adultes)	2	Zelda	2
Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	2	Grand Theft Auto (Jeunes adultes)	2

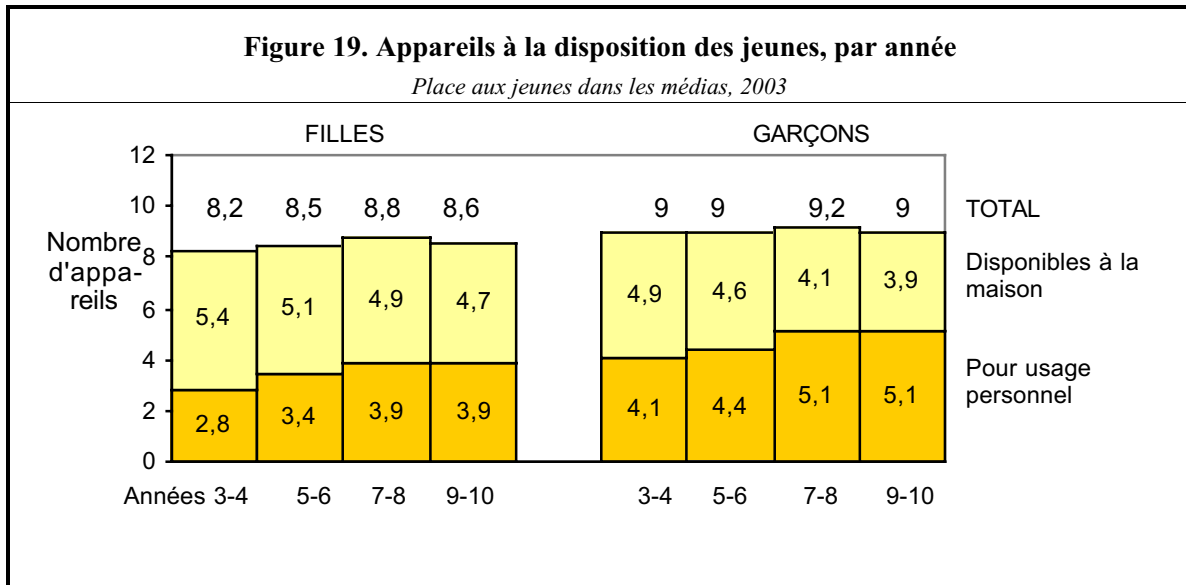
8. LES MÉDIAS À LA MAISON

Le tableau 19 présente treize des appareils électroniques les plus courants et indique combien de jeunes en ont à leur disposition, que ce soit pour leur usage personnel, pour la famille ou à l'extérieur du foyer. La radio l'emporte sur les autres de façon marquée, mais près de la moitié des jeunes Canadiennes et Canadiens (48 %) ont leur propre téléviseur, soit 43 % des élèves de la 3^e à la 6^e année et 53 % des jeunes de la 7^e à la 10^e année. Quant à l'ordinateur branché sur Internet, 19 % des jeunes de la 3^e à la 6^e année et 32 % de ceux de la 7^e à la 10^e année en possèdent un pour leur usage personnel.

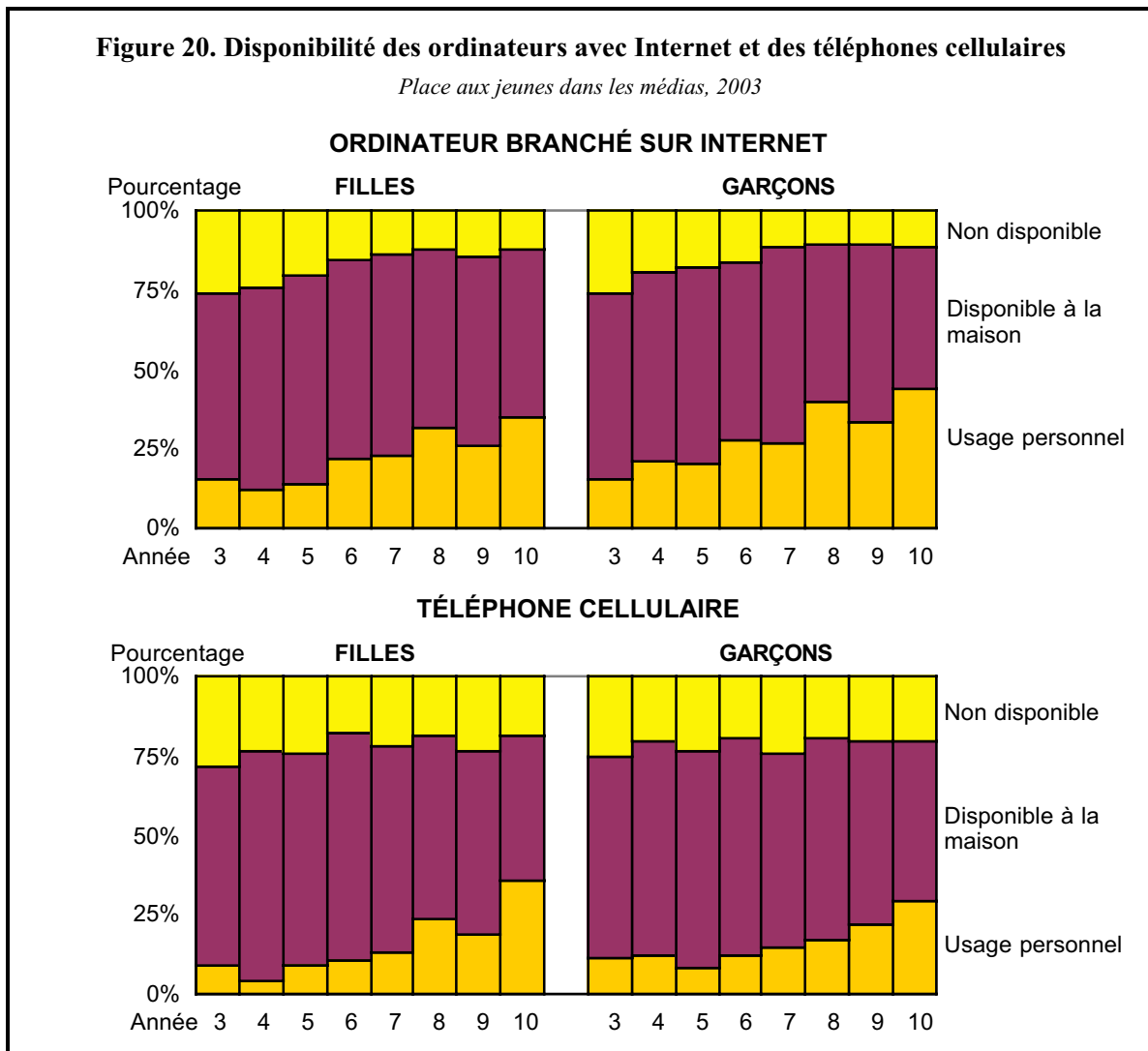
Chez les élèves de la 3^e à la 6^e année, 10 % ont leur propre téléphone cellulaire. En 10^e année, c'est le cas de 22 % des jeunes. Parmi les élèves interrogés, 62 % ont répondu que leur famille possédait un téléphone cellulaire.

Tableau 19. Appareils électroniques dont disposent les jeunes			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Appareil	Pourcentage des répondantes et des répondants		
	Usage personnel	À la maison, mais pour usage familial	À l'extérieur
Radio	78	20	2
Nintendo ou Play Station ou X-Box	53	26	21
Téléviseur	48	51	1
GameBoy	47	15	39
Téléphone ordinaire	42	55	3
Walkie-talkie	36	20	44
Magnétoscope à cassette	35	62	4
Ordinateur branché sur Internet	26	58	16
Lecteur DVD	19	46	35
Téléphone cellulaire	16	62	22
Ordinateur non branché sur Internet	14	21	64
Agenda électronique ou ordinateur de poche (Palm Pilot, Blackberry, etc.)	11	19	71
Téléavertisseur	5	27	68

Le nombre total d'appareils électroniques à la disposition des jeunes demeure relativement stable d'une année à l'autre – environ 8,5 en moyenne chez les filles et 9,1 chez les garçons. Cependant, la proportion de ces appareils dont les jeunes ont l'usage exclusif varie : les garçons comme les filles possèdent de plus en plus d'appareils pour leur usage personnel à mesure qu'ils vieillissent.



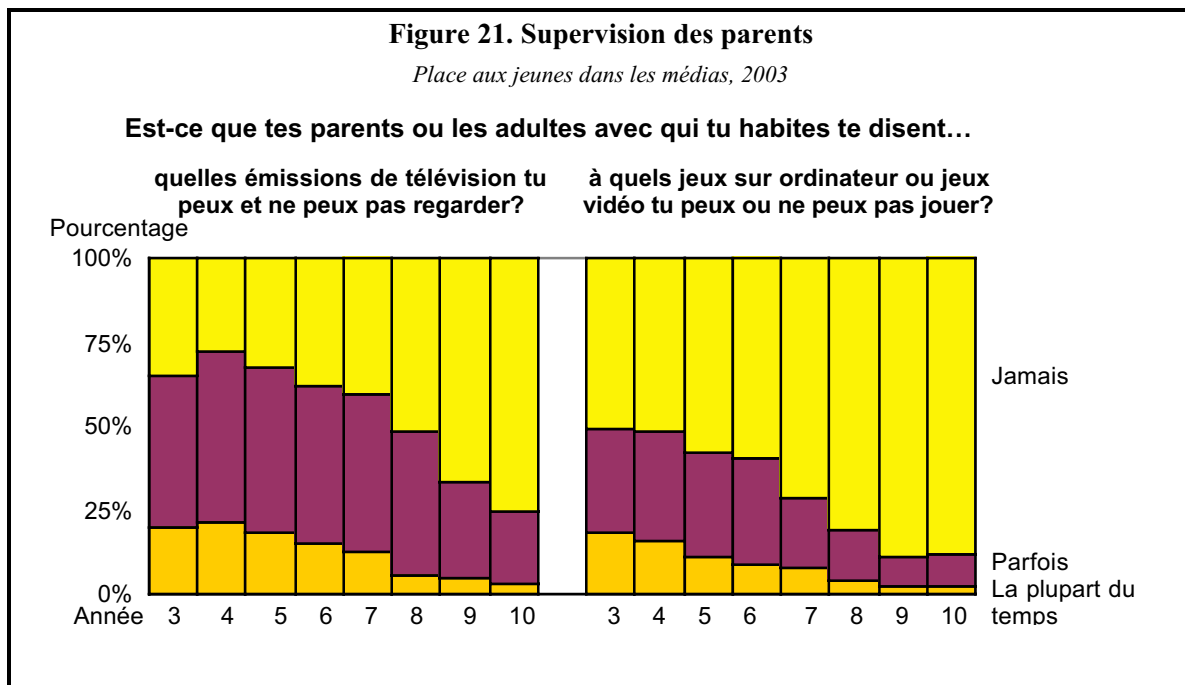
La disponibilité de la plupart des 13 appareils ne varie que légèrement entre la 3^e et la 10^e année. Il y a cependant deux exceptions : les ordinateurs branchés sur Internet et les téléphones cellulaires (figure 20). En 10^e année, près d'un tiers des jeunes disent avoir leur propre ordinateur avec Internet et un quart disent posséder leur propre téléphone cellulaire.



