



Hypersexualisation des jeunes filles: *conséquences et pistes d'action*

Contexte et problématique

L'hypersexualisation, un phénomène social inquiétant

L'hypersexualisation des jeunes émerge d'un phénomène de société plus général. Ses mécanismes sont complexes et ses manifestations, multiples. L'habillement suggestif des fillettes, les jeux de séduction fortement sexualisés, la consommation de cyberpornographie et le clavardage de nature sexuelle en font partie. Bien que ces comportements existent chez les jeunes depuis quelques années, on commence à peine à en connaître l'ampleur et l'impact réel sur leur développement. L'érotisation croissante des adolescent(e)s et des enfants dans les médias, la banalisation des standards de beauté et du modèle relationnel provenant de la pornographie ainsi que l'augmentation de la tolérance sociale à l'égard de la sexualisation, ont favorisé l'apparition de ce phénomène.

Fait troublant, l'hypersexualisation des jeunes, surtout celle des filles, commence à un âge de plus en plus précoce. Le concept même de préadolescence a été forgé par certaines industries, comme celle de la mode, toujours soucieuses de trouver de nouvelles cibles de consommation. À travers les médias, elles diffusent leurs messages sur l'importance de l'apparence et de la séduction. Or les jeunes sont particulièrement perméables à l'influence des médias. Il y a fort à parier que dans les années à venir, cette pression du « look parfait » s'intensifiera et ce, spécialement sur les filles qui veulent être confortées dans leur besoin d'avoir l'air *cool* et *sexy*.

Mieux protéger nos enfants

Il existe des instruments internationaux de protection et d'assistance spéciales pour la jeunesse, négociés par les États membres des Nations Unies tels que la *Convention relative aux droits de l'enfant* et les protocoles facultatifs qui la renforcent (contre l'exploitation sexuelle et la participation à des conflits armés). En signant ces ententes internationales, un État comme le Canada accepte de respecter, de protéger, de défendre et de mettre en pratique les droits qui y sont énoncés, notamment en adoptant ou en modifiant la législation et les politiques nationales nécessaires.

La Convention reconnaît des droits fondamentaux aux moins de 18 ans : le droit à la survie; le droit de se développer dans toute la mesure du possible; le droit d'être protégé(e)s contre les influences nocives, les mauvais traitements et l'exploitation ainsi que celui de participer à part entière à la vie familiale, culturelle et sociale. Ces droits reposent sur des valeurs de dignité et de développement harmonieux de l'enfant. Ils devraient donc servir de point de référence et de source d'inspiration pour nos gouvernements dans l'élaboration de mesures pour contrer l'hypersexualisation des jeunes. Manque de volonté politique ou difficulté à faire respecter de tels principes? Il semble que, malgré les modèles juridiques internationaux, nos enfants ne soient toujours pas suffisamment protégé(e)s.

- Quelles sont les conséquences de l'hypersexualisation sur les filles ? Quels moyens peut-on mettre en œuvre pour les protéger?
- L'élaboration d'un code d'éthique de l'enfance, visant à encadrer les pratiques des industries qui profitent du phénomène d'hypersexualisation des jeunes, pourrait-elle constituer un élément de réponse à cette problématique?

Conférences

Conférence de Lilia Goldfarb, Y des femmes de Montréal-YWCA

Détentrice d'un diplôme de deuxième cycle en développement économique communautaire de l'Université Concordia depuis l'an 2000, Lilia Goldfarb est aujourd'hui candidate à la maîtrise au Programme spécial individualisé de l'École des études supérieures de la même université. Son sujet de recherche porte sur la sexualisation précoce des filles dans le contexte du capitalisme du XXI^e siècle.

L'omniprésence de l'érotisation dans toutes les sphères de l'espace public ne constitue-t-elle pas une violence systémique contre laquelle il faut se prémunir? Une violence symbolique par la transmission de stéréotypes du genre femme-objet et homme-dominateur; une violence sociale engendrée par la banalisation et la pornographisation de l'univers médiatique; une violence économique par la glorification de l'acte de consommer et la pression sur les plus jeunes; une violence politique entretenue par l'incapacité de l'État à protéger les enfants et les jeunes du capitalisme débridé.



Active depuis de nombreuses années dans le secteur sans but lucratif, Lilia Goldfarb travaille à titre de cheffe des services de leadership au Y des femmes de Montréal-YWCA. Elle agit également comme coordonnatrice du Projet de recherche sur la sexualisation précoce des jeunes filles. Ce projet de recherche-action, lancé en 2004, a déjà mené à la publication d'un outil pour les parents, *Sexualisation précoce : Guide d'accompagnement pour les parents de filles préadolescentes*, disponible sur le site Web du Y des femmes de Montréal. Un partenariat a aussi été établi, avec le Service d'aide aux collectivités de l'UQAM et les professeures Francine Duquet et Anne Quéniart, pour effectuer une recherche qualitative qui mènera à la création d'outils pédagogiques et de formations, destinés à ceux et celles qui œuvrent auprès des enfants et des ados.

L'hypersexualisation des fillettes ou le sort de Méduse

Dans le contexte de l'économie capitaliste du XXI^e siècle, l'hypersexualisation et la sexualisation précoce entraînent des conséquences troublantes dans l'univers vulnérable de la préadolescence comme l'érotisation de la violence et la banalisation de la sexualité. Ces phénomènes impliquent différents protagonistes comme les industries qui en tirent profit ou les médias qui véhiculent les modèles. À qui incombe la responsabilité? Et quels gestes peut-on poser pour soutenir les jeunes?

La Méduse et l'hypersexualisation

L'analogie de la Méduse

Dans la mythologie grecque, Méduse est une jeune mortelle dotée d'une grande beauté. Le dieu Poséidon s'en éprend et la séduit (la viole plutôt) dans un temple dédié à la déesse Athéna. Choquée, la déesse punit Méduse : elle transforme sa chevelure en serpents et donne à son regard le pouvoir de pétrifier tous ceux qui le croisent. Pourquoi faire l'analogie entre l'hypersexualisation et la Méduse? Méduse représente la jeune fille, la fillette d'aujourd'hui, « séduite » par des forces plus puissantes qu'elle, celles du marché, par exemple. Bien qu'elle ne détienne pas un réel pouvoir de résistance, c'est elle qui encoure les représailles. Son châtiment l'empêche d'entrer en contact avec l'Autre. De plus, Méduse finit par être complètement piégée. En effet, le héros Persée la décapite et utilise sa tête monstrueuse pour vaincre ses ennemis et donc, pour servir ses propres fins de pouvoir.

Hypersexualisation et sexualisation précoce : définitions

Au XXI^e siècle, l'économie marchande a engendré deux phénomènes sociaux particulièrement inquiétants : l'hypersexualisation et la sexualisation précoce. L'hypersexualisation se caractérise par la surenchère sexuelle, à la fois dans l'univers médiatique et dans les rapports entre les personnes. Quant à la sexualisation précoce, elle survient lorsque l'hypersexualisation affecte les enfants et les préadolescent(e)s, qui adoptent alors des comportements sexuels adultes avant d'avoir la maturité nécessaire pour faire face aux conséquences.

La présente conférence s'intéresse au cas des préados de 8 à 12 ans. Cet intervalle devrait d'ailleurs être revu à la baisse car on peut observer les mêmes manifestations dès 6 ou 7 ans! Cette précocité de plus en plus hâtive porte le nom de « compression de l'âge », de l'anglais *age compression* : les enfants adoptent des attitudes ou pratiquent des activités qui, auparavant, étaient l'apanage de l'adolescence. Les changements biologiques de la puberté sont devancés chez certaines filles. Les menstruations commencent un peu plus tôt et s'accompagnent d'une plus grande maturité cognitive. Cependant, l'âge de la maturité psychoaffective demeure inchangé.

L'économie capitaliste comme moteur de l'hypersexualisation

Quel est le lien entre l'hypersexualisation et l'économie capitaliste? Cette dernière repose sur un système institutionnel régi par l'argent pour la recherche du profit et l'accumulation de capital. Le pouvoir économique s'y concentre dans les mains des élites pour leur seul bénéfice. La logique capitaliste vise la production de biens au plus bas coût et leur vente à un prix élevé, pour un profit optimal. Ce type d'économie se base donc sur la consommation et se distingue aussi par la monétarisation des rapports sociaux (groupe défini par un style ou un mode de vie « achetable », magasiner pour donner un sens à sa vie, etc.). De plus, il s'agit d'un système réfractaire à la sensibilité et aux considérations éthiques.

La « mythologie » capitaliste du XXI^e siècle veut nous faire croire qu'il existe des postulats économiques, c'est-à-dire des principes indémontrables qui paraissent légitimes et incontestables. Deux de ces propositions prétendument incontournables concernent le phénomène d'hypersexualisation :

- 1) la possibilité et le besoin, dans un système capitaliste, d'une croissance économique illimitée;
- 2) le sexe (et toute chose sexuelle) est un argument de vente facile et rentable.

Cette économie marchande recherche sans cesse de nouvelles cibles de consommation qui se révèlent de plus en plus jeunes. Les préados constituent un marché de choix : ces jeunes forment la cohorte démographique la plus importante après les *baby boomers*. Leur pouvoir d'influence et d'achat est sans précédent car si les préados ne travaillent pas, ils disposent de l'argent et du pouvoir de leurs parents. Consommer, dans cette idéologie, donne un sens à la vie. Jeunes et adultes sont encouragé(e)s à acheter une panoplie de produits (au-delà de la satisfaction de leurs besoins) pour calmer leur crainte de ne pas être à la hauteur des modèles véhiculés. Cependant, dans un contexte de mondialisation, les jeunes filles de toutes origines, se retrouvent piégées dans la boucle des échanges capitalistes : d'une part, elles sont exploitées comme productrices bon marché des pays en voie de développement, et de l'autre, elles sont incitées à la consommation dans les pays industrialisés.

Les industries bénéficiaires de l'endoctrinement des filles

Plusieurs secteurs de l'industrie profitent directement ou indirectement de cette conjoncture. Parmi les industries qui tirent un avantage monétaire de la banalisation de la sexualité et des codes pornographiques, citons les médias comme la télévision, la musique, l'Internet, le cinéma et les magazines. On y retrouve aussi l'industrie de la mode et des produits de beauté ainsi que les spécialistes du marketing qui étudient les habitudes des jeunes. Sans oublier les réseaux prostitutionnels et pornographiques de l'industrie du sexe.

L'exemple des médias

Une étude étasunienne¹ révèle que les jeunes sont en interaction avec différents médias 38 heures par semaine, en moyenne. Ces filles et ces garçons voient environ 3 000 publicités par jour, 14 000 références télévisuelles à la sexualité par année, dont seulement 165 traitent de responsabilité sexuelle. En moyenne, entre 6 et 17 ans, un(e) enfant d'âge scolaire aura visionné 15 000 heures de télévision contre 12 000 passées à l'école!

Que regardent les jeunes à la télé et dans les médias en général? Des images qui parlent d'elles-mêmes et véhiculent à chaque instant des idéaux restreints de beauté et des rapports hommes/femmes stéréotypés: homme dominateur, femme sexy mais soumise. C'est ce modèle relationnel que relaient les médias. Ces derniers constituent de véritables reflets de la société de consommation. L'industrie de la musique et celle de la publicité diffusent abondamment des images de femmes-objets adultes, dénudées et sensuelles, ainsi que de jeunes femmes sous les traits de petites filles aguichantes. Le message ici est sans équivoque : « Viens me chercher ». On n'a qu'à penser aux clips de chanteuses pop comme Christina Aguilera ou Chakira : quelle image d'*empowerment* offrent-ils aux jeunes filles qui s'identifient à ces vedettes du *girl power*? Et les vidéos des rappeurs : quel rôle y trouve-t-on pour les femmes? Certaines publicités vont plus loin encore et utilisent l'image de corps de jeunes filles sans montrer leur tête, évoquant ainsi la Méduse décapitée.

Identité et violence : des enjeux de taille pour le bien-être des fillettes

L'identité des fillettes basée sur le paraître

Cet endoctrinement des préados par des messages sexualisés constamment répétés soulève des enjeux identitaires. Séduites par ces artifices omniprésents de la commercialisation, nos fillettes peuvent manquer de sens critique et d'emprise sur la situation. Leur formation identitaire se fonde ainsi sur l'apparence : ce que l'on a l'air importe beaucoup plus que ce que l'on est ou ce que l'on fait. Avec le retour aux vieux stéréotypes masculin et féminin, on assiste à un déplacement des intérêts intellectuels vers les projets reliés au corps. Le souci de l'image corporelle, la tenue vestimentaire et la volonté d'imiter le monde de la femme-objet adulte vendu par les médias, déclassent en importance, par exemple, la préoccupation pour les résultats scolaires.

