
CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION

COMITÉ NATIONAL DES SERVICES SPÉCIALISÉS

The Comedy Network concernant un message promotionnel pour *The Roast of Joan Rivers*

(Décision du CCNR 09/10-0259)

Rendue le 5 octobre 2010

R. Cohen (président), J. Medline (vice-président, industrie), H. Pawley (vice-président, public), J. Page, C. Sephton, L. Todd

LES FAITS

La présente décision concerne un message promotionnel de 30 secondes diffusé à l'antenne du Comedy Network pour l'émission spéciale de comédie qui était une mise en boîte de Joan Rivers s'intitulant *The Roast of Joan Rivers*. Ce message, qui a peut-être été diffusé à plusieurs occasions, a attiré l'attention d'un plaignant qu'il l'a vu à deux reprises, soit à 13 h 40 le 11 septembre et à 13 h 55 le 12 septembre 2009, pendant des épisodes de l'émission de sketches comiques *MadTV*. Le message promotionnel consistait en une série de scènes très courtes montrant une femme âgée qui est attaquée physiquement ou qui reçoit des coups de poing ou des coups de pied. Dans chaque cas, le responsable est un homme. Dans les deux cas rapportés, le message mis en cause se suivait de ce qui semblait être un message promotionnel distinct pour la même émission, dont un mettant en vedette Joan Rivers qui faisait elle-même des commentaires au sujet de la mise en boîte qui aurait lieu à son sujet prochainement. Voici la description détaillée :

Une femme âgée aux cheveux blancs choisit une carte de souhaits (sur laquelle on voit un chaton sur un fond rose) du présentoir dans un magasin lorsque le bras musclé d'un homme vient subitement lui donner un coup de poing au visage, ce qui la fait tomber à reculons dans le présentoir.

Une femme âgée passe, semblerait-il, sa commande à un comptoir de pâtisserie lorsqu'un jeune homme arrive en courant et la frappe au visage, ce qui la fait trébucher à reculons.

Une femme âgée mange seule assise à une table de restaurant lorsque le serveur qui passe lui donne un coup de poing au visage et elle tombe à terre.

Après qu'une de trois femmes âgées jouant au golf frappe la balle, un homme arrive en courant et prend son élan dans une tentative de la frapper, mais il manque son coup et frappe plutôt une des autres femmes dans le ventre, ce qui la fait grogner de douleur. Ensuite, il donne un coup de poing au visage de la troisième dame.

Une femme âgée tricote assise sur un banc dans un parc lorsqu'un pied chaussé d'une espadrille vient subitement lui donner un coup de pied au visage.

Une femme âgée est au gymnase où elle se sert d'équipement d'exercice lorsqu'un jeune homme la frappe d'un coup de poing au visage et s'enfuit.

On voit une femme âgée d'une fenêtre. Elle est debout devant un jardin lorsqu'un jeune homme arrive subitement et l'attaque physiquement.

Les mots suivants paraissent ensuite à l'écran : [traduction] « Personne ne veut voir une dame âgée se faire démolir ... Jusqu'à maintenant. Le tout nouveau *Roast of Joan Rivers*, demain à 22 h HNE/HNP ». Une voix féminine hors champ dit [traduction] « *The Roast of Joan Rivers* demain à 22 h au Comedy Network. »

Le CCNR a été saisi d'une plainte en date du 9 octobre 2009 (le texte complet de toute la correspondance se trouve dans l'annexe, disponible en anglais seulement) :

[Traduction]

Le vendredi 11 septembre et le samedi 12 septembre, le réseau de télévision Comedy Network a diffusé un message promotionnel pour l'émission intitulée *Comedy Central's Roast of Joan Rivers* montrant plusieurs femmes âgées qui sont physiquement agressées avec tellement de force qu'elles tombent à terre ou sur le plancher, et ce sans provocation. Les deux messages ont été présentés vers 13 h 30 à chaque date.

Étant donné que cela est tenu pour de la « programmation » plutôt que de la « publicité », les responsables des NCP m'ont conseillé de vous renvoyer la question. Je considère ce message répréhensible pour des raisons qui vont de soi.

