

Planification des activités



PRIMAIRE
2^e cycle, 4^e année

Coordination du projet *Mosaik*

Nadia Campanelli, Ministère de la Santé et des Services sociaux

Auteure

Diane Chouinard, conseillère pédagogique, Commission scolaire de l'Estuaire

Mise en page et graphisme

Alphatek

Édition

Le présent document s'adresse spécifiquement aux professionnels du réseau de la santé et des services sociaux et du réseau de l'éducation, ainsi qu'aux intervenants du réseau communautaire et n'est accessible qu'en version électronique à l'adresse :

www.msss.gouv.qc.ca/professionnels/mosaik

Le genre masculin utilisé dans ce document désigne aussi bien les femmes que les hommes.

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015

Bibliothèque et Archives Canada, 2015

ISBN : 978-2-550-73715-5 (version PDF)

Cet outil est rendu disponible grâce à la participation financière du Secrétariat à la Jeunesse dans le cadre de la Stratégie d'action jeunesse 2009-2014.

Tous droits réservés pour tous pays. La reproduction, par quelque procédé que ce soit, la traduction ou la diffusion de ce document, même partielles, sont interdites sans l'autorisation préalable des Publications du Québec. Cependant, la reproduction de ce document ou son utilisation à des fins personnelles, d'étude privée ou de recherche scientifique, mais non commerciales, sont permises à condition d'en mentionner la source.

© Gouvernement du Québec, 2015



ACTIVITÉ 1 : LE MAGASINAGE

Durée: 170 minutes

Préparation nécessaire :

- Faire une **photocopie**, pour chaque élève, des *Feuilles Questionnaire pour l'élève* (*Outils: La consommation, p. 1-5*) et la *Feuille Cahier de travail* (*Outils: La consommation, p. 6-13*).
- Avoir plusieurs exemplaires de circulaires et catalogues de vêtements et chaussures pour enfants à la disposition de tous les élèves. Des sites Internet de différents magasins et compagnies pourraient aussi être utilisés.
- **Pour les activités avec les parents:** faire une photocopie, pour chaque élève, des *Feuilles Questionnaire pour l'élève* (*Outils: La consommation, p. 1-5*), la *Feuille Résultat de mon magasinage* (*Outils: La consommation, p. 14*) et du *Bulletin Mosaïk n° 6: L'influence des amis et des médias* (*Outils: La consommation, p. 15*).

1.1 Phase de préparation

(Durée: 20 minutes)

1. Présenter Simon et Julianne (voir *Mise en contexte*, à la page 1) et lire la *Mise en situation*, à la page 1.
2. Présenter aux élèves l'activité de la situation d'apprentissage et d'évaluation, qui vise à les conscientiser quant au coût et au choix de leurs vêtements.
3. Inviter d'abord les élèves à répondre au *Questionnaire pour l'élève* (*Outils: La consommation, p. 1-5*). Faire ressortir les réponses du questionnaire par un sondage à main levée (vous pourriez aussi indiquer les résultats au tableau sous forme de fractions). Ainsi, vous auriez déjà des éléments qui guideront les questions à poser lors de la phase d'intégration.

1.2 Phase de réalisation

(Durée: 90 minutes)

1. Distribuer les *Feuilles Cahier de travail* (*Outils: La consommation, p. 6-13*); en expliquer le contenu aux élèves et leur demander de les remplir. Mettre à la disposition des élèves les circulaires, catalogues, sites Internet de vêtements et chaussures pour enfants.

NOTE: Étant donné le très grand choix de ressources mises à la disposition des élèves (catalogues, circulaires, sites Internet), il sera important de leur rappeler la production attendue, « tu dois respecter un budget de 150,00\$ pour t'habiller », afin d'éviter qu'ils s'égarer à magasiner « autre chose ». Ils peuvent dépenser 150,00\$ à leur guise: s'habiller de la tête aux pieds OU acheter seulement un vêtement ou une paire de chaussures. Ils peuvent aussi dépenser la somme en entier OU non. Il pourrait être intéressant de questionner les élèves sur la manière de dépenser leurs 150,00\$ lors de la phase d'intégration. Quel genre de consommateurs sont-ils ?