Cette situation engendre non seulement un recul au niveau scolaire mais également toutes sortes de conséquences sur la santé physique, morale et psychologique des jeunes filles. Basée sur des discussions de groupes cibles, une étude très récente de la Fondation des femmes de la Californie (*Women's Foundation of California*) démontre que les filles sont habituées aux représentations médiatiques négatives des femmes et désensibilisées à leur impact². Dès un très jeune âge, elles considèrent qu'il est normal d'être une femme-objet et que

¹ *Kids & the Media @ The New Millenium*, A Kaiser Family Foundation Report, novembre 1999. <http://www.kff.org/entmedia/1535-index.cfm>

² Cette enquête est décrite dans Sandra Kobrin (29 octobre 2006), « Teens Call Hyper-Sexualized Media Images 'Normal' », in *Women's eNews*. <http://www.womensenews.org/article.cfm/dyn/aid/2940/context/cover/>

susciter l'excitation par des comportements lascifs fait partie des attitudes qu'elles doivent adopter.

Lors des interventions du Y des femmes auprès des filles dans les écoles et les centres communautaires, on a pu observer le même genre d'auto-perception en tant que femme-objet. Elles s'interrogent sur comment s'y prendre plutôt que sur l'opportunité d'adopter de tels comportements. Toute une panoplie de problèmes découlent de cette situation : troubles de l'alimentation, ITS (infections transmises sexuellement), consommation de cigarettes, de drogues ou d'alcool, exploitation sexuelle, violence sous différentes formes, etc. Comme le disent si bien Marzano et Rozier dans leur ouvrage sur les nouveaux imaginaires sexuels des ados : « C'est comme s'il y avait en eux une sorte de clivage entre l'affectif et le sexuel³. »

Médias, sexualisation précoce et violence : des liens évidents

Dans le même ordre d'idées, de nombreuses études réalisées pour l'Académie américaine de pédiatrie (*American Academy of Pediatrics*) démontrent de façon claire l'impact des médias sur les jeunes⁴. Cette influence se traduit par l'agressivité, la consommation de drogues et d'alcool, les mauvaises habitudes alimentaires, l'obésité infantile, une image corporelle négative, de piètres performances scolaires et une sexualisation précoce. En effet, les contenus sexuels encouragent ce type de sexualisation. Cette précocité est proportionnellement liée au nombre de grossesses involontaires et au taux d'ITS. De plus, les recherches associent l'initiation sexuelle avant l'âge de 13 ans au recours à la violence interpersonnelle et à l'utilisation d'armes ainsi qu'à l'expérimentation de l'alcool et de la cigarette. On a aussi établi une corrélation entre la précocité sexuelle des filles et l'usage de coercition lors des premières relations sexuelles : plus l'âge est bas, plus la coercition est fréquente.

Au-delà des enjeux épidémiologiques, alors qu'elles forgent leur identité, nos jeunes filles ne risquent-elles pas, comme Méduse, d'être punies et de devenir piégées dans leur capacité d'établir des liens interpersonnels sains et réels ?

Marketing et pornographie : une association qui rapporte gros

Plusieurs études démontrent aussi que l'éducation sexuelle d'aujourd'hui se fait par l'intermédiaire de la pornographie, devenue très facilement accessible.



L'hypersexualisation des jeunes filles va de pair avec la pornographisation des codes sociaux. La pornographie modélise les conduites sexuelles, et au-delà du sexe, les comportements des femmes et des hommes. Elle fait la promotion de certaines pratiques sexuelles et donne à voir ce qui serait l'essence même du féminin et du masculin⁵.



3 Michela Marzano et Claude Rozier. 2005. *Alice au pays du porno*. Éditions Ramsay : Paris, p. 190.

4 Par exemple: Liliana Escobar-Chaves et al. 2005. « Impact of the Media on Adolescent Sexual Attitudes and Behaviors », *Pediatrics*, vol. 116, n° 1, juillet, p. 303-326; Committee on Public Education. 2001. « Children, Adolescents, and Television », *Pediatrics*, vol. 107, n° 2, février, p. 423-426.

5 Richard Poulin et Amélie Laprade, *Hypersexualisation, érotisation et pornographie chez les jeunes*. Sisyph.org, 7 mars 2006. [En ligne] http://sisyphe.org/article.php3?id_article=2268

De plus, l'industrie pornographique bénéficie du soutien des stratégies de marketing auprès des jeunes. En 2006, par exemple, les Jeans Lee ont lancé en Australie une campagne publicitaire très controversée. Les publicités montraient une adolescente, dénudée et séductrice, qui adoptait des poses très suggestives. Les données à l'échelle mondiale sur la pornographie sont d'ailleurs très éloquentes⁶.

- 63,5 milliards de dollars canadiens par année;
- revenu supérieur à celui combiné de toutes les franchises sportives professionnelles étasuniennes (football, baseball et basket-ball);
- 3,3 milliards de dollars canadiens par année pour la pornographie infantile (*kiddy porn* ou *chicken porn*);
- les 12-17 ans sont les plus grand public consommateur de pornographie;
- 25 % des requêtes aux moteurs de recherche dans Internet;
- 116 000 requêtes par jour;
- 80 % des 8-16 ans sont déjà tombé(e)s sur un site pornographique;
- 89 % de la sollicitation sexuelle envers les jeunes se fait dans les *chat rooms*.

Hypersexualisation et sexualisation précoce : une responsabilité collective

À qui doit-on imputer la responsabilité de ces deux phénomènes sociaux? Nous sommes toutes et tous responsables : jeunes, parents, écoles, publicitaires, industries et autorités publiques. En fait, si on ne fait pas partie de la solution, on fait partie du problème.

L'omniprésence de l'érotisation dans toutes les sphères de l'espace public ne constitue-t-elle pas une violence systémique contre laquelle il faut se prémunir?

- une **violence symbolique** par la transmission de stéréotypes du genre femme-objet et homme-dominateur;
- une **violence sociale** engendrée par la banalisation et la pornographisation de l'univers médiatique;
- une **violence économique** par la glorification de l'acte de consommer et la pression sur les plus jeunes;
- une **violence politique** entretenue par l'inhabilité de l'État à protéger les enfants et les jeunes du capitalisme débridé.

⁶ « Pornography Statistics ». *Family Safe Media*. http://familysafemedia.com/pornography_statistics.html



Le poète [du XIX^e siècle] Percy Bysshe Shelley a écrit que, dans la rapacité créée par la révolution industrielle, les gens abandonnent d'abord leur esprit ou leur capacité à raisonner, puis leur cœur ou leur capacité d'empathie, jusqu'à ce qu'il ne reste de l'équipement humain originel que leurs sens ou leurs demandes de satisfactions égoïstes. À ce stade, les humains entrent dans la catégorie de produits de consommation et de consommateurs du marché – un élément de plus dans le paysage commercial. Sans cœur et sans esprit, ils sont instrumentalisés à acheter tout ce qui calme leurs sens exigeants et apeurés - des mensonges officiels, des guerres immorales, des poupées Barbie et des enseignements en faillite⁷.



Quelles sont les pistes de solution? Il faut croire à la résilience des filles et à leur capacité de résister aux pressions. Les aider à améliorer leur estime et leur connaissance d'elles-mêmes. Les écouter et les aider à mettre en contexte leurs expériences. Les outiller pour développer un sens critique envers la culture médiatique. Éviter de les victimiser. Leur offrir notre soutien pour leurs propres projets de résistance ainsi que des espaces d'échange. Enfin, il faut surtout mettre en place, collectivement, des moyens pour les protéger lorsque cela s'avère nécessaire.

⁷ Luciana Bohne. 2003. « L'apprentissage de l'imbécillité dans la culture de l'argent », in *Pax Humana*, août 2003. http://paxhumana.info/article.php3?id_article=371

Conférence de Francine Duquet, Université du Québec à Montréal

Professeure au Département de sexologie de l'UQÀM, Francine Duquet se spécialise dans l'éducation à la sexualité des enfants et des adolescent(e)s ainsi que dans la formation d'intervenant(e)s. Elle s'intéresse à diverses problématiques concernant la sexualité de l'enfance et de l'adolescence : éveil amoureux et sexuel, image corporelle, représentation de la performance dans la séduction, relations amoureuses et sexuelles, prévention de l'exploitation sexuelle, sexisme et banalisation de la sexualité dans les médias et impact auprès des jeunes, hypersexualisation et sexualisation précoce.

En 2003, Francine Duquet a conçu pour le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MÉLS) et le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec, un document intitulé *L'éducation à la sexualité dans le contexte de la réforme de l'éducation - Outils pour l'intégration de l'éducation à la sexualité dans la réforme de l'éducation*. De 2004 à 2007, elle a donné des formations dans toutes les directions régionales du MÉLS sur l'implantation de cette nouvelle démarche d'éducation à la sexualité. Elle réalise présentement une recherche portant sur l'hypersexualisation des jeunes en collaboration avec la sociologue Anne Quéniart (UQÀM), en partenariat avec le Y des femmes de Montréal-YWCA, le MÉLS et le Forum Jeunesse Montréal.



L'hypersexualisation des jeunes

Francine Duquet n'a pas fourni le contenu de sa conférence et n'a pas permis que la transcription de sa conférence soit utilisée. Nous sommes donc dans l'impossibilité de publier un texte à son nom.

Conférence de Daniel Coulombe, Collège Mont Notre-Dame de Sherbrooke

Daniel Coulombe enseigne au Collège Mont Notre-Dame de Sherbrooke, un collège d'éducation internationale privé pour jeunes filles. Chroniqueur, auteur de nombreux articles, de cahiers d'activités et d'outils pédagogiques dans le domaine du développement personnel, il s'efforce de valoriser l'esprit critique et rationnel chez les adolescent(e)s. Daniel Coulombe a publié en 2003, chez Fides, *Le fantastique religieux et l'adolescence*, un ouvrage visant à dédramatiser l'univers fantastique des ados au profit des adultes. Il a collaboré à l'élaboration du cadre de référence sur l'évaluation des apprentissages au secondaire. Il a également siégé sur le comité élargi du programme d'Éthique et culture religieuse au 1^{er} cycle du secondaire. Ces dernières années, son champ d'intérêt s'est porté sur l'imaginaire amoureux des adolescentes.

Dans le contexte d'une gestion de changement face à la santé et à la sexualité, les institutions scolaires ne doivent plus se contenter d'informer. On est en effet surchargé d'informations. Il s'avère aujourd'hui primordial de passer à l'action. Ne pas acheter une revue qui exploite le corps de la femme est une chose, mais contester avec 1 000 personnes une publicité dégradante en est une autre. La mobilisation est un art que les individus devront apprendre à développer.



Les institutions scolaires face à l'hypersexualisation des filles

Dans la foulée de la réforme de l'éducation entrée en vigueur au Québec en 2005, le cours de Formation personnelle et sociale a été retiré des programmes du primaire et du secondaire. Or, ce cours comprenait un volet d'éducation à la sexualité. Bien que le nouveau programme d'Éthique et culture religieuse fasse une place à l'exploration de cette thématique, cette matière devra désormais être intégrée aux autres disciplines. Ainsi, l'éducation sexuelle deviendra la responsabilité de tout le personnel enseignant : les notions pourront être transmises lors d'une activité d'éducation physique ou encore d'un débat en français. C'est dans ce nouveau contexte que les institutions scolaires devront faire face à la question de l'hypersexualisation.

L'hypersexualisation et l'école : les ressources du milieu

L'hypersexualisation est un phénomène social à la croisée d'autres problématiques : santé mentale, relations sexuelles précoces, saine alimentation, violence, etc. Les institutions d'enseignement doivent bien comprendre la situation mais surtout acquérir une connaissance précise de leur milieu afin d'obtenir une plus grande efficacité dans l'atteinte de leurs objectifs et des changements souhaités. Il ne suffit pas de s'appuyer sur des statistiques officielles ou sur une représentation générale de l'adolescence, sans fondement dans la collectivité. Par exemple, une annonce au fait que les cas de chlamydia ont doublé à Rouyn-Noranda, en Abitibi, sur une période donnée, peut sembler alarmante mais peut aussi faire sourire lorsque l'on sait que le nombre de filles touchées est passé de deux à quatre. Il ne s'agit pas de banaliser la situation mais plutôt de la remettre en perspective par une observation rigoureuse du milieu afin de mieux connaître la clientèle étudiante.