La directrice de la programmation du Comedy Network a répondu au plaignant le 13 novembre comme suit :

[Traduction]

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) nous a acheminé la copie de votre correspondance du 9 octobre 2009 concernant l'émission *The Roast of Joan Rivers* qui a été diffusé par le Comedy Network les 11 et 12 septembre 2009 entre 13 h 30 et 14 h HNE, afin que nous en prenions connaissance et vous répondions.

Avant d'aborder votre préoccupation spécifique, je tiens à souligner que le Comedy Network se conforme aux codes de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), notamment le *Code de déontologie*, le *Code sur la représentation équitable* et le *Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision*. (Vous pouvez, si vous le désirez, consulter ces codes à www.ccnr.ca.) Le Comedy Network est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision et il se conforme aux normes et lignes directrices du Conseil.

Les mises en boîte sont une série d'émissions spéciales très populaires dans lesquelles les humoristes se saluent. D'habitude, les humoristes utilisent des paroles très sévères à l'égard de leurs collègues. Étant donné, dans ce cas, que Joan Rivers, une femme âgée de 83 ans [*sic*, 76 d'après d'autres sources], faisait l'objet de la mise en boîte, le message promotionnel est axé sur l'idée de « démolir » une vieille dame. Tel que vous le faites remarquer dans votre lettre, le message montre effectivement des femmes âgées qui sont frappées au visage ou envoyées au plancher. Le but visé est de tirer de l'humour du léger choc ressenti lorsqu'on voit des femmes plus âgées qui se bagarrent, ce qui est un scénario inhabituel.

Les commentaires comme les vôtres sont très importants pour les radiodiffuseurs. Ils nous aident à voir la programmation et les messages promotionnels sous un angle différent. Personnellement, ma réaction initiale envers ce message en était une d'amusement selon son but visé. Lorsque je l'ai réexaminé afin de répondre à votre plainte, j'ai pu constater qu'il pourrait perturber certains téléspectateurs. Nous regrettons que les images dans le message promotionnel pour *The Roast of Joan Rivers* vous aient offensé. Il ne passe plus sur les ondes et nous veillerons à ce qu'il ne passe jamais plus à l'avenir.

[...]

Nous espérons avoir répondu à vos préoccupations concernant cette émission.

Le plaignant étant insatisfait de cette réponse, il a présenté sa Demande de décision accompagnée des commentaires supplémentaires qui suivent :

[Traduction]

Ce qui est présenté n'est pas un scénario allègrement archifou comme deux dames âgées qui participent à un match de boxe ou à une lutte ultime dans une cage, mais bien dix femmes âgées qui sont physiquement violentées sans provocation dans l'espace de cinq secondes. Ce genre d'image se met l'auditoire à dos et n'a pas sa place dans une annonce télévisée.

LA DÉCISION

Le Comité national des services spécialisés du CCNR a étudié la plainte à la lumière de deux articles du *Code concernant la violence* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) :

Article 7 – Violence contre les femmes

7.1 Les télédiffuseurs ne doivent pas présenter d'émissions qui endossent, encouragent ou glorifient quelque forme de violence contre les femmes.

7.2 Les télédiffuseurs doivent s'assurer que les femmes ne sont pas présentées comme des victimes de violence à moins que la violence en question ne fasse partie intégrante de l'intrigue. Les télédiffuseurs doivent prendre soin plus particulièrement de ne pas perpétuer le lien entre la femme dans un contexte sexuel et la femme victime de violence.

Article 8 – Violence contre des groupes particuliers

8.1 Les télédiffuseurs ne doivent pas présenter d'émissions qui endossent, encouragent ou glorifient la violence commise en raison de la race, de l'origine nationale ou ethnique, de la couleur, de la religion, du sexe, de l'orientation sexuelle, de l'âge ou d'un handicap mental ou physique.

Les membres du Comité ont lu toute la correspondance afférente et ont visionné les messages promotionnels pour les émissions qui ont été diffusés les 11 et 12 septembre. Le Comité conclut que le Comedy Network a enfreint les articles 7 et 8 du *Code de l'ACR concernant la violence*.

La violence et les femmes âgées

Bien que le CCNR ait souvent été saisi de dossiers concernant des émissions de télévision comportant de la violence à l'endroit des femmes, aucun de ses comités n'a jusqu'ici interprété ou appliqué l'article 8 du *Code concernant la violence*. Sur les neuf décisions précédentes concernant l'article 7, seulement une d'elles peut être considérée comme ayant un rapport avec la présente affaire. Les autres s'axaient sur des émissions dramatiques ou de vérité. Celle qui reste concernait une émission qui se voulait, comme c'est clairement le cas pour le message promotionnel en cause ici, satirique et humoristique avec la langue dans la joue.