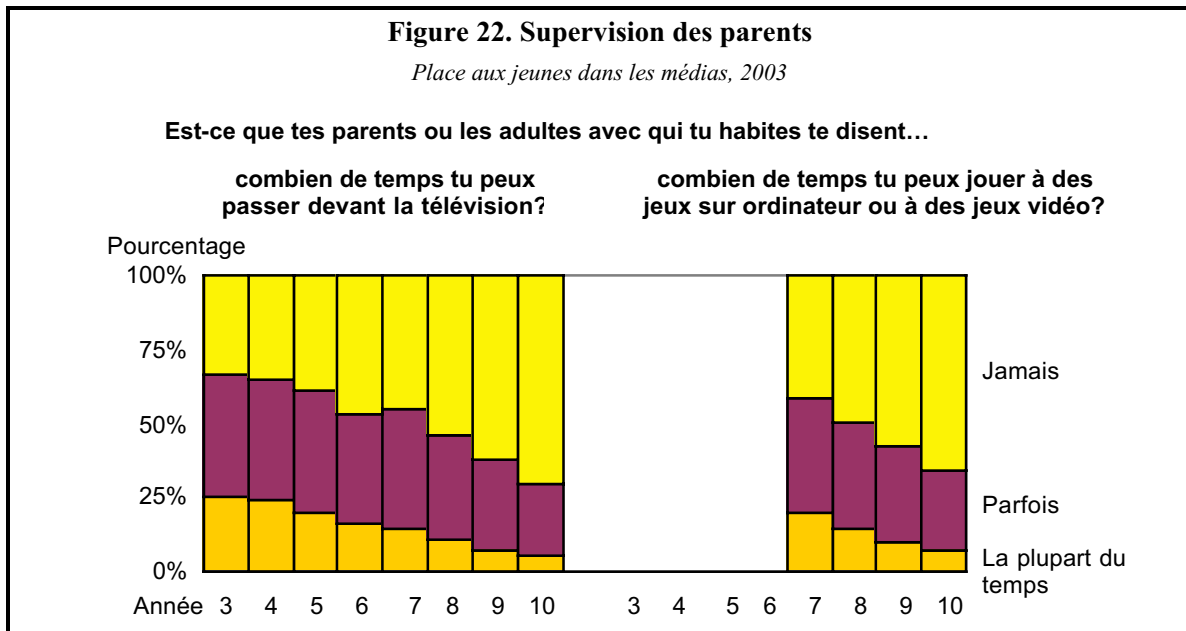
9. L'UTILISATION DES MÉDIAS À LA MAISON

Les principaux médias visés par cette étude sont la télévision, les vidéos et les jeux sur ordinateur. Les jeunes s'en servent surtout à la maison ou chez des amis. Les parents font ce qu'ils peuvent pour contrôler le choix des émissions, des films et des jeux, ainsi que le temps consacré à ces activités, mais n'y parviennent pas toujours.

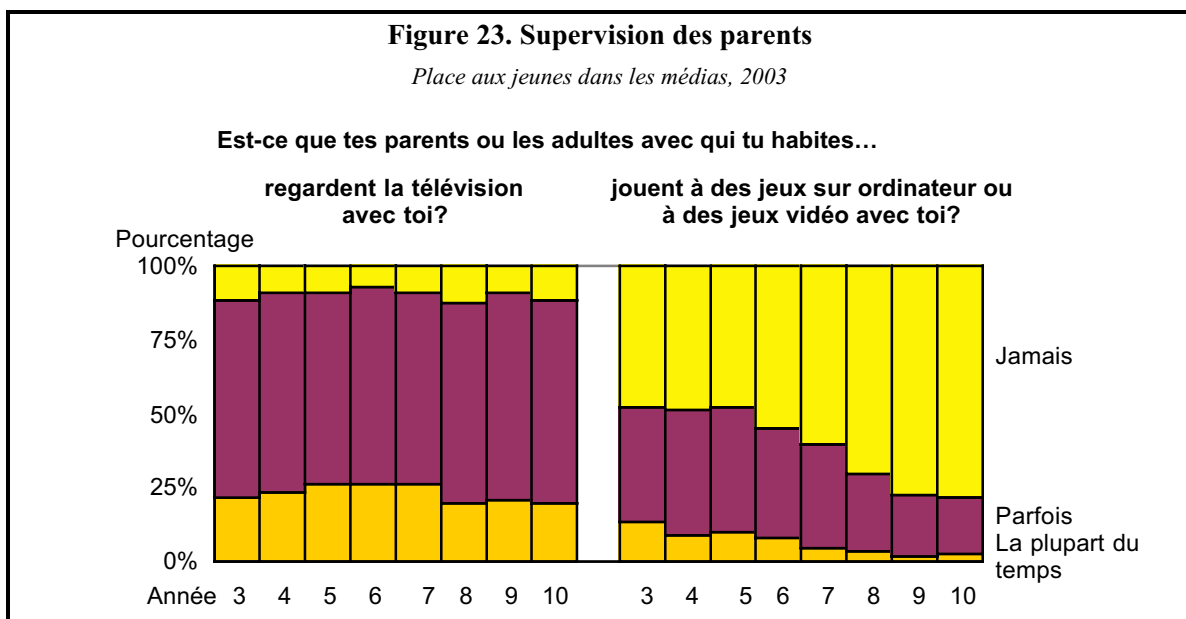
Les figures 21 à 23 montrent que l'intervention des parents diminue à mesure que les enfants grandissent. Un nombre important de jeunes déclarent que leurs parents ne leur ont jamais dit ce qu'ils pouvaient regarder ou à quels jeux ils pouvaient jouer, ni pour combien de temps. C'est le cas d'environ 30 % des jeunes de la 3^e à la 6^e année en ce qui concerne la télévision, 50 % des élèves de 6^e ayant répondu que leurs parents ne leur disent pas combien de temps ils peuvent passer devant le petit écran. En 8^e année, la proportion de jeunes dont les parents ne supervisent pas l'usage de la télévision est de 60 %. Cependant, près de 90 % des jeunes disent regarder la télévision en famille « la plupart du temps » ou « parfois », tendance qui se maintient de la 3^e à la 10^e année.



Lorsqu'il s'agit de jeux sur ordinateur ou de jeux vidéo, la situation est très différente. La télévision est encore regardée en groupe (les parents la regardent la plupart du temps ou parfois avec leurs enfants), mais les jeux sont une activité plus solitaire. Même en 3^e et en 4^e année, la proportion de parents qui interviennent en ce qui a trait aux jeux ne dépasse jamais 50 %. Une fois en 7^e année, près de 75 % des élèves disent ne jamais recevoir d'indications de la part des adultes quant aux jeux sur ordinateur ou aux jeux vidéo auxquels ils peuvent s'adonner. (Les parents ne seraient peut-être pas du même avis, mais ce sondage ne pouvait malheureusement pas le vérifier.)



Remarque : La question sur les jeux sur ordinateur et les jeux vidéo n'apparaissait pas dans le questionnaire destiné aux jeunes de la 3^e à la 6^e année.



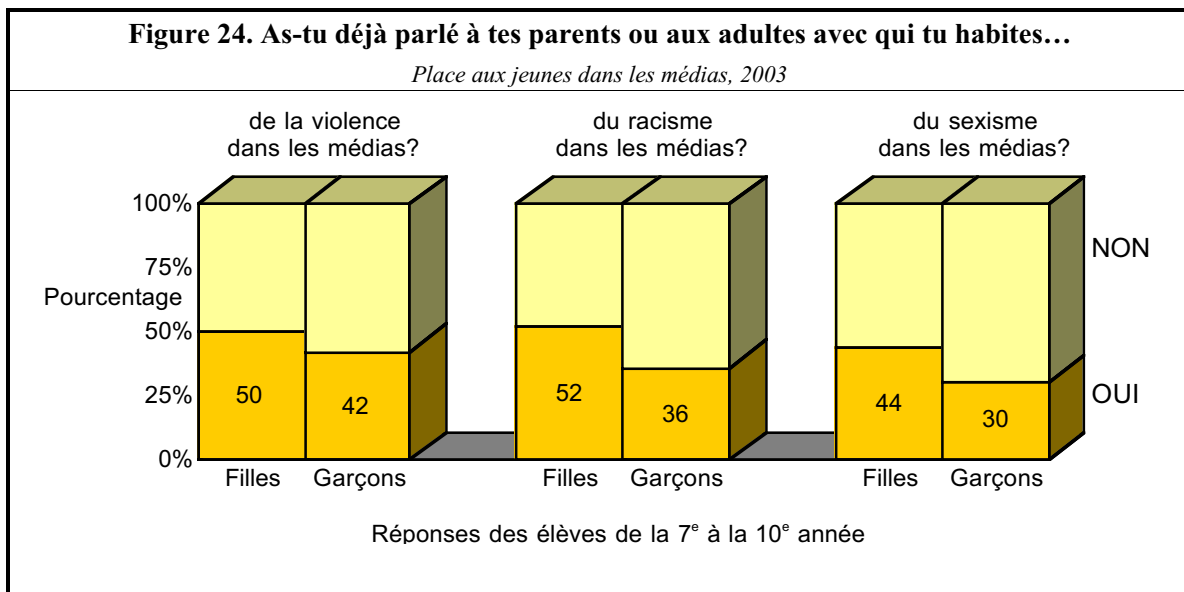
Discussion sur le racisme, le sexisme et la violence

Le sondage demandait aux jeunes de la 7^e à la 10^e année s'ils avaient déjà parlé à leurs parents ou aux adultes avec qui ils habitent de la violence, du racisme ou du sexisme dans les médias. Un peu moins de la moitié des élèves ont répondu que chaque sujet avait effectivement été abordé.

Si les jeunes discutent de l'une de ces trois questions à la maison, on pourrait s'attendre à ce qu'ils parlent également des autres. Or, tel n'est pas toujours le cas. Dans l'ensemble :

- 25 % des répondantes et répondants ont dit avoir discuté des trois sujets;
- 16 % ont discuté de deux sujets;
- 18 % ont discuté d'un seul;
- 41 % n'ont jamais abordé ces questions.