2. Remettre aux élèves les *Feuilles Questionnaire pour les parents* (*Outils: La consommation, p. 1-5*); leur préciser qu'ils devront demander à un de leurs parents (ou à un adulte avec qui l'élève a des liens significatifs) de répondre, individuellement, à ce questionnaire. Une fois les questionnaires remplis, le jeune et son parent devront comparer leurs réponses et répondre à quelques questions. L'élève doit donc apporter à la maison la *Feuille Questionnaire* (*Outils: La consommation, p. 1-5*) qu'il a rempli en classe. Indiquer aux élèves le moment où ils devront rapporter les *Feuilles Questionnaire pour les parents* (*Outils: La consommation, p. 1-5*). Idéalement, ce serait avant la phase d'intégration, afin de faire un retour sur l'activité avec les élèves.

1.3 Phase d'intégration

(Durée: 60 minutes)

Quelques jours plus tard, une fois la correction du cahier de travail terminée :

- Faire un retour sur l'activité que les élèves ont réalisée avec un de leurs parents (à vous de voir si vous le faites au début ou à la fin de la phase d'intégration). Demander par exemple :

- Comment s'est passée l'activité ?
- Est-ce que la façon dont vos parents choisissaient leurs vêtements ressemble à la vôtre ou s'en différencie ?
- Qu'est-ce qui était pareil ?
- Qu'est-ce qui était différent ?
- Avez-vous réussi à trouver une explication à ces changements ? Si oui, laquelle ?

- Amener les élèves à dégager un ou des constats sur les vêtements choisis et à interroger ces constats. Profiter de cette occasion pour faire ressortir des éléments vus lors de la correction.

À l'attention de l'enseignant : Dans cette phase de la SAÉ, il est important de parler de stéréotypes sexuels, normes sociales, marketing, consommation et hypersexualisation. Avant de commencer cette partie, demandez-vous quel(s) message(s) vous estimez important de livrer aux élèves lors de cette séance d'éducation à la sexualité. Ce qui suit présente des éléments de contenu possibles. Sélectionnez ceux qui vous conviennent et qui auront un lien avec les réponses du questionnaire. Par ailleurs, ayez toujours en tête l'intention pédagogique qui est d'**amener l'élève à prendre conscience des images féminines et masculines stéréotypées utilisées pour servir le marketing et la consommation**. Les questions des sections « stéréotypes sexuels et normes sociales » ainsi que « marketing et consommation » ciblent particulièrement l'intention pédagogique.

Stéréotypes sexuels et normes sociales

Un **stéréotype** est une représentation simplifiée d'une réalité, au moyen d'une ou de plusieurs caractéristiques d'un individu ou d'un groupe. Des stéréotypes sont associés à l'un ou l'autre sexe.

« Un stéréotype a un caractère réductionniste et cette réduction a pour effet d'éliminer les nuances, d'attribuer une image générale à toutes les personnes d'un même groupe.¹ »

Voici quelques exemples :

- images stéréotypées de femmes : grandes, minces, jeunes, blondes, dents blanches ;
- images stéréotypées d'hommes : grands, musclés, bronzés, sans poil, dents blanches.

Il faut savoir qu'on retouche les photos d'hommes et de femmes dans les magazines afin de correspondre à ces stéréotypes.

Une **norme sociale** réfère à une règle de conduite dans une société ou un groupe social. Les normes suggèrent des manières d'agir, d'être ou de penser ; elles définissent ce qu'on attend de nous (vu sur le site *biendanssapeau.ca*).

Voici quelques exemples de questionnements possibles qui ont pour but de faire réaliser aux élèves s'ils choisissent leurs vêtements en fonction des stéréotypes sexuels et des normes sociales. L'enseignant peut compléter avec d'autres questions.

a) Pourquoi as-tu choisi ces vêtements ?

Réponses possibles :

- Je les aime.
- Ils sont beaux.
- Ils sont à la mode (marketing, consommation).
- Ils sont sexy (hypersexualisation).
- Je serai comme les autres (stéréotypes et normes sociales).
- J'en avais besoin.
- Pour ne pas être jugé et être accepté par les autres (stéréotypes et normes sociales).
- Leur prix est élevé ou bas (élevé : stéréotypes et normes sociales).
- Etc.

b) Est-ce que je peux porter ces vêtements à l'école ? Pourquoi ?

