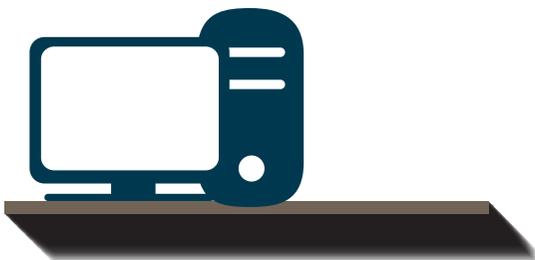


Hypersexualisation

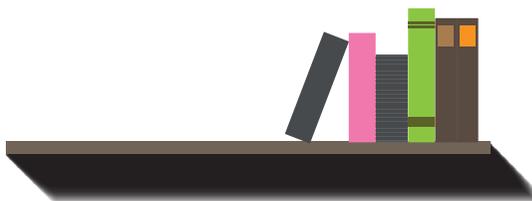
Les émotions en solde



INFOS



- Toutes nos publications sont disponibles gratuitement :
- En **téléchargement**, depuis l'adresse internet de notre ASBL :
www.cpcp.be/etudes-et-prospectives
 - En **version papier**, vous pouvez les consulter dans notre Centre d'Archives et de Documentation situé :
Rue des Deux Églises, 45 - 1000 Bruxelles
T : 02/238 01 69 - M : archives@cpcp.be



I. BRITNEY, PHARRELL ET LES AUTRES

***I know I may be young
But I've got feelings too
And I need to do what I feel like doing
So let me go and just listen
All you people look at me like I'm a little girl
Well, did you ever think it'd be okay for me to step into this world?
Always saying "Little girl, don't step into the club"
Well I'm just trying to find out why, 'cause dancing's what I love, yeah.
Now watch me.***¹

*Je sais que je suis peut-être jeune
Mais j'ai des émotions, moi aussi
Et j'ai besoin de faire ce dont j'ai envie
Alors lâchez-moi et écoutez
Vous tous qui me regardez comme si j'étais une petite fille
Soit, n'avez-vous jamais pensé que je suis prête pour ce monde ?
Toujours à dire « Petite fille, n'entre pas dans ce club »
Je ne vous comprends pas, parce que j'aime danser.
Maintenant, regardez-moi.*

Nous sommes en 2001 et Britney Spears est en pleine crise d'ado. Délivrante au monde ce message de tolérance et de liberté, elle aspire à briser l'image « d'enfant sage » que la « génération Disney » lui étiquetait jusqu'alors.

Jusque là, « rien d'extraordinaire », direz-vous... En grandissant, chaque enfant est amené, à un moment ou un autre, à entrer en une certaine forme de conflit avec la génération qui l'éduque, et tend à affirmer sa personnalité et son autonomie vis-à-vis de celle-ci. Désaccord, opposition avec les parents, construction plus prononcée de l'intimité ou encore sentiment d'être incompris, la puberté suppose une série d'étapes incontournables dans le processus « d'adultification » des enfants. Et bien qu'il soit parfois plus prononcé ou plus virulent chez certains, ce phénomène est tout ce qu'il y a de plus naturel.

Mais lorsque Britney réclame davantage de droits et affirme son statut de « jeune adulte », c'est à coup de ventre dénudé, de string par-dessus le pantalon et de danses lascives entre plusieurs hommes. Le style est plutôt provocant. Dès lors, lorsque ce message est diffusé dans un clip vidéo à destination

¹ B. SPEARS, *I'm a slave 4 U*, The Neptunes, (3'23) Britney, CD Jive Records, 2001

de centaines de millions de fans, il est d'usage de se demander si la forme (et le fond) ne laisse pas à désirer... D'autant plus que parmi les fans du travail de l'artiste, l'on retrouve, entre autres, des enfants ou jeunes adolescents, garçons et filles confondus.

En 2015, la vidéo avait déjà été vue près de 60 millions de fois. À l'époque, elle avait fait sensation lors de sa diffusion. Aujourd'hui, quinze ans plus tard, ce genre d'images est monnaie courante dans les clips de musique. « I'm A Slave 4 U », le titre de Britney Spears, était produit par la maison The Neptunes du label Star Traks. Aux commandes de celui-ci, un certain Pharrell Williams. L'artiste, qui est aujourd'hui l'un des plus influents du milieu de la musique, a depuis lors lui aussi bouleversé les codes de l'industrie culturelle, en termes d'image et de tendances. En 2014, le clip « Blurred Lines », dans lequel il apparaît aux côtés de Robin Thicke, met en scène les deux hommes dansant et tenant en laisse plusieurs jeunes filles. Celles-ci, dans leur plus simple appareil, miment une série de mouvements à caractère sexuel et dégradant. Les paroles sont explicites :

L'auteur porte à votre attention que la teneur des paroles de la chanson suivante pourrait choquer le lecteur, notamment les plus jeunes.

***Tried to domesticate you
But you're an animal
Baby, it's in your nature
Just let me liberate you.
I know you want it
But you're a good girl
The way you grab me
Must wanna get nasty
Go ahead, get at me.
Had a bitch, but she ain't bad as you
So, hit me up when you pass through
I'll give you something big enough to tear your ass in two.²***

*J'ai tenté de te dresser
Mais tu es un animal
Bébé, c'est dans ta nature
Laisse-moi te libérer
Je sais que tu en as envie
Mais tu es une fille docile*

² R. THICKE (avec T.I. et PHARRELL), *Blurred Lines*, R. THICKE/P. WILLIAMS/C. HARRIS JR./M. GAYE, (4'23) *Blurred Lines*, CD Star Trak/Interscope, 2013

*La façon dont tu me prends
Doit être bien crade.
Vas-y, cherche-moi.
J'avais une chienne, elle n'était pas aussi salace que toi.
Donc, sonne-moi quand tu passes,
Je te donnerai quelque chose d'assez gros pour te déchirer le cul.*

(Traduction de l'auteur)

Le titre, bien que caricatural, choque et fait le buzz. Il approche des 75 millions de vues sur YouTube en un an, a été numéro 1 des ventes six semaines durant en France, et a explosé les chiffres de vente aux États-Unis.