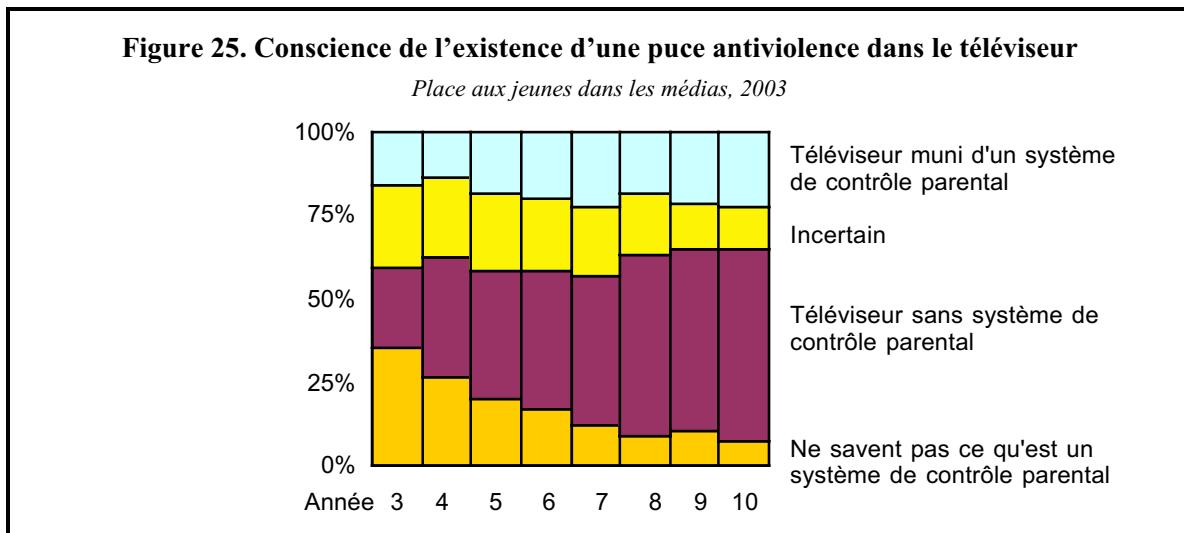
On n'observe pas de différence significative entre les années, mais les filles semblent plus portées à discuter de chaque sujet que les garçons. L'écart entre les sexes pourrait signaler que les filles sont plus disposées à traiter de ces questions et à les soulever avec leurs parents, ou que les garçons ne font pas très attention lorsque leurs parents engagent la conversation sur ces thèmes. De même, comme les parents aiment les émissions préférées des filles davantage que celles des garçons, il pourrait y avoir plus d'occasions d'échange entre parents et filles.



Emploi de la puce antiviolence

La puce antiviolence permet aux parents de bloquer des chaînes ou des émissions de télévision qu'ils ne veulent pas que leurs enfants regardent. En tout, 19 % des jeunes disent que leur téléviseur est muni de cette puce (ce qui ne veut pas nécessairement dire que leurs parents s'en servent). Cette proportion ne varie pas beaucoup selon l'âge des jeunes.

Parmi les enfants de la 3^e année, 60 % ne sont pas certains si leur téléviseur est muni d'une telle puce. Ils ignorent ce qu'est une puce antiviolence ou ne savent pas si leurs parents s'en servent. Cette incertitude diminue de façon constante, de sorte qu'en 10^e année, seulement un jeune sur cinq l'exprime encore.



Il n'est pas étonnant de constater que l'usage de la puce antiviolence diminue à mesure que les enfants grandissent. Si l'on regarde seulement les réponses de ceux qui savent que leur téléviseur est muni de cette puce, deux tiers des élèves de 3^e et de 4^e année disent que leurs parents s'en servent, tandis que seulement un tiers des élèves de 9^e et de 10^e année affirment la même chose.

DIVERTISSEMENT RÉSERVÉ AUX ADULTES ET AUX JEUNES ADULTES

L'enquête examinait le visionnement de films ou l'emploi de jeux réservés aux jeunes adultes. Étant donné que les films sont classés selon l'âge des personnes qui les regardent, les questions adressées aux jeunes de la 3^e à la 6^e et de la 7^e à la 10^e année étaient formulées quelque peu différemment. Les réponses sont aussi présentées séparément.

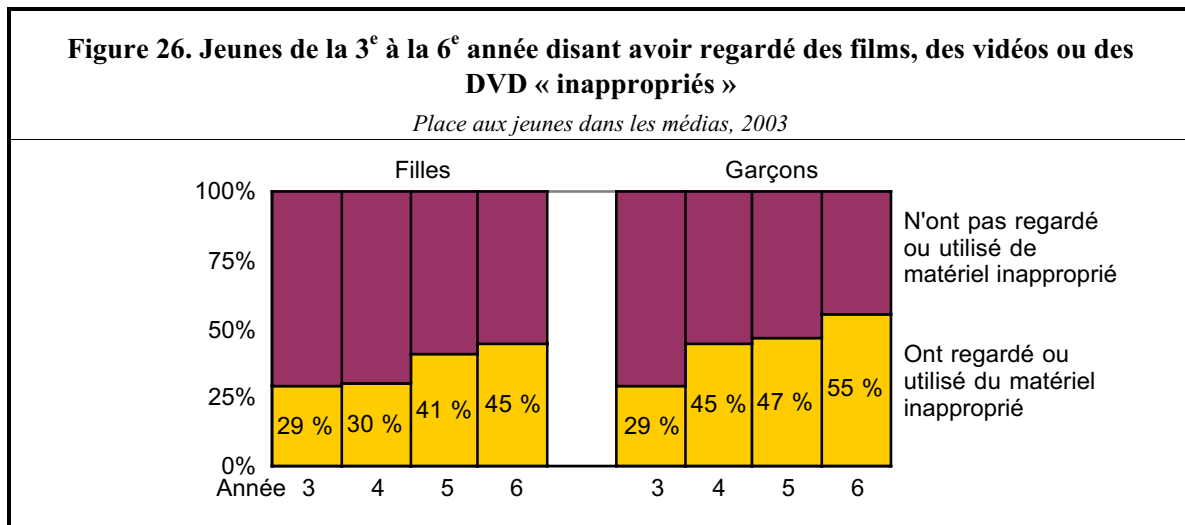
3^e à 6^e année : Films et jeux « inappropriés »

Les questions de base étaient formulées en ces termes :

As-tu déjà vu une vidéo ou un film classé comme INAPPROPRIÉ pour les enfants de ton âge; p. ex. Surveillance parentale recommandée – 13, Accompagné d'adulte – 14, Réservé aux adultes?

As-tu déjà joué à un jeu sur ordinateur ou à un jeu vidéo classé comme INAPPROPRIÉ pour les enfants de ton âge; p. ex. Réservé aux jeunes adultes?

La majorité des jeunes de ce groupe d'âge n'ont pas regardé de film ni joué à un jeu sur ordinateur qu'ils savaient « inapproprié ». L'usage de tels films et jeux s'accroît entre la 3^e et la 6^e année (figure 26), et ce, de façon de plus en plus accentuée, de sorte qu'en 6^e année, la moitié des jeunes interrogés ont regardé un film, une vidéo ou un DVD inapproprié.



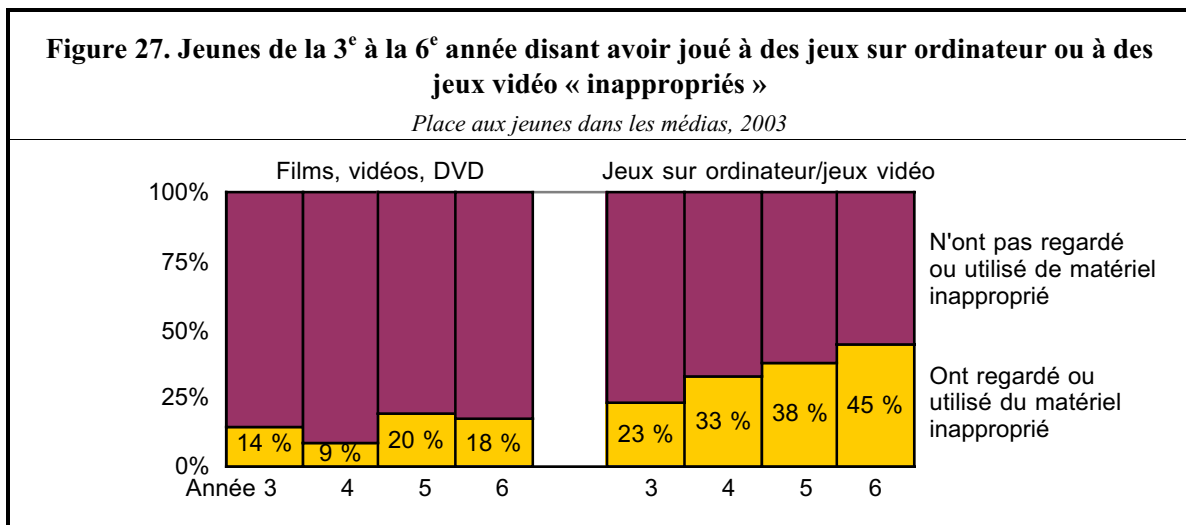
Les garçons sont plus enclins que les filles à regarder des films ou à jouer à des jeux sur ordinateur inappropriés. Dans le cas des jeux, ce résultat découle en partie du fait que les garçons passent plus de temps que les filles à jouer à l'ordinateur. En tout, 37 % d'entre eux s'adonnent à cette activité, contre 14 % des filles.

Les garçons sont aussi davantage portés à regarder des films inappropriés parce qu'ils aiment les films d'action, dont un bon nombre sont réservés à des auditoires plus âgés en raison du langage

qui y est utilisé et de la violence qu'ils contiennent. L'écart entre les sexes est de 10 points pour les films et les vidéos. Chez l'ensemble des élèves de la 3^e à la 6^e année, 37 % des filles et 47 % des garçons disent regarder du matériel « inapproprié ».

Les jeunes ne supposent pas nécessairement qu'une cote « inappropriée » signifie que leurs parents n'approuvent pas le film ou le jeu en question. Lorsqu'on leur a demandé ce que leurs parents diraient s'ils regardaient un film inapproprié, les deux tiers ont répondu que cela dépendrait du film. Encore un cinquième des jeunes ont dit que cela laisserait leurs parents indifférents, tandis qu'un jeune sur sept a dit que ses parents se fâcheraient.

La situation pour les jeux sur ordinateur est semblable. Un peu plus de la moitié des jeunes ont dit que leurs parents s'opposeraient à l'emploi de certains jeux réservés aux adultes; 30 % ont dit que cela laisserait leurs parents indifférents et 18 % ont répondu que leurs parents se fâcheraient.

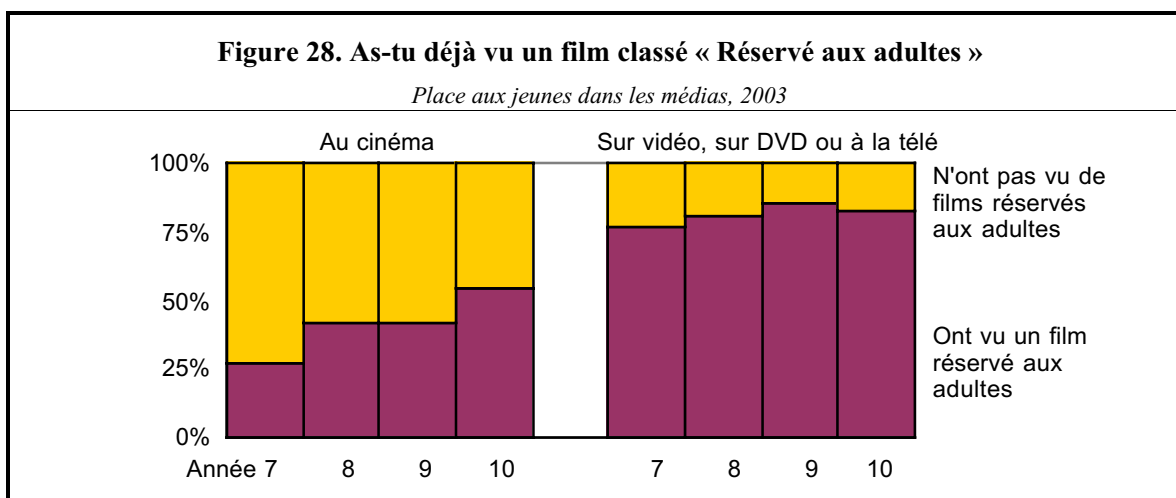


7^e à 10^e année : films réservés aux adultes

Le fait qu'un film soit réservé aux adultes ne semble pas empêcher les jeunes de la 7^e à la 10^e année de le regarder. Même en 7^e et en 8^e année, plus d'un quart des élèves ont dit avoir vu de tels films au cinéma, tandis qu'au moins les trois quarts en ont regardé sur vidéo ou DVD.

