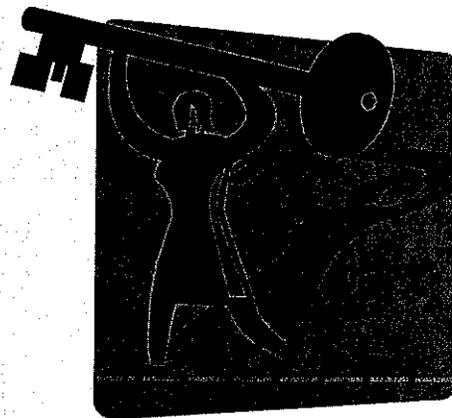


Journée de réflexion sur le phénomène de la sexualisation

24 mai 2007



Guide des pistes d'action

*« Refuser tout objet de consommation associé à la sexualité
et refuser la sexualité comme objet de consommation ».*

UnE participantE

CALACS de l'Estrie

Table des matières

Introduction

Journée de réflexion sur le phénomène de la sexualisation	3
Les ateliers-conférences	3

Atelier-conférence 1 : Hypersexualisation/sexualisation précoce chez les jeunes: contexte

Résumé	4
Pistes d'action	5

Atelier-conférence 2 : Impact de l'hypersexualisation sur la santé des femmes

Résumé	7
Pistes d'action	9

Atelier-conférence 3 : La faute aux médias

Résumé	12
Pistes d'action	13

Atelier-conférence 4 : Hypersexualisation sociétaria

Résumé	15
Pistes d'action	17

Conclusion et remerciements	20
-----------------------------------	----

Journée de réflexion sur le phénomène de la sexualisation

En mai dernier, le CALACS de l'Estrie et ses partenaires ont organisé une journée de réflexion sur le phénomène de la sexualisation des jeunes. Cette rencontre avait pour but de réunir les jeunes, les parents et les intervenantEs des milieux scolaires et communautaires afin que tous puissent se questionner et développer leur sens critique par rapport au phénomène de la banalisation sexuelle. Quatre ateliers-conférences ainsi que plusieurs kiosques sur le thème de la sexualisation ont permis aux participantEs de réfléchir à partir de différents points de vue sur le sujet: l'aspect marketing, l'impact sur la santé, l'apport des médias et l'impact sur la sexualité des jeunes filles et garçons.

À la suite de chacun des quatre ateliers-conférences, des pistes concrètes de solution pouvant être entreprises aux niveaux personnel, social et communautaire ont été dégagées par les participantEs. Une compilation de ces pistes d'action est présentée dans le présent guide. Celui-ci se divise en quatre parties où chaque atelier-conférence est résumé et suivi des suggestions et commentaires recueillis lors de cette journée de sensibilisation.

Les ateliers-conférences

Les quatre ateliers-conférences ont été réalisés grâce à la collaboration de divers partenaires qui ont présenté leur vision particulière du phénomène de la sexualisation afin de donner aux participantEs l'occasion d'avoir une vue d'ensemble de la situation. Nous comptons parmi les partenaires le CALACS de l'Estrie, le Centre de Santé des Femmes de l'Estrie, quatre personnalités des médias écrits, radiophoniques et télévisuels ainsi que le sexologue Alain Desharnais.

La journée de sensibilisation a été introduite par la présentation de Charlotte Comptois, étudiante au Collège Mont Notre-Dame. Celle-ci a fait part aux participantEs d'une démarche entreprise cette année dans le cadre d'un projet scolaire. Les responsables du projet ont fait circuler une pétition auprès des élèves du collège qui dénonçait, entre autre, la représentation irréaliste des femmes dans les publicités des magazines féminins et l'impact que ces images ont sur le processus d'identification des jeunes filles. Les étudiantes ont ensuite présenté cette pétition aux médias. La démarche a permis aux jeunes femmes de prendre position ouvertement par rapport à ce phénomène. Charlotte souligne l'absurdité du fait que 95 % des femmes souhaitent ressembler à des modèles qui représentent 5% de la population.

Atelier-conférence 1

Hypersexualisation/sexualisation précoce chez les jeunes: contexte

Josée Anctil
CALACS de l'Estrie

Josée Anctil aborde le sujet du marketing féroce qui s'adresse aux jeunes filles et aux jeunes garçons, les "tweens" (between/teenager), qui constituent une grande cohorte d'individus au potentiel énorme de consommation. Des messages publicitaires puissants s'adressant à ce groupe de consommatrices et de consommateurs sont véhiculés principalement par les modèles que proposent les magazines féminins et les vidéoclips. Ces médias présentent aux femmes et aux filles de plus en plus jeunes un modèle de beauté physique inaccessible et "sexy" dans le but de leur vendre des produits cosmétiques, des vêtements, de la lingerie ou tout autre accessoire qui leur promettent d'atteindre ce résultat. Cependant, l'image inaccessible présentée dans les publicités contribue à entretenir l'insatisfaction constante chez les femmes par rapport à leur corps ainsi qu'une tendance à vouloir le modifier en consommant davantage. Les critères de beauté trouvent leurs racines dans une beauté virtuelle.

