

Le **sex**e dans les médias : obstacle aux rapports égalitaires

Résumé

Table des matières

L' éducation à la sexualité	5
La socialisation	6
L' idéal d'une sexualité égalitaire	7
L' échec de la lutte aux stéréotypes	8
Les médias préférés des jeunes	9
Le sexe dans les médias	11
Une vision stéréotypée	12
Les effets probables de l'exposition à du contenu sexuel	12
Des données sur la sexualité des jeunes au Québec	14
L'obsession de l' image corporelle	18
Les recommandations du Conseil du statut de la femme	21
Bibliographie	25

Ce n'est pas d'hier que le Conseil du statut de la femme se préoccupe des modèles sexuels véhiculés dans les médias et de leur influence probable sur la société. L'utilisation de représentations du corps féminin dans la publicité, au seul motif que cela permet d'accroître les ventes, et d'une façon parfois si insistante qu'on l'assimile à un matraquage, poussait le Conseil à sonner l'alarme dès la fin des années 1970. Dans un avis déposé avant même que le gouvernement adopte sa première politique d'ensemble en matière de condition féminine, le Conseil affirmait : « La publicité encourage [...] ce fantasme masculin de la femme objet sexuel, en la présentant comme récompense de la force, du courage, de la protection prodiguée par l'être viril¹. » Le Conseil dénonçait déjà, il y a près de 30 ans, la prégnance des stéréotypes défavorables aux femmes dans les messages publicitaires.

Au début des années 1980, en réaction à une diffusion d'images pornographiques de plus en plus visibles, il a mené une vaste réflexion sur cette question. Déplorant la trop grande accessibilité des images pornographiques, il s'inquiétait des conséquences de l'exposition des jeunes à ce type de matériel. Il a de plus attiré l'attention sur les risques d'exploitation des enfants par l'industrie pornographique. Le Conseil a défini la pornographie comme « [...] l'instrument de reproduction d'une sexualité violente et stéréotypée que nous vivons tous à différents degrés² ».

Plus récemment, le Conseil s'est intéressé à un autre véhicule de la sexualisation de l'espace public qui est très présent dans l'univers médiatique des jeunes : les vidéoclips. En 1992, il publiait les résultats d'une recherche portant sur l'image des femmes dans les vidéoclips. S'appuyant sur l'analyse de quelque 230 vidéoclips diffusés à la télévision, les auteurs de l'étude établissaient que, dans ces messages médiatiques :

Les relations hommes-femmes sont aussi polarisées de façon primaire autour de la séduction [...] — elle prend la plupart du temps la forme physique avec d'ailleurs une forte connotation sexuelle —, de la soumission de la femme à l'homme [...]³.

¹ Conseil du statut de la femme, *Pour les Québécoises : égalité et indépendance*, Québec, le Conseil, 1978, p. 73.

² Lise DUNNIGAN, *Pourquoi dénoncer la pornographie? Une reformulation du problème s'impose*, Québec, Conseil du statut de la femme, 1981.

³ François BABY, Johanne CHÉNÉ et Hélène DUGAS, *Les femmes dans les vidéoclips : sexisme et violence*, Québec, Conseil du statut de la femme, 1992.

Enfin, en 2004, le Conseil faisait part au gouvernement de sa préoccupation à l'égard de l'émergence de nouveaux modes d'expression de stéréotypes liés à la sexualité dans l'univers médiatique. Il disait alors s'inquiéter de la sexualisation précoce des jeunes filles en affirmant que « l'industrie de la consommation, la sexualisation des modèles proposés, la dictature de la mode et l'obsession de la minceur qu'elle suscite conditionnent les jeunes filles à la dépendance vis-à-vis des hommes et renforcent le rôle de la femme-objet⁴ ».

L'intrusion de la sexualité dans l'espace public et les développements survenus dans l'analyse scientifique des effets de ce phénomène poussent aujourd'hui le Conseil à faire part de ses réflexions en la matière et à formuler des recommandations pour contenir les effets indésirables.

L'industrie de la publicité, la sexualisation des modèles proposés et la dictature de la mode conditionnent les jeunes filles à se soumettre au regard des hommes et renforcent le rôle de la **femme-objet**.

⁴ Conseil du statut de la femme, *Vers un nouveau contrat social pour l'égalité entre les femmes et les hommes*, Québec, le Conseil, 2004, p. 28.

L'éducation à la sexualité

En matière d'éducation à la sexualité, les parents ont bien sûr la responsabilité de transmettre aux enfants et aux adolescents les notions intrinsèques de la vie sexuelle. Ils partagent leur vision de l'amitié, de l'amour, du respect de soi et des autres et leur enseignent la prudence, le plus souvent d'une façon informelle. De plus, au gouvernement, deux ministères se partagent les responsabilités en cette matière : le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) et le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS).

Dans le nouveau Programme de formation de l'école québécoise, l'éducation sexuelle est posée comme l'un des domaines généraux de formation. Elle doit, à ce titre, être prise en compte dans l'enseignement de toutes les disciplines et dans le cadre des services éducatifs complémentaires dispensés à l'école. Auparavant, l'éducation sexuelle était l'un des thèmes abordés dans le cours de formation personnelle et sociale, mais la disparition de ce cours et, par conséquent, des contenus formels de l'éducation sexuelle, nous fait craindre que tous les élèves n'aient pas le même accès à un enseignement de qualité des principes d'une sexualité égalitaire.

En complément du travail accompli dans les écoles, le MSSS soutient l'éducation à la sexualité des jeunes en collaboration avec le MELS. Des outils pédagogiques offerts sur le site Web du MSSS et dans les centres de santé et de services sociaux ont pour objectif d'éveiller les jeunes aux questions liées à leur sexualité : prévention des grossesses non désirées, protection contre les infections transmises sexuellement, contraception, éducation à la sexualité sans violence.

Ça s'exprime, une revue trimestrielle produite depuis l'hiver 2005, fait partie de ces outils. Cette revue s'adresse aux jeunes âgés de 12 à 18 ans et au personnel menant des activités d'éducation à la sexualité avec eux. Les campagnes publicitaires déployées par le MSSS à l'intention des jeunes mettent de l'avant l'éducation à une sexualité saine et sécuritaire. Citons aussi Tel-jeunes, un organisme communautaire qui a vu le jour en 1991 pour recevoir et traiter les demandes des jeunes. Soutenu financièrement par le MSSS, il a répondu à 51 125 appels ou courriers électroniques en 2006-2007.

La disparition du cours de formation personnelle et sociale et, par conséquent, des contenus formels de l'**éducation sexuelle**, nous fait craindre que tous les élèves n'aient pas le même accès à un enseignement de qualité des principes d'une **sexualité égalitaire**.

La socialisation

La théorie de la socialisation se pose comme le cadre idéal pour une analyse des conséquences probables sur les jeunes de ce phénomène que nous désignons par « sexualisation de l'espace public ». Cette théorie met en scène des citoyens en devenir qui seront progressivement façonnés par leur environnement social.