Le nombre de jeunes qui ont vu au cinéma des films réservés aux adultes varie beaucoup d'une région à l'autre du pays, probablement parce que le classement des films relève des provinces. Le nombre et le type de films réservés aux adultes, l'âge auquel les jeunes peuvent les voir et les politiques d'application du règlement sont tous des facteurs pouvant influencer sur les résultats de cette enquête. Regardons les trois plus importantes provinces du pays, dont l'échantillon constitue une mesure provinciale raisonnablement exacte : la proportion de jeunes de la 7^e à la 10^e année qui ont vu des films pour adultes au cinéma oscille entre 24 % au Québec, 44 % en Ontario et 57 % en Colombie-Britannique. Il s'agit de l'une des rares données obtenues par ce sondage qui varie considérablement en fonction de la région.

Le visionnement au cinéma d'un film réservé aux adultes est de plus en plus fréquent à mesure que les jeunes vieillissent. Ainsi, alors que 27 % des jeunes de 7^e année en ont fait l'expérience, en 10^e année, c'est le cas de 54 % des élèves. Les garçons sont plus portés que les filles à regarder ces films, l'écart entre les sexes étant d'environ 10 points.



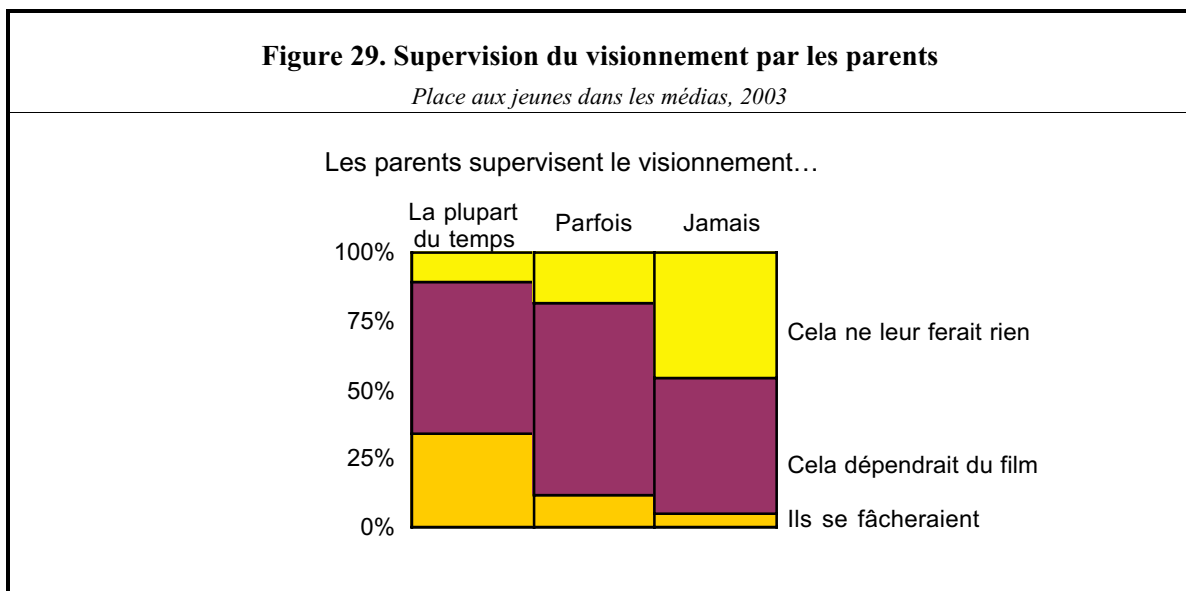
Le visionnement de vidéos et de DVD ne peut être réglementé aussi étroitement que le visionnement en salle, et l'écart entre la proportion de répondantes et de répondants qui ont vu de telles vidéos n'est pas aussi marqué d'une province à l'autre. Dans les trois provinces les plus peuplées, le pourcentage de jeunes concernés varie entre 74 % au Québec et 84 % en Ontario et en Colombie-Britannique.

Le visionnement de films réservés aux adultes s'accroît légèrement avec l'âge : en 7^e année, 76 % des jeunes ont vu de tels films, tandis qu'en 10^e année, c'est le cas de 83 % des élèves. La plupart des jeunes ne louent pas ces films eux-mêmes. En 7^e année, environ un quart des élèves ont loué

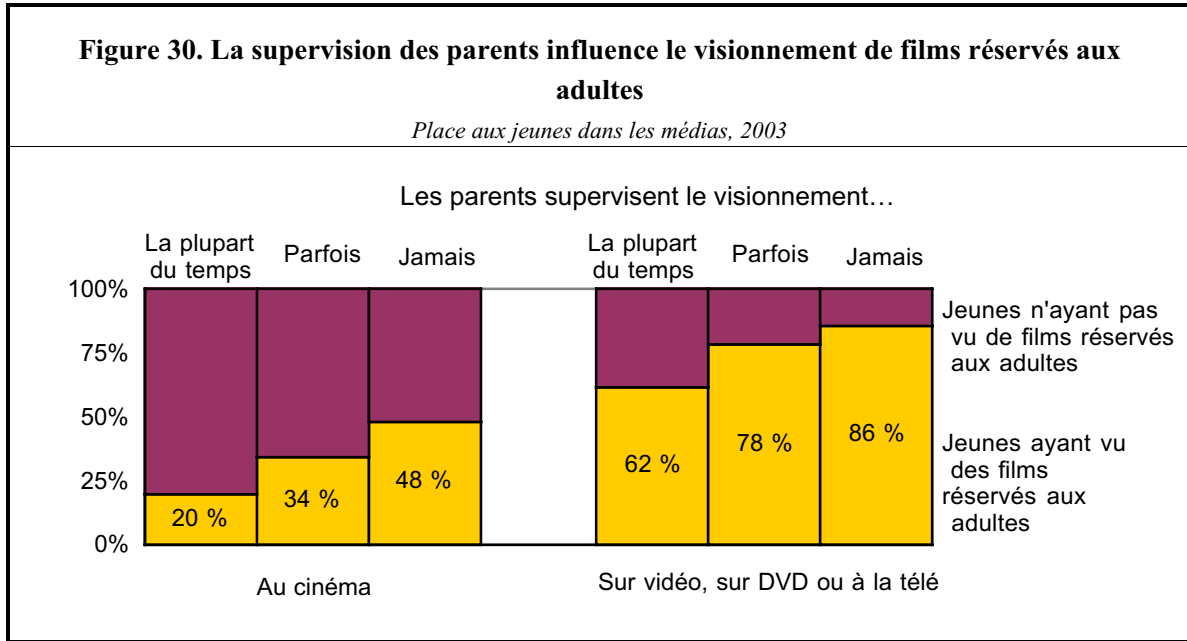
un film réservé aux adultes, et en 10^e année, la moitié des élèves interrogés l'ont fait. De nombreux films réservés aux adultes visionnés par des jeunes se trouvaient déjà dans leur domicile ou avaient été loués par des frères ou sœurs aînés, des amis ou les parents.

Que pensent les parents du fait que leurs enfants regardent des films réservés aux adultes? Les jeunes sont d'avis, dans une proportion de 9 %, que leurs parents se fâcheraient s'ils le savaient, tandis que 34 % pensent que cela ne dérangerait pas leurs parents et 56 % disent que cela dépendrait du film.

Certains parents contrôlent plus que d'autres les habitudes d'écoute de leurs enfants – 12 % des parents des jeunes de la 7^e à la 10^e année disent « la plupart du temps » à leurs enfants ce qu'ils peuvent et ne peuvent pas regarder, et 41 % d'entre eux le font « parfois » (voir la figure 21). Lorsque le visionnement est habituellement supervisé par les parents, les jeunes sont plus portés à dire que leurs parents ne seraient pas d'accord s'ils regardaient des films réservés aux adultes (figure 29).



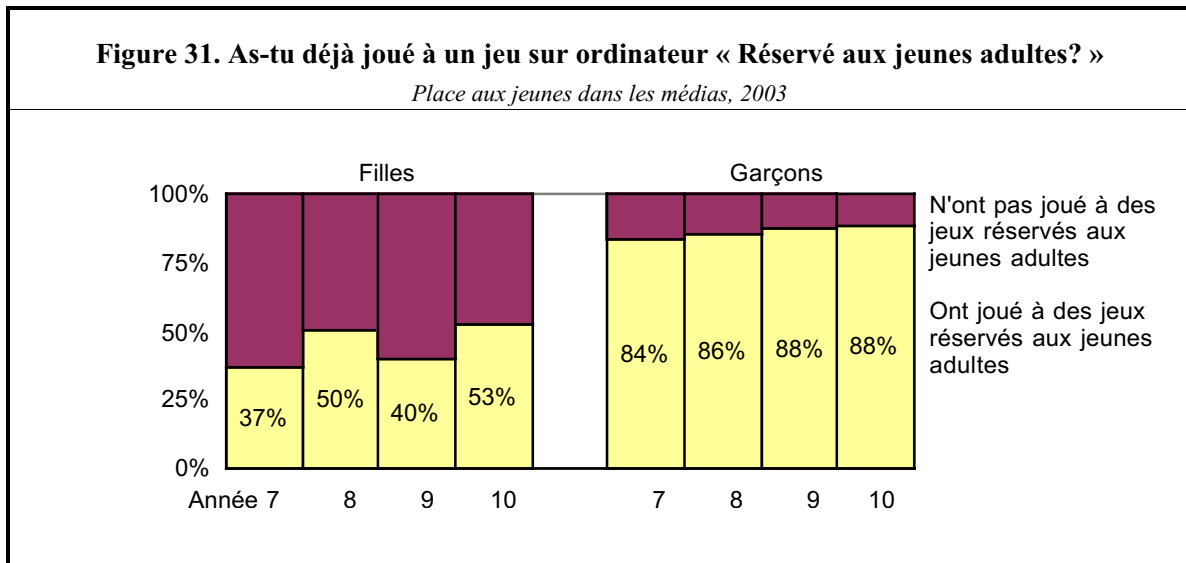
De même, lorsque les parents surveillent les émissions qu'écourent leurs enfants, les jeunes sont moins susceptibles d'avoir vu des films réservés aux adultes. La figure 30 montre qu'au cinéma comme à la maison, la supervision des parents entraîne un visionnement beaucoup moins important des films en question.