À l'aide d'une présentation vidéo, nous assistons aux étapes de la création d'une image publicitaire. Une jeune femme à la beauté naturelle est métamorphosée sous nos yeux, par le biais d'une séance de maquillage, puis grâce aux retouches électroniques effectuées sur les photos, en une beauté virtuelle qui sera présentée aux consommatrices comme modèle à atteindre. Ce modèle irréel et inaccessible contribue à la perte d'estime de soi des femmes qui sont perpétuellement insatisfaites de leur image.

Ce battage médiatique a aussi pour effet d'inciter les jeunes filles, qui sont à cet âge en quête d'identité et d'affirmation, à rechercher l'approbation sociale par le biais de l'image plutôt que par leurs qualités affectives, leur intelligence, leur sens critique et leur développement personnel. Ces qualités sont d'ailleurs très peu valorisées dans les médias de consommation.

Le message véhiculé par le biais du marketing suggère aux adolescentes que le pouvoir de séduction est le meilleur moyen pour parvenir à combler leurs besoins d'amour, de complicité et de bien-être. L'image du «Girl Power», un modèle de femmes possédant un pouvoir de séduction déterminé par l'apparence physique, envahit les magazines féminins et les vidéoclips. Ces messages véhiculent plusieurs paradoxes qui contribuent à garantir leur efficacité. En effet, il y a la promesse de la santé par la consommation de produits artificiels et dangereux, la valorisation de l'unicité en proposant l'uniformité des modèles, de plus que la fausse croyance qui dicte que l'apparence est gage de pouvoir alors qu'elle rend la jeune fille dépendante du regard de l'autre.

Josée Anctil nous invite à visualiser des images tirées de revues pour adolescentes et de revues pornographiques. Il n'est pas facile de faire la différence entre les deux. Les images de l'univers pornographique sont de plus en plus généralisées, ce qui a pour conséquence de relayer aux oubliettes les dimensions humaines et affectives des relations. En effet, la séduction amène directement à la sexualité, et le sexe, c'est «vendeur». D'ailleurs, les agences de publicité n'hésitent pas à l'utiliser à toutes les sauces, comme nous pouvons le constater sur les publicités présentées lors de la conférence.

Pour contrer les messages qui s'adressent aux jeunes filles par le biais du marketing, il est important de les aider à développer leur sens critique par rapport à ce phénomène de banalisation sexuelle et à prendre position face à cette tendance.



Pistes d'action

Les participantEs à cet atelier ont retenu que la publicité ne présente pas une image réelle de la femme, et que le marketing ainsi que la consommation (vendre) passent avant les valeurs personnelles. Ces personnes ont constaté qu'il y a une banalisation du sexe dans notre société et qu'il est difficile de faire la différence entre les images de revues pornographiques et celles des revues pour adolescentes. Finalement, les participantEs ont retenu qu'il est important de se sensibiliser à ce phénomène, de développer son sens critique et d'agir pour que ça change.

Les pistes d'actions proposées aux niveaux personnel, professionnel et social, sont :

- Parler de la problématique de la sexualisation;
- Sensibiliser et éduquer les jeunes et l'entourage;
- Dénoncer la publicité sexualisée;
- Prévenir en aidant les gens à développer un sens critique et une conscience sociale;
- Faire des activités de prévention et d'éducation;
- Agir comme modèle par rapport à l'hypersexualisation et à la consommation (consommer de façon cohérente);
- Intervenir en s'impliquant (comité, activités, etc.) ou en faisant pression sur les médias.

Les pistes de solution ressorties par nos jeunes :

- Prendre conscience du phénomène de l'hypersexualisation;
- Changer son habillement;
- Discuter du sujet entre jeunes;
- Effectuer moins d'achats d'objets hypersexualisés;
- Bannir les magazines pour ado de la bibliothèque de l'école;
- Changer le contenu des revues et de la publicité;
- Prendre du recul sur le sujet;
- Dire ouvertement ce qui ne nous plaît pas dans les images.

N.B. La dénonciation n'est pas un terme utilisé par les jeunes dans les solutions, il vient plutôt des adultes participantEs.