Les instances de la socialisation sont multiples : on pense bien sûr à la famille et à l'école, sous l'égide desquelles s'effectue la socialisation primaire des enfants. La socialisation se poursuit sous l'influence des pairs (*peer group*), lorsque l'individu choisit un groupe d'appartenance, et dans l'espace politique lorsqu'il participe, en tant que citoyen, au jeu politique. Les communications dans l'espace public (musique, mode et publicité, notamment) constituent une autre instance de socialisation.

L'historien canadien Edward Shorter, dans son essai sur la famille publié en 1975, a bien anticipé la montée du groupe de pairs comme instance de socialisation, conséquence de la transformation de la famille survenue en Occident avec l'avènement de la modernité⁵. Dans le Québec contemporain, nous observons aussi une montée du rôle socialisateur des groupes des pairs. Ce phénomène contribue à accroître l'influence des modèles sexuels véhiculés par les communications dans l'espace public. En reprenant et en encourageant les tendances suggérées par la mode, la culture de la jeunesse expose en effet de plus en plus les enfants et les adolescents à des influences distinctes des valeurs de leurs parents. Or, ces influences suscitent l'inquiétude.

Les mécanismes à l'œuvre dans la socialisation, comme les **stéréotypes**, contribuent à reproduire les inégalités entre les femmes et les hommes.

Les **instances de la socialisation** sont :

- La famille et l'école.
- Le groupe des pairs.
- Les communications dans l'espace public, dont la musique, la publicité et le Web.

Par ailleurs, les théories féministes ont mis en évidence le rôle de la socialisation dans la reproduction des inégalités entre les femmes et les hommes. En fait, les féministes ont démontré que les mécanismes à l'œuvre dans la socialisation constituent de puissants outils de reproduction des rapports sociaux de sexe. C'est dans ce processus de socialisation teinté de sexisme que les modèles sexuels omniprésents dans l'espace public atteignent la population adolescente. Suivant la pensée féministe, le véritable enjeu est la signification sociale des différences entre les femmes et les hommes. La question concerne l'utilisation sociale qui est faite de ces différences.

En intégrant le droit à l'égalité entre les femmes et les hommes à une compréhension large de la sexualité, nous en arrivons à adopter l'expression « sexualité égalitaire ». Les caractéristiques de cette sexualité s'inspirent de notre définition de l'égalité et rejoignent celle de la sexualité proposée par le MELS. C'est sous cet angle que nous examinons la sexualisation de l'espace public par l'intermédiaire des médias.

⁵ Edward SHORTER, *Naissance de la famille moderne*, Paris, Éditions du Seuil, 1977.

L'idéal d'une sexualité égalitaire

De l'analyse exhaustive des réflexions du Conseil sur la sexualité se dégagent les caractéristiques de la sexualité égalitaire⁶. Cet idéal de sexualité égalitaire, développé par le Conseil au fil des années, l'a guidé dans la préparation du présent avis. Nous avons regroupé les caractéristiques en trois catégories : elles sont d'ordre biologique, psychologique et social.

Sur le plan biologique, le Conseil préfère une sexualité axée sur la connaissance et le respect du corps, le sien et celui de l'autre. Il s'agit, pour les adolescentes et les adolescents, de savoir composer avec les transformations physiques de leur corps et avec la découverte de celui-ci. La manière dont ils vivent cette expérience physique, affective et mentale influence fortement le processus de leur construction identitaire. Pour marquer la rupture que représente l'adolescence, la sociologue Caroline Moulin parle même de reconstruction identitaire. « [À l'adolescence,] la recomposition des relations sociales de sexe se réalise sous l'effet de jeux d'attirance inédits. Dans cette dynamique de rencontre, les adolescents engagent un corps qu'ils doivent accepter, maîtriser, codifier⁷. » Une sexualité égalitaire repose sur la sécurité des pratiques sexuelles, sur l'accès à la contraception et sur le partage de la préoccupation pour celle-ci entre les partenaires sexuels.

La deuxième catégorie de caractéristiques relève de la psychologie. Pour le Conseil, il est fondamental que les partenaires se reconnaissent comme sujets de leur sexualité plutôt que comme objets sexuels. Ainsi, une sexualité égalitaire devrait permettre l'affirmation et la prise en considération des désirs, des besoins, des attentes et des limites de chacun des partenaires. Une sexualité ainsi vécue serait source d'épanouissement en concourant à l'acquisition et au maintien d'une bonne estime de soi. Enfin, le Conseil s'est toujours fait le défenseur d'une sexualité respectueuse de soi et de l'autre, dans un esprit de mutualité. Cette sexualité se doit donc aussi d'être exempte de violence, de domination ou de contrainte.

La dernière catégorie des caractéristiques recensées appartient au domaine social. Comme nous l'avons vu à la section précédente, l'influence des médias se fait d'autant plus forte qu'elle est partagée et valorisée par le groupe des pairs. Ainsi, conscient de l'influence prépondérante de l'environnement social sur le développement identitaire des jeunes, le Conseil s'est employé à faire valoir l'importance pour eux d'exercer leur esprit critique par rapport aux comportements sexuels socialement proposés. De plus, le Conseil a accordé une attention particulière à la promotion d'une sexualité libre de stéréotypes sexuels.

Le Conseil définit une **sexualité égalitaire** à partir de caractéristiques regroupées en trois catégories :

- **Biologique** : la connaissance et le respect du corps, la sécurité des pratiques sexuelles, l'accès à la contraception et le partage de celle-ci.
- **Psychologique** : la reconnaissance des partenaires comme sujets de leur sexualité plutôt que comme objets sexuels et l'absence de violence, de domination ou de contrainte.
- **Sociale** : une sexualité libre de stéréotypes sexuels.

⁶ Une vingtaine de publications du Conseil du statut de la femme ont été analysées. Ces documents sont, pour la plupart, disponibles sur le site du Conseil [www.csf.gouv.qc.ca].

⁷ Caroline MOULIN, *Féminités adolescentes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2005, p. 59.

L'échec de la lutte aux stéréotypes

La sexualisation de l'espace public avec l'image publicitaire de la femme ravalée au rang d'un objet qui fait vendre est, pour nous, l'expression même de la persistance des stéréotypes sexuels dans les médias et dans la société par le fait même. Il en ressort que les tentatives passées pour modifier les rapports sociaux de sexe et pour combattre les stéréotypes sexuels n'ont pas porté leurs fruits.

Il est temps, selon le Conseil, de considérer les effets néfastes de la sexualisation de l'espace public sur les jeunes âgés de 12 à 18 ans. L'adolescence est une phase de « recomposition identitaire », une période de changements, de nouvelles aspirations et parfois de remises en cause d'anciennes valeurs. C'est à ce stade que les rapports sociaux de sexe prennent forme chez l'individu, ce qui le rend particulièrement réceptif aux modèles ambiants. S'il s'est avéré que les adolescents, filles et garçons, sont marqués par certains messages médiatiques au point de modifier leurs rapports à l'autre, c'est la construction de l'identité sexuelle des adultes de demain qui est en jeu.