Jeux sur ordinateur et jeux vidéo réservés aux jeunes adultes

Parmi les élèves de la 7^e à la 10^e année, 13 % ont répondu ne jamais jouer à des jeux sur ordinateur ou à des jeux vidéo. Les résultats présentés dans cette section se fondent donc sur les réponses données par 87 % des jeunes, soient par ceux qui jouent à ces jeux.

En général, les garçons jouent davantage à des jeux sur ordinateur que les filles et, par conséquent, sont plus nombreux à s'adonner à des jeux réservés aux jeunes adultes – dans une proportion de 87 %, contre 44 % chez les filles.



En ce qui concerne les jeux sur ordinateur, la supervision parentale influence peu le comportement des jeunes. Les garçons dont les parents ne donnent aucune indication quant aux jeux qui conviennent ou non sont majoritaires et 88 % d'entre eux ont joué à des jeux réservés aux jeunes adultes. Les garçons dont les jeux sont supervisés par leurs parents sont minoritaires, mais 82 % d'entre eux se sont déjà adonnés à des jeux réservés aux jeunes adultes. La supervision parentale pourrait sembler inefficace, mais ce n'est pas nécessairement le cas. Cette supervision peut se faire par la promotion de jeux que les parents approuvent. En outre, même les parents qui exercent une supervision étroite n'interdisent pas nécessairement les jeux réservés aux jeunes adultes.

Les garçons sont plus portés que les filles à louer eux-mêmes les jeux ainsi classés – 57 % d'entre eux, contre 14 % des filles, ont loué des jeux réservés aux jeunes adultes.

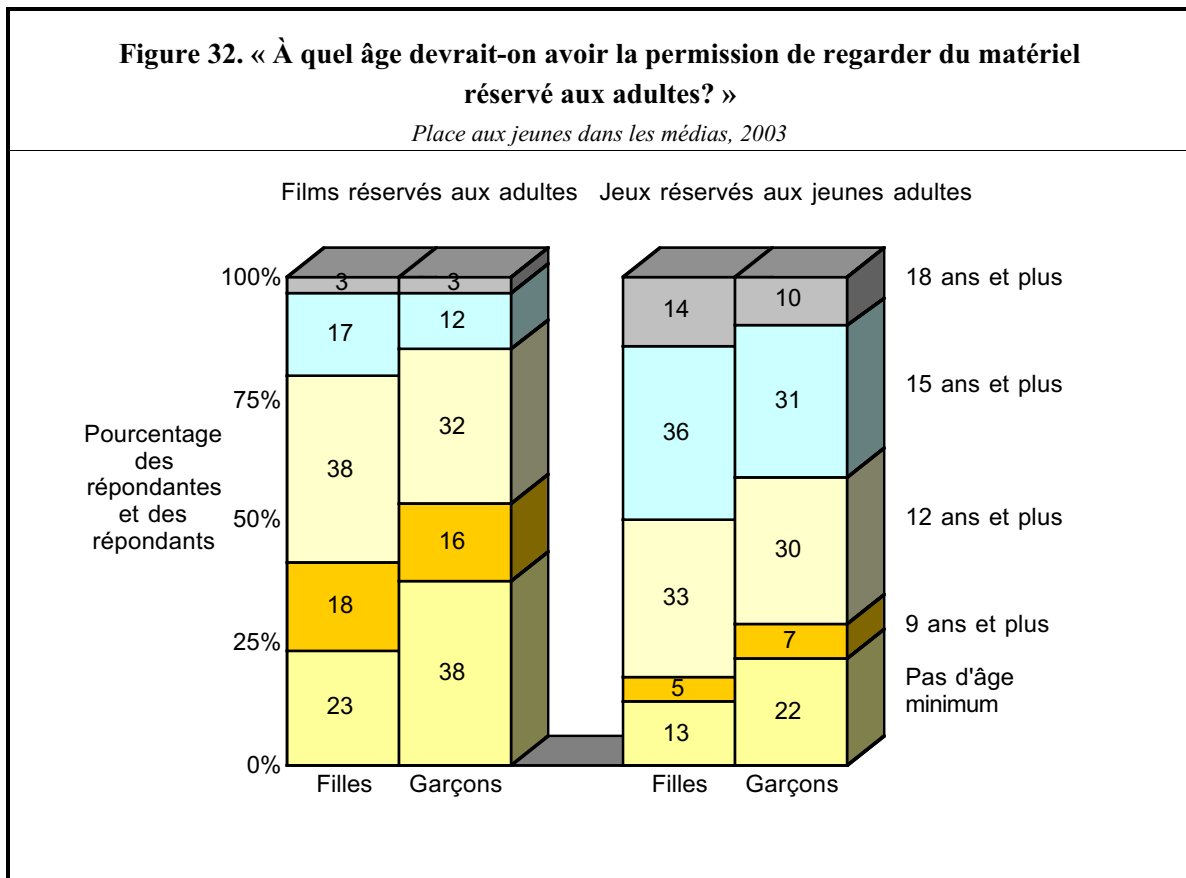
Accès aux films réservés aux adultes et aux jeux réservés aux jeunes adultes

Le questionnaire destiné aux jeunes de la 7^e à la 10^e année comportait la question suivante : *À quel âge les personnes devraient-elles avoir la permission de regarder des films classés « Réservé aux adultes » et de jouer à des jeux classés « Réservé aux jeunes adultes »?*

Les jeunes interrogés estiment que l'âge minimal pour les jeux devrait être beaucoup plus élevé que pour les films (figure 32) : 30 % (combinaison des réponses de garçons et des filles) croient qu'il ne devrait pas y avoir d'âge minimum pour les films, tandis que 17 % sont du même avis pour les jeux réservés aux jeunes adultes.

Environ 75 % des jeunes disent que les films réservés aux adultes devraient pouvoir être visionnés à partir de 12 ans, mais seulement 50 % d'entre eux en disent autant des jeux réservés aux jeunes adultes.

Les garçons sont légèrement plus progressistes que les filles à cet égard.



10. ÉMISSIONS ET FILMS RÉCONFORTANTS ET EFFRAYANTS

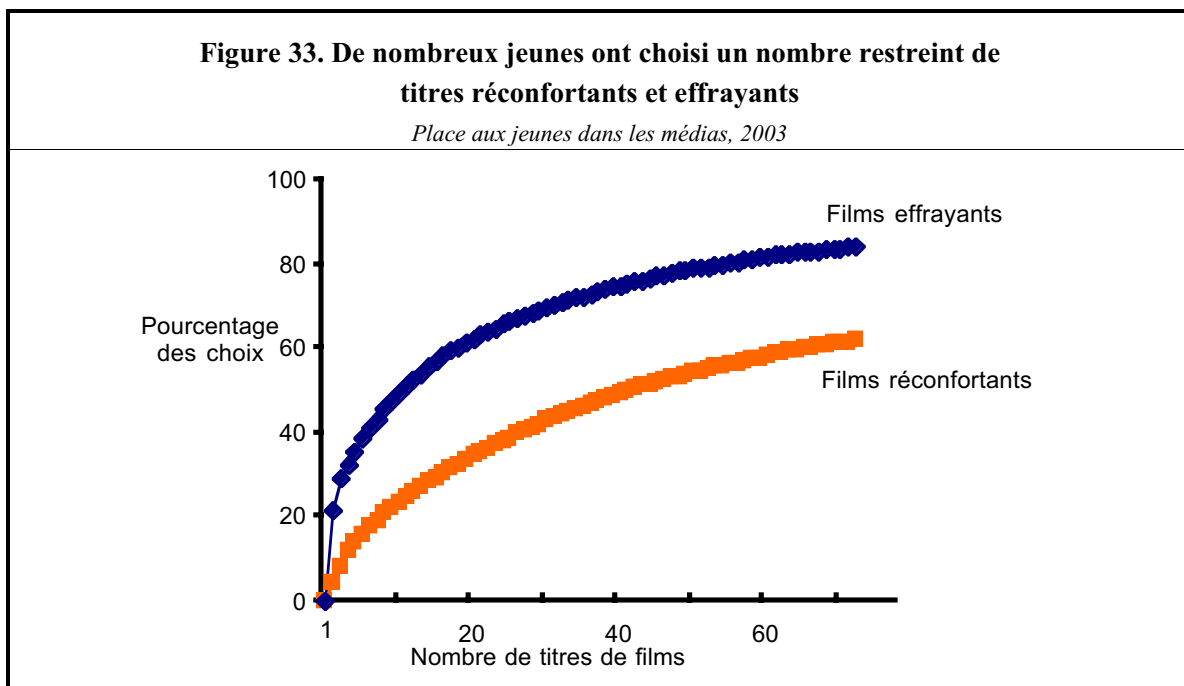
Les questions suivantes ont été posées aux élèves :

As-tu déjà vu un film ou une émission de télévision qui t'a fait sentir vraiment bien?

As-tu déjà vu un film ou une émission de télévision qui t'a fait vraiment peur – à tel point que tu as eu peur pendant des jours ou des semaines?

Les jeunes ont fourni plusieurs titres en réponse à ces questions. En tout, 61 % d'entre eux ont pu nommer une émission ou un film réconfortant, tandis que seulement 50 % ont dit avoir déjà vu un film ou une émission qui leur avait fait vraiment peur.

La figure 33 montre qu'il y a davantage de consensus sur les films effrayants que sur les films réconfortants. Seulement deux titres (*Le Cercle (The Ring)* et *Signes (Signs)*) représentent 29 % des choix effrayants, tandis qu'il faut 15 titres réconfortants pour atteindre ce pourcentage. Dix titres représentent la moitié des choix effrayants, tandis qu'il faut 41 titres pour arriver à 50 % des choix de films réconfortants. L'Annexe renferme les statistiques détaillées.



Le tableau 20 montre les 20 premiers titres réconfortants et effrayants choisis par l'ensemble des répondantes et des répondants. Les tableaux suivants présentent les dix premiers choix selon la langue, le sexe et le groupe d'âge.

Si on s'arrête aux titres les plus populaires, on remarque que les choix réconfortants ont pour thème l'héroïsme et la réussite en dépit de circonstances adverses. Les choix des filles sont plutôt romantiques, tandis que les garçons aiment l'aventure.

Parmi les films effrayants, les jeunes estiment que *Le Cercle* est le plus effrayant a été produit depuis un bon bout de temps. Ce titre détrône des classiques comme *L'Exorciste* et les films de la série *Halloween*.

Deux titres se retrouvent parmi les choix réconfortants et les choix effrayants – les séries *Harry Potter* et *Le Seigneur des anneaux*, qui comportent à la fois des éléments héroïques et romantiques.