Quelques réflexions personnelles de nos jeunes :

- ☺ « *Les brassières, c'est pour soutenir, pas pour séduire.* »
- ☺ « *Je dis à mes amies que je les trouve plus belles au naturel.* »

Atelier-conférence 2

Impact de l'hypersexualisation sur la santé des femmes

Ève-Marie Pouliot et Laurence Roy

Centre de santé des femmes de l'Estrie

Le Centre de santé des femmes de l'Estrie travaille depuis 25 ans à la promotion et à la prévention de la santé des femmes en favorisant leur autonomie de décision par rapport à celle-ci. L'organisme fait partie du Réseau des Centres de santé des femmes qui publie la revue alternative au regard féministe «Audacieuse: Le défi d'être soi». Cette revue informe les femmes afin de promouvoir la démedicalisation de leurs cycles de vie. Le Centre se préoccupe aussi de l'image corporelle des femmes et travaille à la promotion de la diversité des corps et à la sensibilisation par rapport aux effets des régimes sur la santé. Les intervenantes observent que les jeunes filles adoptent de plus en plus précocement des comportements alimentaires et sexuels qui ont un impact sur leur santé. Cette sexualisation précoce serait une conséquence directe de l'hypersexualisation de notre société.

Le phénomène de l'hypersexualisation est un courant social ayant commencé à émerger au début des années 2000. Des décennies de capitalisme où les valeurs marchandes et la consommation ont influencé les comportements humains. Ceux-ci ont engendré la précocité de certains comportements comme la consommation de drogue et d'alcool, la sexualité et la violence. Au niveau social, nous assistons à une hypersexualisation des comportements humains et à une surenchère de la sexualité. Ce phénomène a pour conséquence la sexualisation précoce chez les jeunes filles. Dans ce contexte, les jeunes de 8 à 12 ans (les «tweens»), qui sont exposés de plus en plus jeunes aux images commerciales hypersexualisées, apprennent à développer leur identité à partir de l'image, de la sexualité et du savoir-faire sexuel. En effet, les adolescentes portent des tenues qui mettent en évidence les signaux sexuels, et elles consomment toutes sortes de produits et accessoires qui leur permettent de cacher ou d'accentuer certaines parties de leur corps. Elles ont de plus en plus recours à la chirurgie pour transformer leur corps et adoptent des attitudes et des postures qui mettent en valeur leurs caractéristiques sexuelles (bomber les seins, entrouvrir la bouche).

De plus, ce courant d'hypersexualisation contribue à véhiculer les vieux stéréotypes qui veulent que les hommes soient forts, courageux et performants, tandis que les femmes devraient être soumises, dociles et au service du plaisir de l'homme. Les préadolescentes adoptent donc des comportements de soumission puisque l'attention et le pouvoir social dépendent maintenant du retour de ces stéréotypes sexuels. Le savoir-faire sexuel qui leur est proposé est orienté, chez les jeunes filles, sur le plaisir de l'autre, et la relation amoureuse en est exclue.

Paradoxalement, le phénomène de l'hypersexualisation récupère le discours féministe en prônant l'affirmation de soi et le pouvoir des femmes, mais en limitant ceux-ci à leur corps et à leur apparence physique. Les jeunes filles, qui s'identifient presque exclusivement à leur corps, deviennent esclaves du regard des autres et des standards de beauté qui inondent le marché. L'unique source de valorisation qui s'offre à elles repose sur le « paraître ». Le culte du corps, qui prône un modèle de beauté uniforme et stéréotypé, leur promet santé, bonheur, popularité et richesse. Cette tendance incite les jeunes femmes à utiliser leurs charmes et leur «sex-appeal» comme pouvoir social. Malheureusement, ces comportements hypersexualisés contribuent à les rendre plus vulnérables puisqu'elles mettent ainsi en jeu leur santé physique et mentale.

La société hypersexualisée incite les préadolescentes à manifester précocement des comportements sexuels. Ces comportements, ainsi que la multiplicité des partenaires, exposent les jeunes filles à un plus grand risque de contracter des maladies transmises sexuellement, comme la Clamédis, qui est diagnostiquée à 75% chez les femmes de 15 à 29 ans. Ces jeunes femmes actives sexuellement ont aussi tendance à négliger de se protéger par le port du condom. En effet, la recherche d'amour à tout prix, le désir de plaire, le sentiment d'invulnérabilité et l'impression d'être intouchables incitent les jeunes à oublier de tenir compte de leurs besoins, de leurs limites, de leurs désirs et de leur santé. Pour ces jeunes, la relation se résume à la sexualité et celle-ci se limite à la génitalité et à la performance.

Une autre conséquence associée à l'hypersexualisation est l'impact de ces valeurs sur l'image corporelle des jeunes filles. Depuis la fin des années 60, les modèles présentés aux femmes insistent sur l'importance de la maigreur. Cette obsession incite les femmes à adopter des comportements nuisibles en ce qui a trait à leurs habitudes alimentaires. Les jeunes filles s'imposent des régimes alimentaires parfois draconiens ou consomment des coupe-faims dangereux pour la santé. Cette obsession de la minceur contribue à l'augmentation des troubles alimentaires (anorexie, boulimie). En effet, on observe qu'une pré-adolescente de 9 ans sur trois fait des efforts pour maigrir. Ces

comportements alimentaires ont pour conséquence de provoquer des pertes de poids trop rapides, des carences alimentaires, de la fatigue, la perte des menstruations, des nausées ou de la diarrhée. Le Centre de santé des femmes travaille à informer les jeunes sur l'importance d'une alimentation saine, de l'exercice physique et du maintien d'un poids naturel pour garder une bonne santé.