Nous prenons la parole dans le débat sur la sexualisation de l'espace public, convaincues qu'à terme, une éducation à la sexualité réussie conduirait les jeunes à valoriser, dans la réalité et dans les représentations médiatiques qui en sont faites, des comportements sexuels et des relations à l'autre qui soient égalitaires. Advenant cette situation, la production de messages sexuels défavorables ou dégradants pour les femmes cesserait d'avoir lieu puisqu'elle ne ferait plus vendre, n'intéressant plus le jeune public.

Il est temps, selon le Conseil, de considérer les effets néfastes de la sexualisation de l'espace public sur les jeunes âgés de 12 à 18 ans. C'est la construction de l'**identité sexuelle** des adultes de demain qui est en jeu.

Les médias préférés des jeunes

Les tenues vestimentaires des jeunes filles ainsi que l'émergence de nouvelles réalités sociosexuelles inquiètent tout autant les spécialistes de la sexualité des jeunes que les parents. Parallèlement, on assiste depuis quelques années à une recrudescence des messages à caractère sexuel dans les médias fréquentés par les jeunes. Pour le Conseil, ces phénomènes inquiétants sont les symptômes d'un problème plus profond : la conception d'une sexualité basée sur des rapports inégalitaires entre les femmes et les hommes et l'écho que celle-ci semble trouver auprès du public adolescent.

La place que prennent les médias dans l'environnement de chaque individu est considérable. On le constate aussi, et d'une façon souvent plus marquée, dans la vie des jeunes. Leur utilisation du Web ne cesse de s'accroître. On observe également un intérêt croissant des jeunes pour les émissions de télévision, les revues et la musique étrangères et, par conséquent, une progression de la fréquentation, par les jeunes, de médias sur lesquels il est difficile d'exercer un contrôle quant au contenu.

En 2004, selon des données de Statistique Canada, les jeunes de 12 à 17 ans consacraient en moyenne 13,5 heures par semaine à l'écoute de la télévision, soit une diminution de trois heures par rapport à ce qui était observé en 1999. On note, par contre, une forte croissance du taux d'utilisation du Web dans la population des 12 à 18 ans, si bien que ce média occupe dorénavant un espace central dans la vie des jeunes. En 2006, 93 % des jeunes de 12 à 18 ans affirmaient avoir accès au Web à la maison, la majorité d'entre eux au moyen d'un branchement à haute vitesse. La navigation sans but précis est l'activité privilégiée par 74 % des jeunes internautes.

Les jeunes utilisent le Web surtout pour communiquer. La messagerie instantanée de type *MSN Messenger* et le courrier électronique sont, pour la plupart d'entre eux, des pratiques quotidiennes. Ces usages, que les filles favorisent plus fortement que les garçons (écart de plus de 7 points de pourcentage), constituent d'ailleurs les principales activités des jeunes sur le Web. Ce qui n'empêche pas la Toile d'être une source d'information et de documentation privilégiée par eux. Quant à l'utilisation des jeux en ligne, elle rejoint 72 % des garçons et 50 % des filles.

Le saviez-vous?

- En 2004, les jeunes de 12 à 17 ans consacraient en moyenne 13,5 heures par semaine à l'écoute de la **télévision**, une diminution de trois heures par rapport à ce qui était observé en 1999.
- Ils utilisent de plus en plus le Web. En 2006, 93 % des jeunes de 12 à 18 ans affirmaient avoir accès au **Web** à la maison.
- La navigation sans but précis est l'activité privilégiée par 74 % des jeunes internautes.
- Les jeunes utilisent le Web surtout pour communiquer.
- 72 % des garçons et 50 % des filles utilisent des **jeux en ligne**.

La **musique** occupe une place privilégiée dans la vie des jeunes puisque 90 % d'entre eux affirment en écouter très ou assez souvent. La musique anglophone est de loin leur préférée, d'où l'absence de frontières au regard des modèles proposés.

La **publicité est omniprésente** dans l'espace public. Les jeunes constituent un groupe de consommateurs en croissance : jusqu'à 12 ans, ils auront vu 140 000 messages publicitaires alors qu'à 19 ans, ils auront été exposés au double, soit 300 000 messages.

La musique occupe également une place privilégiée dans la vie des jeunes puisque 90 % d'entre eux affirment en écouter très ou assez souvent⁸. Dans l'univers musical des jeunes Québécoises et Québécois, la musique anglophone occupe presque toute la place, comme le révèle l'enquête menée en 1999 par le ministère de la Culture et des Communications. Les jeunes de 15 à 24 ans écoutent peu de musique francophone. « Ces comportements d'écoute, ainsi que la suprématie de l'offre musicale anglophone sur le marché québécois, amèneraient les jeunes à adhérer aux valeurs transmises par la musique anglophone⁹. » Cette situation illustre l'absence de frontières au regard des modèles proposés aux jeunes Québécoises et Québécois.

La publicité, omniprésente dans l'espace public, prévaut partout sans que les individus choisissent de la consommer. Elle est présente tant dans les médias traditionnels que sont la télévision, la radio, les magazines et les journaux que dans les nouveaux médias : le Web, le courrier électronique et le téléphone cellulaire.

Au Québec, la publicité « à but commercial » destinée à des personnes de moins de 13 ans est interdite depuis 1980, sauf si elle est présentée dans un magazine destiné aux enfants, si elle annonce un spectacle qui leur est destiné ou si elle est « constituée par une vitrine, un étalage, un contenant, un emballage ou une étiquette ». Même dans ces cas, la publicité doit respecter certaines conditions prévues dans la réglementation de la Loi sur la protection du consommateur. Toutefois, s'il est interdit de s'adresser à des personnes de moins de 13 ans dans la publicité, il est permis de diffuser de la publicité dans un imprimé qui s'adresse à eux en même temps qu'à des personnes plus âgées. Par conséquent, les magazines que lisent les adolescentes de 9 à 15 ans peuvent comporter des messages publicitaires visant les personnes de moins de 13 ans.

La population adolescente constitue un groupe de consommateurs en croissance : aux États-Unis, ces jeunes ont dépensé 170 milliards en 2002. C'est pourquoi les publicitaires en ont fait une cible privilégiée. Il est estimé que les enfants voient en moyenne 20 000 publicités par année. Jusqu'à 12 ans, ils auront vu 140 000 messages publicitaires alors qu'à 19 ans, ils auront été exposés au double, soit 300 000 messages¹⁰.

⁸ Rosalie NOËL-SÉGUIN, *Les pratiques culturelles des jeunes de 15 à 35 ans en 1999*, Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2000, p. 7.

⁹ *Idem*, p. 8.

¹⁰ Liliane ESCOBAR-CHAVES, Susan TORTOLERO, Christine MARKHAM, Barbara LOW, Patricia EITEL et Patricia THICKSTUN, "Impact of the media on adolescent sexual attitudes and behaviours", *Pediatrics*, vol. 116, n° 1, juillet 2005, p. 303-326.

