

## **Le sexe dans les médias : obstacle aux rapports égaux - Données marquantes - Fiche technique**

*Annexe au communiqué de presse du 11 juin 2008. Le sexe dans les médias : obstacle aux rapports égaux - Fiche technique 2 - Données manquantes. Juin 2008.*

**Date de publication** : 2008-06-11

**Auteur** : Conseil du statut de la femme

Pour diffusion immédiate

CNW : code 01

GQM : 00660

## Annexe au communiqué de presse du 11 juin 2008

### LE SEXE DANS LES MÉDIAS : OBSTACLE AUX RAPPORTS ÉGALITAIRES Fiche technique 2 –Données marquantes

#### 1. Fréquentation des médias par les jeunes

##### Télévision

- **Diminution du temps d'écoute** : en 2004, 13,5 heures d'écoute par semaine chez les jeunes de 12 à 17 ans, soit trois heures de moins qu'en 1999.
- Croissance de l'écoute d'émissions étrangères : dramatiques, variétés et comédies.
- Les filles préfèrent les téléromans, les téléseries et les émissions de télé-réalité; les garçons, eux, les émissions d'humour et de sport.

##### Internet

- **Forte croissance du taux d'utilisation** chez les 12 à 18 ans : en 2006, 93 % affirmaient avoir accès à l'Internet à la maison, dont la majorité avec une connexion haute vitesse.
- Les jeunes utilisent l'Internet d'abord pour communiquer (clavardage ou courriel). Pour se divertir, 74 % naviguent sans but précis.
- Les filles préfèrent le clavardage; les garçons, les jeux en ligne.

##### Magazines

- **Baisse de l'intérêt** : en 2004, 50 % des jeunes âgés de 15 à 24 ans lisaient des magazines au moins une fois par mois, comparativement à 75 % en 1994 (vont plutôt sur Internet).
- Les jeunes de 15 à 24 ans sont les plus nombreux à lire des revues ou des magazines en anglais (19 % comparativement à 12 % pour l'ensemble).
- Les filles lisent surtout des magazines de mode; les garçons, des magazines de sport, de loisirs, de plein air, de voyage.

##### Musique et vidéoclips

- **Forte préférence pour la musique anglophone** : les jeunes de 15 à 24 ans écoutent très rarement de la musique francophone, d'où l'absence de frontières au regard des modèles proposés.
- 52,3 % des jeunes de 12 à 17 ans écoutent la chaîne MusiquePlus chaque semaine.

## 2. Contenu sexuel dans les médias

### 2.1 Présence accrue du sexe dans les médias

#### Télévision

- Le contenu sexuel dans les émissions de télévision américaines regardées par les jeunes a augmenté de façon constante sur une période de sept ans.

#### Internet

- L'accessibilité à la sexualité est facilitée par la consultation de contenus sexuels dans un climat d'anonymat complet et souvent gratuit.
- Le nombre de sites Internet gratuits offrant du contenu sexuel est en constante croissance.
- 56 % des 12 à 17 ans ont visité des sites pornographiques, 16 % volontairement.

#### Magazines

- Plusieurs images évoquent des rapports sexualisés ou de séduction.
- Le contenu rédactionnel valorise l'apparence, la vie de couple, les relations amoureuses, la séduction, les moyens de satisfaire sexuellement son partenaire.

#### Publicité

- Chaque personne vivant en Amérique du Nord est exposée à quelque 1 500 à 2 500 messages publicitaires par jour.
- Les images véhiculées pour vendre les vêtements sont de plus en plus provocantes.
- Les modèles sont de plus en plus dénudés et adoptent des postures suggestives.
- Certains messages publicitaires s'apparentent à de la pornographie.

#### Vidéo

- La sexualité étant une stratégie de vente efficace, le vidéoclip l'utilise abondamment.
- Les femmes y sont toujours plus *sexy*, provocantes, adoptant des postures suggestives.

### 2.2 Vision stéréotypée

- Les **magazines**, **vidéo** et **films** pour adolescents diffusent une vision stéréotypée de l'idéal de beauté, représenté par un corps mince, séduisant, sans imperfection et bronzé.
- Il y a 30 ans, le poids moyen des personnages féminins y était de 8 % moins élevé que le poids moyen des femmes dans la population; il se situe maintenant à 23 % de moins.
- Les modèles de femmes proposés aux adolescentes, notamment dans les **magazines**, se limitent presque exclusivement aux vedettes (surtout américaines) de la chanson, de la mode et du cinéma; on y retrouve très peu de femmes dans des rôles non traditionnels.
- Dans les **émissions de télé-réalité**, la femme doit séduire et susciter le désir par tous les moyens : expressions faciales, position des jambes, mimiques suggestives de plaisir, etc.
- Sur **Internet**, la pornographie propose un modèle inégalitaire des rapports sexuels où seuls les besoins des hommes sont considérés.
- Dans les **jeux vidéo**, les personnages féminins sont présentés comme des victimes (princesse en détresse ou objet sexuel du héros). Les modèles masculins y sont porteurs d'agressivité, de compétition et d'inhibition des émotions.
- Dans 30 % des jeux vidéo analysés, il n'y avait aucune femme.
- Les **vidéo** encouragent l'idée de la femme-objet destinée à combler les besoins sexuels des hommes qui cherchent à tout contrôler et à tout avoir à portée de la main : des femmes, de l'argent et des voitures.

### **3. Influence des médias sur les comportements des jeunes**

#### **3.1 Obsession de l'image corporelle**

- Plus de 40 % des filles au secondaire sont insatisfaites de leur image.
- 55 % des filles de 15 à 19 ans veulent perdre du poids, comparativement à 15 % des garçons du même âge.
- Dès la 4<sup>e</sup> année du primaire, 35 % des filles souhaitent perdre du poids.
- Plus de 30 % des garçons de 13 à 16 ans souhaitent gagner de la masse musculaire.

#### **3.2 Adhésion aux stéréotypes**

- Plusieurs études ont révélé que le fait d'être exposé à des contenus sexuels par les médias entraînait un effet d'adhésion aux stéréotypes sexuels et sexistes.
- Les jeunes filles finissent par croire que si elles veulent séduire les garçons, elles doivent être prêtes à tout pour les satisfaire, dont consentir à des pratiques avec lesquelles elles ne se sentent pas à l'aise (danses sandwiches, *striptease*, *Webcam*).
- Les garçons pensent qu'ils pourront expérimenter une grande variété d'activités sexuelles auxquelles les femmes seront prêtes à participer.

#### **3.3 Comportements sexuels**

##### Précocité des relations sexuelles

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

##### Adoption de comportements sexuels non sécuritaires

- En 2005, 26 % des adolescents sexuellement actifs ont déclaré n'avoir pas utilisé de condom lors de leurs dernières relations sexuelles.
- De 2004 à 2007, le taux d'infection à gonocoque a augmenté de 250 % chez les adolescentes âgées de 15 à 19 ans.

##### Violence dans les relations amoureuses

- De 2005 à 2006, on note une hausse de 20 % de la violence conjugale chez les jeunes filles de 12 à 17 ans.
- 67 % des filles qui ont eu leur première relation sexuelle à 13 ans ou moins ont connu un épisode de violence dans le cadre de leur relation amoureuse. Chez celles qui ont eu leur première relation sexuelle à 14 ans et plus, 40 % ont vécu au moins un type de violence dans leur relation amoureuse.
- Parmi les garçons de 16 ans interrogés, 19 % ont affirmé avoir infligé de la violence psychologique, 10 % de la violence physique et 4 % de la violence sexuelle aux filles.