Deux constats découlent de ces deux vidéoclips :

- En quinze ans, les « standards » dictés par les maisons de disque et les producteurs de musique ont évolué d'une « provocation adolescente » à des simulations de viols et une objectification sexuelle de l'individu (souvent féminin, avouons-le).
- Après comparaison du nombre de vues des deux titres sur YouTube divisé par le nombre total d'années, l'on constate que l'impact et la diffusion de ces images a, dans une certaine mesure, quintuplé. Elles touchent davantage de monde, plus vite, à plus grande échelle, grâce à des technologies bien plus efficaces et répandues (le développement du web et des moyens de communication ou de diffusion, la prolifération des smartphones et des réseaux sociaux, etc.).

Cette réalité n'est que l'une des faces les plus visibles de l'iceberg. En effet, si ce type de représentations « hypersexualisées » et sexistes sont directement perceptibles dans certains clips vidéos (une fragrance due au format ainsi qu'à des objectifs de buzz commerciaux), elles sont également présentes mais de façon bien plus implicite dans bon nombre de contenus auxquels nous sommes confrontés quotidiennement : dans la publicité, à la télévision, au cinéma, dans les centres commerciaux, dans la presse magazine, ou même dans la rue.

Pour le sociologue Philippe Liotard, l'accès à la représentation de la sexualité a considérablement changé : « Il y a quinze ans, je travaillais sur les annonces à caractère sexuel. Le support de mon travail, je le trouvais en sex-shop. Au-

jour d'aujourd'hui, les annonces sont sur le Net. »³ Une représentation du sexe souvent limitée à sa forme physique, violente et extrême, accessible par tout un chacun en quelques clics. Dorothee Vatinel, Commissaire de l'expo « Zizi Sexuel » à La Villette de Paris, parle quant à elle d' « instantané, de sexe vitesse », déclinable sous plusieurs formes. Elle constate, tout comme les conclusions d'une récente étude de l'ULg⁴, que l'on retrouve à l'heure actuelle des références sexuelles de plus en plus explicites dans les programmes télévisés favorisés des adolescents (films, séries, clips vidéos, publicités ou encore dessins animés).⁵

Partant de ce constat, plusieurs questions se posent. Quel est l'impact de ces différents signaux parfois « violents » sur les plus jeunes ? Ceux-ci impactent-ils la construction du Soi, ainsi que l'image que l'on a de l'autre sexe ? Ces standards sont-ils compatibles avec notre épanouissement amoureux ? Nous rendent-ils heureux ? Nos valeurs éducatives, nos codes éthiques ou notre morale ne sont-ils pas peu à peu en décalage avec leur fonctionnement ? S'agit-il d'un phénomène profondément social ou davantage d'un lobby marketing ?

En d'autres termes : l'hypersexualisation est-elle néfaste ? Est-elle une fatalité ?

II. DÉFINITION

Preuve s'il en est de son caractère relativement contemporain, le terme « hypersexualisation » apparaît pour la première fois (puis de façon exponentielle) dans les articles spécialisés ou dans la presse au début des années 2000. Il désigne la fréquence – aujourd'hui élevée – à laquelle la société est confrontée à des signaux sexuels ou érotiques, cela de façon quotidienne. Les raisons de ce phénomène sont assez diverses et complexes, touchant tant à la sphère so-

³ Ph. LIOTARD, cité par M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, « Les adolescents face au 'vacarme sexuel' », *Le Soir*, 13 décembre 2008, <http://archives.lesoir.be/les-adolescents-face-au-vacarme-sexuel-t-20081213-00KLVG.html>, consulté le 5 octobre 2015.

⁴ R. PUGLIA, F. GLOWACZ, « Consommation de pornographie à l'adolescence : quelles représentations de la sexualité et de la pornographie, pour quelle sexualité ? », *Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence*, Liège : ULg, 2015.

⁵ D. VATINEL, citée par M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, « Les adolescents face au 'vacarme sexuel' », *Le Soir*, 13 décembre 2008, <http://archives.lesoir.be/les-adolescents-face-au-vacarme-sexuel-t-20081213-00KLVG.html>, consulté le 5 octobre 2015.

cial et économique qu'à la mondialisation (de la communication, par exemple) ou encore aux modes de consommation modernes. Ses effets sur l'opinion publique sont nombreux, particulièrement d'un point de vue comportemental. Il impacte notre perception morale de la société et participe à la construction des représentations sociales qu'ont les enfants dès leur plus jeune âge. Il influencera de ce fait les représentations que l'on peut avoir de différents aspects liés à la sexualité ainsi que notre estime de nous-même ou de l'autre.

Certains envisagent le concept directement à travers son impact sur les plus jeunes. Pour le CRIOC, par exemple, « l'hypersexualisation consiste à donner un caractère sexuel à un comportement ou à un produit qui n'en a pas en soi. C'est un phénomène de société selon lequel des jeunes adolescents adoptent des attitudes et des comportements sexuels jugés trop précoces. »⁶ Concrètement, l'hypersexualisation se caractériserait par « un usage excessif de stratégies axées sur le corps dans le but de séduire »⁷. Un modèle de sexualité réducteur, dont la diffusion est amplifiée par les médias et les industries, et dont les codes sont comparables à ceux issus de la pornographie (l'homme dominateur, la femme-objet séductrice et soumise, etc.).

Certains sexologues vont encore plus loin. Le professeur Alain Desharnais considère ainsi l'hypersexualisation comme « une tendance lourde [consistant] à ramener l'identité des individus à leur seule dimension sexuelle, c'est à dire au fait d'avoir un sexe et de copuler »⁸.