Le **sexe** dans les médias

La sexualité a envahi la télévision. Aux États-Unis, la proportion d'émissions avec un contenu sexuel diffusées aux heures de grande écoute est passée de 67 % en 1998 à 77 % en 2005¹¹. En outre, parmi les émissions à contenu sexuel, le nombre de scènes sexuelles présentées chaque heure est également à la hausse. Enfin, parmi les 20 émissions préférées des jeunes, 70 % présentent un contenu sexuel¹².

De même, la sexualité occupe une place majeure dans l'espace virtuel. L'accès à des messages sexuels est d'ailleurs facilité par le Web qui permet la consultation de contenus sexuels dans l'anonymat le plus complet. Le thème de la sexualité se situe au premier ou au deuxième rang des sujets les plus recherchés sur le Web¹³. Un sondage, mené au Québec en 2007 auprès de 439 jeunes âgés de 12 à 17 ans qui naviguent sur le Web, révèle que 56 % de ces jeunes ont visité des sites pornographiques, que 31 % ont eu des conversations à caractère sexuel sur le Web et que 15 % ont fréquenté ou fréquentent toujours des sites de rencontre.

Cependant, seulement 16 % des jeunes de la 1^e à la 5^e année du secondaire auraient fréquenté volontairement des sites pornographiques durant l'année scolaire en cours. Les garçons sont plus susceptibles que les filles de visiter ces sites puisque 31 % à 36 % d'entre eux avouent les avoir fréquentés activement, ce qui est le cas de seulement 3 % à 8 % des filles du même âge¹⁴. Il faut savoir que 55 % des jeunes qui auraient consulté de tels sites au cours de l'année scolaire disent l'avoir fait involontairement.

En 2005, parmi les 20 émissions préférées des jeunes, 70 % présentaient un contenu sexuel.

L'accès à des messages sexuels est facilité par le Web puisqu'il se fait dans l'**anonymat** le plus complet. En 2007, 56 % des jeunes âgés de 12 à 17 ans auraient visité des sites pornographiques.

¹¹ Dale KUNKEL, Keren EYAL, Keli FINNERTY, Erica BIELY et Edward DONNERSTEIN, *Sex on TV 4 Executive summary 2005: A Kaiser Family Foundation Report*, [en ligne], Menlo Park, Kaiser Family Foundation, 2005, p. 14, [www.kff.org] (consulté le 14 juin 2007). Aux fins de cette étude, le contenu sexuel est défini comme « une représentation d'une activité sexuelle, un comportement suggestif ou des propos sexuels ou traitant de sexualité ».

¹² *Ibid.*

¹³ Joseph LÉVY, *Internet et les jeunes : des risques à la prévention*, présentation à l'intention du Conseil du statut de la femme, février 2006.

¹⁴ Réseau Éducation-Médias, *Jeunes Canadiens dans un monde branché — Phase II : sondage des élèves*, Montréal, le Réseau, 2005, p. 64-66.

Une **vision** stéréotypée

Le marché de la mode, des cosmétiques, de la musique, des magazines et du cinéma cible dorénavant les jeunes filles de 8 à 13 ans. Toute une gamme de produits de beauté et de vêtements a été développée pour cette clientèle que l'on pousse à croire qu'il existe un lien entre la beauté, la popularité et le bonheur. Les jeunes filles sont toujours incitées à adhérer aux standards de mode et de beauté, à satisfaire les besoins des autres et à être prêtes à tout pour attirer l'attention des garçons, les séduire et assurer le succès de la relation amoureuse. Ainsi, selon Bouchard et Boily, « dans les revues destinées aux adolescentes, la formation de l'identité "féminine" est réduite à une quête incessante du regard de l'autre et d'approbation¹⁵ ».

Charmer, plaire, séduire : voilà à quoi se résume le rôle des filles dans la publicité.

Encore aujourd'hui, la télévision diffuse plusieurs émissions qui reproduisent des stéréotypes sexuels. C'est le cas, entre autres, des émissions de télé-réalité dont l'immense popularité illustre, aux yeux du Conseil, la prégnance des stéréotypes. De la même façon, la publicité destinée aux filles les confine dans les rôles féminins au cœur de la dynamique des rapports entre les femmes et les hommes. Charmer, plaire, séduire : voilà à quoi se résume le rôle des filles dans la publicité.

Les **effets** probables de l'exposition à du contenu sexuel

Une recension de la littérature scientifique sur les effets que peut avoir la sexualisation des médias sur les jeunes aux États-Unis démontre, de façon convaincante, que l'exposition à du contenu sexuel par les médias modifie le comportement sexuel des adolescents, filles ou garçons.

La précocité des relations sexuelles est un premier type d'influence de la sexualisation des médias sur le jeune public. En effet, des études ont établi un lien significatif entre la quantité de contenus sexuels visionnés par les jeunes à la télévision et leur choix de devancer l'exercice de comportements sexuels dans l'année qui suit. D'autres études ont prouvé que l'écoute d'un certain type de musique populaire (musique qualifiée de dégradante par les auteurs de l'étude) pouvait contribuer à hâter leur entrée dans la vie sexuelle.

On peut se demander si les filles font réellement le choix de vivre une sexualité précoce ou s'il faut y voir l'effet de la pression des médias. Ces jeunes adopteraient-elles le même type

¹⁵ Pierrette BOUCHARD, Natasha BOUCHARD et Isabelle BOILY, *La sexualisation précoce des filles*, Montréal, Éditions Sisyph, 2005.

de sexualité sans l'influence de la pornographie médiatisée? En outre, la précocité sexuelle permet-elle aux jeunes de disposer de toute l'information nécessaire à une prise de décision éclairée quant aux effets de l'exercice de la sexualité? Ce questionnement est majeur au regard des caractéristiques de la sexualité égalitaire. Pour le Conseil, il est essentiel que la sexualité, celle des femmes et celle des hommes, soit vécue sans aucune contrainte, dans un contexte d'hétérosexualité, d'homosexualité ou de bisexualité.

L'exposition à du **contenu sexuel** par les médias a des effets sur le comportement sexuel des jeunes :

- Relations sexuelles précoces et hausse des ITSS.
- Adhésion aux stéréotypes sexuels et obsession de l'image corporelle.
- Modification des attentes en matière sexuelle.
- Violence dans les relations amoureuses.

Le fait d'être exposé à des contenus sexuels par les médias entraînerait aussi un effet d'adhésion aux stéréotypes sexuels. Que ce soit par l'entremise de la musique, des vidéoclips, de la publicité ou de la télévision, des études ont démontré que les adolescentes et les adolescents qui sont exposés à répétition à des représentations stéréotypées de la sexualité risquent d'en venir à s'approprier les stéréotypes et à les intégrer dans leur propre vie sexuelle. Or, l'exercice de la sexualité doit tendre vers une vision dénuée de stéréotypes sexuels.

L'exposition à du contenu sexuel à la télévision influence aussi les attentes des jeunes en matière sexuelle et cette influence varie selon le sexe des répondants. Chez les jeunes hommes, l'exposition à du contenu sexuel est liée à des attentes d'une grande variété d'activités sexuelles, ce qui correspond à la socialisation des hommes axée sur la recherche du plaisir. Quant aux jeunes femmes, ce sont leurs attentes quant au choix de devancer la découverte de la sexualité qu'elles modifieront sous l'effet d'une telle exposition, ce qui coïncide avec la responsabilité qui leur est assignée socialement de fixer le moment du début de l'activité sexuelle au sein du couple.

