

VIOLENCE, JEUNESSE ET MÉDIAS

par Sylvie Roberti



© CPCP asbl - décembre 2008

CPCP - Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation asbl
Rue des Deux Eglises, 45 - 1000 Bruxelles - Tél.: 02/238 01 00 - info@cpcp.be - www.cpcp.be



INTRODUCTION

De nombreux colloques, études, forums se sont intéressés ces dernières années à la présence importante de la violence dans les médias. La question sous-jacente qui est largement posée est celle de l'influence de scènes de violence (dans les films, dessins-animés, publicités, etc.) sur le comportement des gens, et plus singulièrement à propos des jeunes et de leur développement. Ces études portent essentiellement sur le contenu (la publicité, les films, les jeux), le public-cible (les enfants, les jeunes, etc.), et d'éventuels outils à mettre en œuvre (limitation, signalétique, éducation aux médias, etc.).

Mais qu'en est-il du traitement, ou tout simplement de la présence, des phénomènes de violence, et plus particulièrement du tandem violence/jeunesse, dans les contenus rédactionnels ? A quels mécanismes et contraintes un journal (télévisé, radiophonique ou écrit) est-il soumis pour récolter, analyser et diffuser l'information ? Le choix d'un contenu rédactionnel relatif au couple « violence/jeunesse », et la manière de le traiter, est-il lié à d'autres impératifs qu'à celui strictement d'informer ?

UTILISATION DE LA VIOLENCE DANS LES MÉDIAS

Les stéréotypes, le sexe, la violence (séparément ou ensemble) représentent des « accroches » fortes pour les médias. La violence, notamment par l'interdit qu'elle représente, se vend bien. Elle attire un large public, souvent jeune. La publicité en est un bon exemple. L'objectif est d'attirer l'attention d'un public, de capter « du temps de cerveau¹ ». Cette utilisation s'inscrit comme technique au même titre que des mécanismes mémoriels non conscients, du neuromarketing, etc. Ici encore, ce qui choque, ce qui dérange, ce qui est de nature à franchir un tabou ou un interdit, attire l'attention, capte le regard... et fait vendre.

Il est particulièrement fréquent de retrouver de la violence au niveau des médias : films, séries, documentaires, musiques, etc. S'en passer c'est se priver d'un large public, ce qui n'est pas sans incidence sur l'audimat et donc les ressources financières d'un média. En est-il de même en ce qui concerne le contenu rédactionnel ?

La violence « des » jeunes est réelle en certaines circonstances (comme celle des adultes par ailleurs) mais est supposée avérée et généralisée dans l'imaginaire collectif et sociétal. Relayer ce type d'information répond donc à une « attente » forte du public. Ce sujet est particulièrement exposé aux stéréotypes en la matière qui sont donc fortement présents.

¹ Dépêche AFP du 9 juillet 04, reprise notamment par Libération (10-11/07/04) Propos de Patrick Le Lay, PDG de TF1 : « Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible ... Il faut chercher en permanence les programmes qui marchent, suivre les modes, surfer sur les tendances, dans un contexte où l'information s'accélère, se multiplie et se banalise... » fédérale », Le Soir, 26 octobre 2007.



LE TRAITEMENT DE LA VIOLENCE DANS LES CONTENUS RÉDACTIONNELS

Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF, affirmait² lors d'une audition relative à la violence dans l'information télévisée qu' « il ne faut pas se voiler la face. Il y a les ambitions qu'on peut afficher d'une part et la sanction de l'auditeur de l'autre part. Il peut y avoir à certains moments la tentation d'une certaine facilité, d'un certain voyeurisme, d'un traitement dans l'immédiat pour satisfaire à des critères d'audience, à des critères publicitaires ».

La violence est donc porteuse, elle attirerait un large public. Or les médias d'information disposent de moins en moins de temps, concurrence importante (notamment des nouveaux médias) et souci de rapidité obligent, pour mettre en certaines occasions suffisamment en perspective l'ensemble des informations. La violence des jeunes représente une forme de summum en la matière. L'opinion publique est largement acquise à l'affirmation qui voudrait que la violence, et celle des jeunes en particulier, augmente.