L'hypersexualisation a aussi des conséquences sur l'estime de soi des jeunes femmes. L'obsession de l'image qui est valorisée au détriment des attitudes et de la personnalité n'encourage pas les femmes à s'aimer, à se respecter, à s'accepter comme elles sont ou à s'accorder de la valeur en dehors de l'apparence physique. Cette tendance a donc pour conséquence de miner leur estime personnelle. De plus, les femmes en viennent à se décourager devant l'inaccessibilité des modèles proposés. La baisse d'estime de soi est associée à la dépression, à l'anxiété, au sentiment de culpabilité et à la sexualité précoce pour se valoriser. On observe d'ailleurs que la détresse psychologique est plus élevée chez les jeunes filles que chez les garçons.



Pistes d'action

À la suite de cet atelier, les participantEs ont pris conscience de l'ampleur du phénomène et de ses conséquences, telle que l'augmentation des ITS (anciennement nommées MTS), l'obsession du poids et la diminution de l'estime de soi chez les filles et les garçons. Ces personnes ont retenu que la publicité et l'industrie de la mode ont un impact immense sur les jeunes et que ceux-ci ne sont pas conscients des conséquences du phénomène de l'hypersexualisation. Les participantEs ont aussi reconnu l'importance d'informer les jeunes sur les saines habitudes de vie (sport, saine alimentation, poids santé). Ces personnes ont mieux compris la différence entre le phénomène de l'hypersexualisation et la sexualité précoce et l'importance de rappeler aux femmes que leur beauté concerne aussi leur esprit. Les auditeurs-trices ont aussi constaté que la condition de la femme ne s'est pas améliorée, et qu'il est important de proposer aux jeunes des modèles positifs qui soient plus présents pour eux.

Les pistes d'actions proposées aux niveaux personnel, professionnel et social, sont :

- M'accepter comme je suis, être moi-même et ne pas me laisser influencer par les modèles hypersexualisés;
- Me questionner sur mes propres valeurs et mes habitudes;
- Faire attention à mes choix en tant que consommateur-trice, être un modèle par mes actions;
- Être plus attentif-tive aux messages véhiculés par la publicité et développer mon sens critique et celui des gens autour de moi;
- Sensibiliser les personnes de mon entourage à la problématique (collègues, famille, amis, jeunes);
- Aider les jeunes à prendre conscience des messages qu'ils envoient par leur tenue vestimentaire et par leurs comportements;
- Aider les jeunes à développer leur propre modèle et non celui prédéfini par les médias;
- Informer les jeunes sur les dangers des régimes amaigrissants et les sensibiliser par rapport aux conséquences des troubles alimentaires;
- Écouter les jeunes, les valoriser dans leurs compétences, leurs habiletés et leurs bonnes habitudes;
- Faire des ateliers et des animations sur ces sujets avec les jeunes;
- Sensibiliser les parents par des messages à la radio et à la télévision;
- Faire des échanges sur la problématique (questions, débats, prises de position, dénonciation);
- Faire de la sensibilisation dans le monde du sport;
- Offrir de la formation aux parents et aux professionnels sur le sujet.

Les pistes de solutions ressorties par nos jeunes :

- Se sensibiliser et le faire avec les autres jeunes sur leur habillement et sur leurs comportements alimentaires;

- S'accepter comme nous sommes;
- Ne pas encourager l'hypersexualisation;
- Avoir un atelier sur les troubles alimentaires;
- Montrer une image respectueuse de soi aux autres jeunes;
- Parler, se poser des questions;
- Faire de la prévention sur les effets de la minceur du corps prônée par la société;
- Diffuser des messages de sensibilisation par les médias.

Quelques réflexions personnelles de nos jeunes :

☉ « *Ne jamais me laisser convaincre que je ne suis pas assez belle, ni assez parfaite, parce qu'après tout, je ne suis pas un corps, mais bien une femme.* »

☉ « *Parce que je connais des gens qui font face à des troubles alimentaires dans mon milieu scolaire et de travail, ce sera de les amener à s'informer face aux conséquences que ces troubles apporteront à leur corps.* »

☉ « *Notre société encourage la minceur, mais aussi certains sports. [...] Il faudrait aussi faire de la prévention sur ce côté-là.* »

Atelier-conférence 3

La faute aux médias

Geneviève Proulx - La Nouvelle de Sherbrooke

Frédéric Bertrand - Génération Rock 104.5

Annick Bousquet - TQS Estrie

René-Charles Quirion - La Tribune

Les quatre panellistes exposent leur point de vue concernant le rôle des médias dans le phénomène de la sexualisation et concernant le rôle que ceux-ci peuvent jouer dans le processus de changements sociaux.