L'hypersexualisation se traduirait par un transfert des codes propres à la pornographie vers un registre bien plus vaste que celui initial, s'appliquant tant aux pratiques qu'aux représentations mentales de la société, impactant sensiblement la construction de nos repères affectifs et émotionnels, tout cela au moyen des médias et des réseaux sociaux. Les plus jeunes en seraient les premières victimes concernées, de façon active (en étant mis en scène) ou passive (en étant consommateur de contenus). Cette situation les concerne davantage à cause de leur jeune âge, mais également de par leur plus importante confrontation quotidienne avec les médias.

⁶ *L'hypersexualisation*, Bruxelles : CRIOC, juin 2011, p. 2.

⁷ C. DESAGHER, *L'hypersexualisation, l'image de l'enfant en question ?*, Bruxelles : FAPEO, « Les analyses de la FAPEO », 15 mai 2012, p. 4, <http://www.fapeo.be/wp-content/analyses/analyses2012/hypersexualisation.pdf>.

⁸ A. DESHARNAIS, cité par C. DESAGHER, *op. cit.*, p. 7.

III. LES NOUVEAUX MÉDIAS : LA PORTE OUVERTE ?

Parce qu'ils sont un support de communication privilégié et à très grande échelle, les médias participent amplement à la diffusion de contenus hypersexualisés au sein de l'espace public. La psychologue québécoise Sylvie Richard-Bessette parle d'un usage de « stratégies excessives mises en œuvre autour du et par le corps dans l'optique de séduire »⁹. Le terme « stratégie » n'est ici pas anodin. Le sexe fait vendre, et les stratèges du marketing l'ont bien compris.¹⁰

Les « nouveaux médias » (réseaux sociaux, applications pour smartphones, blogs, forums Internet, etc.) offrent également aux produits hypersexualisés une visibilité immense, tant le partage de ceux-ci est simple : « Des SMS obscènes envoyés en chaîne ou, plus pernicieux, au départ du GSM d'un copain. Des blogs d'ados où les filles s'affichent d'une manière lascive et les garçons se vantent d'être *TBM* (très bien membré). Des [sites de] magazines féminins (*20 ans, Jeune & Jolie, Girls...*) où le sexe est omniprésent en « Une » sur le thème : "Comment être la bombe de l'été ?", "15 trucs pour le faire craquer", ou encore "Es-tu la super extra-salope, la salope normale ou la ringarde ?" (...) Clips musicaux, porno en ligne, mode sexy, marketing érotique, dans la pub, à la télé, les tweens, ces préadolescents (9-14 ans), sont confrontés, d'initiative ou par inadvertance, à une surenchère sexuelle. »¹¹

Ben Mulroney, animateur radio canadien, fait également un lien intéressant entre l'hypersexualisation et les nouveaux médias, en y soulignant la notion de « choix » désormais accordée aux utilisateurs : « C'est aussi un choix de regarder ces (clips) vidéos. Avant, (...) on ne choisissait pas (toujours) ce qu'on regardait. Maintenant, on doit trouver la vidéo, c'est un choix du consommateur, une décision qu'il prend. »¹²

⁹ S. RICHARD-BESSETTE, « Lexique sur les différences sexuelles, le féminisme et la sexualité », 11 octobre 2012, <http://www.srichard.uqam.ca/DIVERS/lexique-differences-sexuelles.htm>, consulté le 4 octobre 2015.

¹⁰ C'est d'autant plus vrai que les périodes pré-adolescente et adolescente correspondent à l'âge où les marques fidélisent le mieux leurs futurs clients (voir à cet égard le ciblage des jeunes par certaines marques d'alcool).

¹¹ M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

¹² C. GLADEL, « La provocation sexuelle dans les clips va-t-elle trop loin ? », *Radio Canada*, 10 octobre 2013, http://www.radio-canada.ca/nouvelles/arts_et_spectacles/2013/10/10/009-provocation-sexuelle-vidéoclips.shtml, consulté le 2 octobre 2015.

Vient enfin la question de la contribution directe et active des jeunes « consommateurs » dans l'hypersexualisation de leur univers. Les applications récentes telles que Snapchat, Tinder ou encore Ask.fm donnent en effet la possibilité à de jeunes utilisateurs de créer et partager du contenu parfois à caractère sexuel de façon relativement simple, tout en restant dans une forme d'anonymat, et sans contraintes. Dès qu'un enfant aura l'opportunité de posséder un smartphone ou un ordinateur, la confrontation avec ce type d'images ou de texte sera possible. Les étapes de découverte « naturelle » de la sexualité sont donc largement avancées.

Reste à prouver dans quelle mesure l'utilisateur, parfois très jeune, est pleinement conscient et responsable de ses choix lorsqu'il est confronté à ce type de contenus.

La presse magazine : « sans tabous »

« Le langage, c'est celui des jeunes filles. Voyez sur leurs blogs, entre elles, c'est jamais avec le dos de la cuillère ! Nous ne sommes ni leurs profs ni leurs parents. Plutôt le confident, le bon conseil. On leur donne les clés, à elles d'ouvrir les portes. Sur le web, on y va un peu plus fort, c'est vrai. Mais vous savez, entre nous, si grâce à nos articles, on parvient à choquer les adultes, papa, maman, je suis assez content. Nous ne sommes pas là pour les convaincre, nous parlons aux jeunes filles. Point. Le but, c'est d'être efficace, de parler directement, simplement. Sans copier le langage jeune, mais en étant en phase avec leurs envies, leurs désirs. On se projette au maximum. On se met à leur place. À cet âge, croyez-moi, elles vivent avec deux ans de plus dans leur tête. Elles veulent se vieillir, et montrer qu'elles en connaissent un rayon sur beaucoup de choses. Il ne faut pas avoir peur d'aller dans leur sens, de leur servir de conseil. Il ne s'agit pas d'inciter, mais de les aider. Sans tabous, et sans verser dans la vulgarité. »¹³