Dans *SRC concernant Bye Bye 2008* (Décision du CCNR 08/09-0620+, rendue le 17 mars 2009), le CRTC a demandé au CCNR d'examiner des plaintes que le CRTC avait reçues au sujet de l'émission de variétés diffusée par le radiodiffuseur public la veille du Jour de l'an. Plusieurs téléspectateurs se sont plaints qu'un sketch concernant le joueur de hockey Patrick Roy traitait la violence contre les femmes à la légère.

Patrick Roy avait été un gardien de but pour l'équipe du Canadien de Montréal de la LNH et, à l'époque de la diffusion de *Bye Bye 2008*, était l'entraîneur d'une équipe de la Ligue de hockey junior majeur du Québec pour laquelle son fils Jonathan était le gardien de but. Patrick avait été mêlé à des disputes violentes dans le passé et avait été arrêté un moment donné dans le cadre d'une enquête d'un acte de violence au foyer (ces accusations ont été rejetées par la suite). Patrick et Jonathan ont fait les manchettes pendant l'année quand Jonathan a battu le gardien de but d'une équipe opposante. Selon les conjectures, Patrick avait encouragé son fils à le faire.

Le sketch en question parodiait la nature violente des mâles de la famille Roy. La scène s'ouvre sur Patrick qui entre par la porte avant en la renversant plutôt qu'en l'ouvrant. Il s'approche de son épouse pour la serrer dans ses bras, mais elle prend un air méfiant dès qu'il lève ses bras comme si elle s'attendait à ce qu'il la frappe. Jonathan entre ensuite dans la pièce. Patrick fait un geste suggestif de la main et Jonathan, vêtu de tout son équipement de hockey, saute sur sa mère, la fait tomber et lui donne des coups de poing. Quand la mère se lève du plancher, elle a un œil au beurre noir, mais elle continue son train-train en faisant bonne contenance comme si rien d'exceptionnel ne s'était produit. On montre ensuite la famille qui écoute le bulletin de la météo à la télévision. Patrick fait de nouveau un geste de confirmation à son fils et la mère s'empresse de mettre un casque de hockey, supposément dans le but de se protéger, bien que cette fois-ci la cible de Jonathan soit le présentateur des prévisions météorologiques. Le Comité régional du Québec a conclu que satiriser certaines caractéristiques de la famille Roy ne posait pas de problème, mais que le fait de mettre l'accent sur la violence contre la mère a violé l'article 7 du *Code de l'ACR concernant la violence* :

Étant donné les tendances violentes très médiatisées du père et des fils, tel qu'en attestent les accusations et les enquêtes par les tribunaux de droit commun d'une part, et le hockey organisé d'autre part, le Comité ne voit aucun problème dans la représentation satirique faite dans *Bye Bye 2008* des tendances violentes des hommes de cette famille.

Cependant, le Comité voit un problème dans ce qu'il estime être la représentation *excessive* de la *mère de famille* comme victime. La règle dans le *Code de l'ACR concernant la violence* stipule non seulement qu'il est interdit aux radiodiffuseurs de présenter des émissions qui endossent, encouragent ou glorifient la violence contre les femmes, mais aussi que les femmes ne doivent pas être présentées comme des victimes de la violence à moins que la violence en question ne fasse partie intégrante de l'intrigue.

[...]

Non seulement l'épouse a-t-elle pris un air méfiant puisqu'elle croyait recevoir une claque ou un coup de poing quand son époux s'est approché d'elle pour la serrer dans ses bras, non seulement a-t-elle mis un casque de hockey pour se protéger plus tard dans le sketch, mais un des fils était la personne qui lui a effectivement donné un coup de poing lui causant un œil au beurre noir. Il n'y avait simplement aucun motif créateur pour que les hommes de la famille Roy battent la mère et pour laisser l'impression qu'il s'agissait d'un élément constant dans la vie de cette famille. Bien que les réalisateurs de l'émission aient pu voir ces gestes comme une image satirique des tendances violentes des hommes de la famille Roy, le Comité est d'avis qu'ils sont allés trop loin. Ils ont exagéré la réalité au niveau de la victime, et ce autant ou même plus qu'au niveau des auteurs de