Il est vrai que les médias servent de véhicules à l'image hypersexualisée de la femme par le biais de la publicité. Par ailleurs, selon Geneviève Proulx, les médias jouent aussi un rôle d'acteur de changement social lorsque le journaliste va plus loin que la simple nouvelle, qu'il en profite pour approfondir un sujet et pour informer le public. Par exemple, à la suite d'une conférence de Jocelyne Robert qui dénonçait les comportements sexuels des jeunes adolescents, les médias ont véhiculé le point de vue selon lequel toutes les jeunes filles font des «pipes» et que les jeunes s'adonnent à des «gang-bang». Bien sûre, cette approche «punchée» de la nouvelle sert à attirer les lecteurs-trices, mais l'information est-elle valide pour tous les jeunes, dans toutes les régions du Québec ? Geneviève Proulx a choisi d'adopter une approche préventive pour le traitement de cette information après avoir consulté les professeurs et la commission scolaire. Ceux-ci ont constaté que le phénomène n'est pas aussi grave ici à Sherbrooke.

Pour sa part, Frédéric Bertrand rappelle qu'il faut éviter de censurer l'outil (les médias) alors que c'est l'utilisation que nous en faisons qu'il faut questionner. Il souligne que les médias adoptent de plus en plus la forme des émissions de divertissement qui sont basées sur une logique marchande. De plus en plus, l'information doit être «sexy» pour attirer le public. Il suggère que c'est notre rapport à la consommation qui doit plutôt être examiné. Frédéric Bertrand rappelle l'énorme pouvoir lucratif du marché de la pornographie (96 milliards de dollars) par rapport au budget limité des médias d'information. Il questionne aussi le rôle des médias. Doivent-ils remplacer celui de

l'éducation ? Il nous ramène l'importance de développer notre sens critique face aux médias.

Annick Bousquet de TQS aborde l'aspect marketing associé à cette station de télévision. Elle mentionne que leur approche à tendance sensationnaliste choque parfois les auditeurs-trices. Par ailleurs, Annick parle de son souci d'approfondir la nouvelle en allant chercher les deux côtés de la médaille en information. Elle mentionne, à titre d'exemple, son traitement d'une activité scolaire qui présentait une exposition sur l'utilisation du corps de la femme en publicité. Elle s'est intéressée à l'envers du décor et a voulu présenter les explications associées au phénomène, à savoir pourquoi ces images-là sont utilisées en publicité. Elle mentionne son souci de ne pas s'arrêter aux images présentées par l'exposition, mais d'aborder aussi l'information véhiculée par celle-ci. Selon Annick Bousquet, les médias ont un rôle social qui consiste à dénoncer le phénomène de l'hypersexualisation.

René-Charles Quirion admet que les thèmes du sang, du sexe et du sport sont des sujets gagnants dans les médias. Il explique que les médias, pour se rendre intéressants et captiver l'auditoire, doivent raconter les événements qui sortent de l'ordinaire. Par contre, selon René-Charles Quirion, il est important, pour un journaliste, d'aller au-delà du «punch» afin d'expliquer et d'éduquer le lecteur. Il mentionne que les médias peuvent être utilisés pour faire avancer une cause ou pour dénoncer une situation. Il donne un exemple de situation où les médias ont eu une influence concrète sur l'utilisation de publicités sexistes. Cette dénonciation a eu pour impact la rétraction de cette publicité. René-Charles Quirion souligne que les médias peuvent présenter les liens, par exemple, dans un but préventif, entre l'hypersexualisation et la prostitution et la criminalité. Il rappelle qu'il est vrai que la publicité fait vivre les médias, mais que ceux-ci offrent aussi de l'espace de visibilité à certains organismes par souci de conscience sociale. Il nous invite à prendre conscience de notre pouvoir, en tant que consommateurs de médias, sur le contenu de ceux-ci.



Pistes d'action

Les participantEs à cet atelier ont principalement retenu que le blâme ne revient pas seulement aux médias, qu'ils ont leurs limites et que les consommateurs ont aussi du pouvoir, même si les hauts-dirigeants et les médias agissent en fonction du profit. Ces personnes comprennent que les médias peuvent changer les choses mais qu'ils doivent

pour cela valoriser l'information et la sensibilisation du public. Les participantEs retiennent qu'il y a beaucoup d'incohérence dans les messages véhiculés par les médias.