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Rappeler la fonction du vêtement : convention sociale (ne pas se promener nu), respect de son corps et des autres personnes (cacher ses parties intimes), se protéger du froid, ne pas avoir trop chaud, etc.

- Différents vêtements pour différentes occasions : des vêtements pour l'école, pour dormir, pour la pratique d'un sport, pour la plage, pour des occasions spéciales, pour chaque saison, etc.
- L'éthique dans le port du vêtement est liée à la crédibilité d'un métier ; par exemple, que penserait-on d'un médecin ou d'un pilote d'avion habillé comme un mécanicien ? d'un policier habillé comme un chanteur de rap ?
- Etc.

c) Quels sont les vêtements qu'on ne peut pas porter à l'école ? Pourquoi ?

Compléter les réponses des élèves en faisant référence au code vestimentaire de l'école ; pourquoi avoir un code vestimentaire ? Une des raisons pourrait être de s'assurer du respect de tous (éviter les vêtements affichant des messages qui encouragent la violence ou qui sont inappropriés à leur âge ou au milieu scolaire, etc.).

d) Pourquoi pensez-vous que la majorité des jeunes choisissent leurs vêtements pour être à la mode ?

Réponses possibles :

- Pour ne pas être jugés (stéréotypes et normes sociales).
- Pour être acceptés par les autres (stéréotypes et normes sociales).
- Parce qu'ils les voient partout (marketing, consommation).
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Il est vrai que la pression est forte pour être « dans la norme » (marketing et consommation) ; par contre, le choix de nos vêtements ne devrait pas être lié uniquement à la mode, mais devrait tenir compte d'autres éléments : nos goûts personnels, la fonction des vêtements, les occasions pour les porter, le code vestimentaire, nos moyens financiers.

e) Le choix des vêtements est-il différent pour les garçons et les filles ? Pourquoi ?

Réponses possibles :

- Garçons : vêtements de sport et confortables.
- Filles : vêtements mode.
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Nous devrions porter des vêtements dans lesquels nous sommes confortables, qui correspondent à nos besoins et aux moyens financiers de la famille.

f) Les couleurs des vêtements sont-elles différentes pour les garçons et les filles ? Pourquoi ?

Réponses possibles :

- Garçons : couleurs plus foncées.
- Filles : toutes les couleurs.
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Nous devrions porter les couleurs qui nous plaisent, indépendamment que l'on soit un garçon ou une fille.

g) Pour être à la mode, un garçon doit s'habiller de quelle façon ?

Réponses possibles :

- Porter des vêtements griffés (avec des marques) (marketing et consommation).
- Porter des vêtements comme ceux de ses idoles (stéréotypes et normes sociales).
- S'habiller comme les mannequins présentés dans les vitrines et les magazines (stéréotypes et normes sociales).
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Nous devrions porter des vêtements dans lesquels nous sommes confortables, qui correspondent à nos besoins et aux moyens financiers de la famille.

h) Pour être à la mode, une fille doit s'habiller de quelle façon ?

Réponses possibles :

- Porter des vêtements griffés (avec des marques) (marketing et consommation).
- Porter des vêtements comme ceux de ses idoles (stéréotypes et normes sociales).
- S'habiller comme les mannequins présentés dans les vitrines et les magazines (stéréotypes et normes sociales).
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Nous devrions porter des vêtements dans lesquels nous sommes confortables, qui correspondent à nos besoins et aux moyens financiers de la famille.

i) Comment est perçue une personne qui s'habille différemment des autres ?

Réponses possibles :

- On la juge (stéréotypes et normes sociales).
- On se moque d'elle (stéréotypes et normes sociales).
- On tente de l'imiter.
- On la rejette.
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Nous sommes tous uniques, donc, différents ; les vêtements sont une manière d'exprimer notre personnalité.

j) Pourquoi juge-t-on les autres par les vêtements qu'ils portent ?

Réponses possibles :

- Parce que c'est ce que l'on remarque en premier.
- Parce que c'est plus facile que de se donner la peine de connaître vraiment la personne.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Nous devrions toujours nous donner la peine de connaître une personne avant de porter un jugement ; c'est un enseignement qui servira toute la vie.

