

Quelques mots sur l'hypersexualisation

Concept créé au Québec, l'hypersexualisation désigne un phénomène de société de plus en plus sous le projecteur : présence envahissante de messages à caractère sexuel dans les médias, banalisation des pratiques sexuelles et jeunisme. Le commun dénominateur ? Une image de la sexualité basée sur des stéréotypes de genre, et qui utilise essentiellement le corps féminin découpé. Les filles reçoivent ainsi une injonction à suivre un modèle qui les objective sexuellement de plus en plus jeunes. Pas le temps de découvrir, d'explorer, de construire son identité, ses désirs, ses émotions, ses limites, pas le temps de grandir sans violence face à une idéologie consumériste au service d'un désir masculin, tout autant exploité et normé. Les adultes oscillent entre diabolisation et démission, contrôle et banalisation. Les jeunes ne manquent pas pour autant de ressources. Quelles sont les brèches émancipatoires ?

Premières analyses d'Outre-Atlantique à la Belgique : une pédagogie de l'hypersexualisation

Le film *Sexy Inc.*², réalisé au Québec comme outil de sensibilisation, aborde de manière assez complète les enjeux de l'hypersexualisation en trois temps : le rôle des entreprises, l'effet sur les jeunes, les pistes de réactions.

L'analyse québécoise pose la question du choix : la sexualisation de l'espace public est devenue banale, normale, donc apparaît comme « naturelle », voire obligatoire. Les enfants sont amenés à devenir adultes de plus en plus vite et à appréhender des sentiments et des émotions ingérables à leur niveau de maturation. Les médias jouent un rôle essentiel dans la socialisation, sexuée notamment³. Les codes pornographiques se retrouvent partout, dans les pubs, clips, et magazines pour ados, sans parler du web évidemment. Y compris dans les produits destinés aux ados et petites filles de 8-10 ans.

La sexualité est un enjeu de pouvoir : ainsi, d'un point de vue commercial, et par glissement, social, la liberté sexuelle, c'est non pas choisir l'expression de sa sexualité, mais être sexy. Une manière, selon les québécoises, de remettre les femmes à leur place : les filles n'ont plus de temps libre pour autre chose. Toute leur attention est dirigée vers l'atteinte d'un modèle sexy, de séduction, synonyme d'intégration sociale. Rien n'est laissé comme espace à d'autres sources d'intérêt, a fortiori à leur bien-être, puisque leur estime de soi va dépendre de leur conformité à une identité sexuelle normative unique. On voit ainsi réapparaître une nouvelle mise en scène de la domination d'un genre sur l'autre. Ainsi la fellation devient-elle synonyme de drague. Un peu cru ? Les femmes et les filles poursuivent leur rôle accessoire, vulnérable, enchaînées à leur image. Une vulnérabilité qui touche aussi

¹ Chargée de projets au CEFA asbl

² Sophie BISSONNETTE, *Sexy Inc., nos enfants sous influence*, ONF, Canada

³ Lahire, B. (2001), « Héritages sexués : incorporation des habitudes et des croyances », in T. Blöss (dir.), *Dialectique des rapports hommes/femmes*, Paris, PUF, p. 9-25

les garçons de l'autre côté de la barrière, tout aussi pris au piège d'une image à endosser, celle de la domination.

Alors la mini-jupe, libération ou soumission ? Le problème, c'est la norme. C'est-à-dire le couple : une érotisation est nécessaire pour séduire, puis garder l'autre. Sinon, cela reste une infraction aux codes de la pudeur. La nudité n'équivaut pas à la sexualité, ne se confond pas avec le désir : c'est une évidence qui reste visiblement intangible.

En Belgique, la transmission du concept d'hypersexualisation a essaimé au sein de différents lieux de réflexion entre professionnel.le.s de l'éducation et de la santé. Différentes publications existent. Avant le rapport du CRIOC⁴, la brochure de Latitude jeunes⁵ fait écho de manière assez complète au guide pratique réalisé par le CALACS de Rimouski⁶ tant du point de vue des définitions que des pistes d'action.

En 2009, une recherche action est commanditée par la Ville de Charleroi. La chercheuse Jacinthe Mazzochetti situe les difficultés des jeunes liées à l'hypersexualisation dans un manque de repères, d'amour, de lien... sur base de leurs propres témoignages⁷. Quel avenir ? Quels modèles ? Il leur faut inventer de nouvelles règles face aux lacunes qui sont leur réalité quotidienne.

Les violences de genre se polarisent autant du côté de l'hypersexualisation qui réduit l'autre à un instrument mécanique du sexe, que du contrôle moral, réaction de repli, de protection, et donc de privation de liberté.