**Les pistes d'actions proposées
aux niveaux personnel, professionnel et social, sont :**

- Être plus critique et prendre position en choisissant nos sources d'information;
- Dénoncer ce que nous voyons dans les médias et être lucide face à ce qui nous est présenté;
- Faire de la sensibilisation, de la conscientisation et de l'éducation (ateliers, reportages, dénonciation, en parler à l'entourage) face au phénomène;
- Agir en modèle par rapport à la consommation;
- Aller chercher les médias plutôt que d'attendre qu'ils viennent à moi (proposer des reportages).

Les pistes d'actions ressorties par nos jeunes :

- Toujours s'informer;
- Développer son esprit critique face aux médias;
- Ne pas encourager l'utilisation de l'Internet à des fins sexuelles;
- Connaître le rôle des médias;
- Sensibiliser les autres jeunes;
- Prendre davantage position face à la banalisation du sexe;
- Inciter les médias à moins diffuser du contenu osé.

Quelques réflexions personnelles de nos jeunes :

- ☉ « *Travailler mon sens critique et faire travailler celui de notre société. S'arrêter 5 minutes et se poser quelques questions...* »
- ☉ « *Mettre nos limites. Ce que nous sommes prêts à accepter et où ça s'arrête.* »

Atelier-conférence 4

Hypersexualisation sociétale

Alain Desharnais, sexologue

Alain Desharnais nous présente sa définition de l'hypersexualisation, définition qui n'apparaît pas encore dans la littérature. Selon lui, l'hypersexualisation consiste en une tendance lourde à réduire l'identité des individus à leur seule dimension sexuelle, c'est-à-dire au fait d'avoir un sexe et de copuler. Dans ce contexte, la sexualité est devenue son propre spectacle duquel sont exclus l'amour, la rencontre, la qualité de la relation affective, la tendresse, le romantisme et la patience. Cette nouvelle définition de la sexualité s'éloigne de ce qui représente la santé sexuelle: une belle relation épanouissante qui nous rend meilleurEs.

Selon le sexologue, nous avons une tendance naturelle à être fascinés par le sexe et nous sommes souvent, à cause de notre manque d'éducation, peu à l'aise avec la sexualité. Nous nous tournons donc facilement vers la pornographie. Celle-ci nourrit le phénomène de l'hypersexualisation en offrant des modèles de « sexualité de performance » inspirés des performances sportives, des modèles de sexualité banalisée et de sexualité correspondant à la tendance actuelle à rechercher des sensations ultimes. La pornographie n'a rien à voir avec l'érotisme, selon Alain Desharnais. Il s'agit d'activités sexuelles à la chaîne, sans contexte affectif et sans rencontres véritables. Les protagonistes y copulent à l'infini et avec joie par le biais d'une panoplie de positions et d'acrobaties. Les jeunes femmes y sont représentées comme des lesbiennes et la sodomie est devenue une mode, une pratique obligatoire, tout comme la fellation et l'éjaculation avalée. De plus, la pornographie encourage une sexualité virtuelle chez le consommateur qui se masturbe en solitaire devant une image.

Le phénomène d'hypersexualisation touche les garçons autant que les filles, selon le conférencier, et tout le monde y perd. En effet, les jeunes hommes qui ont pour modèle les scénarios pornographiques cherchent à être à la hauteur de ces standards inaccessibles. Ils sont susceptibles de vivre de l'anxiété par rapport à la taille de leur pénis puisque la pornographie présente des modèles de mâles surdimensionnés. Les jeunes s'inquiètent aussi par rapport à leur capacité de faire durer la relation sexuelle par rapport aux performances de 45 minutes présentées dans les films pornographiques.

Les gars ont aussi peur de ne pas arriver à faire jouir leur partenaire alors que les vedettes de la pornographie s'éclatent à chaque fois malgré le fait que l'homme soit présenté comme un macho exigeant, insistant à réaliser tous ses fantasmes, et ce, même au mépris de sa partenaire et de ses besoins à elle. Les femmes y sont d'ailleurs présentées comme étant au service de gars qui veulent baiser. Face à ces modèles, les garçons éprouvent une grande anxiété de performance, et ils se sentent déçus, inquiets, incompetents et démissionnaires par rapport à la vraie sexualité, celle que nous vivons avec une partenaire. Plus enclins à la paresse, ils se tournent vers la pornographie qui est facile, accessible et qui ne nécessite pas les efforts parfois lourds qu'impliquent les préliminaires d'une réelle relation sexuelle.