Le visionnement d'images pornographiques peut être très nocif pour les enfants et les adolescents, comme l'ont conclu, en France, les travaux de la mission relative aux représentations violentes à la télévision commandée en 2002 par le ministre de la Culture et de la Communication.

Les observations faites récemment par un groupe de travail chargé par le Conseil du statut de la femme de consulter les jeunes du Québec sur leur perception des enjeux de l'égalité entre les sexes vont dans le même sens. Presque tous les jeunes sondés (90 %) ont dit considérer que la pornographie sur le Web projette une image négative des filles et des garçons. Pour 62 % d'entre eux, la pornographie projette une image négative des deux sexes et pour 28 %, c'est

plus particulièrement l'image des filles qu'elle dévalorise. Une répondante a déclaré à ce sujet : « C'est vraiment plus dévalorisant pour les femmes que pour les hommes. Les gars ont toujours l'air *all mighty* (tout puissants) et la fille a l'air facile¹⁶. » La violence qu'elle contient est vue par plusieurs comme cause de l'influence négative de la pornographie diffusée sur le Web. Un grand nombre d'entre eux ont souligné que la pornographie vue sur le Web pouvait amener les filles à reproduire ce qu'elles ont vu pour « prouver » leur amour à leur partenaire.

L'étude menée par le groupe de travail du Conseil apporte une lueur d'espoir à l'égard de la sexualisation de l'espace public. Elle a permis de constater qu'au Québec les jeunes du secondaire font preuve d'esprit critique puisqu'ils sont capables de déceler les aspects dégradants des images de la femme véhiculées dans les vidéoclips.

Des données sur la **sexualité** des jeunes au Québec

Le saviez-vous ?

- Aujourd'hui, 22 % des Québécoises âgées de 14 ou 15 ans affirment avoir déjà eu des relations sexuelles.
- Parmi les jeunes de 16 ans qui se déclarent sexuellement actifs, l'âge moyen à la première relation sexuelle est de 14 ans et demi.

Les jeunes entreprennent de plus en plus tôt leur vie sexuelle active. Aujourd'hui, 22 % des Québécoises âgées de 14 ou 15 ans affirment avoir déjà eu des relations sexuelles et 17 % des Québécois répondent de la même manière¹⁷.

Parmi les jeunes de 16 ans qui se déclarent sexuellement actifs, l'âge moyen à la première relation sexuelle est de 14 ans et demi, soit 14,6 ans pour les filles et 14,5 pour les garçons, selon l'Institut de la statistique du Québec (ISQ)¹⁸. Ces résultats correspondent à ceux d'une étude canadienne qui situe à 14,1 ans chez les garçons et à 14,5 ans chez les filles, l'âge moyen lors de la première relation sexuelle des jeunes de la cinquième secondaire qui étaient actifs sexuellement¹⁹.

¹⁶ Groupe de travail sur les jeunes, *Que pensent les ados de l'égalité entre les gars et les filles? Rapport de consultation auprès des jeunes d'écoles secondaires*, Québec, Conseil du statut de la femme, 2007 (non publié).

¹⁷ C'est ce que révèle une étude récente de Statistique Canada, basée sur les résultats de l'Enquête longitudinale nationale sur les enfants et les jeunes (cycles de 1998-1999 et de 2000-2001). Voir Didier GARRIGUET, « Relations sexuelles précoces », *Rapports sur la santé*, vol. 16, n° 3, Ottawa, Statistique Canada, catalogue n° 82-003-XIF, mai 2005, p. 11-21.

¹⁸ Institut de la statistique du Québec, *Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois 1999*, coll. La santé et le bien-être, Québec, Les Publications du Québec, 2002, p. 278.

¹⁹ Conseil des ministres de l'éducation, *Étude sur les jeunes, la santé sexuelle, le VIH et le SIDA au Canada : facteurs influant sur les connaissances, les attitudes et les comportements*, Toronto, le Conseil, 2003, p. 93.

Les données d'une autre enquête permettent de constater la baisse de l'âge lors de la première relation sexuelle avec pénétration. Ces données révèlent que 15 % des personnes âgées de 15 à 29 ans au moment de l'enquête ont eu avant 15 ans leur première relation sexuelle avec pénétration alors que cette proportion tombe à 8 % parmi les 30 à 39 ans, à 4 % chez les 40 à 49 ans et à 3 % chez les 50 à 59 ans²⁰.

Les jeunes ne s'engagent pas tous de plein gré dans des relations sexuelles. Au Canada, parmi les jeunes de troisième secondaire, 2,7 % des garçons et 5 % des filles ont eu des rapports sexuels alors qu'ils ne le voulaient pas. En cinquième secondaire, les taux se situent à 6 % pour les garçons et à 11 % pour les filles²¹.

D'autres formes de violence que la contrainte à avoir des relations sexuelles peuvent se présenter dans les relations amoureuses des jeunes. Chez les filles de 16 ans ayant fréquenté un garçon durant l'année précédente, 34 % auraient vécu de la violence psychologique, 20 % de la violence physique et 11 % de la violence sexuelle²². Lorsque les garçons de 16 ans ont été questionnés sur leurs comportements violents à l'égard des filles dans une relation amoureuse, 19 % d'entre eux ont affirmé avoir infligé de la violence psychologique, 10 % de la violence physique et 4 % de la violence sexuelle²³.

Les plus récentes données statistiques sur la violence conjugale révèlent d'ailleurs que la violence est en hausse dans les relations amoureuses chez les jeunes de 12 à 17 ans. Alors que l'augmentation globale des taux d'infraction dans un contexte conjugal a été de 1 % de 2005 à 2006, le taux a bondi de 16 % chez les 12 à 17 ans. De plus, le nombre d'infractions déclarées dans le cadre des relations amoureuses des jeunes âgés de 12 à 17 ans a grimpé de 20 % chez les filles alors qu'il a diminué de 16 % chez les garçons²⁴.

Les plus récentes données statistiques sur la **violence conjugale** révèlent que celle-ci est en **hausse** dans les relations amoureuses chez les jeunes de 12 à 17 ans. De 2005 à 2006, le nombre d'infractions déclarées à ce titre a grimpé de 20 % chez les filles.

La violence dans les relations amoureuses des jeunes est liée à l'omniprésence et à la banalisation de la pornographie dans les **médias**.

²⁰ Institut de la statistique du Québec, *Enquête sociale et de santé 1998*, coll. La santé et le bien-être, Québec, Les Publications du Québec, 2000, p. 206.

²¹ Conseil des ministres de l'éducation, *Étude sur les jeunes, la santé sexuelle, le VIH et le SIDA au Canada : facteurs influant sur les connaissances, les attitudes et les comportements*, op. cit., p. 121.

²² Institut de la statistique du Québec, *Enquête sociale et de santé 1998*, op. cit., p. 475.