M. Lechenault, rédacteur en chef du mensuel français Girls (magazine « préfémin » s'adressant aux 15-20 ans).

¹³ M. LECHENAULT, cité par M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

IV. CONSÉQUENCES SUR L'ENFANT

1. Le jeune, adulte de demain

Selon Carine De Buck et Jean-Paul Matot, tous deux pédopsychiatres, les enfants ont des « attentes beaucoup plus précoces et diverses qu'autrefois »¹⁴. Sont-ils, pour autant, suffisamment outillés pour recevoir l'objet de leurs attentes ? Ces désirs sont nouveaux et précoces parce qu'ils sont factices : bien souvent, ils sont le fruit inconscient (ou non) d'une démarche commerciale de milieux publicitaires ou commerciaux. En effet, l'enfant est aujourd'hui considéré comme une « cible » marketing qui développera dès son plus jeune âge des réflexes de consommation, le conditionnant sous la pression marchande à être le consommateur adulte de demain. Des études sont d'ailleurs réalisées pour analyser cette tranche spécifique de la population, afin de les toucher chaque fois davantage. Des études, avertit Viviane Mahler, qui seront « vendues en souscription aux entreprises et aux marques intéressées » afin de « mieux (...) cerner (les adolescents) pour affiner leur plan marketing »¹⁵.

En outre, le phénomène affecte davantage les filles, premières cibles des campagnes de marketing de mode aux mannequins filiformes. « Issu de cette pression quotidienne, un sentiment de dévalorisation est ressenti, tout comme la crainte de ne pas être à la hauteur ou de ne pas pouvoir être aimé(e) par les autres. »¹⁶

¹⁴ C. DE BUCK, J.-P. MATOT, « Le développement de l'enfant, la sexualité et la société », in J. BLAIRON, et alii, *Hypersexualisation des enfants*, Bruxelles : Yakapa/Fédération Wallonie-Bruxelles, « Temps d'arrêt/Lectures », 2012, p. 29.

¹⁵ V. MALHER, *Ados, comment on vous manipule*, Paris : Albin Michel, 2004, p. 30.

¹⁶ M. CHERPION, *L'hypersexualisation des préadolescents dans la publicité et son impact sur leur développement psychique. Réflexions et pistes d'action*, Mémoires, Bruxelles : Ihecs, 2013.

2. Genres et comportements

Au-delà de leur aspect parfois « choquant », la confrontation répétée à des contenus hypersexualisés peut avoir un impact, nous l'avons vu, sur notre perception sociale des genres et de la sexualité. Durant la période de l'adolescence où la sexualité et l'attirance se construisent en parallèle avec un besoin de plus en plus fort de plaire ou de séduire, les plus jeunes sont particulièrement réceptifs à ce type de représentations. Celles-ci jouent en effet sur des émotions fortes, de l'ordre de la fascination et du culte de la personne, dictant dans une certaine mesure à l'individu ce qui est perçu comme un « standard » de beauté ou d'apparence. Tant de sujets qui comptent pour un jeune en pleine recherche de son identité, dans sa propre intimité mais aussi par rapport aux autres.

La sexologue québécoise Francine Duquet, estime à ce titre que « cette révolution sexuelle nous a conduit à l'objectivation et au morcellement de la sexualité, à la rupture avec le discours idéologique et moral, à l'apparition de l'incroyable pression de performance. La peur de la sexualité a été remplacée par le souci de normalité : est-ce qu'on est normal ? (...) Particulièrement fort chez les adolescent(e)s car l'adolescence se caractérise par le désir d'être conforme, le désir d'être normal. On est passé d'une sexualité du devoir conjugal à une sexualité du devoir de performance. »¹⁷

¹⁷ Ch. JOUANNO, *op. cit.* Les codes et attitudes inhérents à l'hypersexualisation se marquent également dans les comportements. Et une fois encore, les représentations issues de la pornographie sont peu à peu supposées dans bon nombre de productions, mettant en exergue une sexualité « violente ». Pour citer un exemple extrême : le jeu vidéo « Rapelay » (sorti chez Illusion en 2006) dans lequel l'utilisateur joue le rôle d'un garçon dont l'objectif est de séduire puis violer un maximum de jeunes filles au coin des rues. Le jeu, qui a choqué et indigné, a évidemment été retiré de la vente quelque temps après sa sortie. Mais au-delà de ce cas exceptionnel, des images inutilement violentes sont aussi visibles dans certains clips vidéos (se référer à la musique de Nikki Minaj et son récent « Anaconda », aux images explicites de la dernière tournée de Miley Cyrus, ou encore, si on remonte plus loin, aux paroles du groupe TTC) et dans certaines séries et films (« Game Of Thrones », succès planétaire, banalise dans une certaine mesure une sexualité violente, par ses nombreuses scènes de viol très « porno chic », d'inceste, et parce que la majorité des personnages féminins terminent à un moment ou un autre nues face à la caméra).