Marketing et consommation

Voici quelques exemples de questionnements possibles qui ont pour but de faire réaliser aux élèves s'ils choisissent leurs vêtements en fonction du marketing et de la consommation. L'enseignant peut compléter avec d'autres questions.

k) Qu'est-ce qui donne envie de posséder un vêtement ?

Réponses possibles :

- Il est beau.
- Je serai beau/belle en portant ce vêtement.
- Le vêtement est à la mode (marketing et consommation).
- Je serai comme les autres (stéréotypes et normes sociales).
- La publicité (marketing et consommation).
- Pour ressembler à mes idoles (stéréotypes et normes sociales).
- Pour la marque (marketing et consommation).
- Pour le prix (marketing et consommation).

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Ce n'est pas la beauté d'un vêtement qui fait qu'une personne est belle ; une personne est belle pour ses qualités, ses traits physiques, son attitude, sa façon d'être et de se comporter avec les autres, etc. De plus, le même vêtement ne fait pas bien à tout le monde et ne sera pas confortable pour tout le monde.
- La mode ne convient pas à tout le monde. Le choix de nos vêtements ne devrait pas être lié uniquement à la mode, mais devrait tenir compte d'autres éléments : nos goûts personnels, la fonction des vêtements, les occasions pour les porter, le code vestimentaire.

- Pourquoi vouloir être à la mode et être comme les autres alors que nous sommes tous différents, que nous avons des goûts, des besoins et des moyens financiers différents ? La mode n'est pas un choix, elle nous est imposée. La majorité des gens pensent qu'ils doivent être à la mode, donc vont tenter d'y correspondre le plus possible, mais sans tenir compte de leurs goûts et besoins. Est-ce que ceux qui ne sont pas à la mode sont perçus différemment ? (au besoin, rappeler ce qui a été mentionné à la question j).
- On s'habille selon notre âge, et non comme dans les vidéos publicitaires. Il faut donc envisager différents éléments dans le choix de nos vêtements : l'âge (on ne s'habille pas de la même façon lorsqu'on est bébé, enfant ou adulte), le contexte (on ne s'habille pas de la même façon lorsqu'on est à l'école, dans un party de Noël, etc.), les besoins (avant de faire un achat, on devrait se demander si on a vraiment besoin de l'article souhaité), les moyens financiers (combien d'argent a-t-on ?), etc. Il n'est pas toujours possible de s'habiller comme nos idoles, car le contexte est bien souvent différent du nôtre (spectacle, scène, vidéoclip) et ne correspond pas à la réalité des enfants du primaire.

l) Pourquoi accorde-t-on une si grande importance aux vêtements ?

Réponses possibles :

- Parce qu'ils nous différencient des autres.
- Parce qu'ils nous protègent (du froid, de la chaleur, recouvrant par le fait même nos parties intimes).
- Parce qu'ils nous donnent de la valeur, de l'importance.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Il y a toutes sortes de manières, autres que les vêtements, d'être différents : notre attitude, notre originalité, notre amabilité, etc. Les vêtements sont essentiels, car nous ne pouvons pas nous promener nus. Mais nous devons toujours avoir en tête la fonction du vêtement (question b).

m) Qu'est-ce qui n'est pas à la mode ? Pourquoi ce n'est pas à la mode ?

Réponses variables.

n) Qui décide de ce qui est ou n'est pas à la mode ?

Réponses possibles :

- L'industrie de la mode.
- Les personnalités connues (acteurs, chanteurs, vedettes du sport).

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- La mode est une industrie. Elle est là pour faire de l'argent. Certaines personnalités sont payées par les compagnies « à la mode » pour porter leurs vêtements et ainsi les promouvoir.

o) Est-ce que la publicité influence le choix de tes vêtements ?