Selon Marc Sinnaeve³, professeur en journalisme à l'IHECS, « on assiste depuis un certain nombre d'années, à une hypermédiatisation des faits criminels impliquant des adolescents » et d'ajouter que « la fascination pour la jeunesse se combine à un autre ressort essentiel du discours des médias : la violence et les ressources du spectaculaire qu'elle offre. Comment s'étonner, dès lors, que le cocktail « jeunes et violence » (délinquance des mineurs, violence à l'école...) enflamme plus souvent qu'à son tour l'imaginaire journalistique... ».

Enfin, le « politiquement correct » peut également trouver une forme d'équivalence au niveau des médias. Devant de grands mouvements populaires, et l'émotion collective qu'ils suscitent, il peut être très difficile d'adopter une position médiatiquement contraire.

La mise en perspective de l'information se retrouve renforcée lors de sujets traités sur une longue période, car le temps offre des possibilités supplémentaires de traitement de l'information. Ce n'est pas toujours le cas lorsque l'information fait l'objet d'un sujet bref. Le simple fait de vouloir relayer, ou non, un fait divers est déjà symptomatique d'une certaine approche. Sachant que le couple jeunesse/violence fait l'objet d'une grande attention (et attente) de la part du public, et que les autres acteurs médiatiques vont certainement relayer l'information, il devient difficile pour une rédaction de ne pas traiter également ce sujet.

L'obligation actuellement faite aux médias de travailler dans un contexte de rapidité et la constante pression qui leur est faite de réduire les coûts, rendent ces mêmes médias davantage dépendants des agences de presse. C'est donc une information parfois fortement standardisée qui est relayée, quasi en temps réel, vers les sites Internet et qui alimente également les rédactions.

² La violence dans l'information télévisée. Actes de l'audition publique des télévisions de la Communauté française. 27/10/02 Page 8.

³ La Libre Belgique, « Jeunes et violence » cocktail médiatique explosif, 13/09/2007



ILLUSTRATION DE TRAITEMENTS D'INFORMATIONS RELATIVES AU BINÔME « VIOLENCE/JEUNESSE » PAR DES MÉDIAS

Le 25 avril 2008, la chaîne de télévision VTM annonçait, lors de son journal télévisé de la mi-journée, que la violence à l'école était en augmentation. Cette annonce faisant référence aux statistiques de la police fédérale.

A 15h56, le même jour, une dépêche de l'Agence de presse Belga relaie cette information. Quelques dizaines de minutes plus tard la nouvelle est affichée dans les rubriques « brèves » de différents sites Internet d'information. Un de ces sites⁴ ajoutera également un lien vers un autre article : « Lire aussi: Danny, 9 ans, tabassé par ses camarades ». Ce processus est banal et est appliqué quotidiennement pour une multitude de nouvelles, qu'elles soient d'ordre économique, politique, sportive, sociétale, etc.

Ce qui n'apparaîtra pas, in fine, c'est la dépêche Belga de 17h39 : « La violence à l'école augmente: Les chiffres peuvent encore changer ». Dans cette dernière dépêche la porte-parole de la police fédérale explique que les chiffres de la violence à l'école « peuvent encore basculer » parce qu'il ne s'agit que de statistiques pour le premier semestre 2007. Elle ajoute qu'il était trop tôt pour tirer des conclusions, vu que les chiffres définitifs pour 2007 ne seront connus qu'en juin 2008. « Quand on constate qu'un phénomène est en augmentation, on prend des mesures, ce qui peut corriger le tir, et donc les chiffres », explique-t-elle encore. « L'augmentation du nombre de faits de violence à l'école durant le premier semestre 2007 s'explique en partie par la mise en place, dans les écoles, de points-relais où l'on peut signaler ce genre de faits ».

En octobre 2007, différents journaux de la presse écrite avaient relayé la publication d'un rapport de recherche⁵ de l'Institut National de Criminalistique et de Criminologie (INCC). Le 17 de ce mois, l'INCC réagissait en dénonçant que « la recherche de titres accrocheurs a amené certains journaux, relayés ensuite par d'autres, à des dérives dans l'information transmise au public⁶ ». Et de souligner que l'utilisation de termes comme « criminels », « bandits », ou de « voyous » était tout à fait inapproprié et incorrect. En effet, certains faits se rapportaient à des infractions mineures comme des infractions au code de la route ou des menaces verbales.