²³ *Idem*, p. 477.

²⁴ Ministère de la Sécurité publique, *Statistiques 2006 sur la criminalité commise dans un contexte conjugal au Québec*, Québec, le Ministère, 2007, p. 20 et 23.

Il semble pertinent de relier la violence exercée dans les relations amoureuses des jeunes à l'omniprésence et à la banalisation de la pornographie dans les médias.

La prévalence des infections transmises sexuellement et par le sang (ITSS) chez les jeunes, femmes et hommes, constitue une préoccupation de plus en plus importante en matière de santé publique. Cette prévalence peut être liée à la précocité des relations sexuelles encouragée par les médias, d'autant plus que les spécialistes des messages sexuels présentés dans les médias indiquent, sans équivoque, que les préoccupations relatives à la transmission des ITSS en sont absentes.

La **prévalence des ITSS** chez les jeunes doit être rattachée à la **précocité** des relations sexuelles qu'encouragent les médias. Les messages qui y sont véhiculés excluent toute préoccupation relative à la transmission des infections.

Ce sont les jeunes de 15 à 24 ans qui sont le plus touchés par la **chlamydia**.

Le taux d'**infection à gonocoque** a augmenté de **250 %** chez les adolescentes âgées de 15 à 19 ans.

La chlamydia est l'infection à déclaration obligatoire la plus fréquente au Québec. Le nombre de cas déclarés a doublé de 1997 à 2004 et s'est stabilisé à un niveau élevé depuis 2005. Les femmes constituent, en 2007, les trois quarts des cas déclarés. Ce sont les jeunes de 15 à 24 ans qui sont le plus touchés par cette infection. En fait, 72 % des cas féminins déclarés et 49 % des cas masculins se trouvent dans ce groupe d'âge²⁵.

La seconde ITSS la plus fréquente est l'infection à gonocoque. Selon les données les plus récentes, le nombre de cas déclarés a augmenté de 68 % de 2004 à 2007. La hausse est 3,5 fois plus élevée chez les femmes que chez les hommes et ce sont les adolescentes âgées de 15 à 19 ans qui ont vu leur taux grimper le plus rapidement, avec un accroissement de 250 %. Les femmes constituaient 29 % des cas de cette infection en 2006 et 18 % en 2004. Enfin, dans le groupe d'âge des 15 à 24 ans, les filles et les jeunes femmes constituaient 49 % des cas déclarés²⁶.

La montée des ITSS chez les jeunes tient à la fréquence des relations sexuelles non protégées dans cette population. Une enquête récente nous apprend en effet que plus du quart (26 %) des adolescents sexuellement actifs ont déclaré n'avoir pas utilisé de condom lors de

²⁵ Bureau de surveillance et de vigie du ministère de la Santé et des Services sociaux, *Portrait des infections transmissibles sexuellement et par le sang (ITSS) au Québec*, Québec, ministère de la Santé et des Services sociaux, 2007, p. 6. Il faut noter que les niveaux ne sont pas présentés dans l'étude.

²⁶ *Ibid.*

leurs dernières relations sexuelles²⁷. Cette enquête révèle le manque d'information en matière de sexualité et de santé sexuelle chez les jeunes et chez leurs parents. Il en ressort que plus des deux tiers des adolescents et plus de trois mères sur quatre ont affirmé ne pas disposer de l'information dont ils ont besoin sur la sexualité et la santé sexuelle.

Sur les liens qui existent entre la hausse des ITSS et la sexualisation de l'espace public, le Dr John Carsley, de la Direction de la santé publique de Montréal, déclare : « Changer les comportements sexuels est très difficile. D'autant plus que ce que la société véhicule avec Internet, les médias, les journaux, c'est toujours une sexualité sans risque²⁸. »

²⁷ Association canadienne pour la santé des adolescents, *Connaissances, attitudes et comportements en sexualité d'adolescents et de mères d'adolescents au Canada*, [en ligne], [www.acsa-caah.ca] (consulté le 12 mai 2008).

²⁸ Louise-Maude RIOUX SOUCY, « Sexe à risque », *Le Devoir*, 16 avril 2005, p. A-6.

L'obsession de l'**image** corporelle

L'abondance de messages sexuels dans les médias pousse les jeunes à valoriser une image corporelle stéréotypée, du type de celle qui y est véhiculée. Cette image constitue, pour chaque sexe, un modèle corporel unique qui ne laisse pas de place à la variété des formes, des âges et des tailles. En fait, tout l'univers médiatique concourt à présenter un modèle inatteignable pour l'immense majorité de la population.

Les jeunes subissent une pression énorme pour se conformer à ce modèle. Influencés par un idéal de beauté, les adolescentes et les adolescents sont convaincus qu'ils doivent s'y conformer pour se réaliser et deviennent ainsi obsédés par leur image corporelle. Interrogés dans le cadre d'une étude canadienne sur ce qu'ils pensaient de leur apparence, les jeunes de première, troisième ou cinquième secondaire ont affiché des taux d'insatisfaction corporelle élevés. Chez les garçons, ils sont 34 % à souhaiter modifier leur apparence. Chez les filles, le souhait de modifier son apparence est plus important pour chacun des groupes d'âge : 41 %, 48 % et 43 % des filles de 1^{re}, 3^e et 5^e secondaire sont insatisfaites de leur image corporelle²⁹.

En outre, le fait d'avoir une belle apparence constitue, aux yeux des élèves du secondaire, un facteur de popularité important. Près de 80 % des garçons étudiant en première, troisième ou cinquième secondaire acquiescent à cette affirmation. Chez les filles, c'est 82 % des élèves de première secondaire qui répondent de cette manière, 85 % de celles qui sont en troisième secondaire et 83 % de celles de cinquième secondaire. De plus, le fait de porter de beaux vêtements est considéré comme critère de popularité plus souvent par les filles que par les garçons, et ce, dans les trois groupes d'âge³⁰.

On sait que les personnes ayant une perception négative de leur image corporelle ont une vision déformée de leur apparence et des différentes parties de leur corps. Elles ont tendance à se sentir inconfortables dans leur corps, en ressentent de la gêne ou de l'anxiété. Les personnes qui, au contraire, voient leur image corporelle de façon positive ont une perception juste de leur corps et en apprécient chacune des parties telle qu'elle est. Elles considèrent que l'apparence physique en dit peu sur le caractère et la valeur d'une personne et refusent de consacrer un temps déraisonnable à s'inquiéter de leur poids³¹.

L'abondance de messages sexuels dans les médias pousse les jeunes à valoriser une **image corporelle stéréotypée**.

²⁹ Conseil des ministres de l'éducation, *Étude sur les jeunes, la santé sexuelle, le VIH et le SIDA au Canada : facteurs influant sur les connaissances, les attitudes et les comportements*, op. cit., 34-35.

³⁰ *Idem*, p. 49-50.

³¹ National Eating Disorders Association, *Body Image*, [en ligne], [www.nationaleatingdisorders.org] (consulté le 26 janvier 2008).