Réponses variables.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- La publicité est partout (télévision, vidéoclips, cinéma, magazines, journaux, affiches, sites Internet, vitrines de magasins) et les jeunes sont de plus en plus ciblés par ces publicités. Pourquoi cible-t-on ainsi les jeunes ? D'une part, parce qu'ils ont un pouvoir d'influence sur leurs parents ; d'autre part, parce que les compagnies veulent fidéliser leur clientèle afin que les jeunes soient des clients pour longtemps.

p) Pourquoi la mode et les normes sociales prennent-elles le dessus sur la fonction du vêtement ? (par exemple : des jeunes qui ne veulent pas mettre leur tuque ou des pantalons de neige l'hiver)

Réponses possibles :

- Parce qu'on ne veut pas être jugé.
- Parce qu'on ne veut pas être décoiffé.
- Etc.

Compléter les réponses des élèves avec les éléments de contenu suivants :

- Rappeler la fonction du vêtement ([lettre b, page 2](#)) et revenir, au besoin, sur les éléments de contenu mentionnés aux questions k et l.

À l'attention de l'enseignant : «Les jeunes baignent dans une culture liée à la consommation, y compris sexuelle. Sans compter que les spécialistes du marketing et les médias ciblent une clientèle de plus en plus jeune et très vulnérable, qu'ils bombardent d'images à caractère sexuel.

Une représentation sexualisée et sexiste est en train de s'imposer, réduisant les enfants à des consommateurs et véhiculant les stéréotypes les plus désolants. En effet, on peut s'inquiéter du traitement que l'on réserve parfois aux filles et aux garçons. Ainsi, les filles sont traitées comme des objets sexuels dès leur plus jeune âge, sans aucun respect pour leur développement et les frontières de l'âge. Quant aux garçons, ils sont incités à devenir «player», des gars qui profitent des filles.²»

Hypersexualisation et sexualisation précoce

À l'attention de l'enseignant : Voici des définitions intéressantes, de différents auteurs, qui vous aideront à mieux comprendre ces concepts.

Sexualisation :

«Lorsque l'on donne un caractère sexuel à un comportement ou à un produit qui n'en possède pas en soi.» (Bouchard et Bouchard, 2004³)

«Lorsque la sexualité est imposée de façon inappropriée à la personne ; lorsqu'on attribue un potentiel érotique à des sujets considérés asexuels, c'est le cas de la sexualisation des enfants.» (Eadie, 2004⁴)

Sexualisation précoce :

«Induire, chez les filles de 8 à 13 ans, des attitudes et des comportements de "petites femmes sexy".» (Bouchard et Bouchard, 2004⁵)

Hypersexualisation :

«L'omniprésence de la sexualité dans les publicités, les chansons, la mode vestimentaire, etc.» (Robert, 2005⁶);

«L'hypersexualisation valorise le "paraître" aux dépens de "l'être", "l'avoir" plutôt que le "savoir".» (CALACS, Rimouski⁷)

«On assiste, depuis les dernières années, à une surenchère et à une banalisation de la sexualité, dans les médias, qui peuvent être inquiétantes quant à la représentation que les enfants et les adolescents se font de la sexualité. Nous sommes bombardés d'images sexuelles et de bavardage sensationnel et superficiel sur la sexualité. Cet envahissement de l'espace domestique par les images sexuellement explicites, voire pornographiques, est décrié par plusieurs qui déplorent le fait que de jeunes adolescents découvrent la sexualité ainsi. Notre époque est d'ailleurs la première à rendre si accessible, et à si grande échelle, du matériel sexuellement explicite.⁸»

On pourrait comparer l'hypersexualisation à la malbouffe : il y en a partout, mais on n'est pas obligé d'en consommer ! C'est une question d'éducation !

D'ailleurs, «se positionner contre l'hypersexualisation de notre société, ce n'est pas être contre la sexualité en général ni celle des adolescents en particulier. Au contraire, c'est se positionner en faveur du respect du développement des gars et des filles, afin qu'ils ne se sentent pas piégés par des modèles d'esthétiques, de consommation ou de performances sexuelles exagérés. C'est prôner les rapports égalitaires.⁹»

Une des manières de contrer l'hypersexualisation est de développer l'esprit critique des jeunes face aux images féminines et masculines stéréotypées servant le marketing et la consommation, pour leur enlever la pression de correspondre absolument à ce qui est proposé dans les médias. Ainsi, leur sens critique influencera le choix de leurs vêtements ainsi que le jugement qu'ils pourraient porter sur les personnes qui ne correspondent pas à la mode ou ne s'y conforment pas.