Le milieu scolaire : les composantes à observer

Les individus	<ul style="list-style-type: none"> - les élèves - le personnel enseignant - la direction - les intervenant(e)s - les parents
Les outils	<ul style="list-style-type: none"> - les cours réguliers - les ouvrages à la bibliothèque (guides, programmes, etc.) - les projets scolaires et parascolaires : présentation de vêtements éthiques, analyse de vidéo-clips, communication sur la saine alimentation, etc.
Les savoir-faire	<ul style="list-style-type: none"> - amener les élèves à développer leur esprit critique - amener les élèves à développer leur estime de soi - amener les élèves à adopter de saines habitudes de vie - développer l'exercice de mobilisation des individus pour mener des actions efficaces
Le contexte extérieur	<ul style="list-style-type: none"> - la société (leaders, organismes, mœurs, pratiques sexuelles, etc.) - les autorités publiques (volonté de changement, lois, règlements, etc.)

L'hypersexualisation et l'école : de l'information à la mobilisation

Dans le contexte d'une gestion de changement face à la santé et à la sexualité, les institutions scolaires ne doivent plus se contenter d'informer. On est en effet surchargé d'informations : conférences, programmes, journaux, Internet, etc. Il s'avère aujourd'hui primordial de passer à l'action : action de l'élève, mais également action sociale pour une mobilisation. Les outils doivent être diversifiés et toucher différentes facettes de l'éducation à la sexualité : santé, hypersexualisation, mode, etc.

Les nouveaux outils devront passer le test de la pertinence et de l'efficacité, c'est-à-dire du rendement par rapport aux moyens investis. En effet, à quoi sert de donner un cours sur l'éducation sexuelle si personne ne l'écoute? À quoi sert de critiquer la mode, de s'époumoner et de faire un petit débat en classe sur le port du « t-shirt bedaine » en plein hiver si l'on n'offre pas aux jeunes des alternatives. Au Collège Mont Notre-Dame de Sherbrooke, par exemple, on tente d'organiser une présentation de vêtements artistiques et éthiques pour créer une alternative aux produits proposés par l'industrie de la mode. On espère ainsi amener les élèves à accroître leur confiance en soi tout en développant leur sens éthique et leur créativité, au détriment du mimétisme.

De tels moyens exigent un effort de volonté d'agir de la part du personnel enseignant et de la direction. Ce n'est pas banal car il s'agit d'un véritable changement de culture institutionnelle. L'école, chaque école, aura un rôle essentiel à jouer en transmettant les savoir-faire et en incitant les gens à se prendre en main pour passer à l'action et se mobiliser. Ne pas acheter une revue qui exploite le corps de la femme est une chose, mais contester avec 1 000 personnes une publicité dégradante en est une autre. La mobilisation est un art que les individus devront apprendre à développer.

Hypersexualisation et estime de soi : passer à l'action avec l'appui du gouvernement

Lutter contre l'hypersexualisation exige d'aider les adolescentes à acquérir une meilleure estime de soi. Il ne faut pas prendre cette tâche pour acquise. Depuis quatre ou cinq ans, au Collège Mont Notre-Dame de Sherbrooke, différents projets de sensibilisation sur l'image de la femme et l'estime de soi ont été mis sur pied. Cependant, en 2005, une diététiste invitée au Collège a réalisé un sondage auprès des étudiantes : 55 % des jeunes filles n'appréciaient pas leur corps en secondaire 1 et jusqu'à 75 %, en secondaire 5! Imaginez les chiffres si l'on ne travaillait pas à la sensibilisation! C'est pourquoi l'action et la mobilisation demeurent essentielles. Malheureusement, il n'y a pas de recette. Chaque institution d'enseignement doit être en mesure de se situer dans cette problématique. Elle devra analyser son milieu, y trouver les personnes ressources qui vont intervenir et établir des partenariats afin d'agir efficacement.

À l'avenir, les institutions scolaires devront être engagées, proactives. Elles devront apporter des solutions concrètes et offrir des alternatives aux besoins des adolescent(e)s. Cependant, la société

devra aussi faire son travail. Ainsi, des lois devront venir contrer l'exploitation du corps de la femme dans les médias. On n'a qu'à penser à l'exemple du tabac. Il y a eu des études sur le cancer et toutes sortes d'initiatives comme « la Gang allumée, pour une vie sans fumée », mais si la législation a été adoptée, c'est parce qu'il y a eu un ras-le-bol collectif et une volonté gouvernementale de s'attaquer à ce problème de santé publique.

Conférence de Ginette Plamondon, Conseil du statut de la femme, Québec

Ginette Plamondon détient une formation en relations industrielles et en travail social. Elle est active dans le milieu de la condition féminine depuis 15 ans, tant au Secrétariat à la condition féminine qu'au Conseil du statut de la femme du Québec (CSF). Aujourd'hui, elle travaille à titre d'agente de recherche à la Direction de la recherche et de l'analyse, et de responsable de la recherche «Avis sur l'hypersexualisation», au CSF. Ses champs d'intérêt sont la grossesse à l'adolescence, la sexualité des jeunes, les stéréotypes sexuels et sexistes, le marché du travail, l'équité salariale, la prostitution et la traite des êtres humains ainsi que le système de santé.

Pourquoi observe-t-on une sexualité plus précoce chez telle ou tel jeune?

Pourquoi certaines jeunes filles se sentent-elles contraintes d'adopter des pratiques sexuelles qu'elles ne souhaitent pas? Pourquoi portent-elles des vêtements semblables à ceux portés par des stars de la pornographie?

Ou encore pourquoi des parents ne savent-ils plus quels repères et quelles limites tracer pour leurs enfants en matière de comportements sexuels?

Une analyse orientée vers la sexualisation de l'espace public semble à même d'apporter des éléments de réponse à ces questions.



De l'hypersexualisation des filles à la sexualisation de l'espace public

Le Conseil du statut de la femme du Québec (CSF) a entrepris une réflexion sur la question de l'hypersexualisation. Cependant, le CSF a dû ralentir ses travaux dans ce dossier pour diverses raisons. Les conclusions présentées ici ne sont donc pas définitives : elles pourront changer à mesure que notre recherche se poursuivra.

Pour amorcer nos travaux et tout au long de notre réflexion, nous avons été guidées par deux grands postulats. D'une part, de nos jours, l'égalité entre les femmes et les hommes est une valeur socialement reconnue et acceptée au Québec. D'autre part, les modèles sexuels véhiculés dans l'espace public peuvent avoir un impact sur les comportements sexuels et sociaux. Par souci de rigueur scientifique, le CSF a d'abord tenté de dresser un état de situation des comportements sexuels des jeunes à partir des données statistiques disponibles. Nous aborderons ensuite le phénomène même d'hypersexualisation, le rôle des médias dans son émergence ainsi que le modèle de sexualité que ces derniers véhiculent. Enfin, nous livrerons quelques pistes d'action.

Les comportements sexuels des jeunes : un état de situation

Il est impossible d'obtenir une image claire et précise des comportements actuels. Les données datent déjà de quelques années et mesurent une réalité qui les précède d'un ou deux ans. Les statistiques ne permettent pas de quantifier les tendances les plus récentes. De plus, les données sont souvent canadiennes. Or, en matière de comportements sexuels, il est reconnu que les jeunes du Québec diffèrent de celles et ceux du Canada.

Il existe néanmoins quelques données significatives. Les jeunes adolescentes et adolescents débutent leur vie sexuelle active entre 14 et 17 ans¹. Au Québec, l'âge d'entrée dans la vie sexuelle serait de 14,6 ans, pour les filles, et de 14,5 ans, pour les garçons. Au Canada, le tiers des jeunes âgé(e)s entre 14 et 17 ans disent mener une vie sexuelle active². Fait intéressant, les proportions de jeunes qui ont déjà eu des relations sexuelles sont demeurées relativement stables entre 1989 et 2002. Pour certaines tranches d'âges, elles ont même diminué. Ainsi, en secondaire 3, les proportions passent de 31 % en 1989, à 23 % en 2002, pour les garçons, et de 21 % en 1989, à 19 % en 2002, pour les filles. De telles données viennent ainsi contredire les conclusions des spécialistes de l'hypersexualisation...

Les statistiques livrent aussi des informations sur la question de l'estime de soi. C'est un élément clé car il influence de façon différente les comportements sexuels des filles et des garçons³. Les filles sont plus susceptibles de s'adonner à une sexualité active lorsque leur estime de soi est faible, alors que les garçons ayant une faible estime de soi sont moins susceptibles d'adopter une sexualité active. Autre donnée cruciale : les filles rapportent, en plus grand nombre que les garçons, avoir eu des rapports sexuels qu'elles ne voulaient pas⁴. En effet,

1 Institut de la statistique du Québec. 2002. *Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois, 1999*. Les Publications du Québec : Québec. Collection « La santé et le bien-être. »

2 Association canadienne pour la santé des adolescents. 2006. *Le comportement sexuel et le manque d'information menacent la santé des adolescents du Canada* [En ligne]. <http://www.acsa-caah.ca/fran/pdf/misc/recherche.pdf>

3 Didier Garriguet. 2005. *Relations sexuelles précoces, Rapports sur la santé*. Statistiques Canada, vol. 16, n° 3, mai.

4 Conseil des ministres de l'éducation. 2003. *Étude sur les jeunes, la santé sexuelle, le VIH et le SIDA au Canada. Facteurs influant sur les connaissances, les attitudes et les comportements*. Conseil des ministres de l'éducation : Toronto. [En ligne] http://www.cmec.ca/publications/aids/CYSHHAS_2002_FR.pdf

11 % des filles de 5^e secondaire, contre 6 % des garçons, déclarent avoir eu des rapports sexuels qu'elles ne souhaitent pas.

La sexualisation de l'espace public : une notion utile

Plusieurs pays de l'Europe du Nord comme la Suède, la Norvège et le Danemark, utilisent la notion de sexualisation de l'espace public pour parler d'hypersexualisation. Comment la définit-on? La sexualisation consiste à donner un caractère sexuel à un produit ou à un comportement qui n'en possède pas en soi; l'espace public réfère à tout ce qui n'est pas du ressort de la sphère domestique, de l'espace privé.

Pourquoi faire appel à cette conception de l'hypersexualisation? La notion d'espace public permet d'attirer l'attention sur les motifs à l'origine des changements de comportements et d'attitudes face à la sexualité. Nous nous sommes demandé pourquoi observe-t-on une sexualité plus précoce chez telle ou tel jeune? Pourquoi certaines jeunes filles se sentent-elles contraintes d'adopter des pratiques sexuelles qu'elles ne souhaitent pas? Pourquoi portent-elles des vêtements semblables à ceux portés par des stars de la pornographie? Ou encore pourquoi des parents ne savent-ils plus quels repères et quelles limites tracer pour leurs enfants en matière de comportements sexuels? Une analyse orientée vers la sexualisation de l'espace public semble à même d'apporter des éléments de réponse à ces questions. Bien sûr, l'espace public ne constitue pas le seul facteur qui doit être pris en considération car les individus subissent l'influence de plusieurs agents de socialisation (famille, école, ami(e)s, etc.). Toutefois, nous croyons que l'espace public et surtout les médias qui y sont présents jouent un rôle de socialisation sexuelle majeure.

Le concept de sexualisation de l'espace public permet également d'élargir la réflexion à toutes les personnes concernées. Pour le CSF, l'hypersexualisation ne concerne pas que les filles et les fillettes. Les mères et les grands-mères qui offrent des *g-strings* à leurs filles ou leurs petites-filles sont aussi touchées par le phénomène. De plus, les garçons, les jeunes hommes et les hommes sont également parties prenantes de cette nouvelle réalité sexuelle à la fois comme sujets et comme objets. Ils participent à définir une norme sexuelle axée sur la performance mais ils en paient eux-mêmes le prix : ils consomment de la cyberpornographie en grande quantité, mais en viennent à éprouver des difficultés à vivre des relations sexuelles satisfaisantes sans y avoir recours⁵.

La sexualisation de l'espace public : le rôle des médias et des technologies de communication

À l'heure où le milieu scolaire et les parents semblent éprouver des difficultés à jouer leur rôle en matière d'éducation sexuelle, les médias et les technologies de l'information constituent les principaux agents de socialisation sexuelle actifs dans l'espace public. De plus, la théorie de l'apprentissage social⁶ nous apprend que les comportements sont largement acquis, soit par

5 Jocelyne Robert. 2005. *Le sexe en mal d'amour : de la révolution sexuelle à la régression érotique*. Éditions de l'Homme : Montréal.

6 A. Bandura. 1986. *Social Foundations of Thought and Action : a Social Cognitive Theory*. Prentice Hall : Englewood Cliffs, NJ.

l'expérience directe ou indirecte, soit par l'observation de modèles tels que ceux présentés par le biais des moyens de communication de masse.