Les préadolescentes, pour leur part, sont captives du diktat de la séduction. En effet, à cet âge (moins de 14 ans), les filles ne se définissent pas, de façon spontanée, par leur sexe. De plus, elles ne sont pas prêtes à assumer une activité sexuelle, car il n'est pas possible, à ce stade de développement, de vraiment habiter leur corps. Le désir de plaire et l'intérêt pour la mode sont normaux, mais ils deviennent inquiétants quand ils impliquent que de très jeunes filles se soucient de mettre en étalage une sexualité qui n'existe pas encore. Cette préoccupation précoce pour le corps devient une distraction qui entrave leur développement. En effet, les filles sexualisées précocement consacrent moins de temps à leur développement personnel et aux autres activités de loisirs. Il a d'ailleurs été démontré que des filles en costume de bain présentaient de plus faibles performances intellectuelles que des filles habillées lors du même test. La mode vestimentaire ultrasexy et la valorisation de la naïveté incitent les jeunes filles à adopter des comportements sexuels aberrants comme celui d'embrasser un pénis avant la bouche, celui de participer à des concours de «french» ou à celui d'avoir une relation avec deux gars lors d'une première relation sexuelle.

La banalisation de la sexualité fait de nous toutes et tous des pornographes «doux» puisque les femmes ordinaires deviennent inintéressantes par rapport aux modèles de la pornographie. Les perversions sont banalisées et le besoin de stimulation sexuelle devient, par conséquent, tellement élevé que la relation ordinaire devient terne.

Est-ce que la pornographie est devenue l'agent éducateur principal auprès des jeunes? Et la santé sexuelle, et la tendresse dans tout ça?

Alain Desharnais nous rappelle les émois du début d'une saine relation, la patience infinie face à nos désirs, les attouchements furtifs et délicats qui nous entraînaient jusqu'au désir passionné. Il nous rappelle les sensations associées à l'amour comme

l'impression que tout ce que nous faisons est magique aux yeux de l'autre, malgré la gaucherie. Alain Desharnais nous rappelle également l'importance de laisser se réinstaller la tendresse et le souci de l'autre dans la relation, ainsi que de remettre le sexe à sa place, soit en complémentarité à la relation. Il nous invite à replacer la sexualité dans l'amour en lui donnant un sens à l'intérieur d'une relation qui en devient le contexte et non pas par elle-même en tant que gymnastique superficielle. Il nous rappelle qu'une relation a besoin de temps, d'énergie et d'argent pour se construire, pour être nourrie et cultivée.

Pour aider les jeunes, le sexologue recommande aux parents de transmettre des valeurs claires, de donner des balises solides et des limites aux enfants et d'être rigoureux pour les faire respecter.



Pistes d'action

Les participantEs à cet atelier ont mieux compris les impacts de l'hypersexualisation chez les garçons et chez les jeunes filles. Ces personnes ont retenu que les jeunes vivent une très forte pression à la performance sexuelle et que cette sexualité s'exerce souvent en dehors du contexte de la relation amoureuse. Les participantEs ont pris conscience du rôle de la pornographie comme modèle proposé aux jeunes et de l'importance de revenir à une éducation à la sexualité saine et belle. Ces personnes ont retenu l'importance de la communication avec les jeunes, l'utilisation de l'humour pour les rejoindre et l'importance de revenir à un discours qui humanise la sexualité (tendresse). Les participantEs comprennent que les adultes doivent se positionner puisque c'est un phénomène inquiétant qui contribue à dérouter les jeunes par rapport à leur identité et par rapport à ce qu'est réellement une vie amoureuse.

Les pistes d'actions proposées aux niveaux personnel, professionnel et social, sont :

- Réfléchir sur mes convictions et mes valeurs et les respecter dans mes gestes, mes choix et mes actions personnelles, donner l'exemple;
- Être plus constant et ferme dans mes règles au niveau de l'éducation et transmettre mes valeurs et mes convictions par rapport à la sexualité;

- Discuter, échanger avec l'entourage (conjointE, enfants, amis, collègues, etc.) des impacts insidieux de la pornographie sur la sexualité des jeunes;
- Prôner la santé sexuelle, parler de l'importance d'être amoureux-reuse, de la magie de l'amour, de l'importance de la relation plutôt que de celle de la performance;
- Développer mon sens critique;
- Me respecter, m'affirmer, mieux choisir mes vêtements;
- Diminuer la pression que j'éprouve dans le domaine sexuel;
- Être à l'écoute des jeunes, réfléchir et échanger sur la sexualité;
- Faire des ateliers de sensibilisation, prévention, information pour les jeunes;
- Supporter les parents dans leur rôle (éducation sexuelle);
- Faire circuler un résumé de cette conférence;
- Faire des ateliers sur le thème des relations amoureuses saines pour les jeunes et parler des étapes de l'évolution d'une relation;
- Soutenir le développement des capacités et de l'estime de soi des jeunes;
- Réfléchir sur mes propres actions vis-à-vis de la pornographie (consommation);
- Refuser tout objet de consommation associé à la sexualité, et refuser la sexualité comme objet de consommation;
- Discuter ouvertement de sexualité et ne pas banaliser le sujet;
- Réintégrer des programmes et des ateliers sur la sexualité dans les milieux scolaires;
- Intervenir auprès des garçons;
- Valoriser les modèles qui diffèrent des modèles hypersexualisés;
- Revenir à la réalité des relations et éviter ce qui est virtuel (diminuer l'accès à internet);
- Présenter cette conférence aux jeunes;
- Dénoncer la pornographie et l'hypersexualisation;

- Démystifier et lutter contre les stéréotypes sexuels.

