

Bulletin Edupax no 29, octobre 2007

Moins de télé et des choix d'émissions plus judicieux améliorent la réussite éducative des enfants. C'est la censure exercée par les médias qui permet à la tégardienne d'abuser d'eux. Edupax est un organisme à but non lucratif qui fournit des moyens modernes de protection des enfants contre l'influence de la télé. Faites connaître ce Bulletin en recrutant de nouveaux abonnés. Merci !

1. Position des candidats à la Présidence des Etats-Unis sur la téléviolence. Republican and Democratic candidates said they would deal with media violence. Al Gore spoke out as a champion of opposing the marketing of violent movies and games to children. He would "help parents and strengthen families...by giving parents the tools to protect their children against cultural pollution." Candidates for president are strongly critical of the entertainment industry for peddling violence to children, but **neither are clear** about the role of government in curbing the problem. <http://www.digitaldivide.net/articles/view.php?ArticleID=326>

2. Présentation d'Edupax en anglais au 3e Sommet d'ACME à Burlington, VT, en octobre 2006. **«Media Violence, How To Oppose It and WIN.»**
http://www.archive.org/details/jacques_brodeur_2006-10-07

3. Le taux de décrochage scolaire des garçons suscite, depuis quelques années, un débat passionné. L'école est-elle discriminatoire envers les garçons ? **La seule matière** où l'on retrouve un retard des garçons sur les filles est la langue d'enseignement (lecture et écriture). L'auteur aborde aussi les rapports des garçons entre eux et avec les filles, leur attitude face à l'acquisition de connaissances, etc. http://sisyphe.org/article.php3?id_article=2713

4. Les accommodements contraires à l'égalité entre les sexes et réalisés par certaines institutions québécoises, avec des éléments issus de minorités religieuses, ne sont pas représentatifs de l'ensemble des communautés culturelles et religieuses concernées et des femmes qui en font partie. http://sisyphe.org/article.php3?id_article=2616

5. Les filles de 8 à 13 ans, proies du marché de la mode, de la musique, des magazines et du cinéma. On assiste à la sexualisation des fillettes qui s'identifient à leurs idoles de la chanson et du cinéma ou des magazines jeunesse, reproduisant des attitudes et des comportements de « femmes sexy ». Pierrette Bouchard et ses collaboratrices s'interrogent sur les conséquences : **vulnérabilité à l'apparence, à la dépendance affective, à la consommation et à l'exploitation sexuelle.** http://sisyphe.org/article.php3?id_article=1883

6. La télé dans la chambre « engourdit » les enfants au plan émotionnel. 41% of the kindergarteners have a bedroom TV. Study started in 1996. Children were followed from birth and their parents queried when their children were 2½ and then again at 5½ years of age. The team saw effects on behaviour or social skills not only for early TV exposure only. Co-operation and self-control were affected. Stunning : one in 6 kids are viewing more than 2 hours of TV at 2½ and 5½ years. National Post, CanWest News Service, October 01, 2007.

7. Chien de garde complice des prédateurs? The Federal Communication Commission (FCC) leaked confidential information to lobbyists and left consumer and public interest groups in the dark. http://www.freepress.net/mediaminutes/archive/MM_10_12_07.mp3

8. Les abus envers les enfants constituent un problème mondial alarmant : **19 novembre, Journée mondiale pour la prévention des abus.** Des mesures de prévention et de protection sont nécessaires aux niveaux familial, local, national ou international. Après un long silence, les abus des médias envers les enfants prennent de plus en plus de place dans la vie publique. <http://www.woman.ch/children/1-openletter.php?lg=2>