Quelques conséquences de l'hypersexualisation, des stéréotypes sexuels et des normes sociales :

- S'habiller non en fonction de nos goûts personnels, mais plutôt selon l'image que l'on dégage ou pour être comme les autres.
- Porter des vêtements même si on se sent inconfortable.
- Avoir une estime de soi plus faible.
- Souffrir de troubles alimentaires.

- Être plus précoce sur le plan sexuel (tant les filles que les garçons).
- Etc.

Quelques conséquences du marketing et de la consommation :

- Penser que l'on doit absolument porter des vêtements griffés (avec des marques).
- Penser que l'on doit choisir ses vêtements en fonction de leur prix élevé.
- Vouloir posséder un grand nombre de vêtements quand on en a déjà beaucoup.

Conclusion de la SAÉ

1. Finalement, et de manière verbale, revenir avec les élèves sur l'intention pédagogique et la mise en situation énoncées au début de la SAÉ :
 - Qu'as-tu appris ?
 - Que vas-tu faire avec ce que tu as appris ?
 - As-tu la même perception qu'au début concernant le coût de tes vêtements ?
 - As-tu la même opinion qu'au début concernant le choix de tes vêtements ?
 - Vois-tu la mode de la même façon ?
2. Inciter les élèves à discuter des résultats de la SAÉ avec leurs parents, et vérifier leur intention de prendre conscience de leurs besoins par rapport au marketing et à la consommation. En complétant l'activité *Résultat de mon magasinage* (Outils : *La consommation*, p. 14) avec un de leurs parents (ou un adulte avec qui ils ont des liens significatifs), à la maison, les élèves auront la possibilité d'expliquer le magasinage fait en classe à l'aide de leur cahier de travail. Ils pourront ainsi donner à leurs parents les raisons de leurs choix de vêtements et connaître l'opinion de ces derniers par rapport à ces choix. Profiter de l'occasion pour envoyer à la maison *Le Bulletin Mosaik no 6 : L'influence des amis et des médias* (Outils : *La consommation*, p. 15), lequel a pour but d'outiller les parents sur la façon d'aborder avec leur enfant le sujet des rôles, des stéréotypes sexuels et des normes sociales.

Pour encourager cet échange, vous pourriez faire un retour en classe sur cette activité quelques jours plus tard. Demander aux élèves si leurs parents avaient mentionné les bonnes raisons du choix de leurs vêtements ? Étaient-ils d'accord avec ce choix ? Pourquoi ?



NOTES

1. CANTIN Diane, Michèle LEBLANC et Francine GÉLINAS-VADNAIS. *Vers qui ? Vers quoi ?*, pour le personnel enseignant de l'éducation préscolaire et du 1^{er} cycle du primaire, *Guide pour l'adulte – Guide d'activités pour les élèves*, Ministère de l'Éducation du Québec, 1993.
2. DUQUET Francine, Geneviève GAGNON et Mylène FAUCHER. *Oser être soi-même, Outils didactiques en éducation à la sexualité pour contrer l'hypersexualisation et la sexualisation précoce auprès des jeunes de 12 à 17 ans*, UQAM, 2010.
3. BOUCHARD, Pierrette, et Natasha BOUCHARD. *La sexualisation précoce des filles peut accroître leur vulnérabilité*, Sisyphes, 2 février 2004. Consulté en ligne le 17 janvier 2008.
4. EADIE, Jo. *Sexuality: The essential glossary*, Londres, Édition Arnold, 2004, 286 p.
5. BOUCHARD, Pierrette, et Natasha BOUCHARD. *op. cit.*
6. ROBERT, Jocelyne. *Le sexe en mal d'amour. De la révolution sexuelle à la régression érotique*, Montréal, Éditions de l'Homme, 2005, 240 p.
7. CALACS. *Hypersexualisation ? Guide pratique d'information et d'action*, Les éditions L'Avantage, 2010, 78 p.
8. DUQUET Francine, Geneviève GAGNON et Mylène FAUCHER. *Oser être soi-même, Outils didactiques en éducation à la sexualité pour contrer l'hypersexualisation et la sexualisation précoce auprès des jeunes de 12 à 17 ans*, UQAM, 2010.
9. *Idem.*