Tableau 20. Émissions de télévision et films réconfortants et effrayants : total des répondantes et des répondants			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Choix réconfortants	Pourcentage		Pourcentage des choix
	des choix	Choix effrayants	
A Walk to Remember	4,5	The Ring	21,7
Série Harry Potter	4,3	Signs	7,1
Série Lord of the Rings	3,7	Scream	3,9
Sweet Home Alabama	2	Halloween	3,3
The Simpsons	1,9	The Exorcist	3,1
Friends	1,6	Jeepers Creepers	2,6
How To Lose A Guy In Ten Days	1,6	13 Ghosts	2,5
XXX	1,6	It	2,1
Vidéos de sports	1,5	Sixth Sense	2,1
The Fast And The Furious	1,2	Darkness Falls	2
Lilo And Stitch	1,2	Mummy	2
What A Girl Wants	1,2	Fear Dot Com	1,7
8 Mile	1,1	Scary Movie	1,6
Agent Cody Banks	1,1	Chucky	1,5
Lizzie McGuire	1,1	Série Lord of the Rings	1,4
My Big Fat Greek Wedding	1,1	Goosebumps	1,3
Tuck Everlasting	1,1	Jurassic Park	1,2
I Am Sam	1	Série Harry Potter	1,1
Jackass	1	Resident Evil	1
Spiderman	1	Candyman	0,9

Contrairement aux émissions de télévision et aux jeux sur ordinateur, les répondantes et répondants ne pouvaient choisir qu'un seul titre effrayant et un seul titre réconfortant. Les pourcentages dans chaque colonne totalisent donc 100 pour tous les titres, mais seulement 20 des quelque 500 titres choisis figurent dans ce tableau.

Les titres des films qui existent en version française et anglaise ne correspondent pas nécessairement, comme dans le cas de *Morts de peur – Jeepers Creepers*. Bien que les francophones aient donné des titres de films français, les tableaux suivants présentent les titres dans leur langue originale pour faciliter la comparaison des groupes de jeunes.

Dans les ventilations par âge, sexe et langue ci-dessous, les titres proviennent presque tous de la liste des 20 premiers choix contenue dans le tableau 20.

Les deux premiers titres dans la catégorie des choix réconfortants, *Harry Potter* et *Le Seigneur des anneaux (Lord of the Rings)*, se retrouvent dans presque tous les groupes – garçons et filles, francophones et anglophones, enfants et adolescents. De même, parmi les films effrayants, *Le Cercle* et *Signes* sont choisis par tous les groupes.

Il existe néanmoins une certaine différence entre les sexes pour les titres réconfortants. *Une promenade inoubliable (A Walk to Remember)* et *Sweet Home Alabama* sont aimés des filles, tandis que *XXX* et *8 Mile* sont populaires auprès des garçons.

Tableau 21. Émissions de télévision et films réconfortants : anglophones de la 3^e à la 6^e année

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
Harry Potter	6,3	Harry Potter	6,4
Lizzie McGuire	3,8	Lord Of The Rings	4,6
Sweet Home Alabama	3,5	Yu-Gi-Oh!	3,7
What A Girl Wants	3,5	The Simpsons	3,4
Tuck Everlasting	3,1	Spiderman	3
A Walk To Remember	2,9	XXX	2,1
Friends	2,3	Vidéos de sports	2,1
Lilo And Stitch	2,3	Master Of Disguise	1,8

Tableau 22. Émissions de télévision et films réconfortants : anglophones de la 7^e à la 10^e année

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
A Walk To Remember	9,6	Lord Of The Rings	4,7
How To Lose A Guy In Ten Days	5,1	The Simpsons	3,6
Lord Of The Rings	4,7	Vidéos de sports	3,6
Sweet Home Alabama	3,6	The Fast And The Furious	2,8
7th Heaven	2,7	8 Mile	2,5
Friends	2,7	Harry Potter	2,5
Harry Potter	2,5	Jackass	2,5
I Am Sam	2	Old School	2,5

**Tableau 23. Émissions de télévision et films réconfortants : francophones
de la 3^e à la 6^e année**

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
Harry Potter	9,2	XXX	6,7
Star Académie	6,9	Star Académie	5,6
A Walk to Remember	4,6	The Fast And The Furious	4,4
Agent Cody Banks	3,4	Lord Of The Rings	4,4
Legally Blonde	3,4	Harry Potter	3,3
Maid In Manhattan	3,4	Spiderman	3,3
Inspector Gadget	2,3	Vidéos de sports	3,3
My Big Fat Greek Wedding	2,3	Beyblade	2,2

**Tableau 24. Émissions de télévision et films réconfortants : francophones
de la 7^e à la 10^e année**

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
A Walk to Remember	29	Jason	5
I Am Sam	3,2	Lord Of The Rings	5
Legally Blonde	3,2	XXX	5
Lion King	3,2	8 Mile	3,3
Lord Of The Rings	3,2	The Fast And The Furious	3,3
Sweet Home Alabama	3,2	Harmonium	3,3
Save the Last Dance	3,2	Jackass	3,3
Ace Ventura	2,1	The Matrix	3,3

Les mêmes titres effrayants reviennent de façon constante chez les garçons comme chez les filles, parmi les francophones et les anglophones. Ils font l'objet d'un consensus plus généralisé que les titres réconfortants et les émissions de télévision préférées.

Tableau 25. Émissions de télévision et films effrayants : anglophones de la 3^e à la 6^e année

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
The Ring	10,6	Signs	12
Signs	8,7	The Ring	10,7
Scream	4,9	Scream	4,8
Halloween	4,5	Jeepers Creepers	4
The Mummy	3,2	The Mummy	2,9
Scary Movie	3,2	Lord Of The Rings	2,7
13 Ghosts	3	Goosebumps	2,4
Harry Potter	2,5	Sixth Sense	2,4

Tableau 26. Émissions de télévision et films effrayants : anglophones de la 7^e à la 10^e année

Place aux jeunes dans les médias, 2003

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
The Ring	34,6	The Ring	25,5
Signs	6	The Exorcist	6,1
The Exorcist	4,3	Signs	4,2
It	4,1	Scream	3,6
Darkness Falls	3,5	Darkness Falls	2,7
Sixth Sense	3,2	It	2,7
Scream	2,6	Halloween	2,4
13 Ghosts	2	Friday The 13th	2,1

Tableau 27. Émissions de télévision et films effrayants : francophones de la 3^e à la 6^e année*Place aux jeunes dans les médias, 2003*

Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
The Ring	14,2	The Ring	16,2
13 Ghosts	5,8	13 Ghosts	6,8
Chucky	5	Goosebumps	5,4
Scary Movie	5	Halloween	5,4
The Mummy	4,9	The Mummy	4,5
Halloween	4,2	Scream	4,1
Jeepers Creepers	4,2	Jeepers Creepers	3,1
Signs	3,3	Hannibal	2,7

Tableau 28. Émissions de télévision et films effrayants : francophones de la 7^e à la 10^e année*Place aux jeunes dans les médias, 2003*

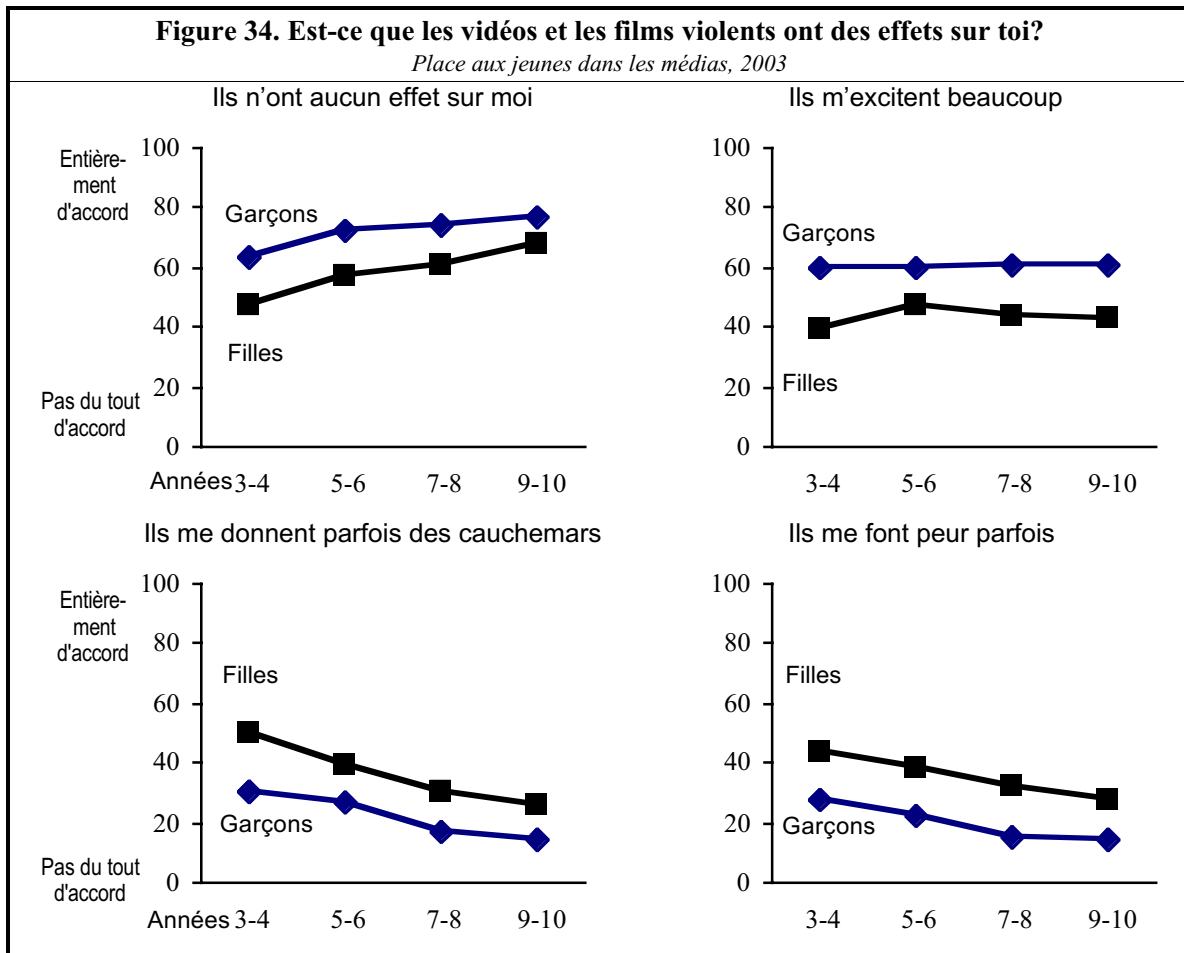
Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
The Ring	37,7	The Ring	24,2
The Exorcist	6,9	Signs	11,3
Halloween	5	The Exorcist	4,8
13 Ghosts	3,8	Jason	4,8
Signs	3,8	Scream	4,8
House On Haunted Hill	3,1	Chucky	3,2
Sixth Sense	3,1	Freddy	3,2
Fear Dot Com	2,8	Goosebumps	3,2

Est-ce que les films violents ont des effets sur toi?

Les films peuvent troubler de bien des façons, mais la violence ou la menace de violence est un élément primordial dans les films qui font peur aux adolescentes et aux adolescents. Après avoir nommé le film qui leur a fait peur, les jeunes devaient évaluer les effets qu'a sur eux la violence contenue dans les films et les vidéos.

La figure 34 montre la moyenne obtenue pour les quatre choix de réponses, ventilée par année et par sexe. Trois réponses portent sur la peur. Dans chaque cas, les garçons disent avoir moins peur que les filles, et la peur des garçons comme celle des filles s'atténue à mesure que l'on vieillit. Le quatrième choix de réponse permettait aux jeunes de dire si la violence les excitait beaucoup. Les garçons sont plus portés que les filles à dire que oui, mais les réponses des uns comme des autres se situent près de la moyenne – ni d'accord, ni en désaccord.