Comme le souligne judicieusement Christophe Desagher, « le phénomène d'hypersexualisation tend (...) à exacerber les différences entre les hommes et les femmes et à enfermer les comportements des uns et des autres dans des attitudes qui relèvent du stéréotype, et ce dès les plus jeunes âges. Le regard que les enfants et les adolescents peuvent porter sur l'autre sexe peut être teinté de jugements moraux au regard de ce qui leur est offert comme image dans les médias. »¹⁸ Avec pour conséquence que certains jeunes ressentent parfois la nécessité de « tout essayer » pour rester dans le coup et se valoriser au sein du groupe, plutôt que d'envisager la sexualité à partir de leurs désirs. Cette approche impacte en outre directement les relations amoureuses : alors qu'on entraînait autrefois en couple pour accéder à la sexualité, on entre aujourd'hui en couple par la sexualité.¹⁹

La sexualité a toujours été, dans notre société, un sujet à la fois tabou et extrêmement accrocheur. Ce qui change aujourd'hui, c'est la forme, la facilité et la banalité avec laquelle elle est exposée quotidiennement. Le risque est, en outre, de voir certains garçons interpréter ces comportements masculins comme normaux et acceptables, considérant ainsi les sentiments et le bonheur de leurs partenaires comme négligeables.²⁰

La directrice générale du Réseau Québécois d'Action pour la Santé des Femmes (RQASF), Lyda Assayag, va même plus loin et souligne d'autres effets indirects de ce type d'images : impacts sur les résultats scolaires, « précocité des relations sexuelles des jeunes qui augmente le potentiel de violence », « augmentation des maladies transmises sexuellement, de l'anorexie et de la

¹⁸ C. DESAGHER, *op. cit.*, p. 8. Martino, Collins et Elliott abondent dans ce sens : « Le problème n'est pas tant qu'une chanson parle explicitement de sexe mais plutôt de la manière dont elle en parle. (...) L'exposition répétée à des contenus caricaturaux pourrait avoir des implications sur la manière dont les garçons et les filles appréhendent leurs futures relations. Si des filles sont continuellement exposées à ces messages, elles peuvent s'attendre à revêtir un rôle passif dans leurs relations sexuelles et à être traitées sans respect par leur partenaire. » S. MARTINO, R.L. COLLINS, N. ELLIOTT, « Exposure to degrading versus nondegrading music lyrics and sexual behavior among youth », *Pediatrics*, CXVIII, 2, 2006, p. 430.

¹⁹ M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

²⁰ D'autres facteurs entrent cependant en jeu, tels que le niveau d'éducation des parents, leur présence à la maison, ou encore leurs convictions religieuses. Voir à ce propos D. BÊME, « La musique influence les mœurs des ados », *Doctissimo.fr*, 3 janvier 2011, <http://www.doctissimo.fr/html/sexualite/adolescent/10039-musique-influence-adolescents.htm>, consulté le 7 octobre 2015.

boulimie »²¹. Ces vidéos envoient le message que pour être beau et connu, il faut être un objet sexuel. « On ne valorise que l'aspect sexuel de l'être humain, oubliant les autres caractéristiques, dont l'intelligence, la discussion.²²

« À l'adolescence, on est très sensible à l'influence et à la pression des pairs. On voit aussi en ce moment une augmentation des chirurgies pour des implants mammaires. »

Lydia Assayag (Directrice générale du RQASF)

V. ACTION ... ÉMOTION !

« Des ados tiraillés entre de saines aspirations (accès au bonheur, respect, complicité, etc.), leurs désirs naturels et des codes sexuels dictés par la « pornographisation » ambiante : le garçon doit être performant ; la fille disponible, mais pas trop. Des normes sexuelles devenues banales de plus en plus tôt (fellation, épilation du pubis, sexe « sur commande », etc.). Une surinformation (web, livres, médias) qui masque parfois d'inquiétants défauts de connaissance (contraception, anatomie, MST...) »²³ Tant de signaux qui indiquent que le jeune peut être curieux, mais pas forcément en confiance ou conscient de l'existence d'« autres » repères.

Ces repères sont notamment du registre de l'émotif, du ressenti et du « tabou », tout comme le langage qu'ils utilisent pour aborder la question de la sexualité. À ce titre, les images sont plus parlantes, marquantes que le sujet n'est réellement maîtrisé. La recherche de sensations, le goût pour l'inconnu et le besoin d'une reconnaissance par les pairs (« combien de fois tu te masturbes, par semaine ? », « t'as déjà couché avec une fille ? », « c'est quand la dernière fois que t'es allé sur un site porno ? ») sont tant une prise de risque pour le jeune qu'un moyen d'« accéder à la maturité » (« je m'affirme en tant qu'adulte en parlant de choses que les adultes font »). Un décalage se crée alors entre ce qu'il sait, ce qu'il croit savoir, ce qu'il « doit » savoir et

²¹ L. ASSAYAG, *Le marché de la beauté, un enjeu de santé*, Le colloque en bref, Montréal : RQASF, 2012.

²² C. GLADEL, *op. cit.*

²³ M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

ce qu'il ne sait pas encore. Et si les échos qu'il a de la sexualité se limitent à l'image qu'en renvoient certains médias (une forme matérialisée, objectivée et « spectaculaire »), il devient difficile pour le jeune d'imaginer le développement d'une sexualité dite d'intimité. Comme le fait remarquer Laura Regaglia, « les ados ont tendance à faire un amalgame entre la sexualité et la pornographie. Souvent, ils pensent que la sexualité, c'est la pornographie. Lorsque l'on demande à un adolescent ce qu'est, pour lui, la sexualité, il explique que c'est l'acte entier, cela à cause de l'environnement social qui se construit autour de lui. Cependant, il n'y a, dans la pornographie, ni processus affectif ni de relation à l'autre. Dans la pornographie, on ne vous montre que des morceaux, mais où sont les processus affectifs ? »²⁴

L'idéal serait sans doute que le jeune ait également l'opportunité de découvrir et expérimenter des pratiques sexuelles « saines, intuitives et personnelles », à côté des modèles qui lui sont proposés par les médias de masse et les modèles de consommation. Avoir le temps de découvrir ses envies, ses questionnements, ses craintes, de vivre des relations épanouissantes, de les partager avec un(e) partenaire autour de valeurs d'amour, de confiance ou de complicité.