La télévision et Internet

En effet, les médias sont omniprésents dans la vie des jeunes. Aux États-Unis, un(e) jeune consacre en moyenne 6 à 7 heures par jour à l'utilisation des médias : 3 heures de télévision, 2 heures de musique, 1 heure de films et de vidéo-clips ainsi que 45 minutes de lecture⁷. La maison typique d'une adolescente ou d'un adolescent compte trois téléviseurs, trois postes de radio, trois lecteurs CD, deux magnétoscopes, une console de jeux vidéo et un ordinateur (Ladin L'Engle, 2006). De plus, les contenus sexuels occupent une place de choix dans les médias. En 2005, 70% des émissions de télévision en comportaient. Cette proportion augmentait même aux heures de grande écoute pour passer à 77%. Parmi les programmes destinés à l'adolescence et présentant du contenu sexuel, on dénombrait 6,7 scènes sexuelles à l'heure⁸.

Bien que la télévision demeure le média de prédilection des jeunes, l'Internet les rejoint aussi massivement. Or, 70% des contenus concernent le sexe ou sont liés au sexe. L'Internet compte 260 millions de pages pornographiques. Le quart des requêtes en ligne concerne des sites de pornographie.⁹

Les magazines et la publicité

Les magazines, surtout ceux destinés aux jeunes filles, font aussi une large place à la sexualité. Il suffit de rappeler le cas de la revue *Adorable* qui, en 2002, publiait son *Guide 100% sexe : 99 trucs coquins pour amener votre mec au 7^e ciel* où étaient prodigués des conseils aux jeunes filles pour leur permettre de mieux satisfaire sexuellement les garçons. De la même façon, la publicité utilise encore et toujours sinon la sexualité, du moins le corps des femmes en tant qu'objet sexuel pour vendre n'importe quel produit n'ayant aucun lien avec la sexualité. En 2006, on se rappellera la publicité de Loto-Québec destinée au marché américain pour mousser l'attrait du casino de Montréal. Ces annonces servaient en appât aux jeunes adultes de Boston des filles pulpeuses et agaçantes au décolleté plongeant...

La musique et les vidéoclips

Quant aux vidéoclips, le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec (MÉLS) a produit un document où il conclut qu'on y présente une sexualité de l'image mettant l'accent sur l'apparence et la performance¹⁰. Cette situation a pour effet de banaliser la sexualité et de la ramener au rang de produit de consommation. Plus inquiétant encore, on y associe souvent sexualité et violence : l'agression sexuelle et la violence y sont présentées comme des manifestations de la passion amoureuse. Côté musique, citons, entre autres, le groupe québécois de hip-hop *Black Taboo* qui interprète des chansons aux propos non seulement sexuels mais violents à l'égard des femmes.

7 Kelly Ladin L'Engle, Jane Brown et Kristin Kenneavy. 2006. « The Mass Media Are an Important Context for Adolescents Sexual Behaviour », *Journal of Adolescent Health*, n° 38, p. 186-192. [En ligne]. <http://www.unc.edu/depts/jomc/teenmedia/pdf/JAH.pdf>

8 Kaiser Family Foundation. 2005. *Sex on TV4 Executive Summary: A Kaiser Family Foundation Report* [En ligne]. <http://www.kff.org/entmedia/7399.cfm>

9 Richard Poulin et Amélie Laprade. 2006. *Hypersexualisation, érotisation et pornographie chez les jeunes*. [En ligne] http://sisyphe.org/article.php3?id_article=2268

10 François Baby, Johanne Chéné et Hélène Dugas. 1992. *Les femmes dans les vidéoclips : sexisme et violence*. Publications du Québec : Québec. 50 p.

En fait, les jeunes ne sont pas dupes et perçoivent cette omniprésence de la sexualité dans les médias qui les entourent. Les jeunes filles et garçons interrogé(e)s par la *Gazette des femmes*, pour son numéro spécial *Gazette des filles*, l'ont confirmé : « Tout est sexuel partout, impossible de passer 20 minutes sans que ça revienne sur le sujet¹¹. »

La sexualisation de l'espace public : quel modèle de sexualité?

Les études confirment que l'exposition à des émissions à contenu sexuel influence le moment du début de l'activité sexuelle¹². Aussi, compte tenu de l'omniprésence et de l'impact de la sexualité dans l'espace public, nous nous préoccupons du type de sexualité véhiculé par les médias : quel modèle normatif de sexualité y est-il présenté?

Les normes sexuelles présentées par les médias s'inspirent des stéréotypes véhiculés par la pornographie : exhibitionnisme, voyeurisme, sodomie, fellation, cunnilingus, partenaires multiples. Ce modèle impose aux filles comme aux garçons, aux femmes comme aux hommes, une sexualité technique, mécanique, axée sur la performance sexuelle. En fait, le type de sexualité proposé consiste à « jouir sans désir¹³ », c'est-à-dire une sexualité strictement physique où l'affectif n'a plus de place.

De surcroît, des recherches américaines ont étudié l'impact de la télévision sur les attitudes et les croyances des jeunes à l'égard de la sexualité. La conclusion est sans équivoque : plus les jeunes consomment des émissions de télévision, plus elles et ils ont tendance à adhérer aux stéréotypes sexuels féminins et masculins. Un nombre de plus en plus important de ces jeunes croit que les hommes doivent contrôler les relations sexuelles et que les femmes sont des objets sexuels¹⁴.

La sexualisation de l'espace public : préoccupations et pistes d'action

Il est devenu urgent de se préoccuper du type de sexualité présenté dans les médias. Ainsi, on peut légitimement se demander quelle place est faite à la sexualité responsable? Quelles émissions de télévision, quels films, quels magazines rappellent l'importance d'une sexualité sécuritaire? Qu'en est-il du respect : le respect de soi et celui de l'autre? Où trouver un modèle de sexualité égalitaire pour les jeunes qui n'exclut pas l'affection, ni la tendresse? Comment amener les jeunes à se distancer des stéréotypes imposés par un modèle sexuel de domination? Et surtout, quel type d'adultes, de partenaires intimes deviendront ces jeunes surexposé(e)s aux médias et aux modèles sexuels inspirés par la pornographie?

Parmi des pistes d'action préliminaires souhaitables, nous suggérons de mener les enquêtes nécessaires pour tracer un portrait fidèle et actuel de la réalité des comportements sexuels des jeunes filles et garçons du Québec. De plus, il faudrait tout mettre en œuvre pour développer

11 Danielle Stanton. 2006. « Sexe, vérités et vidéos », *Gazette des femmes*, vol. 28, n° 2, sept-oct.

12 Rebecca Collins et al. 2003. « Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior », *Pediatrics*, vol. 114, n° 3, septembre, p. 280-289. [En ligne]. <http://pediatrics.aappublications.org/cgi/content/full/114/3/e280>

13 Michela Marzano. 2006. *Malaise dans la sexualité : le piège de la pornographie*. J.C. Lattès : Paris.

14 Monique Ward. 2002. « Does Television Exposure Affect Emerging Adults' Attitudes and Assumptions About Sexual Relationships? Correlational and Experimental Confirmation », *Journal of Youth and Adolescence*, vol. 31, n° 1, p. 1-15.

l'esprit critique face à la sexualité, notamment chez les jeunes filles et garçons. Comment y parvenir? En développant un enseignement sur les médias qui permettrait de mieux comprendre leur fonctionnement, les enjeux et les intérêts en cause. Il conviendrait aussi d'utiliser les médias pour proposer des modèles égalitaires.

La sexualisation de l'espace public : en guise de conclusion

Quels sont les impacts d'une telle sexualisation de l'espace public sur l'égalité de fait entre les femmes et les hommes? Comment l'égalité entre les femmes et les hommes pourra-t-elle s'actualiser dans un tel contexte? Pour le CSF, la réalisation de l'égalité entre les femmes et les hommes suppose la fin de la hiérarchisation des rapports sociaux de sexe et s'appuie sur le principe d'une égalité de droits et de traitement pour les femmes et les hommes. Et la réflexion sur la sexualisation de l'espace public doit être guidée par cet objectif.

Consultation pré-colloque et synthèse d'ateliers

Avant la tenue du colloque, les personnes inscrites ont reçu un cahier de participation afin de leur permettre, d'une part, de consulter les membres de leur organisation et, d'autre part, de participer activement aux discussions lors des ateliers et des plénières. Pour chaque panel, une feuille « Votre point de vue » sollicitait les préoccupations du milieu et présentait les questions à débattre.

Le panel sur l'hypersexualisation des jeunes filles a été suivi de cinq ateliers portant sur l'opportunité d'élaborer un code d'éthique à l'enfance pour répondre à cette problématique. À cette occasion, les participantes et les participants ont été invité(e)s à discuter des questions soulevées lors de la consultation pré-colloque. Vous trouverez ici les préoccupations et les suggestions extraites de cette consultation ainsi que les opinions complémentaires exprimées lors des ateliers.

Hypersexualisation des jeunes filles : conséquences et pistes d'action

Questions soumises à la consultation et au débat :

- ➔ Quelles sont les principales préoccupations de votre organisation ou de votre milieu d'intervention concernant cet enjeu?
- ➔ Croyez-vous que l'élaboration d'un code d'éthique de l'enfance visant à encadrer les pratiques des industries à qui profite le phénomène de l'hypersexualisation des jeunes, pourrait constituer un élément de réponse à cette problématique? Si oui, que souhaiteriez-vous y retrouver?
- ➔ Si non, quel serait le moyen à privilégier pour contrer cette situation?

45 feuilles « Votre point de vue » complétées avant la tenue du colloque

139 organismes représentés au Colloque

171 participant(e)s aux cinq ateliers

Les préoccupations

L'impact de l'hypersexualisation sur les jeunes

La plupart des préoccupations exprimées porte sur l'impact de l'hypersexualisation sur différents aspects de la vie des jeunes, et des jeunes filles en particulier : identité, relations filles/garçons, sexualité, santé mentale et physique, consommation, Internet, etc. Plusieurs insistent sur les effets de l'hypersexualisation sur les rapports filles/garçons. Celle-ci favoriserait les relations superficielles, dépourvues d'émotion et empreintes d'incompréhension. L'hypersexualisation entraînerait également l'adoption de pratiques sexuelles déshumanisantes et de comportements de dépendance affective.

On s'inquiète aussi de la pression sociale exercée par l'industrie, notamment celles de la mode et de la publicité, pour imposer à une clientèle de plus en plus jeune un modèle unique, construit sur l'apparence et la séduction. L'impact paraît d'autant plus important que les jeunes manquent de maturité affective et de discernement pour faire les bons choix. Ce modèle, sexualisé à outrance et « glorifié » par les pairs, entraîne l'exclusion de toutes celles qui ne peuvent s'y conformer ainsi qu'un cortège de conséquences néfastes liées à une piètre estime de soi.

De plus, l'hypersexualisation ouvre la porte aux relations sexuelles non protégées, à la violence sexuelle et à la prostitution. Pour certains organismes, elle renforce et banalise la pédophilie et la pornographie. En fait, on s'accorde pour affirmer que ce phénomène social entraîne une perte, sinon un véritable vol de l'enfance tant pour les filles que les garçons.

« Avons-nous atteint les limites de ce phénomène de société? [...] Pourrons-nous redonner à nos enfants leur cœur, leurs préoccupations, leurs joies d'enfants? »

Rapports de pouvoir et recul du féminisme

« Il ne faut pas que les femmes de demain redeviennent la "femme-objet" d'hier »

Le retour du modèle inégalitaire de la femme-objet au service de l'homme suscite une forte réaction. On considère qu'il est urgent de « déchosifier » les femmes et d'en présenter plutôt une image d'autodétermination. En véhiculant des stéréotypes, l'hypersexualisation fausse les rapports femmes/hommes tout en favorisant la violence et les abus à caractère sexuel.

L'hypersexualisation est perçue comme un déni ou un oubli des acquis du féminisme. Par exemple, le discours récupérateur du *girl power* prône les valeurs féministes de l'autonomie et de l'appropriation du pouvoir (*empowerment*). Cependant, on dénonce cette vision pervertie du féminisme où la réussite personnelle et sociale privilégie le paraître au détriment de l'être et s'exerce à travers un comportement sexuel *cool* : le pouvoir des femmes ne peut pas être réduit à un pouvoir de séduction.

Hypersexualisation des jeunes : sensibiliser et éduquer

Le désir et le besoin de sensibiliser les jeunes, leurs parents et toute autre personne significative se dégagent clairement de nombreuses réponses données. De façon générale, on considère qu'il est non seulement nécessaire de réagir mais aussi d'agir, d'expliquer et de sensibiliser pour prévenir. À ce chapitre, on se désole de l'abolition du cours *Formation personnelle et sociale* au secondaire. De plus, on estime que les groupes communautaires pourraient faire plus de place aux actions ciblées pour développer l'esprit critique des jeunes filles.