La réponse moyenne présentée dans les graphiques ci-dessous ne montre pas que certains jeunes sont très affectés par les scènes violentes. Par exemple, 10 % ont répondu être entièrement d'accord avec le choix de réponse *Ils me donnent parfois des cauchemars*; 10 % ont répondu la même chose pour l'énoncé *Ils me font avoir peur parfois* et 14 % n'étaient pas du tout d'accord avec la réponse *Ils n'ont aucun effet sur moi*.



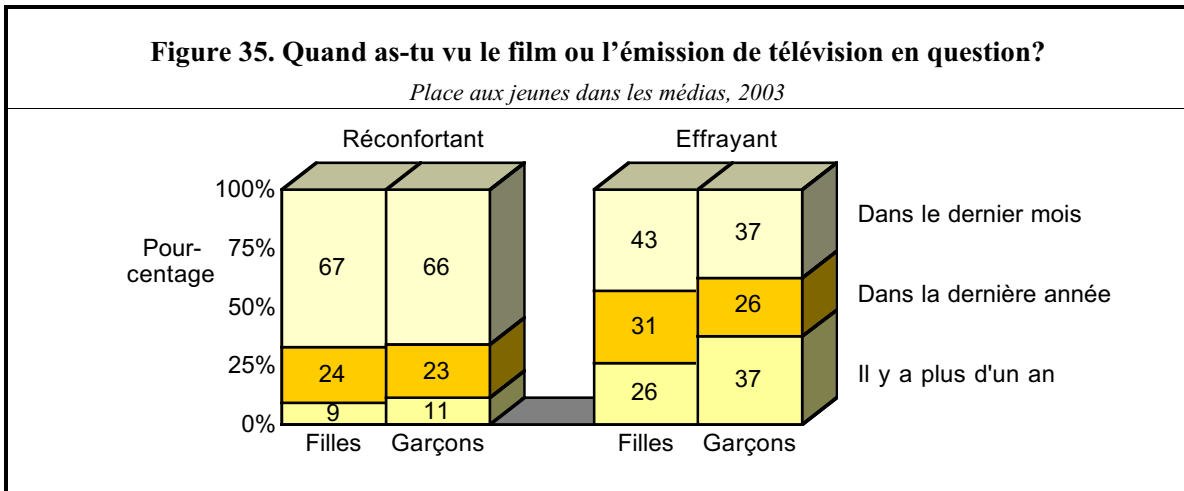
Remarque : L'échelle verticale représente l'accord moyen avec l'énoncé en tête du graphique.

Des impressions durables

Il est intéressant d'observer à quel point les impressions causées par les visionnements effrayants et réconfortants peuvent être durables. On a donc demandé aux jeunes à quand remontait leur visionnement du film nommé. D'après les résultats (figure 35) :

- Les choix réconfortants ont été visionnés récemment (les deux tiers, au cours du dernier mois), tandis que les visionnements troublants restent plus longtemps dans la mémoire.
- Les garçons se rappellent plus longtemps que les filles des films effrayants qu'ils ont regardés : 37 % d'entre eux se rappelaient de titres de films effrayants plus d'un an après les avoir vus, contre 26 % des filles.

Il faut faire preuve de prudence lorsque l'on compare ces deux types de films et d'émissions. Il est possible que l'insistance sur la peur dans la question sur les titres effrayants ait poussé les jeunes à pondérer davantage leur réponse. Il se peut aussi que la date de diffusion des premiers choix y soit pour quelque chose, mais il est certain que ces émissions et ces films, dans les deux catégories, avaient été diffusés au cours de l'année précédant le sondage.



Imitation de la violence

Le sondage demandait aux élèves de la 7^e à la 10^e année s'ils avaient déjà vu quelqu'un imiter un acte violent observé dans un film ou une émission de télévision et, le cas échéant, si quelqu'un avait été blessé. Les résultats sont étonnants : 51 % des jeunes interrogés ont dit avoir vu quelqu'un imiter un acte violent présenté dans un film ou dans une émission de télévision. Ce pourcentage se maintient de la 7^e à la 10^e année.

On ne peut savoir avec certitude ce que les jeunes entendent par « acte violent », mais après avoir discuté de la question avec des membres du groupe d'âge visé, il pourrait s'agir de toute action entraînant une blessure, comme imiter une acrobatie dangereuse. Il ne s'agit pas nécessairement d'un comportement agressif envers une autre personne.

Il existe une certaine différence entre les sexes : 46 % des filles et 56 % des garçons ont dit avoir vu quelqu'un imiter un acte violent.

Les deux tiers des répondantes et des répondants ont dit que personne n'avait été blessé lorsque l'acte violent avait été commis. Les jeunes qui ont affirmé le contraire (34 %) ont donné les réponses suivantes :

- La personne qui a commis l'acte violent a été blessée – 12 %;
- Quelqu'un d'autre a été blessé – 17 %;
- La personne qui a commis l'acte violent et un tiers ont été blessés – 5 %.

Émissions de télévision que les jeunes ne devraient pas regarder

On a demandé aux jeunes s'il y avait des émissions de télévision que les enfants ayant quelques années de moins qu'eux ne devraient pas avoir la permission de regarder. Plus de la moitié des élèves de la 3^e à la 6^e année ont répondu dans l'affirmative et ont nommé une émission, contre 40 % des élèves de la 7^e à la 10^e année, qui ne semblent pas se sentir très concernés par le fait de ne pas avoir la permission de regarder une émission.

Les tableaux 29 et 30 montrent le pourcentage de jeunes ayant nommé chaque émission, selon l'âge et le sexe. On observe une certaine uniformité parmi les quatre groupes, ainsi que des réponses étonnantes : *South Park* et *The Simpsons* occupent les premiers rangs sur toutes les listes, sans doute pour leur vulgarité. On retrouve également dans chaque liste des émissions violentes (p. ex., *CSI*, *The Sopranos*). À l'exception des garçons plus jeunes, les élèves ont toutes et tous nommé des émissions qu'ils considèrent trop licencieuses pour des téléspectatrices et téléspectateurs plus jeunes qu'eux, comme *Friends*, les talk shows et les films érotiques. Les émissions sportives se résument à la lutte et aux sports extrêmes. Quant à *Barney*, il y a là un mystère – les jeunes trouvent-ils cette émission trop sottise pour l'infliger à des enfants impressionnables?

Tableau 29. Émissions de télévision que les jeunes ne devraient pas regarder : 3^e à 6^e année			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
The Simpsons	10	South Park	7
South Park	3	The Simpsons	6
Buffy The Vampire Slayer	3	Certains sports	2
CSI	2	Buffy The Vampire Slayer	2
Friends	2	Dragonball Z	1
Fear Factor	1	Family Guy	1
Talk shows	1	CSI	1
Feuilletons	1	Barney	1

Tableau 30. Émissions de télévision que les jeunes ne devraient pas regarder : 7^e à 10^e année			
<i>Place aux jeunes dans les médias, 2003</i>			
Choix des filles	Pourcentage	Choix des garçons	Pourcentage
South Park	4	South Park	4
The Simpsons	4	The Simpsons	2
The Sopranos	2	The Sopranos	2
CSI	2	CSI	1
Talk shows	2	Films érotiques	1
Seinfeld	1	Talk shows	1
Friends	1	Certains sports	1
Certains sports	1	Barney	1

11. L'AVIS DES JEUNES SUR LES MÉDIAS

Le sondage invitait les jeunes à se prononcer sur huit énoncés concernant les effets de la télévision, des jeux sur ordinateur et des jeux vidéo. Parmi ces énoncés, cinq portaient sur la violence dans les médias tandis que les trois autres étaient de nature contextuelle. Les opinions exprimées varient peu d'une année à l'autre, ce qui porte à croire que les attitudes acquises en 7^e année se maintiennent au moins jusqu'en 10^e année. Par contraste, les autres comportements étudiés par ce sondage évoluent considérablement au cours de cette période de quatre ans.³

L'énoncé *Nous devrions étudier les médias à l'école* fait exception à la règle : plus les jeunes vieillissent, plus ils se disent d'accord avec cette proposition. En 7^e année, 19 % des jeunes sont de cet avis, tandis qu'en 10^e année, ce sont 27 % des jeunes qui partagent ce point de vue. Il serait intéressant de savoir si cette augmentation découle d'un phénomène naturel (les jeunes se rendraient compte par eux-mêmes que les médias les influencent) ou si elle résulte de l'étude des médias qui se fait à l'école. La question est importante et on peut y répondre à l'aide d'une méthode empirique. Cependant, elle dépasse le cadre de cette enquête.

Figure 36. Réponses aux énoncés sur les médias, 7^e à 10^e année
Place aux jeunes dans les médias, 2003

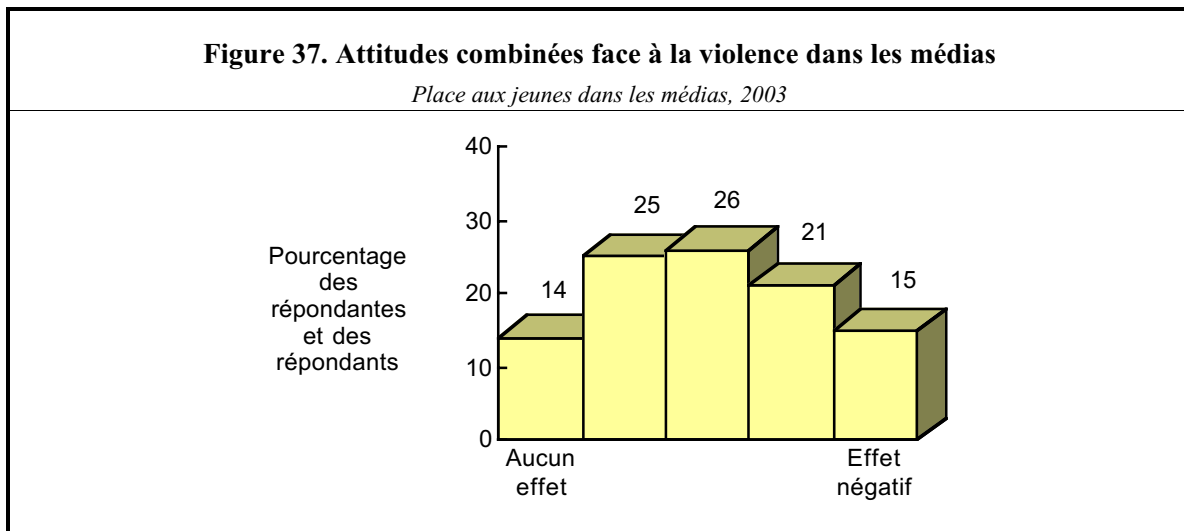
Tuer quelqu'un dans un jeu sur ordinateur ou un jeu vidéo, ce n'est pas un acte violent	45	21	34
La violence dans les médias contribue à la violence dans les écoles et les communautés	35	32	33
La façon dont les gens traitent les autres dans les films et à la télévision contribue à augmenter les incidents d'intimidation	48	31	31
Mes parents seraient fâchés s'ils connaissaient les mots de certaines chansons qu'écoutent les jeunes	51	24	25
Nous devrions étudier les médias à l'école	48	30	22
Il y a trop de violence dans les films et à la télévision	51	28	21
Ma famille discute souvent de ce qu'elle regarde à la télévision	53	30	17
Il y a trop de violence dans les parties de hockey présentées à la télévision	71	16	13
	% En désaccord	% Ni d'accord, ni en désaccord	% D'accord

³ Il est également possible que les opinions exprimées varient au fil des ans selon la caractéristique démographique, mais qu'elles demeurent stables si on les considère dans leur ensemble. Quoique logique, cette explication est fort peu plausible.

