

Samedi, 26 Juillet 2008

traduction de Dionys

Les jeunes célibataires rêvant de l'âme sœur sont prêts à s'engager dans une relation sérieuse et ne s'interdisent pas de verser des larmes.

Les jeunes hommes, célibataires, semblent en avoir assez des étiquettes selon lesquelles ils seraient immatures, insensibles ou obsédés sexuels: un nouveau sondage révèle que la plupart d'entre eux croient en l'idée d'une âme sœur, ne craignent pas les relations sérieuses et estiment que «les vrais hommes peuvent pleurer». Environ 70.000 hommes, dont l'âge moyen est d'environ 28 ans, ont rejeté la plupart des stéréotypes les plus courants et ont montré que l'homme moderne est animé par un sens des valeurs, de la loyauté et de la famille.

Les jeunes hommes, célibataires, semblent en avoir assez des étiquettes sous lequel elle serait immature, insensible ou un obsédé sexuel: un nouveau sondage révèle que la plupart d'entre eux croient dans l'idée d'une âme sœur, ne craignent pas de relations sérieuses et estime que «les vrais hommes ne peut pas se plaindre. Environ 70.000 hommes, âge moyen 28 ans, ont supprimé la plupart des stéréotypes standard et ont montré que l'homme moderne est animé par un sens de valeur, la loyauté et la famille.

L'étude, menée par le portail AskMen.com, montre que 77% des hommes interrogés sont à la recherche d'amis «potentiels femme», que ces 77% croient qu'ils ont une âme sœur, et que 69% ne trichent jamais avec leur partenaire.

«Les résultats de cette étude seront surprenants pour de nombreuses femmes, étant donné que la plupart d'entre elles ont une perspective complètement différente sur ce que l'homme normal sent ou croit», a déclaré James Bassil, rédacteur en chef de AskMen.com.

Déçus par les clichés

«L'idée que les jeunes veulent être seuls et passer d'une amie à un autre n'est pas vraie du tout», a-t-il ajouté. L'étude, qui a été réalisée exclusivement en ligne, pendant une période de cinq semaines, en (Mai) révèle en outre que 60% des hommes en ont marre de la façon dont ils sont représentés dans les publicités.

Bassil affirme que les images de l'homme dans la publicité imprimée ou télévisée n'ont pas changé du tout depuis des décennies, tandis que les images de la femme dans les médias ont changé en permanence, en fonction de l'évolution de leur rôle dans la famille et sur le lieu de travail. «Dans les sitcoms et les publicités, les jeunes sont représentés comme immatures, comme des bandes de garçons occupés en permanence à ne pas savoir quelles choses absurdes leurs épouses ou leurs amies ont pu faire. Ce n'est tout simplement pas le cas », a déclaré Bassil.

Recul des valeurs traditionnelles

AskMen.com, une unité de Fox Interactive Media, a également constaté que 56 pour cent des hommes pensent qu'ils sont plus "masculins" s'ils peuvent être de bons pères ou de bons maris. En outre, 75% ont admis pleurer devant des femmes et 57% à faire la cuisine tout comme elles. «Cela semble être un véritable revirement des valeurs traditionnelles chez les hommes, à l'encontre de tout ce qu'on voit dans les médias», a déclaré Bassil.

AU NOM DES TRADITIONS

Lutter pour faire reconnaître le port de la jupe

Plus de cinq siècles après sa disparition en France, le port de la jupe par les hommes est assumé et passionnément défendu par «Hommes en jupe», („Bărbați în fustă”,) une association qui a pris l'exemple de la lutte des femmes pour le port des pantalons, selon l'AFP. «Aujourd'hui, des millions d'hommes dans le monde portent une jupe, une djellaba ou un sarong en Asie ou en Afrique, sans être entravés. Pourquoi pas nous?» demande Dominique Moreau, 39 ans, président d'Hommes en jupe» (HeJ), une association de Poitiers, fondée en 2007. «Pendant des siècles en France, les hommes portaient des vêtements ouverts», dit Moreau, fonctionnaire de profession. «Nous luttons contre les préjugés et les stéréotypes qui associent les hommes en jupe avec des travestis, des pervers et autres déviants. Les femmes ont combattu pour porter le pantalon, nous faisons de même pour les jupes», dit Moreau.