**L'influence de la télévision sur les enfants**

[Télévision](http://habilomedias.ca/category/categories/television)

La télévision est l’un des médias ayant le plus d’influence dans la vie des enfants. Ils la regardent en moyenne près de 15 heures par semaine. (Statistique Canada, 2001.)

L’influence de la télé sur les enfants dépend de plusieurs facteurs : le nombre d’heures passées devant le petit écran, leur âge, leur personnalité, le fait de regarder la télé seuls ou avec des adultes et enfin les discussions qu’ils auront ou non avec leurs parents sur le contenu visionné.

Afin de minimiser les effets potentiellement négatifs de la télé, il est important de comprendre l’influence que cette dernière peut avoir sur les enfants. Vous trouverez ci-dessous de l’information relative à certaines préoccupations.

**La violence**

Au cours des deux dernières décennies, des centaines d’études ont évalué l’influence des contenus violents sur les enfants et les jeunes. Bien qu’il soit difficile de conclure à une relation directe de cause à effet, il se dégage un consensus voulant que certains enfants peuvent être vulnérables aux images et aux messages violents.

Les chercheurs ont identifié trois réactions possibles chez les enfants exposés à du contenu violent :

* Accroissement de la peur Les enfants, en particulier les filles, sont plus susceptibles que les adultes d’être représentés comme victimes de violence à la télé. Ceci peut les rendre plus craintifs à l’endroit du monde qui les entoure.
* Désensibilisation face à la violence en général Certains dessins animés pour enfants sont parmi les émissions les plus violentes. La violence y est présentée sous un jour comique et ses conséquences réelles sont rarement exposées.
* Augmentation du comportement agressif Ceci est particulièrement vrai pour les jeunes enfants, qui sont plus susceptibles d’afficher des comportements agressifs après avoir visionné une émission ou un film violent.

Les parents devraient également porter une attention spéciale aux bulletins télévisés que leurs enfants regardent. Les études ont démontré que ces derniers craignent davantage la violence présentée aux nouvelles que celle dans n’importe quel type d’émission. Plus l’enfant vieillit, plus la peur liée aux événements réels dépeints dans les bulletins de nouvelles augmente puisqu’il est en mesure de mieux distinguer la violence réelle de celle fictive.

**Les effets sur le développement de l’enfant**

La télévision peut nuire à l’apprentissage et à la performance scolaire si elle empiète sur les activités essentielles au développement physique et mental de l’enfant. Les temps libres des enfants, particulièrement en bas âge, devraient être majoritairement consacrés à jouer, lire, explorer la nature, apprendre la musique ou pratiquer des sports.

L’écoute de la télé est une activité passive et un facteur déterminant dans le problème de l’obésité chez l’enfant. Selon la Fondation des maladies du cœur du Canada, presque un enfant sur quatre âgé de sept à douze ans souffre d’obésité.

Un article paru dans le magazine *Scientific American* intitulé « Television Addiction » examine pourquoi les enfants et les adultes trouvent si difficile d’éteindre la télé. D’après les chercheurs, les téléspectateurs ressentent en allumant la télé un effet relaxant instantané, mais qui disparaît aussitôt le petit écran éteint. Alors que les gens éprouvent généralement un regain d’énergie après une activité sportive ou récréative, ils ont tendance à se sentir vidés après une séance de télévision. « C’est là l’ironie du petit écran, rapporte-t-on dans l’article. Les gens regardent plus de télé qu’ils n’en ont l’intention même si un visionnement prolongé est moins revigorant. »

En plus d’encourager un mode de vie sédentaire, la télévision peut également contribuer à l’obésité infantile en faisant la promotion intempestive de camelote alimentaire. Selon la Société canadienne de pédiatrie, la majorité des publicités alimentaires diffusées au cours d’émissions pour enfants vantent les repas-minute, les friandises et les céréales sucrées. Les messages d’aliments sains ne constituent que 4 % des publicités présentées. De grosses sommes d’argent sont investies dans la production de publicités susceptibles d’influencer le comportement des consommateurs.

**Le contenu sexuel**

De nos jours, les enfants sont bombardés de messages et d’images à caractère sexuel dans tous les médias (télévision, magazines, publicités, musique, films et Internet). Les parents s’interrogent souvent à savoir si ces messages sont réellement sains pour leurs enfants. La télé peut être un outil puissant pour éduquer les jeunes sur les responsabilités et les risques de leur comportement sexuel. Toutefois, ces questions sont rarement abordées de manière adéquate dans les émissions où l’on retrouve beaucoup de contenu sexuel.

Une étude réalisée en 2001 par l’organisme américain Kaiser Family Foundation, intitulée *Sex on TV*, rapporte que trois émissions sur quatre aux heures de grandes écoutes contiennent des références sexuelles. Les comédies de situation remportent la palme : 84 % ont un contenu sexuel. Pourtant, une seule sur dix fait référence aux rapports sexuels protégés ou aux risques et responsabilités liés au sexe. Dans les émissions où des adolescents sont présents, seulement 17 % comportent des messages sur les rapports sexuels responsables.