Comment passer le message sans avoir l'air « ma tante » ou moralisatrices, car il faut aller à l'encontre d'industries qui ont du poids.



Le rôle d'éducation des parents est aussi évoqué. On constate que les mères tout comme les grands-mères se questionnent sur le sujet : comment le contexte sexuel a-t-il changé? Quelles sont les limites à imposer? Qu'offrir aux filles sans tomber dans le piège de l'hypersexualisation? Cependant, certaines réponses affichent un ton plus critique. Un commentaire affirme que l'implication des parents est insuffisante. Un autre souligne l'importance d'éveiller les mères à leurs responsabilités familiales et sociales. Un travail de sensibilisation doit être accompli auprès des parents qui véhiculent eux-mêmes des messages stéréotypés sur l'image corporelle.

La conception et la mise en œuvre d'un code d'éthique à l'enfance

Parmi les personnes participant aux ateliers, plusieurs reconnaissent la nécessité de faire un état de la situation. Quelle est notre compréhension du phénomène d'hypersexualisation? Du marketing? Quel(s) secteur(s) de l'industrie doit-on cibler? Les codes d'éthique existants, ici et ailleurs, fonctionnent-ils? Quelles valeurs promouvoir? Qu'est-ce qui est ou non moralement acceptable? À quel âge? Qui va décider? D'autres affirment qu'il serait opportun d'examiner ce qu'accomplissent déjà certains organismes

comme l'Office de la protection du consommateur, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) ou encore la Régie du cinéma du Québec qui souhaiterait créer un outil pour démystifier la pornographie auprès des ados.

« Jusqu'à quel point les codes d'éthique des divers organismes (médias, etc.) sont véritablement appliqués et respectés? »

Les modalités de mise en application du code d'éthique font également partie des préoccupations. Comment financer son déploiement? Qui l'encadrera? On suggère que ce soit un réseau d'individus et d'organismes concernés, ou encore le ministère de l'Industrie et du Commerce en partenariat avec divers instances comme le ministère de la Santé et des Services sociaux, le ministère de l'Éducation, le Conseil du statut de la femme ou la Direction de la protection de la jeunesse. Cependant, la participation de l'industrie paraît fondamentale afin d'éviter que le code d'éthique ne reste lettre morte.

Certaines réponses sont toutefois empreintes de scepticisme. Dans la mesure où des personnes participantes doutent de l'existence d'un consensus social sur la question de l'hypersexualisation, il faudrait plutôt s'efforcer de favoriser cette prise de conscience collective. En effet, on observe déjà une volonté des entreprises de s'engager dans des causes sociales lorsque celles-ci font consensus. De plus, on questionne la portée d'un tel code compte tenu d'Internet et de l'importance du secteur des médias. Un commentaire souligne l'urgence du problème et le manque de temps pour légiférer : il faut agir avant de se faire couper l'herbe sous le pied par la droite religieuse.

« Attention au retour du balancier, ne pas régler le problème avec des solutions de droite. »

Éduquer en matière d'hypersexualisation : un incontournable

Dans les ateliers comme dans la consultation pré-colloque, la valorisation de l'éducation populaire et familiale se révèle un moyen privilégié de se prémunir contre l'hypersexualisation. Il faudrait notamment changer les habitudes de consommation des gens. De plus, pour quelques organismes, un code présenté sous la forme d'une interdiction ou d'un règlement n'est pas perçu comme une stratégie appropriée pour toucher l'adolescence.

« C'est bien le code d'éthique mais les jeunes seront toujours en contact avec ces images et ce discours via Internet ou ailleurs. Il faut parler aux jeunes, ouvrir le dialogue. Il ne faut pas imposer un code d'éthique, mais bien se le donner à soi-même. »

Un code d'éthique de l'enfance, une solution pour contrer l'hypersexualisation?

« Comment appliquer un code d'éthique quand les lois ne sont même pas appliquées! Il faut que nos gouvernements prennent le temps de s'y intéresser et que chaque ministère mette en application les lois déjà existantes. »

Les opinions recueillies ont été compilées dans deux tableaux qui révèlent une certaine évolution des positions dans le temps. Les réponses préparées avant le colloque montrent un faible taux de désaccord mais une part importante – près du quart – d'indécision ou d'abstention face à l'élaboration d'un code d'éthique de l'enfance. En fait, même celles et ceux qui se disent en faveur d'un tel moyen pour encadrer les pratiques des industries qui profitent de l'hypersexualisation, le perçoivent comme un outil parmi d'autres. Plusieurs s'interrogent sur les conditions de mise en œuvre et la portée réelle d'une telle mesure, surtout dans le secteur d'Internet, et dans un contexte où ce sont souvent les parents qui achètent à leurs petites des vêtements suggestifs.

Tableau 1

Réponses « Votre point de vue » concernant un code d'éthique de l'enfance en matière d'hypersexualisation (45 réponses)

Réponse	%
En faveur	73,3
Pas en faveur	2,2
Ne sait pas	15,6
Sans réponse	8,9

Alors qu'on observe un taux similaire d'adhésion dans le tableau 2, les opinions exprimées lors des ateliers indiquent un taux de rejet d'un code d'éthique à l'enfance qui atteint près de 24%.

Tableau 2

Ateliers : Adhésion à un code d'éthique de l'enfance en matière d'hypersexualisation (71 réponses)

Réponse	%
Entièrement d'accord	25,4
Plutôt en accord (mais...)	49,3
Plutôt en désaccord	16,9
Pas du tout d'accord	7,0
Ne sait pas	1,4

Notons que l'analyse des propos relevés indique une réelle confusion entre la notion de code d'éthique et celle de législation assortie de sanctions économiques dissuasives. Dans les faits, plusieurs personnes ont démontré une préférence pour ce dernier type de réglementation.

Le contenu d'un code d'éthique de l'enfance

Qu'aimerait-on retrouver dans ce code ? D'abord et avant tout des indications claires sur les limites à respecter par l'industrie. On y voit un moyen de mettre en œuvre la *Convention relative aux droits de l'enfant* de l'ONU. On cite aussi différents exemples qui pourraient servir d'inspiration comme la réglementation de la publicité sur les jouets et le code d'éthique d'Éduc'Alcool.

Les normes éthiques devraient inclure une série d'interdictions : utiliser le corps d'une personne mineure, l'image sexuelle de jeunes filles ou même toute image à connotation sexuelle pour vendre un produit ou un service ; utiliser des images truquées ; vendre des produits à caractère sexuel à des mineurs (*g-strings*, chandails à message, etc.) ; utiliser des images de femmes et d'hommes-objets. Un commentaire propose une obligation pour les entreprises de représenter en proportion égale des femmes de toute génération et de toute réalité corporelle.

Certains organismes suggèrent que ce code tienne compte des étapes de développement de l'enfant. On souhaiterait aussi y retrouver des explications sur les effets de l'hypersexualisation sur la santé des jeunes. L'adhésion à ces

normes d'éthique pourrait s'accompagner d'une formation pour les gens de l'industrie et ceux du milieu politique. Pour plusieurs, ce code devrait prévoir des sanctions sévères.

ateliers

Il conviendrait de bien établir l'objectif du code. Pour certaines personnes, cette mesure constitue un outil de base auquel se grefferait une réglementation. D'autres y voient un moyen de soutenir un discours de sensibilisation à l'égalité afin d'intervenir en classe ou dans le quotidien. Ces règles d'éthique seraient élaborées par des ressources professionnelles et scientifiques en collaboration avec les jeunes et les femmes.

L'enfant fait du mimétisme (porte un string car les autres en portent) et ne peut réfléchir au pourquoi. L'adolescente, elle, peut.

Le code devrait fournir diverses définitions : qu'est-ce qu'un(e) enfant? Une adolescente, un adolescent? Il se fonderait sur le respect des étapes de développement du corps de l'enfant. Selon quelques commentaires, le code devrait cibler un groupe d'âge alors que d'autres s'opposent à cette limitation : il faut concevoir un code de valeurs pour toute la société. Ces normes éthiques se baseraient aussi sur des principes d'égalité et de respect. Elles tiendraient compte des droits et libertés en vigueur. On y retrouverait, par exemple, l'interdiction d'utiliser le corps des enfants et des femmes pour vendre un produit.

Des solutions alternatives contre l'hypersexualisation

Sensibiliser au phénomène d'hypersexualisation

Les suggestions d'actions alternatives abondent. Il faudrait avant tout appliquer les lois déjà en vigueur. De nombreux individus et organismes font la part belle à la sensibilisation. Des questions persistent sur les modalités mais on s'entend sur le fait qu'il faut intervenir à tous les niveaux : enfants (filles et garçons), parents, milieu scolaire, industrie (médias, mode, musique, etc.), corps policiers et scène politique. On préconise différentes approches allant des outils ciblés, semblables au guide d'accompagnement des parents du Y des femmes de Montréal, à la grande campagne nationale, dans l'esprit des campagnes de prévention contre les méfaits du tabac. Un commentaire propose la recherche de solutions adaptées au niveau régional; un autre met de l'avant un partenariat avec Musique Plus. Une opération de conscientisation auprès des adultes en général sur la banalisation de la sexualité (travail du sexe, pornographie, téléseries, etc.) serait aussi souhaitable afin de réduire le seuil de tolérance aux manifestations de l'hypersexualisation.



Redonner aux parents le droit d'éduquer leurs enfants, de leur imposer des limites, de les encadrer, de les protéger.



Certaines propositions touchent la situation des filles en particulier. Afin de les responsabiliser face à l'industrie, les organismes communautaires existants devraient les aider à développer un esprit critique et une meilleure estime d'elles-mêmes. Comment s'y prendre? En créant des liens directs avec les jeunes filles pour mieux connaître leur réalité, leurs besoins. En travaillant avec elles pour mettre sur pied des lieux d'échanges critiques afin qu'elles s'approprient leur propre pouvoir.

Pour contrer le phénomène capitaliste de l'hypersexualisation, rien de mieux pour certain(e)s que de promouvoir ses contraires, c'est-à-dire la condition féminine, le féminisme, l'économie sociale, le commerce équitable et éthique, les rapports égalitaires entre femmes et hommes. Il convient d'encourager les initiatives qui offrent un message alternatif (non sexiste et non sexualisé) aux jeunes, comme la valorisation de contre-modèles, ces figures médiatiques qui ne font pas le jeu de l'hypersexualisation.

Hypersexualisation : former pour prévenir et mieux intervenir

L'éducation et la formation suscitent aussi des commentaires. On veut amener le milieu scolaire à s'impliquer davantage en matière de santé, d'éducation sexuelle, de relations femmes/hommes et d'éthique. On s'inquiète notamment que des écoles se contentent d'imposer des règles vestimentaires strictes plutôt que d'éduquer leurs élèves au respect de soi. Une formation spécifique sur l'hypersexualisation et l'égalité femmes/hommes devrait faire partie des programmes universitaires de certaines professions en santé et en services sociaux.

Hypersexualisation : contrôle de l'État et action citoyenne

Pour plusieurs personnes, un contrôle législatif s'avère nécessaire par l'établissement d'une instance de surveillance responsable d'imposer des sanctions. Des mesures devraient interdire la publicité violente et sexiste, et permettre de faire fermer les sites Web pornographiques illégaux. De plus, il faudrait prendre des dispositions pour que les magazines destinés à un public adulte voient leur vente et leur accès restreints.

Enfin, le boycott des vêtements sexy pour enfants, de magazines et d'autres produits «fautifs» se trouve également au menu des moyens privilégiés de lutte contre l'hypersexualisation.

ateliers

D'autres moyens collectifs pour lutter contre l'hypersexualisation

Lors des ateliers, l'application et la bonification des lois existantes sont apparues comme des solutions désirables. Plusieurs commentaires vantaient l'efficacité d'une réglementation au détriment d'un code d'éthique. On propose en outre la mise en place d'une certification de type ISO. Un organisme réclamait même la mise sur pied d'un comité de censure. Certaines discussions ont attiré l'attention sur le besoin d'organiser un lobby auprès du gouvernement pour faire comprendre aux élu(e)s l'importance et les impacts de l'hypersexualisation sur la société. Idéalement, le RQASF porterait ce dossier.

Le gouvernement doit aider les familles pour qu'elles aient plus de temps à passer avec leurs enfants.

Sans surprise, le ton des commentaires est à la sensibilisation et à l'éducation. On réclame la réintégration des cours d'éducation à la sexualité ainsi qu'une plus grande sensibilisation des jeunes au pouvoir qu'elles et ils détiennent, notamment en matière de consommation. Certaines personnes estiment qu'une conférence internationale sur l'hypersexualisation, ou encore un événement interdisciplinaire comme le colloque *Pudeur et apparence* (octobre 2007, Montréal), donnerait de la visibilité à la problématique.

