

«Je sais ce que je veux» ou la prise de décision à l'adolescence

Richard Cloutier, Ph.D., psychologue
Université Laval et
Centre jeunesse de Québec - Institut universitaire

6^{es} Journées annuelles de santé publique
Mercredi 20 novembre 2002
«Comment promouvoir la santé auprès des ados»
www.inspq.qc.ca/jasp



Jeunes sans futur ou adulte inquiets?

- Depuis très longtemps maintenant, le futur des jeunes inquiète les plus vieux.
- Les adultes ont-ils raison de répéter que «Dans notre temps, c 'était bien mieux!»
- Depuis l'époque de Socrate, les adultes tendent à croire que leur jeunesse passée était meilleure que le présent de leurs jeunes.
- S 'il en est ainsi, c 'est que, aux yeux des hommes, le passé est plus rassurant que l 'avenir.



La tempête développementale

- **12-18 ans: changements considérables**
 - physiques
 - sexuels
 - cognitifs
 - émotionnels
 - sociaux
- **les garçons et les filles: ce n 'est pas pareil**
- **les 12-14 et les 15-17: pas la même chose**
- **éviter de mettre tout le monde dans le même sac**



Quel nouveau contexte pour l'adolescent du 21 siècle?

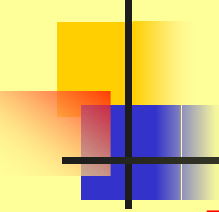
- Mondialisation
- Économie du savoir
- Nouvelles technologies
- Mobilité professionnelle et familiale
- Individualisme et déritualisation
- Des standards à la hausse
- Des écarts menaçants



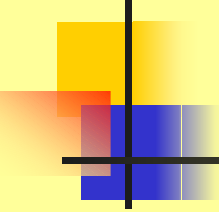
Quel nouveau contexte ...? (suite)

- **Les profils familiaux**
 - l'influence bio psychosociale de la famille
 - les structures parentales
 - ressources familiales et opportunités sociales
- **Origine ethnique, culture et géographie**
- **Une diversité croissante dans un village global?**

La famille et les nouveaux agents de socialisation

- 
- télé
 - éducatrices
 - la fratrie perdue
 - Stimulation accrue
 - Les nouvelles technologies – consommation versus production
 - Cohérence éducative en baisse et supervision plus difficile
 - Diversité croissante des profils
 - Affirmation parentale souvent déficitaire

Le menu s'épaissit et le counseling diminue

- 
-
- Je sais ce que je veux?
 - Pas sûr...
 - Pas toujours...
 - Pas tous...
 - Je sais ce que je ne veux pas! Plus probable
 - Pas de discours freinant
 - Pas de restrictions sans valeur ajoutée



Les trois qualités du discours promotionnel

- Un discours qui me comprend (connectivité)
- Un discours qui est utile pour moi (pertinence)
- Un discours qui me respecte