Cette étape doit-elle nécessairement, passer par les mots ? Aujourd'hui, de nombreux ouvrages ou articles ont été écrits sur le sujet à l'attention des publics plus jeunes, et l'école participe déjà, dans une certaine mesure, à l'apprentissage de l'éducation sexuelle et affective. Ces différents supports facilitent d'ailleurs un processus parfois embarrassant pour l'enfant ou l'adolescent, qui hésite à en parler ouvertement avec ses parents. Les parents doivent cependant rester disponibles et ouverts au dialogue, et peuvent prendre le rôle de relais lorsque le jeune en sera demandeur.

Empêcher l'utilisation du web, bloquer l'accès aux sites pornographiques et à Youtube ou encore refuser l'utilisation d'un smartphone ne semblent pas être des solutions à long terme. Le jeune aura toujours, à un moment ou un autre, accès à ces médias qui sont, il faut l'admettre, une réalité incontournable de notre époque.

²⁴ L. REGAGLIA, « Les jeunes face à la sexualité », *AmoTransit.be*, 2014, <http://amotransit.be/Les-jeunes-face-a-la-sexualite>, consulté le 23 septembre 2015.

La sexualité (et le contexte dans lequel elle est vécue ou les dangers qu'elle peut supposer) se présente davantage comme une expérience qui doit être questionnée et vécue personnellement, spontanément, avec curiosité et envie bien avant d'être « enseignée ». Le jeune ne semble que rarement à la recherche de « conseils », d'autant plus si ceux-ci doivent venir de ses parents ou d'un adulte. Lui donner l'opportunité de découvrir et d'apprendre par lui-même en le mettant dans une situation de confiance et en lui fournissant, même discrètement, tous les outils nécessaires pour le faire, semble être aujourd'hui un bon point de départ.

VI. QUAND LES POLITIQUES S'EMPARENT DE LA QUESTION

Face au phénomène d'hypersexualisation, les réactions se multiplient, y compris dans la sphère politique, et plusieurs initiatives législatives ayant trait à la sexualité et à la sexualisation ont lancé le débat au sein de l'opinion publique.

À ce titre, le Parti socialiste a déposé un projet de loi en avril dernier, proposant de baisser l'âge de la majorité sexuelle à 14 ans, pour autant que les deux partenaires aient un maximum de trois ans d'écart. À noter que, aujourd'hui fixée à 16 ans, la majorité sexuelle ne signifie pas pour autant « la légalité d'avoir un rapport sexuel avec un adulte ». Karine Lalieux (PS) s'explique et s'en défend : « Nous n'abaïssons pas la majorité sexuelle à l'âge de 14 ans. Nous interdisons toujours des relations sexuelles entre des mineurs âgés de 14 à 16 ans et des adultes. Nous parlons ici des adolescents de 14, 16 ans, qui quand ils ont des relations affectives ou sexuelles consenties entre eux, qui lorsqu'ils découvrent l'amour, puissent le faire sans crainte de se retrouver devant un Tribunal de la jeunesse pour attentat à la pudeur. »²⁵ Objectivité progressiste face à une réalité sociétale et moderne pour certains, porte ouverte aux *prédateurs* pour d'autres, la proposition de loi fait polémique. Le cdH a rapidement réagi, en parlant de « mauvais signal » et d'une « pression supplémentaire » pour les jeunes : alors que, selon eux, l'accent devrait être mis sur l'éducation, le dialogue avec les spécialistes et la prévention, la proposition supposerait que chaque jeune soit capable, à quatorze ans,

²⁵ « Majorité sexuelle à 14 ans : le PS se dédouane », *RTBF Online*, 19 avril 2015, http://www.rtbf.be/info/belgique/detail_majorite-sexuelle-a-14-ans-quand-le-ps-se-dedouane?id=8959812, consulté en ligne le 27 novembre 2015.

de poser des choix rationnels sur sa sexualité.²⁶ Ce qui n'est pas forcément le cas. Quoi qu'il en soit de l'issue de ce débat, l'avancement de la majorité sexuelle est bel et bien représentative d'une précocité de plus en plus marquée dans les comportements sexuels des jeunes. Poser la question aux principaux concernés et aux professionnels (éducateurs, PMS, plannings familiaux, etc.) pourrait sans doute être un bon point de départ.

Impossible, de plus, d'aborder la question de la sexualité des plus jeunes sans citer le projet « Éducation à la Vie relationnelle, affective et sexuelle » (EVRAS) lancé en 2009 par les trois exécutifs francophones PS-Ecolo-CDH dans le but de généraliser de manière progressive un temps d'éducation à la sexualité dans l'enseignement. Plus récemment, en juin 2013, un protocole d'accord relatif à la généralisation de l'EVRAS en milieu scolaire est proposé par la Ministre Fadila Laanan (PS) et adopté par les trois gouvernements Fédération Wallonie-Bruxelles, Région wallonne et Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-capitale(COCOF). Ce référentiel commun donne une définition de l'EVRAS, ses objectifs, ses thématiques, « dans le respect de l'autonomie pédagogique et philosophique de l'ensemble des acteurs. »²⁷ Bien que budgétisée, cette mesure reste cependant décriée par les enseignants et les spécialistes qui la trouvent trop vague et considèrent qu'elle laisse une appréciation trop subjective du contenu des cours aux directions d'école.

En août 2015, Céline Frémault (cdH) a annoncé vouloir retravailler et améliorer la mesure.²⁸ Actuellement, 180 écoles en Région bruxelloise offrent près de 8.000 heures d'animation en la matière, dispensées par des animateurs et des spécialistes issus de centres de planning familial. Un travail important pour un budget annuel de 300.000 euros, mais dont toutes les écoles, pourtant, ne bénéficient pas. Sous l'impulsion de la responsable de l'Action sociale à la

²⁶ « Sexualité des jeunes : envoyer les bons signaux ! », *Le cdH.be*, 10 avril 2015, <http://www.lecdh.be/actualites/les-communiques/sexualite-des-jeunes-envoyer-les-bons-signaux>, consulté le 17 décembre 2015.

