



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

télévision

Question écrite n° 52296

Texte de la question

M. Jean-Pierre Abelin appelle l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur la violence promue auprès des jeunes à travers certaines séquences publicitaires, films ou jeux vidéos, parfois même certains disques. De plus en plus de professions, telles que les enseignants, les policiers et gendarmes, les agents de services publics sont exposés aux violences perpétrées par quelques jeunes, devenues quotidiennes dans certains quartiers. Elles s'interrogent sur les causes de ces réactions mais aussi sur les diffuseurs de cette violence. Déjà des réponses ont été apportées par les pouvoirs publics, notamment en classifiant certains films en fonction du degré de violence morale, physique ou sexuelle. Cette réglementation stricte est bien respectée au cinéma et à la télévision. Cependant, il est à déplorer que certains de ces films soient programmés sur des chaînes très regardées, à une heure de grande écoute à laquelle des enfants mineurs sont susceptibles d'être devant la télévision. De même, d'autres moyens de communication, tels que les publicités pour les jeux vidéos, notamment de combat, les paroles d'une chanson, Internet peuvent diffuser des incitations à la haine ou des propos sexistes, ce qui peut entraîner chez certains jeunes fragiles des comportements impétueux qui peuvent aller jusqu'au drame. C'est pourquoi il lui demande si, comme aux Etats-Unis, pays particulièrement exposé à ces phénomènes de société, le Gouvernement va se pencher sur ces questions, non pas pour censurer ou brimer, mais pour protéger la jeunesse française d'images ou de mots qui dépassent parfois l'imaginable.

Texte de la réponse

Le Gouvernement porte une attention particulière au rôle que peuvent jouer les médias dans la prévention des risques sociaux et des comportements dangereux pour la jeunesse. L'article 15 de la loi de 1986 modifié par la loi du 1er août 2000, renforce sur ce plan les pouvoirs de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel sur les programmes diffusés par les services de communication audiovisuelle susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. Ces programmes ne doivent pas être mis à disposition du public, sauf lorsqu'il est assuré par le choix de l'heure de diffusion ou par tout autre procédé technique approprié que les mineurs ne sont pas normalement susceptibles de voir ou d'entendre. La signalisation de ces programmes a été davantage caractérisée par l'obligation d'afficher un symbole visuel tout au long de leur durée. En outre, dans la mesure où ces programmes sont susceptibles de nuire « gravement » aux mineurs, l'instance de régulation doit veiller à ce qu'ils ne soient pas mis à disposition du public. Il incombe sur ce plan aux services de communication audiovisuelle d'éviter la banalisation de représentations violentes. Par ailleurs, la publicité pour les enfants est soumise aux règles générales de protection des mineurs et, plus largement, des consommateurs. Celles-ci sont complétées par des règles déontologiques élaborées par le Bureau de vérification de la publicité (BVP), association composée des représentants de différentes organisations professionnelles (annonceurs, agences conseil en communication, presse écrite, régies presse, télévision, radio, affichage). Les recommandations émises à l'usage des professionnels par cet organisme d'autodiscipline visent à prendre en compte l'impact particulier que peut avoir le contenu des messages publicitaires en direction des enfants et adolescents (appréciée en fonction de leur âge, de leur manque d'expérience, de leur liberté de choix, de leur

capacité plus grande à être influencés qu'un consommateur adulte) et de les protéger en tant que de besoin contre tout dommage psychologique, mental, spirituel, éthique et physique. Pour les services publics ou privés diffusés en clair par voie hertzienne terrestre et aux services distribués par câble, le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 prévoit des dispositions spécifiques de protection des mineurs. Il appartient à l'instance de régulation de veiller à leur application dans le cadre de son contrôle a posteriori. Celle-ci a pu attirer à plusieurs reprises l'attention du Bureau de vérification de la publicité sur la diffusion de messages publicitaires paraissant contraires au principe de protection de l'enfance, notamment parce que leur caractère intrinsèquement violent pouvait présenter un caractère incitatif pour le jeune public et l'encourager à des imprudences, ou sur la présentation d'extraits de viséocassettes particulièrement violents, diffusés dans des tranches horaires réservées aux enfants. Face à la multiplication des nouveaux services audiovisuels et à la diversité de leur structure, d'autres systèmes de protection des mineurs, visant notamment à instaurer un système transparent de responsabilité sur les programmes offerts au public, nécessitent une prise de conscience collective des dangers qu'ils génèrent et un partage de responsabilité mettant en jeu l'ensemble des acteurs sociaux, l'environnement familial et social, celui de l'école et des responsabilités publiques.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Pierre Abelin](#)

Circonscription : Vienne (4^e circonscription) - Union pour la démocratie française-Alliance

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 52296

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 16 octobre 2000, page 5840

Réponse publiée le : 17 septembre 2001, page 5338