- 9. L'interdiction du port d'armes réduit la violence.** **Chiffres en mains**, les criminologues de l'Université de Lausanne (Suisse) mettent notamment en évidence une baisse des lésions à l'arme blanche depuis l'introduction de la nouvelle loi fédérale sur les armes, il y a huit ans. [http://www.24heures.ch/pages/home/24_heures/_actu/vaud/detail_vaud/\(contenu\)/144188](http://www.24heures.ch/pages/home/24_heures/_actu/vaud/detail_vaud/(contenu)/144188)
- 10. L'école Sacré-Coeur de Princeville** s'est donné un plan de match pour contrer la violence. Son «cheval de bataille» sera de **sensibiliser ses élèves à l'exposition massive des divertissements violents**. Une première activité en ce sens s'est déroulée en début d'octobre. http://www.csbfc.ca/content/s8_revuespresse_fiche.aspx?ld=122
- 11. Téléviolence au Québec.** Entre 1993 et 2001, **les télédiffuseurs ont augmenté les doses déversées dans nos foyers de 10 à 52 actes de violence à l'heure**. Et le Conseil canadien des normes de la radiodiffusion qui affirmait dans le Globe and Mail que les télédiffuseurs avaient fait des progrès énormes. <http://www.cem.ulaval.ca/OBSERVATIONS68.html>
- 12. Lavage de cerveau publicitaire.** The average 10-year-old has memorized about 400 brands, the average kindergartner can identify 300 logos and **from age 2, kids are "bonded to brands"**. <http://www.amazon.com/Born-Buy-Commercialized-Consumer-Culture/dp/068487055X>
- 13. Mass Media Images and Impact on Health: A Sourcebook.** This book shows how mass media, and particularly TV, present images that are dangerous to our health. The author examines how the media deal with health and how their messages affect our beliefs and behavior. Topical chapters consider **physical health, mental illness, safety and impairment, death and suicide, health professionals, sex and sexuality, drug and alcohol use and abuse, AIDS, food and nutrition, and the environment**. http://www.amazon.fr/Mass-Media-Images-Impact-Health/dp/0313278008/ref=sr_1_1/402-0708185-0048132?ie=UTF8&s=english-books&qid=1191336238&sr=1-1
- 14. Branded: The Buying and Selling of Teenagers.** For the readers still waiting for a substantive **follow-up to Naomi Klein's No Logo**, this is the book. Quart, a former media columnist for the Independent, follows the bread-crumbs trail from the Fourth Annual Advertising and Promotion to Kids conference (no joke, unfortunately) to the mechanics of "peer-to-peer marketing," and product placement in video games. http://www.amazon.com/Branded-Selling-Teenagers-Alissa-Quart/dp/0738208620/ref=pd_sim_b_1/104-9064178-9770363
- 15. Plus qu'un pays : une marque de commerce.** Les États-Unis ne sont plus un pays mais une marque de commerce multimillionnaire, selon Kalle Lasn et son équipe de "culture jammers". **Food, fashion, automobile, sports, music, and culture**: powerful industries set human agendas. http://www.amazon.com/Culture-Jam-Americas-Suicidal-Binge/dp/0688178057/ref=pd_sim_b_1/104-9064178-9770363
- 16. Le véritable pouvoir exécutif du pays.** Le publicitaire Edward Bernays (1891-1955) écrit dans son livre «Propagande» (1928) : *ceux qui manipulent ce mécanisme [de contrôle de l'inconscient] constituent [...] le véritable pouvoir exécutif du pays. Nous sommes régents, notre mentalité moulée, nos goûts formés, nos idées suggérées, par des inconnus.* http://fr.wikipedia.org/wiki/Publicit%C3%A9#Manipulation_de_l.27inconscient
- 17. Une nouvelle tour de la Paix.** Yoko Ono, artist, musician and peace activist, is interviewed a few days after returning from Iceland, where she unveiled a project 40 years in the making, -- the Imagine Peace Tower. Dedicated to her late husband John Lennon, the tower shoots light into the sky and bears the inscription «Imagine Peace». It will light up every year between October 9th, the day of Lennon's birth, and December 8th, the day of his death. <http://www.democracynow.org/article.pl?sid=07/10/16/1344219>

18. Action pour contrer la concentration de la propriété des médias. Have you ever been so fed up with the evening news that you wanted to throw your TV out the window ? Instead of tossing your TV, try putting pressure on Rupert Murdoch. Today, Free Press launched "Whack-a-Murdoch", a challenging Web game to oppose consolidation.
<http://action.freepress.net/ct/K7w0Yxs1BQRh/>

19. Réponses inquiétantes de la candidate à la Présidence Hillary Clinton. Reporter from REALnews asked Hilary Clinton why she voted for an amendment that could be used as support for attacking Iran. <http://coanews.org/video/why-senator-clinton>

20. Pensée du mois. « **The world is dangerous not because of those who do harm, but because of those who look at it without doing anything.** » Albert Einstein

21. L'industrie agroalimentaire dépense chaque année 1, 5 milliards d'euros pour sa communication publicitaire : 200 fois plus que le budget de l'Institut français de prévention et d'éducation sanitaire. Les annonceurs bombardent et l'État est pratiquement réduit au silence.
http://www.lavoixeco.com/actualite/Secteurs_activites/Commerces_et_Distribution/2007/10/14/article_l_ufc_que_choisir_en_guerre_contre_les_f.shtml

22. Une Coalition basée à Genève regroupe 783 organisations dans 128 pays. Elle soulignera, le 19 novembre, la Journée mondiale de Prévention des abus contre les enfants avec pour thème : «**COMMENT PROTÉGER les enfants de la violence médiatique.**»
<http://www.woman.ch/children/1-openletter.php?lg=2>

23. Victoire stratégique importante. Des abuseurs d'enfants utilisent la psychologie des petits humains pour les manipuler par millions. Le 19 novembre 2007, braquons les réflecteurs sur les centaines d'études qui portent sur les dommages causés par l'utilisation de la téléviolence.
http://www.edupax.org/Assets/divers/documentation/5_droit_enfant/5_015_Journ%E9e_mondiale_pr%E9vention_des_abus_19_nov_.pdf