On suggère aussi de médiatiser les bons coups des entreprises en matière de sexualisation comme le refus de vendre des *g-strings* pour enfants par Jacob Junior et l'Aubainerie Concept Mode en Abitibi. Certains commentaires préconisent la revalorisation de l'image des enfants et des femmes par le port de vêtements appropriés : un bébé habillé en bébé, une femme, en femme adulte.

Pour lutter contre l'hypersexualisation, on devrait recourir aux moyens qu'elle met en œuvre. Ainsi on pourrait développer un marketing social qui s'inspire du marketing conventionnel : utiliser des slogans et des images chocs diffusés dans les médias. On adopterait aussi un discours économiste pour diffuser les résultats d'études sur le coût social de l'hypersexualisation à court, moyen et long terme (ITS, agressions à caractère sexuel, etc.).

Pour en savoir plus

Références bibliographiques

- Association canadienne pour la santé des adolescents. 2006. *Le comportement sexuel et le manque d'information menacent la santé des adolescents du Canada* [En ligne]. <http://www.acsa-caah.ca/fran/pdf/misc/recherche.pdf>
- Baby, François, Johanne Chéné et Hélène Dugas. 1992. *Les femmes dans les vidéoclips : sexisme et violence*. Publications du Québec : Québec. 50 p.
- Bandura, A. 1986. *Social Foundations of Thought and Action: a Social Cognitive Theory*. Prentice Hall : Englewood Cliffs, NJ.
- Bouchard, Pierrette et Isabelle Boily. 2005. *Hé! Les filles! Qui aura le dernier mot?* Université Laval : Québec. (Dépliant sur l'hypersexualisation des filles) [En ligne]. http://www.travail.csq.qc.net/sites/1679/documents/condition/he_les_filles.pdf
- Bouchard, Pierrette et Natasha Bouchard. 2003. « *Miroir, Miroir...* » *La précocité provoquée de l'adolescence et les effets sur la vulnérabilité des filles*. Université Laval/Groupe de recherche multidisciplinaire féministe : Québec. 74 p. « Les cahiers de recherche du GREMF », n° 87.
- Collins, Rebecca et al. 2003. « Watching Sex on Television Predicts Adolescent Initiation of Sexual Behavior », *Pediatrics*, vol. 114, n° 3, septembre, p. 280-289. [En ligne]. <http://pediatrics.aappublications.org/cgi/content/full/114/3/e280>
- Comité aviseur sur les conditions de vie des femmes auprès de l'Agence de développement de réseaux locaux de services de santé et de services sociaux du Bas-Saint-Laurent. 2005. *Avis sur la sexualisation précoce des adolescentes et ses impacts sur leur santé*. [En ligne] <http://www.femmes-bsl.qc.ca/medias/File/AvisSexualisationPrecoceFilles.pdf>
- Committee on Public Education. 2001. « Children, Adolescents, and Television », *Pediatrics*, vol. 107, n° 2, février, p. 423-426.
- Duquet, Francine. 2007. « "Le corps a ses raisons que la raison ne connaît pas" : être ado dans un monde axé sur le paraître », *L'agenda des femmes 2007*, Éditions du Remue-ménage : Montréal.
- Duquet, Francine. 2006. « L'hypersexualisation des jeunes », *Reflets*, Journal de l'Association des retraités du public et du parapublic (AQRP), vol. 22, n° 4, p. 12.
- Duquet, Francine. 2005. « Si le bal des finissants est le signe d'un bel accomplissement... Est-ce que l'après-bal est un simple divertissement? Message aux parents », *Pro-Ado*, Association canadienne pour la santé des adolescents, vol. 14, décembre, n° 4, p. 6-8.

Duquet, Francine. 2004. « L'empire du sexe dans les médias », *École branchée*, vol. 6, janvier, n° 5, p. 11.

Duquet, Francine. 2003. *L'éducation à la sexualité dans le contexte de la réforme de l'éducation - Outils pour l'intégration de l'éducation à la sexualité dans la réforme de l'éducation*. Gouvernement du Québec/Ministère de l'Éducation du Québec, Direction de l'adaptation scolaire et des services complémentaires. 56 p.

Duquet, Francine. 1997. « Qui trop embrasse, mal étireint? Réagir au souci de performance sexuelle des jeunes adolescent(e)s », *Les cahiers de l'adolescence*, n° 14, décembre 1997, p. 19-22.

Escobar-Chaves, Liliana *et al.* 2005. « Impact of the Media on Adolescent Sexual Attitudes and Behaviors », *Pediatrics*, vol. 116, n° 1, juillet, p. 303-326.

Guillebaud, Jean-Claude. 1998. *La tyrannie du plaisir*. Points Seuil : Paris. 486 p.

Kobrin, Sandra Kobrin. 2006. « Teens Call Hyper-Sexualized Media Images "Normal" ». In *Women's eNews*, 29 octobre [En ligne].
<http://www.womensenews.org/article.cfm/dyn/aid/2940/context/cover/>

Ladin L'Engle, Kelly, Jane Brown et Kristin Kenneavy. 2006. « The Mass Media Are an Important Context for Adolescents Sexual Behaviour », *Journal of Adolescent Health*, n° 38, p. 186-192. [En ligne]. <http://www.unc.edu/depts/jomc/teenmedia/pdf/JAH.pdf>

Martino, Steven *et al.* 2006. « Exposure to Degrading versus Nondegrading Music Lyrics and Sexual Behavior Among Youth ». *Pediatrics*, vol. 188, n° 2, août 2006, p. e430-e441.

Marzano, Michela. 2006. *Malaise dans la sexualité : le piège de la pornographie*. Jean-Claude Lattès : Paris. 184 p.

Marzano, Michela et Claude Rozier. 2005. *Alice au pays du porno*. Éditions Ramsay : Paris. 250 p.

Poulin, Richard et Amélie Laprade. 2006. *Hypersexualisation, érotisation et pornographie chez les jeunes*. Sisyph.org. 7 mars. [En ligne]
http://sisyphe.org/article.php?id_article=2268

Remez, Lisa. 2000. « Oral Sex Among Adolescents: Is It Sex or Is It Abstinence? » *Family Planning Perspectives*, vol. 32, n° 6, nov.-déc. [En ligne]
<http://www.guttmacher.org/pubs/journals/3229800.html>

Robert, Jocelyne. 2005. *Le sexe en mal d'amour : de la révolution sexuelle à la régression érotique*. Éditions de l'Homme : Montréal. 240 p.

Stanton, Danielle.. 2006. « Sexe, vérités et vidéos », *Gazette des femmes*, vol. 28, n° 2, sept-oct.

Ward, Monique. 2002. « Does Television Exposure Affect Emerging Adults' Attitudes and Assumptions About Sexual Relationships? Correlational and Experimental Confirmation », *Journal of Youth and Adolescence*, vol. 31, n° 1, p. 1-15.

Y des femmes de Montréal. 2005. *Actes de la journée de réflexion sur la sexualisation précoce des filles*. Le 20 mai 2005. YWCA : Montréal. 57 p. [En ligne].
http://www.ydesfemmesmtl.org/Portals/_Rainbow/Documents/Recherche/actes-sex.pdf

Y des femmes de Montréal. 2006. *Sexualisation précoce : Guide d'accompagnement pour les parents de filles préadolescentes*. YWCA : Montréal. 17 p. [En ligne].
<http://www.ydesfemmesmtl.org/site/161/default.aspx>

Kaiser Family Foundation. 1999. *Kids & the Media @ The New Millenium*, A Kaiser Family Foundation Report [En ligne]. <http://www.kff.org/entmedia/1535-index.cfm>

Kaiser Family Foundation. 2005. *Sex on TV4 Executive Summary*. A Kaiser Family Foundation Report [En ligne]. <http://www.kff.org/entmedia/7399.cfm>

Conseil des ministres de l'éducation. 2003. *Étude sur les jeunes, la santé sexuelle, le VIH et le SIDA au Canada. Facteurs influant sur les connaissances, les attitudes et les comportements*. Conseil des ministres de l'Éducation : Toronto. [En ligne].
http://www.cmec.ca/publications/aids/CYSHHAS_2002_FR.pdf

Conseil du statut de la femme du Québec. 2007. *Gazette des femmes*, « La tendance pitoune », mars-avril.

Conseil du statut de la femme du Québec. 2006. *Gazette des filles*, n° spécial de la *Gazette des femmes*, sept.-oct. [En ligne].
http://www.gazettedesfemmes.com/telechargement/gf_2006_09-10.pdf

Direction générale du développement pédagogique, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport. 2006. « Dossier : Bien et en santé : l'école fait sa part ». *Vie pédagogique*, n° 138, février-mars. [En ligne].
<http://www.viepedagogique.gouv.qc.ca/numeros/138/numero138.asp>

Garriguet, Didier. 2005. *Relations sexuelles précoces, Rapports sur la santé*. Statistiques Canada, vol. 16, n° 3, mai.

Institut de la statistique du Québec. 2002. *Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois, 1999*. Les Publications du Québec : Québec. Collection « La santé et le bien-être. » 520 p.

Un Canada digne des enfants. Le plan d'action du Canada suite à la Session extraordinaire des Nations Unies consacrée aux enfants de mai 2002. Gouvernement du Canada : Ottawa. 2004. 60 p.

Sites d'intérêt

About-Face (lutte aux stéréotypes corporels dans les médias)

<http://www.about-face.org/>

Association canadienne pour la santé des adolescents (ACSA)

<http://www.acsa-caah.ca/>

Colloque *Pudeur et apparence*, du 25 au 27 octobre 2007, au Musée McCord, Montréal
Appel de communications

<http://www.iss.uqam.ca/pages/pdf/McCord15deco6.pdf>

Conseil du statut de la femme, Québec

<http://www.csf.gouv.qc.ca>

Family Safe Media

« Pornography Statistics »

http://familysafemedia.com/pornography_statistics.html

Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec

Coordination à la Condition féminine

<http://www.meq.gouv.qc.ca/cond-fem/publications.htm>

PBS. Émission *Frontline*, 2001: « The Merchants of Cool. A Report on the Creators & Marketers of Popular Culture for Teenagers. »

<http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/cool/>

Outils les jeunes face à l'hypersexualisation

Projet de recherche sur l'hypersexualisation des jeunes, UQÀM

<http://www.hypersexualisationdesjeunes.uqam.ca/>

Réseau Éducation-Médias : ressources en éducation aux médias et à Internet

<http://www.media-awareness.ca/>

Société des obstétriciens et gynécologues du Canada

[masexualite.ca](http://www.masexualite.ca), pour accéder au mieux-être sexuel

<http://www.masexualite.ca/>

UNICEF – La Convention relative aux droits de l'enfant

http://www.unicef.org/french/crc/index_30160.html

Y des femmes de Montréal-YWCA

<http://www.ydesfemmesmtl.org/>

Parce que les choses peuvent changer

FAITS SAILLANTS À CONNAÎTRE

Le projet *Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation* (2006-2009) découle d'une initiative conjointe du Y des femmes de Montréal-YWCA et du Service aux collectivités de l'Université du Québec à Montréal (Protocole UQÀM/Relais-femmes). Ce projet vise à habiliter les jeunes et les adultes qui les accompagnent face aux phénomènes d'hypersexualisation et de sexualisation précoce. *Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation* comporte différents volets : une formation gratuite destinée aux adultes œuvrant auprès des jeunes (dès l'automne 2007); un documentaire disponible auprès de l'ONF (octobre 2007); des outils didactiques (dès l'hiver 2008) et une recherche réalisée auprès de jeunes et du personnel scolaire (publication prévue en 2009).

Les 16 et 17 mai 2007 se tient à Rimouski un forum régional sur l'hypersexualisation, la sexualisation précoce et les agressions sexuelles. Organisé par le Centre d'aide et de lutte contre les agressions à caractère sexuel (CALACS) de Rimouski, cet événement cherche à mieux comprendre ces phénomènes et à établir des pistes d'action locales et régionales pour les contrer. Plus de 190 personnes de l'ensemble de la région du Bas-Saint-Laurent (milieux scolaire, de la jeunesse, de la santé, communautaire et municipal, médias, parents et groupes de femmes) y participent. Depuis, la région profite des retombées de ce forum, dont voici les principales :

- ➔ lancement de la campagne d'action régionale *L'hypersexualisation : une action à la fois* inspirée des pistes d'action proposées au forum;
- ➔ diffusion d'un mémo d'information trimestriel (automne 2007) et d'un outil d'intervention régional (printemps 2008);
- ➔ possibilité d'utiliser le thème de l'hypersexualisation comme sujet de rédaction de fin d'année en 4^e secondaire, dans une école secondaire locale, rejoignant ainsi 600 jeunes;
- ➔ câblodiffusion d'une série de 8 émissions sur l'hypersexualisation, présentant les conférences et les ateliers du forum, à l'automne 2007, dans le Bas-Saint-Laurent.