Les pistes de solutions ressorties par nos jeunes :

- Faire attention à son habillement;
- Inciter les autres jeunes à ne pas encourager l'hypersexualité;
- Encourager les autres jeunes à créer leur propre style d'habillement, plutôt que celui qui leur est suggéré;
- Sensibiliser sur la pornographie et sur les différences avec la réalité;
- Retirer les vêtements hypersexualisés des magasins pour jeunes ;
- Ne pas consommer la sexualité qui vient de la pornographie;
- Créer plus de ressources pour prévenir les problèmes qui vont venir.

Quelques réflexions personnelles de nos jeunes :

- ☺ « *Ce que je retiens de cette conférence, c'est que la sexualité n'est plus de l'amour, mais un jeu... »*
- ☺ « *Il faudrait ne plus mettre des « string » dans des magasins pour jeunes de 8 à 16 ans. »*

Conclusion et remerciements

La journée de sensibilisation a permis aux participantEs de prendre conscience du phénomène de l'hypersexualisation et de la sexualisation précoce, et de ses conséquences sur les jeunes préadolescents, aussi bien chez les filles que chez les garçons. Grâce aux conférences présentées lors de la journée, aux kiosques et aux discussions, les personnes présentes ont pu réfléchir sur le sujet et apporter des pistes d'action qui s'appliquent aussi bien au niveau personnel que professionnel et social de tous et chacun.

Actuellement, le sujet continue d'alimenter le débat sur la place publique, et la place faite aux corps parfaits, au nécessairement sexy qui n'arrête pas de nous être lancée en pleine figure et ce dès le début du matin. Nos enfants poussent en intégrant ce modèle de beauté truquée, traficotée, virtuellement inventée !! Les critères de la beauté virtuelle nous entourent constamment. Dans cette quête de soi, comment se retrouver, comment accepter son corps imparfait ? Comment entrer en contact avec la beauté réelle lorsque nous sommes inondéEs de beauté virtuelle????

Les personnes présentes lors de la journée du 24 mai se souviendront de celle d'une équipe de l'Office Nationale du Film (ONF), venue capter des images des conférences, puisqu'un film se préparait sur le thème. Le projet a été fait en collaboration avec l'ONF, le Y des femmes de Montréal (YMCA) et le service aux collectivités de l'UQAM dans le cadre du projet « Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation ». Ce film réalisé par Sophie Bissonnette est maintenant un outil additionnel qui soit disponible pour les intervenantEs actifs-ves dans la vie des jeunes. Vous pouvez vous le procurer pour amorcer la discussion avec ces derniers-ères. SEXY INC. est un documentaire de 35 min 27s, et il est disponible dans vos bibliothèques. Il porte le numéro d'identification C 9207 317.

Le présent document ne change en rien le monde. Il se veut un outil de référence et un levier créatif pour la réalisation de vos propres actions dans vos milieux. L'important n'est pas de donner des réponses, mais de susciter le développement du sens critique pour permettre, entre autre, aux jeunes de mieux naviguer dans tout ces choix qui s'offrent à eux. Faire un choix éclairé exige l'utilisation de la pensée critique.

Le bilan de toute cette journée de réflexion se veut très positive dans son ensemble. Le moment créé a été bien apprécié par les personnes présentes, qui ont

contribué à en faire un succès. Une petite partie de chaque participantE nourrit ce document!

Merci à tous et à toutes pour votre implication et pour vos idées!

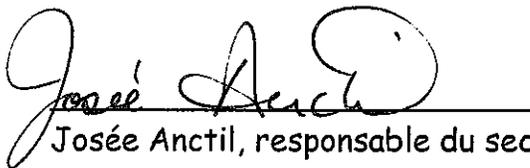
Merci aux conférenciers-ères qui ont fortement contribué au succès de cette journée !!

Merci à Danielle Desormeaux pour la rédaction de ce document et, surtout, pour la rigueur de son travail qui nous a permis d'avoir un reflet très réaliste de l'ensemble des conférences présentées !

Merci à Magaly Girard, Mélissa Leblond et Marie Salvail pour la compilation des pistes d'actions proposées par les participantEs !

Merci aux militantes du CALACS !

Au nom du CALACS de l'Estrie, Merci!!!



Josée Anctil, responsable du secteur prévention/sensibilisation
CALACS de l'Estrie



*«...lorsque cela a trait à la violence,
le pas dans ma cour n'a plus sa place...
nous sommes tous les maillons d'une
grande chaîne de prévention.»*



calacs
estrie