cette violence. Un seul exemple aurait peut-être été approprié du point de vue de l'historique de l'affaire, afin de refléter l'unique occasion à laquelle Patrick Roy a fait l'objet d'une enquête pour la violence au foyer. Il ne fallait pas d'autres exemples pour souligner ce point, surtout étant donné que le lien aux autres incidents se rapportait aux fils. Vu, de plus, que Patrick Roy et son épouse se sont divorcés près de trois ans avant *Bye Bye 2008*, il est difficile pour le Comité de prendre pour acquis la pertinence du thème exacerbé de la violence à l'endroit des femmes dans l'année qui venait de s'écouler. Le Comité régional du Québec juge que le sketch au sujet de la famille Roy a violé l'article 7 du *Code de l'ACR concernant la violence*.

Dans l'affaire qui nous occupe, le Comité comprend le but humoristique du télédiffuseur faisant partie d'un réseau d'émissions *comiques* de présenter l'accroche publicitaire [traduction] « Personne ne veut voir une dame âgée se faire démolir », pour publiciser la mise en boîte de Joan Rivers, l'humoriste. Que le Comité comprenne le but ne veut pas dire qu'il est d'avis que le message promotionnel constituait la bonne approche. Il n'est simplement et carrément pas de cet avis.

Ce message promotionnel présentait un déséquilibre du pouvoir entre des jeunes hommes et des dames âgées. Il ne présentait pas, comme l'a dit le télédiffuseur dans sa lettre, [traduction] « des femmes plus âgées qui se bagarrent », ce qui laisse entendre un genre d'équilibre ou d'égalité, et qui, comme l'a admis le télédiffuseur, aurait été inhabituel en soi. Le plaignant lui-même a déclaré dans sa réponse à ce point qu'a fait remarquer le télédiffuseur que le message promotionnel n'était pas [traduction] « un scénario allègrement archifou comme deux dames âgées qui participent à un match de boxe ou à une lutte ultime dans une cage. » Le message a endossé, encouragé ou glorifié la violence contre des personnes en raison de leur âge et de leur sexe.

Ces deux motifs sont individuellement interdits par le *Code de l'ACR concernant la violence* et ils sont d'autant plus collectivement proscrits. Il fallait que le télédiffuseur trouve un autre scénario pour faire la promotion de la mise en boîte de Joan Rivers, à savoir un scénario qui ne présente pas des hommes qui battent *physiquement* des dames âgées. Il était déjà mauvais de montrer des dames âgées qui sont battues, mais le fait de montrer ces actes à chacune des sept occasions pour des raisons fondées sur le sexe, c'est-à-dire des actes commis par des *hommes*, a nettement empiré les choses. En outre, la mesure dans laquelle ce message était déplacé est révélée par le fait que l'émission faisant l'objet de la promotion ne contenait absolument aucune violence. Pour adapter le raisonnement du Comité régional du Québec, même si aux yeux des auteurs du message promotionnel ces actes représentaient un moyen satirique de démolir des vieilles dames, le Comité est d'avis qu'ils sont allés trop loin.

Par conséquent, le Comité national des services spécialisés considère que pour des raisons fondées sur l'âge et le sexe, les messages promotionnels mis en cause ont enfreint les articles 7 et 8 du *Code de l'ACR concernant la violence*.

Réceptivité du radiodiffuseur

Dans toutes les décisions rendues par le CCNR, ses Comités évaluent la mesure dans laquelle le radiodiffuseur s'est montré réceptif envers le plaignant. Dans la présente affaire, le Comité trouve que la réponse donnée par la directrice de la programmation du radiodiffuseur se centrait suffisamment sur la question qui préoccupait le plaignant, en ce sens qu'elle a annoncé que le Comedy Network ne diffuserait plus le message promotionnel à l'avenir. C'est une mesure d'accommodement notable, mais elle n'a pas réglé la préoccupation fondamentale du plaignant quant au caractère du message promotionnel. Il avait le droit de ne pas être du même avis et qu'il en résulte que le dossier soit instruit par un comité décideur. C'est néanmoins le caractère réfléchi de la réponse qui détermine si le radiodiffuseur s'est chargé de sa responsabilité de se montrer réceptif, tel qu'il est tenu de le faire en tant que membre du CCNR, et dans ce cas-ci, le Comité estime que le Comedy Network s'en est entièrement chargé.