²⁷ M. LEGRAND, « Réforme de la vie relationnelle, affective et sexuelle : comment parler d'amour à l'école ? », *Le Guide Social*, 29 janvier 2014, <http://pro.guidesocial.be/infos/reforme-de-la-vie-relationnelle-affective-et-sexuelle-comment-parler-d-amour-a-l-ecole.html>, consulté le 19 novembre 2015.

²⁸ C. FRÉMAULT, « Généraliser les animations d'éducation relative à la vie relationnelle, sexuelle et affective (EVRAS) dans toutes les écoles bruxelloises », *celinefremault.be*, 4 septembre 2015, <http://celinefremault.be/fr/generaliser-les-animations-d-education-relative-a-la-vie-relationnelle-sexuelle-et-affective-evras-dans-toutes-les-ecoles-bruxelloises>, consulté le 17 décembre 2015.

CoCoF, un groupe de travail s'est donc mis en place pour développer une cartographie précise des animations dispensées. « D'ici à la fin de l'année, les animations données, les sujets favoris des élèves, les thématiques fortes et les zones non couvertes par ces animations seront (...) définis de façon précise, de façon à ajuster le tir pour la suite. »²⁹

Parmi les initiatives politiques, citons enfin celle de la députée liégeoise Vanessa Matz (également cdH), qui s'est déclarée favorable, en février 2015, « à l'interdiction des mannequins trop maigres dans les défilés de mode »³⁰. La députée fédérale réfléchit à ce titre à une disposition concernant l'Indice de Masse corporelle (IMC) de ces mannequins. Concernant la visibilité offerte à ces mannequins sur Internet par l'image ou la vidéo, elle dénonce le gouffre qui sépare la législation belge de la législation française, argumentant qu'il n'existe pas, chez nous, de procédure de blocage des sites répréhensibles. Un projet « préventif » est en chantier à l'heure actuelle, et proposera d'afficher un message d'avertissement lors de la connexion.

La France en avance !

Sous la supervision de Chantal Jouanno, le Sénat français a produit en 2012 un important travail parlementaire sur l'hypersexualisation. Le rapport qui en a résulté a mis en avant douze recommandations à destination de l'opinion publique, des médias, des politiques et des acteurs de l'éducation. Parmi celles-ci, on retrouve l'interdiction de la promotion d'images hypersexualisées mettant en scène des enfants, la définition d'une « Charte de l'Enfant », la création de missions quinquennales d'observation et d'analyse, l'optimisation de l'information des parents ou encore le développement de l'esprit critique des plus jeunes face au phénomène.³¹

²⁹ M. LEGRAND, *op. cit.*

³⁰ M. JORIS, « Vanessa Matz (cdH): "Je suis favorable à l'interdiction des mannequins trop maigres des podiums" », *Le Soir*, 17 mars 2015, <http://www.lesoir.be/824378/article/victoire/air-du-temps/2015-03-17/vanessa-matz-cdh-je-suis-favorable-l-interdiction-des-mannequins-trop-maigres-de>, consulté le 22 novembre 2015. Notons à cet égard que Vanessa Matz et le cdH étaient déjà à l'initiative en 2014 d'une proposition visant à inscrire sur les publicités la mention « photographie retouchée afin de modifier l'apparence corporelle » des mannequins sur les publicités.

³¹ Plus d'infos : http://www.social-sante.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_hypersexualisation2012.pdf

Le milieu politique semble donc concentrer son action sur une responsabilisation de l'opinion publique et de l'école ainsi que sur une nouvelle réglementation des médias. Selon Maëlle Cherpion, auteure d'un article de fin d'études sur l'hypersexualisation publicitaire à l'Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS), la piste des médias se devrait d'être envisagée prioritairement par des réformes structurelles fortes : « En Belgique, en ce qui concerne l'éthique dans les publicités, les publicitaires ne sont contrôlés que par le JEP (Jury d'Éthique publicitaire). [La tâche de cet organisme] consiste à analyser les plaintes faites par le public et à traiter les demandes d'avis qui leurs sont soumises par les annonceurs, les agences et les médias. L'étude faite par le CRIOC exprime son inquiétude face au manque de dissuasion dans la manière dont ce jury sanctionne. Il serait donc intéressant de revoir leurs procédures et les types de sanctions qu'ils infligent. »³²

³² M. CHERPION, *op. cit.* Notons cependant que ces notions de « contrainte » et de « sanctions » semblent quelque peu illusoires, le JEP n'étant composé que de publicitaires, d'annonceurs et de représentants des médias.

CONCLUSIONS : ET LES JEUNES, DANS TOUT ÇA ?

La société évolue quotidiennement, et avec elle ses mœurs et ses codes. À côté de l'aspect sociétal, l'on constate même, parmi toute une série d'évolutions biologiques récentes et caractéristiques de l'être humain, une tendance à l'avancement de la puberté physiologique. Ce phénomène serait dû aux changements des habitudes alimentaires durant le siècle dernier mais aussi à l'environnement et à la pollution.³³ Un rapport d'enquête émis au Québec indique qu'aujourd'hui, « les changements biologiques de la puberté sont devancés chez certaines filles. Les menstruations commencent un peu plus tôt et s'accompagnent d'une grande maturité cognitive. »³⁴ S'il n'apporte pas toutes les réponses à nos différentes questions, le lien entre ces différents changements et l'apparition de nouveaux besoins chez les plus jeunes est nécessairement à prendre en compte. Il ne peut cependant pas servir d'excuse aux innombrables agences de publicité ou marques, artistes et producteurs de musique, de cinéma (sous toutes ses formes) ou autres communicateurs de masse. Leur responsabilité dans le phénomène d'hypersexualisation de la société est entière.