24. Télé attrappe-marmots : trois experts s'y opposent. Le développement d'un jeune enfant passe par la motricité et la capacité d'interagir avec les différents objets qu'il rencontre. Le temps passé devant une télé l'éloignera des activités motrices et exploratoires propices à son développement. L'enfant développe une relation satisfaisante au monde seulement s'il peut se percevoir comme un agent de transformation. L'installation du tout-petit devant un écran **l'enkystera dans un statut de spectateur** : regarde et tais-toi.
<http://www.lemonde.fr/web/article/0,1-0@2-3232,36-971620,0.html>

25. Alerte aux parents. Une nouvelle chaîne débarque en France en octobre 2007, dans le forfait familial de CanalSat. Semblable à celle qui avait vu le jour il y a deux ans, avec elle aussi des programmes brefs et sans publicité, pour attrapper des moins de 3 ans. Supercherie publicitaire ? <http://www.lemonde.fr/web/depeches/0,14-0,39-32985075@7-58,0.html>

26. Lors de son passage en France. Donald Rumsfeld Was Hit with Lawsuit for Ordering, Authorizing Torture. The complaint was filed with the Paris prosecutor's office as Rumsfeld arrived in France for a visit. This is the 5th time Rumsfeld has been charged with involvement in torture since 9/11. <http://www.democracynow.org/article.pl?sid=07/10/26/1452236>

27. En 2003, la CSDM publiait un argumentaire : Pourquoi contrer la TÉLÉVIOLENCE ? Un petit guide qui n'a pas si mal vieilli et qui pourrait intéresser les parents de vos élèves.
http://www.fcsq.qc.ca/Dossiers/ViolenceTV/_doc/argumentaire.doc

28. Les garçons de 2 à 5 ans exposés à la télé violente ont **plus de probabilité que les autres de développer des comportements agressifs** entre 7 et 10 ans.
<http://www.lemonde.fr/web/article/0,1-0@2-3236,36-975595@51-975683,0.html>

29. TQS, couronnée «télé la plus violente» au Canada en 1999, selon le Centre d'études sur les Médias. Les chercheurs ont également constaté que la téléviolence diffusée avant 21 heures avait beaucoup augmenté, contrairement aux promesses des télédiffuseurs à Virginie Larivière. <http://www.cem.ulaval.ca/observAUTRES-tvgenviolente.html>

30. L'ampleur du phénomène de l'hypersexualisation des jeunes inquiète les intervenants. L'habillement n'est que la pointe de l'iceberg. Derrière ça, il y a des pratiques sexuelles précoces de fillettes et ados qui ont une faible estime d'elle-même et de leur corps et se croient désirées, aimées. http://www.hebdos.net/vst/edition482007/articles.asp?article_id=191843

31. Pipe dans la cour d'école. La sexologue Jocelyne Robert reçoit des appels à l'aide au moins une fois par semaine. Des partouzes enfantines au concours de pipes, **les enfants sont influencés par les images des médias, des séries, sur internet** et imitent les grands. <http://www.montrealxpress.ca/article-129731-Pipe-a-10-dans-les-cours-decole.html>

32. La vidéo du DÉFI de la Dizaine sans télé ni jeux vidéo **maintenant accessible en ligne** sur Alternative Channel, un réseau avec une éthique rigoureuse. Vous pouvez maintenant visionner avec votre conseil d'établissement, vos élèves, vos collègues enseignants et directions d'école. http://www.alternativechannel.tv/achannel/videos/Jacques_Brodeur/Le_defi_de_la_dizaine_sans_tele_ni_jeu_video/253/1/

33. La CSQ souligne la Journée mondiale pour la prévention des abus envers les enfants. Il faut protéger les enfants de la violence dans les médias. <http://www.csq.qc.net/index.cfm/2,0,1676,9656,2323,0.html?action=display&BoxID=13332&LangID=2&KindID=2&complete=yes>

34. Cyberpresse publie le communiqué d'Edupax pour souligner la Journée mondiale du 19 novembre 2009. «Protéger les enfants de la violence propagée par les médias». http://sisyphe.org/article.php3?id_article=2795

35. Victoire en Belgique. Condamnation pour publicité sexiste et injurieuse envers les femmes. http://sisyphe.org/article.php3?id_article=2777

36. La Caisse d'économie Solidaire commandite le site Edupax depuis un an, grâce à la générosité de ses dirigeants et de ses membres. www.edupax.org

Lorsque des producteurs utilisent des médias pour tapisser l'imaginaire des jeunes de violence, ils abusent. Nos élèves ont besoin de nous, éducatrices et éducateurs, pour les aider à échapper à l'emprise de la téléviolence, y compris la propagande haineuse contre les femmes véhiculée par l'industrie du disque.

Nicole Proulx, EDUPAX, groupe-conseil en Prévention de la violence, Éducation à la Paix, Éducation aux médias, NProulx@edupax.org

Diffusé GRATUITEMENT par courriel, le Bulletin EDUPAX vous informe des victoires citoyennes pour contrer la culture de la violence et de la bêtise. On s'abonne en envoyant un message vide à Abonnezmoi@edupax.org
On se désabonne en envoyant un message vide à Desabonnezmoi@edupax.org