L'obsession de l'image corporelle, avec ses conséquences néfastes sur la santé et l'estime de soi des adolescentes et des adolescents, fait partie des effets de la sexualisation de l'espace public. Les transformations recherchées sont elles-mêmes stéréotypées. Chez les garçons, les stéréotypes masculins font la promotion d'un corps fort, endurant et musclé. *L'Enquête sociale et de santé 1998* nous apprend que 18 % des garçons de 15 à 19 ans souhaitent gagner du poids, alors que ce n'est le cas que de 3 % des filles³². Pour leur part, les filles sont très nombreuses à vouloir se conformer à un idéal corporel marqué par la minceur, ce qui peut conduire certaines d'entre elles à des troubles alimentaires graves. Selon *L'Enquête sociale et de santé 1998*, 55 % des filles de 15 à 19 ans veulent perdre du poids, comparativement à 15 % des garçons du même âge³³.

Le saviez-vous?

- Chez les filles de 1^e, 3^e et 5^e secondaire, plus de 40 % sont insatisfaites de leur image.
- 18 % des garçons de 15 à 19 ans souhaitent gagner du poids, ce qui est le cas de 3 % des filles.
- 55 % des filles de 15 à 19 ans veulent perdre du poids, comparativement à 15 % des garçons du même âge.

³² Institut de la statistique du Québec, *Enquête sociale et de santé 1998*, *op. cit.*, p. 191.

³³ *Ibid.*

Avec l'âge, les filles intègrent de façon plus massive cette pression à la minceur, ce que permet de vérifier l'*Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois 1999*. Les résultats de cette enquête indiquent qu'à 9 ans 35 % des filles souhaitent avoir une silhouette plus petite, comme 44 % des filles de 13 ans et 53 % des filles de 16 ans. Pour les garçons, ce taux diminue au contraire avec l'âge, passant de 27 % chez les 9 à 13 ans, à 22 % chez les 16 ans³⁴.

³⁴ Institut de la statistique du Québec, *Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois 1999*, op. cit., p. 322.

Les recommandations

du Conseil du statut de la femme

Le Conseil constate l'**échec** de la lutte aux stéréotypes sexuels et sexistes et des efforts pour parvenir à des rapports égaux.

À la lumière de l'analyse de l'image de la femme et des rôles sexuels projetés dans les médias, le Conseil constate l'échec de la lutte aux stéréotypes sexuels et sexistes et des efforts pour parvenir à des rapports sociaux de sexe vraiment égaux. Nous avons démontré que les médias fréquentés par les jeunes proposent un contenu sexuel de plus en plus abondant et que la représentation qui est faite de la sexualité

s'appuie largement sur une vision stéréotypée des rapports sociaux de sexe. Nous avons aussi démontré que les jeunes, filles ou garçons, sont influencés par les modèles sexuels véhiculés par les médias et que cela nuit à leur développement. Nous avons également constaté une hausse de leur fréquentation des médias sur lesquels il est difficile d'exercer un contrôle.

Aussi le Conseil est-il d'avis que le gouvernement doit promouvoir des rapports égaux entre les femmes et les hommes en agissant sur le développement d'un esprit critique (face à la sexualisation de l'espace public et à la diffusion de stéréotypes) et sur la responsabilisation des acteurs. C'est en ce sens qu'il formule ses recommandations.

L'avis démontre que :

- Les médias proposent un contenu sexuel de plus en plus abondant basé sur une vision stéréotypée de la sexualité.
- Les comportements des jeunes sont influencés par les modèles sexuels que véhiculent les médias.
- Les jeunes fréquentent de plus en plus des médias sur lesquels il est difficile d'exercer un contrôle.

Dix recommandations

Le Conseil est d'avis que le gouvernement doit **promouvoir des rapports égalitaires** entre les femmes et les hommes et soumet 10 recommandations.

L'avènement de l'égalité entre les femmes et les hommes passe, entre autres, par l'atteinte de rapports sexuels égalitaires. C'est pourquoi

- 1** Le Conseil recommande au gouvernement d'intensifier la lutte aux stéréotypes sexuels et sexistes. Les mesures du plan d'action et de la politique de l'égalité entre les femmes et les hommes visant la promotion de modèles et de comportements égalitaires au regard de la sexualité et des rapports sexuels doivent être renforcées.

La promotion de rapports égalitaires auprès des jeunes, notamment dans le cadre de la sexualité et des rapports amoureux, est, selon le Conseil, une façon de contrer les effets de la sexualisation de l'espace public. C'est pourquoi il juge nécessaire de poursuivre l'action du comité mis sur pied par le Secrétariat à la condition féminine, pour promouvoir les rapports égalitaires entre les sexes, et d'élargir son mandat.

- 2** Le Conseil recommande au gouvernement de rendre permanent le comité de travail sur la promotion des rapports égalitaires et d'y intégrer la problématique de la sexualisation de l'espace public.

Nous avons vu que les médias peuvent avoir une influence marquée sur la vision que se font les jeunes de la sexualité et des rapports sociaux de sexe.

- 3** Le Conseil recommande au gouvernement de mener une large campagne médiatique par laquelle il ferait la promotion de rapports égalitaires entre les sexes.

Comme le nouveau programme d'éthique et culture religieuse se veut un lieu privilégié pour amener les jeunes à réfléchir aux valeurs et aux normes de la société québécoise, à prendre conscience de leur développement identitaire et à acquérir une pensée critique, et comme une telle démarche est nécessaire pour remettre en question les représentations de la sexualité et des rapports sexuels véhiculés dans les médias,

- 4** Le Conseil recommande au ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport d'exhorter le personnel enseignant à aborder la question de l'égalité entre les sexes dans le nouveau programme d'éthique et culture religieuse, tant au primaire qu'au secondaire, et ce, à l'aide des ressources qu'il met à sa disposition pour en soutenir l'appropriation.

Dans le Programme de formation de l'école québécoise, il n'y a pas de référence claire à la préoccupation de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les axes de développement du domaine général de formation intitulé « Vivre-ensemble et citoyenneté ». Par conséquent,

- 5** Le Conseil recommande au ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport d'encourager la prise en compte de la préoccupation de l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'éducation à la citoyenneté, et ce, dès le primaire.

Si l'information destinée aux parents est disponible, le Conseil constate qu'elle est parfois difficile à repérer. Il croit donc qu'il y a lieu de mieux faire connaître cette information et de la rendre accessible le plus largement possible aux parents.

- 6** Le Conseil recommande au ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et au ministère de la Santé et des Services sociaux d'assurer une meilleure diffusion de l'information relative à la sexualité des jeunes destinée à leurs parents.

Le Conseil trouve très utiles les initiatives visant à aider les parents à assurer une meilleure surveillance de l'ordinateur à la maison et souhaite qu'un plus grand nombre de parents soient rejoints par ces initiatives.

- 7** Le Conseil recommande au ministère de la Santé et des Services sociaux et au ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport de soutenir des initiatives visant à informer les parents sur l'utilisation d'Internet.