Vouloir changer le monde... et pourquoi pas!

RESSOURCES À CONNAÎTRE

Bouchard, Pierrette

Pour le Centre d'aide et de lutte contre les agressions à caractère sexuel (CALACS) de Rimouski

Téléphone: 418.725.4220

Courriel : calacsri@globetrotter.qc.ca

★NOUVEAU★

- ➔ **Consentante? Hypersexualisation et violence sexuelle**, rapport de recherche. 88 pages. Disponible au coût de 15\$, frais d'envoi de 10\$ en sus.

Centrale des syndicats du Québec

Site web : www.travail.csq.qc.net

- ➔ **Hé les filles! Qui aura le dernier mot?**, dépliant pédagogique pour les jeunes, produit en 2005 par la Chaire d'étude Claire-Bonenfant sur la condition des femmes, disponible dans le dossier « Condition des femmes » du site web de la CSQ.

Centre d'Aide et de Lutte Contre les Agressions à Caractère Sexuel (CALACS) de Granby

Téléphone : 450.375.3338

Courriel : calacsgranby@qc.aira.com

Site web : www.granbyweb.com/calacs/

- ➔ Journal **Cent Issues : Spécial Ado**, numéro abordant différents sujets d'intérêt pour les ados et les adultes (amour, sexualité, argent, pornographie, publicité, etc.). Disponible dans le site du RQASF.
http://www.rqasf.qc.ca/site/_automne%202005%20hypersexualisation.pdf

Centre de femmes aux Plurielles, La Malbaie

Téléphone : 418.665.7459

Courriel : cfpc@bellnet.ca

Site web : www.membres.lycos.fr/centrefemmes/

- **Comité Corp-or-Elles**, composé de jeunes filles de 12 à 18 ans qui réfléchissent aux questions liées à l'hypersexualisation et à l'image corporelle. Des démarches de plainte ont déjà été entreprises auprès de NCP et du Parti libéral du Canada.
- **La trousse sur la santé sexuelle**, outil sur la sexualité destiné aux jeunes femmes pour faire la promotion des relations amoureuses et sexuelles égalitaires. Le coffret comprend des suggestions d'ateliers de discussion sur les stéréotypes et le sexisme à l'école, des jeux d'animation, des outils de sensibilisation au problème de la dépendance affective, des dépliants sur la contraception, sur l'orientation sexuelle et sur les ITS. Disponible au coût de 30\$, frais d'envoi en sus.

Centre de femmes « La Source », Saint-Félicien

Téléphone : 418.679.5403

courriel : centrefemmeslasource@bellnet.ca

Site web : www.centrefemmeslasource.ca

★À VENIR★

- **Le défi de l'image**, guide d'animation pour les 12-17 ans abordant la sexualisation précoce des filles : évolution des critères de beauté dans l'histoire, beauté véhiculée par la publicité, modèles stéréotypés de beauté présentés aux jeunes dans les médias et les vidéoclips. Inclut une présentation PowerPoint sur CD.

Centre de santé des femmes de l'Estrie

Téléphone : 819.564.7885

Courriel : info@csfestrie.qc.ca

Site web : www.csfestrie.qc.ca

- Programme d'animation en santé et sexualité pour adolescentes et adolescents.

Centre des femmes de Charlevoix

Téléphone : 418.435.5752

Courriel : cdfdc@charlevoix.net

- Outils et activités de sensibilisation et de formation pour les intervenant(e)s sur la lutte contre la pornographie. Guide d'intervention **En pornographie, qui ne dit mot consent** et vidéo de sensibilisation. Disponibles au coût de 40\$, frais d'envoi en sus.
- **Un gars, c'est un gars... Une fille, c'est une fille... Et puis après**, outil de sensibilisation pour les 12-16 ans sur les stéréotypes et le sexisme. Disponible au coût de 15\$, frais d'envoi en sus.

★NOUVEAU★

- ➔ ***Vers une sexualité responsable et égalitaire***, trousse produite en collaboration avec l'Agence de santé et de services sociaux de la Capitale. Propose aux 16-25 ans des pistes de réflexion et suscite une prise en charge de leur bien-être et de leur santé sur le plan des relations amoureuses et sexuelles. Disponible au coût de 10\$, frais d'envoi en sus.

Chaire d'étude Claire-Bonenfant sur la condition des femmes, Université Laval

Téléphone : 418.656.2922

Courriel : cecful.secretariat@fse.ulaval.ca

Site web : www.etudesfeministes.fss.ulaval.ca/ChaireClaire-Bonenfant

- ➔ ***Précocité de l'adolescence, stéréotypes sexuels et consommation. Répertoire d'outils de sensibilisation***, outil de référence produit en 2005 par Pierrette Bouchard et Isabelle Boily, avec la collaboration de N. Dubuc, A. Nobert et M. Beauregard. 130 pages. Disponible au coût de 12\$.

Commission scolaire de la Beauce-Etchemin

Téléphone : 418.228.5541, poste 2512

Courriel : anne.julien@csbe.qc.ca

Site web : www.csbe.qc.ca, section « Recherche et développement », Catalogue des productions et réalisations

★NOUVEAU★

- ➔ ***Sensibilisation aux stéréotypes dans les médias***, guide d'animation visant les élèves (et leurs parents) de 6^e année et du 1^{er} cycle du secondaire, destiné aux intervenant(e)s et au personnel enseignant désirant vivre un atelier de sensibilisation aux stéréotypes dans les médias, notamment dans les vidéoclips. Environ 30 pages. Disponible au coût de 25\$ (sans droits de reproduction) ou de 100\$ (avec droits de reproduction), frais d'envoi en sus. Sur demande, Nancy Trépanier, éducatrice sexologue et conceptrice du guide, peut agir à titre d'animatrice de l'atelier.

★NOUVEAU★

- ➔ ***L'hypersexualisation de notre société : regard critique sur une société de plus en plus sexualisée***, conférence de Nancy Trépanier.

Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)

Téléphone : 613.233.4607 ou 1.866.696.4718 (sans frais)

Télécopieur : 613.233.4826

Courriel : info@ccnr.ca

Site web : www.cbnc.ca

- ➔ Pour acheminer toute plainte ou question concernant la programmation des radiotélédiffuseurs privés du Canada. Il est possible de formuler une plainte en ligne. <http://www.cbnc.ca/francais/complaints/com-form.htm>

- **Code de déontologie de l'ACR**, code auquel souscrivent environ 600 stations, services spécialisés, réseaux de télévision et de radio privés à travers le Canada, qui diffusent de la programmation en français, en anglais et en d'autres langues. Disponible pour consulter ou télécharger en version HTML. <http://www.cbcs.ca/francais/codes/ethics.htm>
- **Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision**. Disponible pour consulter ou imprimer en version HTML. <http://www.cbcs.ca/francais/codes/violence.htm>
- **Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision**. Disponible pour consulter ou imprimer en version HTML. <http://www.cbcs.ca/francais/codes/sexrole.htm>
- **Code de déontologie journalistique de l'Association canadienne des directeurs de l'information radio-télévision (ACDIRT)**. Disponible pour consulter ou imprimer en version HTML. <http://www.cbcs.ca/francais/codes/acdirtrevis.htm>

De Montigny, Nicolas, réalisateur

Téléphone : 450.806.3413

Courriel : whiteknight1@hotmail.com

- **Un toutou et un string**, documentaire, d'une durée de 10 minutes, visant à sensibiliser la population à la problématique de l'hypersexualisation des jeunes. DVD disponible au coût de 30\$.

Direction régionale de santé publique de l'Agence de la santé et des services sociaux de la Capitale-Nationale (région de Québec)

En partenariat avec la commission scolaire de la Capitale et l'Université Laval

Téléphone: 418.666.7000, poste 557

Courriel : julie.pelletier@ssss.gouv.qc.ca

- **E.S.P.A.R., Éducation à la Sexualité fondée sur le Pouvoir d'Agir et de Réfléchir**, programme visant les élèves du 1^{er} cycle du secondaire, implanté depuis 2001 dans diverses écoles secondaires de la Commission scolaire de la Capitale. E.S.P.A.R. encourage les jeunes à prendre une part active dans leur apprentissage en les invitant à réfléchir sur leurs propres perceptions et à remettre en question certains discours de leur milieu en matière de sexualité. Série de rencontres thématiques complétées par la réalisation d'un projet *Action!* On prévoit un déploiement du programme à d'autres commissions scolaires du Québec. Accessible par l'entremise des Directions de santé publique (DSP).

Fédération des femmes acadiennes de la Nouvelle-Écosse

Téléphone : 902.433.2088
 Courriel : femmes@ffane.ca
 Site web : www.ffane.ca

★NOUVEAU★

- ➔ **Guide-ressources pour filles!** Guide populaire destiné aux jeunes filles de 12 à 18 ans, lancé en mai 2007, avec la collaboration du Conseil consultatif sur la condition féminine et de la Fédération des femmes acadiennes de la Nouvelle-Écosse. Ce guide est une adaptation de **Guide for Girls**, publié en 2005. Outil de sensibilisation et d'information, il favorise le dialogue entre femmes et filles de toutes générations en vulgarisant divers concepts (féminisme, égalité, équité) et en abordant plusieurs préoccupations (travail, santé, image corporelle, stress, bonheur, argent, leadership, politique, etc.). Disponible pour consulter ou télécharger en version PDF.
http://women.gov.ns.ca/pubs2007_08/GuideRessourcesPourFilles.pdf

Grégoire, Lucie Carmen, chorégraphe

Courriel : lcgregoire@sympatico.ca

- ➔ **You said woman?** (Tomes 1 et 2), chorégraphie traitant de l'hypersexualisation et du féminisme. L'œuvre porte un regard sur l'hypersexualisation du corps féminin dans le contexte médiatique et se veut un commentaire sur l'hypersexualisation comme tactique lucrative de commercialisation, influencée par la pornographie.

Les Éditions Sisyphe

Téléphone : 450.222.1592
 Courriel : sitesisyphe@yahoo.fr
 Site web : www.sisyphe.org

- ➔ **La sexualisation précoce des filles**, ouvrage écrit par Pierrette Bouchard, Natasha Bouchard et Isabelle Boily, publié en 2005. 80 pages. Disponible en librairie au coût de 9,95\$, taxe en sus, ou par la poste au coût de 9,95\$, frais d'envoi en sus.

Le Y des femmes de Montréal-YWCA

Téléphone : 514.866.9941, poste 429
 Courriel : lgoldfarb@ydesfemmesmtl.org
 Site web : www.ydesfemmesmtl.org, section « Leadership et empowerment »

- ➔ **Sexualisation précoce : Guide d'accompagnement pour les parents de filles préadolescentes**, un guide animé et interactif qui présente, dans un langage direct, sept scénarios inspirés de situations réelles où une fille préadolescente questionne un parent ou se questionne sur son apparence et sur la sexualité. Disponible pour consulter ou télécharger, en ligne et en version PDF.

Le Y des femmes de Montréal-YWCA/Université du Québec à Montréal

Coordonnatrice : Geneviève Gagnon

Téléphone : 514.987.3000, poste 1481

Courriel : hypersexualisationdesjeunes@uqam.ca

Site web : www.hypersexualisationdesjeunes.uqam.ca

Projet *Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation*

★NOUVEAU★

- Formation gratuite *Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation*, d'une journée (7 heures). Cette formation s'adresse aux groupes de femmes et autres organismes communautaires, aux milieux de l'éducation, de la santé et des services sociaux. Un guide d'accompagnement à la formation est remis aux personnes participantes. En faire la demande auprès de la coordonnatrice. Nombre limité de sessions. À partir de l'automne 2007.

★NOUVEAU★

- *Sexy Inc. Nos enfants sous influence*, un documentaire sur l'hypersexualisation, d'une durée de 35 minutes, réalisé par Sophie Bissonnette en collaboration avec le Projet, et produit par l'Office National du film du Canada. Le film aborde la question de la surexposition des jeunes à des images et des discours sexualisés, mis en scène par des industries pour vendre leurs marchandises. S'adresse à toute personne intéressée par les enjeux sociaux, économiques et politiques que soulève cette question. En vente ou en location à l'ONF : www.onf.ca, section « Boutique en ligne ». Accompagné d'un guide pour animer une discussion à la suite du visionnement.