L'ANNONCE DE LA DÉCISION

Comedy Network est tenu: 1) d'annoncer la présente décision selon les conditions suivantes : une fois pendant les heures de grande écoute dans un délai de trois jours suivant la publication de la présente décision et une autre fois dans les sept jours suivant la publication de la présente décision dans le créneau dans lequel il a diffusé le message promotionnel pour *The Roast of Joan Rivers*, mais pas le même jour que la première annonce obligatoire; 2) de fournir, dans les quatorze jours suivant la diffusion des deux annonces, une confirmation écrite de cette diffusion au plaignant qui a présenté la Demande de décision; et 3) d'envoyer au même moment au CCNR copie de cette confirmation accompagnée de l'enregistrement témoin attestant la diffusion des deux annonces.

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision a jugé que le Comedy Network a enfreint le *Code concernant la violence* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Le télédiffuseur a présenté, dans des messages promotionnels diffusés les 11 et 12 septembre 2009 pour l'émission *The Roast of Joan Rivers*, des dames âgées qui sont attaquées physiquement ou qui reçoivent des coups de poing ou des coups de pied. Vu que ces messages promotionnels ont endossé, encouragé ou glorifié la violence contre les personnes en raison de leur âge et de leur sexe, le Comedy Network a enfreint les articles 7 et 8 du *Code concernant la violence*.

La présente décision devient un document public dès sa publication par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision.

APPENDIX

CBSC Decision 09/10-0259

The Comedy Network re a promotional spot for *The Roast of Joan Rivers*

The Complaint

The CBSC received the following complaint dated October 9, 2009:

To whom it may concern:

On Friday, September 11 & Saturday, September 12th, the television broadcaster The Comedy Network aired a promotion for Comedy Central's *Roast of Joan Rivers* depicting several old women getting physically assaulted with such force as to be thrown to the ground or floor, without provocation. Both ads aired at approx 1:30 pm on each date.

As this was deemed to be "programming" rather than "advertising", the ASC advised me to refer this matter to you. I consider this ad objectionable for self-evident reasons.

Thank you for your consideration.

Broadcaster Response

The Comedy Network replied to the complainant with a letter dated November 13:

The Canadian Broadcast Standards Council (CBSC) has forwarded to us a copy of your correspondence dated October 9th, 2009, regarding the program *The Roast of Joan Rivers* which aired on The Comedy Network on September 11th and 12th, 2009, between 1:30 pm and 2:00 pm ET, for our attention and response.

Before I address your specific concern, it should be noted that The Comedy Network follows the Canadian Association of Broadcasters' (CAB) *Code of Ethics, Equitable Portrayal Code, and Voluntary Code regarding Violence in Television Programming*. (If you would like to view the CAB codes, you may do so at www.cbcs.ca). The Comedy Network is a member in good standing of the Canadian Broadcast Standards Council and follows the Council's standards and guidelines.

The roasts are a very popular series of specials where comedians salute one another. The comedians are usually quite verbally harsh to one another. In this case, Joan Rivers, a woman of 83 [*sic*, 76 according to other sources] was the subject of the roast and so the promo plays on the idea of "taking down" an old lady. As noted in your letter, it does depict older women being struck in the face, knocked down. The intention is for humour to be derived from the mild shock factor at seeing older women brawling, which is unusual.

For broadcasters, feedback like yours is so important. It helps us to see the programming and promotions in a different light. Personally, I initially viewed this promo as amusing in the manner it was intended. Upon reviewing it to respond to your complaint, I can see how it might be disturbing to some viewers. We regret that the imagery in the promo for *The Roast*

of Joan Rivers offended you. It is no longer airing and we will see to it that it doesn't air again in the future.

Thank you for taking the time to send us your concerns. It benefits all our viewers.

We hope that we have addressed your concern in regards to this program.

Additional Correspondence

The complainant filed his Ruling Request on December 4 and added the following comments:

What is depicted is not a cheerfully demented scenario like two old ladies having a boxing match or ultimate fighting cage bout, but ten elderly women being assaulted without provocation in five seconds. It alienates the audience & doesn't belong in a TV ad.