L'INCC concluait en affirmant « qu'au regard des données statistiques disponibles pour les années 1980, les signalements de mineurs aux parquets de la jeunesse pour des faits qualifiés infractions ont plutôt tendance à diminuer. La comparaison des chiffres des parquets de la jeunesse avec ceux des parquets des tribunaux correctionnels montre par ailleurs que le volume des infractions signalées attribuables à des majeurs est environ 8 fois plus élevé que celui imputable à des mineurs. Une analyse de l'évolution dans le temps montre que la part de la délinquance signalée imputable à des mineurs ne présente pas non plus de tendance à la hausse au cours des dernières décennies ».

⁴ Site 7sur7, La violence à l'école augmente, <http://www.7sur7.be/7s7/fr/1523/Famille/article/detail/255879/2008/04/25/La-violence-a-l-ecole-augmente.dhtml>

⁵ E. Goedseels, I. Detry, C. Vanneste, « Analyse du flux des affaires entrées au niveau des parquets de la jeunesse en 2005 », Institut National de Criminalistique et de Criminologie, Département de Criminologie, Collection des rapports et notes de recherche, n° 20b, juillet 2007.

⁶ Cette phrase figurait déjà « en gras » dans le communiqué de l'INCC.



Il est intéressant de constater que les principaux journaux de la presse francophone relayèrent quelques jours plus tard une information extrêmement nuancée à propos de la délinquance juvénile⁷.

Les facteurs de concurrence entre les médias et l'obligation de la rapidité dans le traitement de l'information n'offrent visiblement pas, en toute circonstance, l'analyse et le recul nécessaire pour contredire une « vérité » qui semble universelle, ou pour offrir un traitement nuancé d'informations qui sont souvent très complexes et pleines de nuances.

CONCLUSIONS

Loin de vouloir dresser un portrait sombre et négatif de la presse, et de sous-estimer les contraintes, parfois nouvelles, qui sont les siennes, il importe d'attirer l'attention sur des dérives possibles en la matière et d'offrir ainsi l'occasion de prendre conscience d'une dérive potentielle.

François Heinderyckx affirme, lors d'une interview⁸ à propos du « journalisme TIC, amies ou ennemies de la déontologie ? » que « globalement, on peut dire que les TIC ont eu un effet amplificateur sur des dérives qui existaient, comme le manque de recul ou la publication d'informations non vérifiées ». Il ajoute que « leur développement n'a pas eu qu'un impact négatif, elles ont aussi apporté de réels progrès (au moins en germe), notamment en matière de richesse de l'écriture ou d'accès aux sources ».

Par ailleurs, on peut lire⁹ sur le site de l'Association Générale des Journalistes Professionnels de Belgique (AGJPB) que « les réflexions déontologiques des journalistes en association, dans les rédactions, dans les débats avec la société, sont essentielles pour éviter les dérives sensationnalistes et mercantiles de l'information ».

C'est ce dernier élément qui s'impose comme conclusion. Les dérives sont possibles. Elles se voient renforcées aujourd'hui par les nouvelles technologies et les pressions économiques.

Seule une prise de conscience dans les rédactions et une attention de chaque instant par les professionnels de l'information peuvent permettre d'éviter autant que possible ce genre de dérives. Notre jeunesse mérite mieux qu'une information reproductrice de clichés. Les pressions exercées par les impératifs de temps, de concurrences, de financements ne peuvent justifier un traitement à la légère ou sensationnaliste de l'information.

⁷ La Libre Belgique, « Délinquance juvénile ? En... baisse », 24/10/2007

⁸ F. Heinderyckx, Président de la filière INFOCOM de l'ULB, « Déontologie journalistique. De nouveaux défis ? » Esprit libre, Juin 2006, ULB.

⁹ G. Lefevre « Ce qui nous rassemble : la déontologie », www.agjpb.be, 05/02/2007

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.