Compte tenu des retombées positives qu'ont eues les prix *Démérites et Émérites*³⁵ instaurés par le Conseil, et du fait que la promotion de modèles et de comportements égalitaires par la publicité permettrait de lutter contre les stéréotypes, il y a donc lieu d'inciter à nouveau les publicitaires à promouvoir des rôles et des comportements non sexistes.

- 8** Le Conseil s'engage à organiser un concours afin de promouvoir des images égalitaires dans différents véhicules médiatiques.

Afin de s'assurer que les normes soient davantage respectées et de préciser certaines définitions, notamment ce que l'on entend par des représentations abusives de la sexualité, par la violence gratuite et par le dénigrement à l'égard des femmes,

- 9** Le Conseil souhaite voir se resserrer les règles d'application des normes en matière de stéréotypes sexuels dont se sont dotés les diffuseurs et l'industrie de la publicité.

Considérant le recours accru aux stéréotypes sexuels dans la publicité, le Conseil croit nécessaire de mener aujourd'hui des démarches semblables à celles qui ont permis, au cours des années 1980, de faire connaître le code d'éthique aux agences de publicité situées au Québec et de les sensibiliser aux effets des stéréotypes.

- 10** Le Conseil recommande à la ministre de la Condition féminine d'organiser des rencontres annuelles pour sensibiliser le milieu de la publicité au Québec aux effets des stéréotypes sexuels.

³⁵ Le concours *Démérites et Émérites* a été institué en 1980 et a été en vigueur jusqu'en 1989. Chaque année, les groupes de femmes étaient invités à voter pour une bonne et pour une mauvaise publicité. Ces concours ont largement contribué à la prise de conscience des effets négatifs de la diffusion des images fausses et souvent dégradantes des femmes.

Bibliographie

ASSOCIATION CANADIENNE POUR LA SANTÉ DES ADOLESCENTS. *Connaissances, attitudes et comportements en sexualité d'adolescents et de mères d'adolescents au Canada*, [en ligne], [www.acsa-caah.ca] (consulté le 12 mai 2008).

BABY, François, Johanne CHÉNÉ et Hélène DUGAS. *Les femmes dans les vidéoclips : sexisme et violence*, Québec, Conseil du statut de la femme, 1992, 50 p.

BOUCHARD, Pierrette, Natasha BOUCHARD et Isabelle BOILY. *La sexualisation précoce des filles*, Montréal, Éditions Sisyph, 2005, 80 p.

BUREAU DE SURVEILLANCE ET DE VIGIE DU MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX. *Portrait des infections transmissibles sexuellement et par le sang (ITSS) au Québec*, Québec, ministère de la Santé et des Services sociaux, 2007, 15 p.

CONSEIL DES MINISTRES DE L'ÉDUCATION. *Étude sur les jeunes, la santé sexuelle, le VIH et le SIDA au Canada : facteurs influant sur les connaissances, les attitudes et les comportements*, Toronto, le Conseil, 2003, 162 p.

CONSEIL DU STATUT DE LA FEMME. *Pour les Québécoises : égalité et indépendance*, Québec, le Conseil, 1978, 335 p. + annexes.

CONSEIL DU STATUT DE LA FEMME. *Vers un nouveau contrat social pour l'égalité entre les femmes et les hommes*, Québec, le Conseil, 2004, 174 p.

DUNNIGAN, Lise. *Pourquoi dénoncer la pornographie? Une reformulation du problème s'impose*, Québec, Conseil du statut de la femme, 1981, 5 p.

ESCOBAR-CHAVES, Liliane, Susan TORTOLERO, Christine MARKHAM, Barbara LOW, Patricia EITEL et Patricia THICKSTUN. "Impact of the media on adolescent sexual attitudes and behaviours", *Pediatrics*, vol. 116, n° 1, juillet 2005, p. 303-326.

GARRIGUET, Didier. « Relations sexuelles précoces », *Rapports sur la santé*, vol. 16, n° 3, Ottawa, Statistique Canada, catalogue n° 82-003-XIF, mai 2005, p. 11-21.

GROUPE DE TRAVAIL SUR LES JEUNES. *Que pensent les ados de l'égalité entre les gars et les filles? Rapport de consultation auprès des jeunes d'écoles secondaires*, Québec, Conseil du statut de la femme, 2007 (non publié).

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Enquête sociale et de santé 1998*, coll. La santé et le bien-être, Québec, Les Publications du Québec, 2000, 642 p.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois 1999*, coll. La santé et le bien-être, Québec, Les Publications du Québec, 2002, 519 p.

KUNKEL, Dale, Keren EYAL, Keli FINNERTY, Erica BIELY et Edward DONNERSTEIN. *Sex on TV 4 Executive summary 2005: A Kaiser Family Foundation Report*, [en ligne], Menlo Park, Kaiser Family Foundation, 2005, [www.kff.org] (consulté le 14 juin 2007).

LÉVY, Joseph. *Internet et les jeunes : des risques à la prévention*, présentation à l'intention du Conseil du statut de la femme, février 2006.

MINISTÈRE DE LA SÉCURITÉ PUBLIQUE. *Statistiques 2006 sur la criminalité commise dans un contexte conjugal au Québec*, Québec, le Ministère, 2007, 51 p.

MOULIN, Caroline. *Féminités adolescentes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2005, 231 p.

NATIONAL EATING DISORDERS ASSOCIATION. *Body Image*, [en ligne], [www.nationaleatingdisorders.org] (consulté le 26 janvier 2008).

NOËL-SÉGUIN, Rosalie. *Les pratiques culturelles des jeunes de 15 à 35 ans en 1999*, Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2000, 56 p.

RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS. *Jeunes Canadiens dans un monde branché — Phase II : sondage des élèves*, Montréal, le Réseau, 2005, 96 p.

RIOUX SOUCY, Louise-Maude. « Sexe à risque », *Le Devoir*, 16 avril 2005, p. A-6.

SHORTER, Edward. *Naissance de la famille moderne*, Paris, Éditions du Seuil, 1977, 379 p.

Le sexe dans les médias : obstacle aux rapports égalitaires **Résumé de l'avis du Conseil du statut de la femme**

Ce document est le résumé de l'avis intitulé
Le sexe dans les médias : obstacle aux rapports égalitaires.

Direction des communications : Nathalie Savard

Coordination : Josée Bernard

Rédaction : Nathalie Roy

Conception visuelle et mise en page : Guylaine Grenier

Révision linguistique : Pierre Sénéchal

La version intégrale de l'avis et ce résumé sont disponibles dans le site Internet
du Conseil au www.csf.gouv.qc.ca.

Toute demande de reproduction totale ou partielle doit être faite au Service de la gestion
des droits d'auteur du gouvernement du Québec à droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Éditeur

Conseil du statut de la femme
Direction des communications
800, place D'Youville, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 6E2
www.csf.gouv.qc.ca
publication@csf.gouv.qc.ca

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2008
ISBN : 978-2-550-53182-1 (Version imprimée)
ISBN : 978-2-550-53183-8 (Version électronique)



© Gouvernement du Québec

10 %

Conseil du statut
de la femme

Québec 