★À VENIR★

- Outils didactiques pour intervenir auprès des 9-11 ans et des 12-16 ans. Ces deux guides visent à favoriser le développement d'un esprit critique face à l'hypersexualisation chez les jeunes. Ils sont destinés aux personnels scolaires, de même qu'aux milieux jeunesse et à tout autre milieu intéressé. Disponibles en français et en anglais, à partir de l'hiver 2008.
- Mobilisation des communautés afin de mettre en œuvre des stratégies d'actions multisectorielles et de multiplier les initiatives d'éducation et d'intervention auprès des jeunes à l'égard de l'hypersexualisation.

Maison des jeunes de Bordeaux-Cartierville

Téléphone : 514.333.5103

Courriel : info@magauthentik.com

Site web : www.magauthentik.com

★NOUVEAU★

- ➔ Magazine **Authentik**, revue réalisée avec la participation de jeunes filles de 12 à 17 ans, visant à lutter contre l'hypersexualisation et à aiguïser l'esprit critique des jeunes. **Authentik** aborde différents sujets qui touchent les jeunes : beauté, relations interpersonnelles, passions, etc. Disponible pour consulter ou télécharger en version PDF. Surveillez la sortie du 2^e numéro!

Réseau des femmes des Laurentides

Téléphone : 450.431.1896

- ➔ Outils d'intervention pour les 12-17 ans : ensemble vidéo **Parler pour être entendues** et guide d'animation **La sexualité au delà des images** traitant de divers aspects liés à la sexualité, dont la publicité hypersexualisée. S'adressent aux divers intervenantes et intervenants jeunesse (écoles, maisons des jeunes, CLSC, etc.).

Réseau québécois d'action pour la santé des femmes

Téléphone : 514.877.3189

Courriel : rqasf@rqasf.qc.ca

Site web : www.rqasf.qc.ca

- ➔ **L'image fêlée : dossier estime de soi**, un article paru dans la revue **Audacieuses, le défi d'être soi** publiée en septembre 2005 (p. 9-16). Disponible pour consulter ou télécharger en version PDF. <http://www.rqasf.qc.ca/AD660-AudacieusesMag.pdf>
- ➔ **Hypersexualisation des jeunes filles : conséquences et pistes d'action**, texte paru dans le cahier de participation du colloque **Le marché de la beauté...un enjeu de santé publique**. Disponible pour consulter ou télécharger en version PDF. http://www.rqasf.qc.ca/site/colloque/Cahier%20_final.pdf

Table de concertation des groupes de femmes du Bas-Saint-Laurent

Téléphone : 418.851.1902

Courriel : tablebsl@globetrotter.net

Site web : www.femmes-bsl.qc.ca, section « Documentation »

- ➔ **Avis sur la sexualisation précoce des filles et ses impacts sur leur santé** (2005) du Comité aviseur sur les conditions de vie des femmes auprès de l'Agence de la santé et des services sociaux du Bas-Saint-Laurent. Disponible pour consulter ou télécharger en version PDF.

Recommandations

Hypersexualisation des jeunes filles : conséquences et pistes d'action

Tel que reconnu dans la nouvelle *Politique gouvernementale pour l'égalité entre les femmes et les hommes* du Québec, la sexualisation de l'espace public est un phénomène social qui menace les valeurs d'égalité entre les sexes si chères à notre société. À ce chapitre, le rôle de certaines actrices et acteurs sociaux, notamment celui des médias, est souligné : « plusieurs images et discours véhiculés par les médias sont encore stéréotypés et contribuent non seulement à alimenter les préjugés et les inégalités, mais aussi à mettre en évidence différentes formes de violence¹. ».

Étant donné :

- le large consensus social sur les effets de l'hypersexualisation de l'espace public : exploitation du corps de la femme, érotisation de la violence, banalisation de la sexualité, recrudescence du modèle relationnel stéréotypé « homme dominateur/femme sexy mais soumise » et des rapports de pouvoir qui en découlent;
- les liens étroits entre l'hypersexualisation des jeunes filles et la sexualisation de l'espace public;
- l'influence majeure de plusieurs industries dans la progression de ce phénomène, notamment celle des médias en tant que principaux agents de socialisation sexuelle actifs dans l'espace public;
- le souhait du gouvernement d'engager les milieux de la culture, des médias, des loisirs et des sports dans la lutte contre les stéréotypes sexuels et sexistes ainsi que dans la promotion de modèles et de comportements égalitaires²;
- la multitude d'actrices et acteurs sociaux préoccupés par cette problématique et leur volonté d'y travailler de façon concertée;
- la nécessité qu'il y ait un leadership provincial sur cette question afin d'interpeller l'ensemble des personnes et des milieux concernés, et d'atteindre les objectifs de changement social souhaité.

Et en complément au plan d'action gouvernemental 2007-2010 découlant de la politique *Pour que l'égalité de droit devienne une égalité de fait*, le RQASF et le Y des femmes de Montréal-YWCA formulent les recommandations suivantes :

¹ Ministère de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine. 2006. *Pour que l'égalité de droit devienne une égalité de fait. Politique gouvernementale pour l'égalité entre les femmes et les hommes*. Direction générale des politiques avec la collaboration du Secrétariat à la condition féminine. 91 pages [En ligne]. http://www.csq.qc.net/sites/1679/documents/condition/CF_egalite_politique.pdf

² *Ibid.*, p. 41.

AU MINISTÈRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS ET DE LA CONDITION FÉMININE

A) Développer une stratégie intégrée et concertée pour contrer le phénomène d'hypersexualisation de l'espace public.

Mettre en place un comité interministériel élargi, chargé d'élaborer un *Programme multisectoriel de lutte contre les stéréotypes sexuels et sexistes*, impliquant l'ensemble des actrices et acteurs sociaux concernés (ministères, institutions publiques et parapubliques, sociétés d'État, médias, entreprises privées, milieux de la culture, des loisirs, des sports, des femmes et de la jeunesse, parents, etc.).

Notamment :

- a) produire une étude sur les impacts sociaux et de santé du phénomène pour les jeunes filles et les femmes (baisse de l'estime de soi, abus et violence sexuels, augmentation des grossesses non désirées, des ITSS, des interventions et chirurgies esthétiques, etc.);
- b) s'assurer de la contribution du secteur privé au programme de lutte : sensibilisation aux enjeux sociaux et de santé, engagement dans des initiatives visant à corriger la situation, promotion des initiatives visant à promouvoir des modèles respectueux et égalitaires, production d'avis ciblés afin de corriger les situations les plus problématiques (ex. : diffusion de certains vidéoclips, imposition d'une catégorie d'âge plus restrictive pour certaines émissions télévisées, etc.);
- c) s'assurer que les avis, les résultats d'études et d'enquêtes ou les nouveaux outils réalisés dans le cadre de l'orientation *Pour la promotion de modèles et de comportements égalitaires* du plan d'action gouvernemental soient intégrés au Programme et donc largement diffusés;
- d) procéder à l'évaluation des politiques et stratégies de communication de toutes les instances gouvernementales, y compris les sociétés d'État, afin de s'assurer qu'elles soient conformes à la Politique gouvernementale pour l'égalité entre les femmes et les hommes;
- e) s'assurer que toutes les entreprises, institutions et organismes désirant participer à une activité ou un programme gouvernemental soient sensibilisés aux principes du *Programme multisectoriel de lutte contre les stéréotypes sexuels et sexistes* et rendre leur participation conditionnelle à l'adhésion à ces principes;
- f) sensibiliser les parents et favoriser leur participation.

B) Soutenir la poursuite des initiatives en cours visant à sensibiliser, développer l'esprit critique, outiller et engager les jeunes face au phénomène d'hypersexualisation.

- a) Notamment, permettre que la formation *Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation* (initiative conjointe du Y des femmes de Montréal - YWCA et de l'UQÀM) soit offerte dans toutes les régions du Québec et à tous les milieux d'intervention intéressés;
- b) produire, assurer la mise à jour et promouvoir un répertoire des outils et des initiatives.

AU MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX

- A) Considérer et reconnaître l'hypersexualisation de la sphère publique comme un enjeu de santé publique.
- B) Faire de l'hypersexualisation de la sphère publique une priorité d'action gouvernementale.
- C) Participer activement au comité interministériel élargi, chargé d'élaborer, sous la responsabilité du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, un *Programme multisectoriel de lutte contre les stéréotypes sexuels et sexistes*, impliquant l'ensemble des actrices et acteurs sociaux concernés.
- D) Produire, conjointement avec le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, une étude sur les impacts sociaux et de santé du phénomène pour les jeunes filles et les femmes (baisse de l'estime de soi, abus et violence sexuels, augmentation des grossesses non désirées, des ITSS, des interventions et chirurgies esthétiques, etc.);

AU CONSEIL DU STATUT DE LA FEMME

- A) Intégrer une analyse des mécanismes d'autoréglementation dans le cadre de la production de son avis sur le phénomène de la sexualisation de l'espace public (hypersexualisation) et ses effets sur les jeunes.

Notamment :

- a) dresser un portrait des différentes mesures législatives et codes (éthique, déontologie, lignes directrices) existant tant au niveau provincial que fédéral;
- b) produire une analyse quant au respect, à l'application et aux impacts de ces mesures et codes dans la sphère publique;
- c) proposer des mesures de correction ou de redressement aux diverses instances concernées;

- d) produire des outils d'information grand public visant à faire connaître les mécanismes d'autoréglementation et les façons de les utiliser;
- e) formuler les recommandations qui s'imposent aux responsables du *Programme multisectoriel de lutte contre les stéréotypes sexuels et sexistes*.

AU CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES

En tant qu'organisme indépendant chargé de réglementer les réseaux de radiodiffusion et de télécommunications au Canada et de rendre compte au Parlement par l'intermédiaire de la ministre du Patrimoine canadien³ :

- A) promouvoir davantage, auprès du grand public, les différents codes d'éthique, de déontologie et d'application de normes directrices, de même que les diverses procédures de plaintes, en ce qui a trait à la violence et aux stéréotypes sexuels;
- B) dresser un bilan des cinq dernières années et produire une analyse de l'ensemble des plaintes formulées au CRTC et au Conseil canadien des normes de la radiotélévision concernant les stéréotypes sexuels et sexistes et la violence sexuelle;
- C) mettre en place un comité de travail chargé d'évaluer, de façon spécifique, la situation en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle à la télévision et à la radio, et de formuler les mesures de correction nécessaires (ex. : révision des catégories d'âge et des grilles horaires de certaines émissions);
- D) produire un rapport détaillé à l'attention de la ministre du Patrimoine canadien et de la Gouverneure générale.

À LA MINISTRE DU PATRIMOINE CANADIEN

- A) Mettre en place un comité chargé d'évaluer, pour les cinq dernières années, l'efficacité des mécanismes d'autoréglementation en place et leur impact réel dans la sphère publique en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle dans les médias et la publicité.
- B) Prendre connaissance des travaux du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, et du Conseil du statut de la femme du Québec, à cet égard.
- C) À la lumière des différentes analyses produites, si l'efficacité des processus d'autoréglementation n'est pas significativement démontrée, réglementer les activités

³ CRTC. « Page d'accueil ». Site du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes [En ligne]. www.crtc.gc.ca/frn/welcome.htm

médiatiques et publicitaires afin de garantir le respect des principes éthiques et déontologiques en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle dans les médias et la publicité;

D) Mettre en place un comité interministériel chargé de :

- a) procéder à l'évaluation des politiques et stratégies de communication de toutes les instances gouvernementales fédérales, y compris les sociétés d'État, afin de s'assurer qu'elles soient conformes aux principes éthiques et déontologiques en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle;
- b) s'assurer que toutes les entreprises, institutions et organismes désirant participer à une activité ou un programme gouvernemental soient sensibilisés aux principes éthiques et déontologiques en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle, et rendre leur participation conditionnelle à l'adhésion à ces principes.

À LA GOUVERNEURE GÉNÉRALE

Puisque la Gouverneure générale se montre préoccupée par la question de la protection du public et croit qu'il est important d'assurer l'indépendance du traitement des plaintes dans le contexte d'un marché déréglementé⁴,

- A) prendre connaissance des différents rapports produits par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), par Les normes canadiennes de la publicité (NCP), par la ministre du Patrimoine canadien et par toutes autres instances jugées à propos en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle dans l'espace public, notamment dans les médias et la publicité.**
- B) s'il y a lieu, proposer toute mesure législative visant à garantir le respect des principes éthiques et déontologiques en ce qui a trait aux stéréotypes sexuels et sexistes et à la violence sexuelle dans la sphère publique.**

⁴ Décret en conseil, C.P. 2007-533, *Gazette du Canada*, vol. 141, n° 21 (26 mai 2007).