L'ampleur du phénomène s'explique sans doute dans notre manque de vigilance et d'esprit critique. À ce titre, l'opinion publique occidentale, par son confort de consommation, ses révolutions sociologiques (comme Mai 68) et son caractère globalisé, a sans doute entretenu à son insu une forme de consumerisme « pornographique » et béat. Et s'y est peu à peu habituée. Faut-il blâmer le changement, l'affirmation de l'« être par le corps » et la recherche constante de plaisirs ? Parce que l'hypersexualisation, nous l'avons vu, peut supposer le mal-être de plusieurs générations et est construite sur des désirs irrationnels, sans doute.

Même si elle est le reflet d'une société au sein de laquelle la sexualité a toujours été une finalité en soi, une société qui se transforme, se construit, se diversifie, peut-être est-il nécessaire d'émettre certaines réserves.

Tout est en effet une question de mesure : il y a une part de naturel dans

³³ M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

³⁴ L. GOLDFARB, et *alii.*, « Hypersexualisation des jeunes filles : conséquences et pistes d'action », *Actes du colloque : Le marché de la beauté...Un enjeu de santé publique*, Québec : Réseau Québécois d'Action pour la Santé des Femmes, 2008.

le phénomène, mais celui-ci est amplifié pour des motifs artificiels. Et pour Philippe Liotard, face aux différents risques, il convient de responsabiliser les jeunes tout en leur faisant confiance : « Les représentations à caractère sexuel sont beaucoup plus disponibles qu'avant. Ça, c'est nouveau. Et cela peut poser problème. Mais d'emblée, j'ai très confiance dans les jeunes. Ils ne sont pas plus dupes des images que nous. Peut-être même moins : eux sont nés dans le monde des images et pas nous. Certes, beaucoup de choses circulent, notamment sur le Net. Mais il s'agit très souvent de contenus très éphémères, pas vraiment fondateur. Ils en jouent entre eux, parfaitement conscients de cette dimension superficielle qui leur permet de provoquer les adultes. Et plus l'adulte est bousculé, moins il met de mots, plus ils perçoivent le pouvoir qu'ils ont sur les adultes en travaillant leur apparence. »³⁵

Geneviève Marier, sexologue, va également dans ce sens mais rappelle l'importance d'un dialogue et de repères préalables : « Les jeunes ont soif de vraies valeurs. Mais le problème, c'est qu'on ne leur propose pas autre chose. Ils sont bombardés d'images. La pornographie est bien plus facilement accessible qu'avant. Une enquête a montré que sept jeunes sur dix estiment que le porno est un moyen d'éducation sexuelle. (...) Tout se passe dans l'immédiateté. Là-dessus, la société trompe les jeunes. Il semble y avoir une confusion entre la disponibilité, la connaissance de ce qui existe et le fait de devoir le faire. »³⁶

Responsabiliser dès le plus jeune âge et impliquer dans ce processus l'école, les parents, les services publics, les académies et lieux d'apprentissage artistiques, les universités. Comprendre et analyser les images plutôt que de les cacher. Introduire un cours d'éducation aux médias dans les classes dès que l'enfant atteint un âge suffisamment mûr pour comprendre les différents enjeux semble également primordial. Ces cours seraient bénéfiques tant au niveau du décodage des messages diffusés que de l'identification des stéréotypes qu'ils véhiculent. Le cours de citoyenneté, récemment proposé par Joëlle Milquet (cdH) dans le cursus pédagogique, se présente à ce titre comme une belle opportunité d'entamer un débat éducatif et critique avec les principaux intéressés.

³⁵ M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

³⁶ G. MARIER, *SEXcursion : pour une sexualité intelligente et responsable dans les écoles secondaire*, Québec : Pas de Panique Productions, avril 2009.

Peut-être la sexualité ne devrait-elle pas être envisagée comme une finalité, mais bien comme une partie de nous qui, quotidiennement, nous définit et participe à notre épanouissement. Travailler sur le désir, privilégiant le « souhaitable » au « possible » : « ce n'est pas parce que quelque chose est disponible que c'est exploitable. Il est indispensable d'éviter que l'entrée dans la sexualité soit associée à une contrainte. »³⁷

POUR ALLER PLUS LOIN...

- BÉCAR F., ADER M.-N., « L'éducation sexuelle au collège et ses paradoxes », *Dialogue*, 155, 2002, <http://www.cairn.info/revue-dialogue-2002-1-page-105.htm>
- DISPA M.-F., *Hypersexualisation : trop, trop tôt, trop vite*, Bruxelles : Latitude Jeunes, 2009.
- MANTOVANI K., « Les lolitas : une cible marketing et des millions d'euros », *Le Ligueur*, 21 novembre 2013, <https://www.laligue.be/leligueur/articles/les-lolitas-une-cible-marketing-et-des-millions-d-euros#>
- *Sexualisation précoce : guide d'accompagnement pour les parents des filles pré-adolescentes*, Montréal : Y des femmes de Montréal, 2009, <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs2023723>.

³⁷ M. DE MUELENAERE, H. DORZEE, *op. cit.*

Auteur : Benjamin Bruyninx

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Clips vidéos provocateurs, publicité sexualisée, pornographie accessible en ligne en quelques clics et multiplication des moyens de communication de font pas bon ménage... Dans ce tourbillon d'émotions et d'images fortes, notre perception de l'Autre et de notre sexualité est bousculée. Chez les plus jeunes, l'impact est d'autant plus important qu'il participe à une construction faussée des sentiments ou des genres, pouvant parfois mener à une perte des repères affectifs ou d'estime de soi. L'hypersexualisation est peu à peu devenue un phénomène marketing auquel nous sommes quotidiennement confrontés. L'occasion de mettre en lumière un phénomène profondément sociétal, caractéristique de notre époque.



Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises 45 - 1000 Bruxelles

T : 02/238 01 27

info@cpcp.be