COMMENT LES JEUNES SE FORMENT UNE OPINION SUR LES MÉDIAS

Qu'est-ce qui peut bien faire dire à un jeune que la violence montrée à la télévision ou dans des jeux pourrait être nocive ou qu'elle est sans conséquence? Prenons les trois énoncés suivants : *Il y a trop de violence dans les films et à la télévision, La façon dont les gens traitent les autres dans les films et à la télévision contribue à augmenter les incidents d'intimidation, et La violence dans les médias contribue à la violence dans les écoles et les communautés.*

Ces énoncés sont apparentés et obtiennent des réponses plus ou moins corrélées (de 0,42 à 0,52). La combinaison des réponses donne un continuum entre les personnes pour qui la violence dans les médias n'a pas d'effet négatif sur la société et celles qui pensent que son effet est très marqué, tel qu'illustré à la figure 37 (5 500 répondants et répondantes). L'effet ressemble à une courbe en cloche.



Mais pourquoi est-on de cet avis? L'opinion de chacun sur les effets de la violence dans les médias peut être influencée par la famille, l'école, les amis, les médias et d'autres facteurs. Les données recueillies dans le cadre de ce sondage permettent d'explorer certaines de ces possibilités.

D'après une étude statistique approfondie, six facteurs influent fortement sur l'opinion des jeunes quant aux effets de la violence dans les médias.

- **La réaction émotive des répondantes et répondants aux émissions de télévision et aux films violents**

Les personnes qui ont peur lorsqu'elles regardent des émissions ou des films violents ont tendance à voir de façon négative la violence présentée par les médias; celles que la violence excite trouvent que la violence dans les médias a très peu d'effet négatif sur la société.

- **La participation des répondantes et répondants à certaines activités**
Les jeunes qui consacrent plus de temps aux devoirs, à la lecture, à des cours, à des clubs et à des passe-temps considèrent que la violence dans les médias a un plus grand effet négatif que leurs homologues qui réservent moins de temps à ces activités.
- **Discussion en famille sur la télévision**
Les jeunes qui disent parler souvent en famille de ce qu'ils regardent à la télévision sont plus portés à voir l'effet négatif de la violence dans les médias.
- **La mesure dans laquelle les parents discutent de violence, de racisme et de sexisme avec leurs enfants**
Lorsque les parents parlent de la violence, du racisme et du sexisme présentés dans les médias, les enfants ont plus tendance à penser que la violence dans les médias a des effets négatifs.
- **La mesure dans laquelle les parents supervisent les habitudes d'écoute des enfants**
Plus les parents supervisent les émissions que regardent les enfants, plus ces derniers perçoivent les effets négatifs de la violence dans les médias.
- **Sexe**
Les filles sont plus nombreuses que les garçons à trouver que la violence dans les médias a un effet négatif.

L'influence de plusieurs de ces facteurs semble logique. Par exemple, la supervision et l'exemple des parents sensibilisent les jeunes aux effets possibles de la violence dans les médias.

Par contre, dans certains cas, le lien n'est pas aussi évident. Le fait d'avoir eu peur en voyant des scènes violentes pousse-t-il les gens à percevoir leur effet négatif, ou dirait-on plutôt que les gens s'effraient plus facilement s'ils croient que des scènes violentes peuvent nuire à la société? La réponse est peut-être affirmative dans les deux cas.

Cet ensemble de variables prédictives montre à quel point la famille joue un rôle dans la sensibilisation des enfants aux effets possibles de la violence dans les médias. Laissés à eux-mêmes, les jeunes trouveraient dans l'ensemble que la violence est inoffensive.

Il importe également de signaler les éléments qui sont *sans lien* avec la façon dont les jeunes perçoivent la violence dans les médias, notamment :

- L'âge et l'année d'études
- Le nombre d'appareils électroniques à la disposition des jeunes à la maison
- Le temps que les jeunes passent à utiliser ces appareils – regarder la télévision, jouer à des jeux sur ordinateur, communiquer par messagerie instantanée, naviguer sur Internet, etc.
- Le temps que les jeunes passent à faire d'autres activités que des devoirs, de la lecture, des cours/clubs (p. ex., magasiner, faire du sport, parler au téléphone, naviguer sur Internet, etc.)

Cette analyse constitue un fondement utile mais ne révèle pas tout sur les attitudes des jeunes face à la violence dans les médias. Les six variables prédictives dont il est question ci-dessus ne

représentent que 24 % de la variance observable chez les enfants. On n'a certainement pas fait le tour de la question. Normalement, la recherche en sciences sociales ne réussit à expliquer qu'entre 50 et 60 % de la variance, du fait des différences entre individus (nous ne pensons pas tous de la même manière) et de l'inexactitude des mesures (une échelle de cinq points, par exemple, ne renferme pas nécessairement toutes les subtilités des attitudes observées).

De plus, cette enquête n'examinait pas la façon dont l'école peut influencer sur les attitudes des jeunes face aux médias. Il serait néanmoins important d'étudier cette question à l'avenir. Une enquête unique ne peut englober que certains sujets, et celle-ci n'a pu donner une idée juste de l'influence du milieu scolaire et des contextes familial et social élargis.

Cette étude est un excellent début, mais il y a encore beaucoup à découvrir sur la façon dont les jeunes se font une opinion de la violence dans les médias.

ANNEXE : DONNÉES SUR LES CHOIX

Les pourcentages des figures 9, 16 et 33 sont fournis aux deux pages suivantes.

Copiez les chiffres sur une feuille Excel – il est plus facile de les copier sur une ligne de gauche à droite, que de haut en bas comme ils sont disposés dans le tableau ci-dessous.

Faites un graphique pour chaque ensemble de données. Si vous commencez par les émissions de télévision, sélectionnez les cellules comportant les données des émissions de télévision – il s’agit d’une même ligne contenant les données 14,3, 20,6, 24,5, etc. Sous INSERTION, sélectionnez *Graphique*, puis *Courbes*.

(Remarque : Vous pouvez faire un essai en entrant de cinq à dix points de données; cependant, lorsque vous aurez maîtrisé la méthode, utilisez toutes les données afin d’obtenir des résultats plus exacts.)

Cliquez sur la courbe, puis sélectionnez *Ajouter une courbe de tendance* dans le menu GRAPHIQUE. Plusieurs méthodes mathématiques permettent d’estimer l’équation correspondant à la courbe. Essayez-les toutes. Laquelle convient le mieux? Pourquoi? (Pour le savoir, il pourrait être utile de consulter une personne qui enseigne les mathématiques.)

Pour trouver la formule mathématique qui produira la meilleure courbe, allez à la fenêtre *Ajouter une courbe de tendance* et choisissez les options *Afficher l’équation* et *Afficher le coefficient de détermination (R^2)*. Excel estimera la meilleure équation du type que vous avez précisé (linéaire, polynomiale, etc.). Le coefficient de détermination mesure à quel point l’équation convient aux données dans la feuille de calcul. La valeur obtenue représente la proportion de variance dans les données expliquées par l’équation et se situe entre 0 et 1. La valeur 1 signifie que l’équation correspond parfaitement aux données. Une valeur de 0,98 ou 0,99 est excellente.

Imaginons que toutes les émissions ou tous les jeux sont aussi populaires les uns que les autres. Si leur nombre était de 500, chaque titre représenterait $100\% \div 500 = 0,2\%$ du total. Faites une courbe de référence – le premier point de données en format (x, y) est (1, 0,2), le deuxième est (2, 0,4), et ainsi de suite. Il s’agit d’une courbe droite qui traverse l’origine : $y = mx$. On peut en trouver l’équation sans l’aide d’Excel.

Pourcentages cumulatifs des choix

Nombre de titres	Émissions de télévision	Jeux sur ordinateur, jeux vidéo	Films réconfortants	Films effrayants
1	14,3	6,7	4,3	21,7
2	20,6	12,6	8,5	28,8
3	24,5	17,5	12,2	32,2
4	27,8	22,4	14,2	35,5
5	30,6	25,8	16,1	38,6
6	32,8	28,6	17,7	41,1
7	35	31,2	19,3	43,2
8	37,1	33,2	20,9	45,3
9	39,1	35,1	22,4	47,4
10	41	36,9	23,6	49,4
11	42,7	38,7	24,8	51
12	44,3	40,4	26	52,6
13	45,8	42	27,1	54,1
14	47,3	43,6	28,2	55,5
15	48,7	45,1	29,3	56,8
16	49,9	46,4	30,4	58,1
17	51	47,6	31,5	59,3
18	52,1	48,8	32,5	60,4
19	53,1	50	33,5	61,4
20	54,1	51,1	34,5	62,3
21	55,1	52,1	35,4	63,2
22	56,1	53,1	36,3	64
23	57,1	54,1	37,2	64,8
24	58	55,1	38	65,6
25	58,9	56	38,8	66,4
26	59,8	56,9	39,6	67,2
27	60,7	57,7	40,4	67,9
28	61,5	58,5	41,2	68,6
29	62,3	59,2	42	69,3
30	63	59,9	42,8	69,9
31	63,7	60,6	43,6	70,4
32	64,3	61,3	44,3	70,9
33	64,9	62	45	71,4
34	65,5	62,6	45,7	71,9
35	66,1	63,2	46,4	72,4
36	66,7	63,7	47	72,9
37	67,3	64,2	47,6	73,4
38	67,9	64,7	48,2	73,9
39	68,4	65,2	48,8	74,4
40	68,9	65,7	49,4	74,9
41	69,4	66,1	50	75,4
42	69,9	66,5	50,5	75,8
43	70,4	66,9	51	76,2
44	70,9	67,3	51,5	76,6
45	71,3	67,7	52	77
46	71,7	68,1	52,5	77,4
47	72,1	68,5	53	77,8

48	72,5	68,9	53,4	78,2
49	72,9	69,3	53,8	78,5
50	73,3	69,7	54,2	78,8
51	73,7	70,1	54,6	79,1
52	74,1	70,5	55	79,4
53	74,4	70,9	55,4	79,7
54	74,7	71,3	55,8	80
55	75	71,6	56,2	80,3
56	75,3	71,9	56,6	80,6
57		72,2	57	80,9
58		72,5	57,4	81,2
59		72,8	57,8	81,5
60		73,1	58,2	81,8
61		73,4	58,6	82
62		73,7	59	82,2
63		74,7	59,3	82,4
64		74,3	59,6	82,6
65		74,6	59,9	82,8
66		74,9	60,2	83
67			60,5	83,2
68			60,8	83,4
69			61,1	83,6
70			61,4	83,8
71			61,7	84
72			62	84,2
73			62,3	84,4