Stratégies collectives et individuelles

Du côté des adultes : depuis la publication de la brochure de Latitude Jeunes et de la recherche-action de Jacinthe Mazzochetti, beaucoup de débats ont été menés autour de cette problématique visant tantôt une sensibilisation des parents, tantôt une réflexion au sein des professionnel.le.s du social, de l'éducation et de la santé. Il s'agit de donner l'exemple en adaptant nos comportements d'adultes : en effet, quels sont les modèles proposés ? L'hypersexualisation ne touche pas que les jeunes mais bien l'ensemble de la société.

En gommant par exemple la différence entre femmes et fillettes, la sexualisation de ces dernières se voit par conséquent peu à peu banalisée. C'est ainsi que dans une société où la protection de l'enfance est ratifiée par des textes de loi et intégrée par les citoyen.ne.s, le spectre de l'exploitation surgit derrière la recherche de reconnaissance sociale de certaines familles à travers les concours de mini-miss !

⁴ 2011

⁵ Disponible sur www.ifeelgood.be

⁶ Centre d'aide et de lutte contre les agressions à caractère sexuel, *Hypersexualisation ? Guide pratique d'information et d'action*, 2009

⁷ Jacinthe MAZZOCHETTI, *Hypersexualisation et relations amoureuses, Témoignages d'adolescents*, Charleroi, 2009

Il est clair que, pour développer l'esprit critique chez les jeunes, les adultes doivent prendre d'abord conscience des messages qu'ils et elles envoient et agir sur les valeurs dominantes telles que la consommation, la performance, les stéréotypes de genre... et les balises qu'ils et elles donnent sans tomber dans un moralisme puritain qui équivaldrait à plonger la tête dans le sable.

Les Québécois.es, et à leur suite toutes les personnes qui se sont penchées sur la question, nous rappellent de miser sur l'estime de soi : encourager, complimenter, qu'importe la correspondance à la mode ou à la norme. Et parler, parler de sexualité... et de choix, de diversité, « *faire circuler les paroles précieuses telles que le respect, la confiance, l'intimité* » comme nous le dit Jacinthe Mazzocchetti, insistant sur le fait que les jeunes demandent des espaces de parole où ils et elles se sentent écoutés et soutenus, tant par les adultes que par leurs pair.e.s.

Il nous est également loisible de nous mobiliser par rapport aux médias, aux images véhiculées dans l'espace public, de ne pas se résigner et d'utiliser les outils de communication disponibles.

Le documentaire Sexy Inc. nous montre l'exemple d'un groupe d'enfants qui, avec l'aide d'une adulte, retravaille une pub avec collages et crayons de couleurs pour les envoyer à la firme concernée en lui adressant un message fort quant à sa responsabilité.

Du côté des jeunes ? Parents, rassurez-vous : les jeunes générations ne sont pas dupes et elles ont encore des valeurs !

« *Pour nous, le sexe est banalisé et la société tend à le rendre uniforme* » écrit une jeune femme dans un périodique de la locale namuroise de Vie Féminine. Au sein de ce groupe de jeunes militantes, la révolte gronde contre la libéralisation sexuelle et toutes les injonctions normatives quant à la sexualité des femmes en particulier.

Les Salopettes⁸ : des grandes sœurs s'inquiètent. Quatre étudiantes en arts et lettres au Québec ont amorcé le débat sur l'hypersexualisation des petites filles et jeunes ados, en réalisant en 2005 ce documentaire comme projet de fin d'études. Leur interpellation : « *Les jeunes filles d'hier jouaient en salopettes à la poupée; celles d'aujourd'hui jouent en poupées à la salopette* ».

Sur différents campus universitaires français, ont fleuri ces dernières années Journée de la jupe, Printemps de la jupe et du respect (en région Rhône-Alpes), ... visant à sensibiliser les pair.e.s et à diffuser des outils créés par des jeunes pour les jeunes.

⁸ Geneviève B. CAZA, Catherine CHAPDELAINÉ, Caroline DROLET et Stéfanie MACHABÉE PRIMEAU, *Salopettes ?*, Cégep André-Laurendeau

Les jeunes sont en mouvement, et ne restent pas figé.e.s dans des stéréotypes. Ils naviguent à travers ce qui leur est proposé, mais créent aussi, bricolent avec la réalité, une réalité sociale faite de messages contradictoires entre consommation, performance et morale. Comme l'analysent Philippe Liotard et Sandrine Jamain-Samson⁹, les jeunes filles construisent leur identité par rapport aux représentations stéréotypées de la sexualité et de la féminité et « *les plus vulnérables sont celles qui ne maîtrisent pas ces codes : la distinction (au sens de Bourdieu, comme construction sociale du jugement) opère un classement entre celles qui maîtrisent et exploitent les codes de la féminité et celles qui les subissent.* »¹⁰

Pour les auteur.e.s, le débat sur l'hypersexualisation révèle la continuité du contrôle sur le corps des femmes dans nos sociétés. Plus que sur celui des hommes en effet si l'on regarde l'aspect vestimentaire, ou « liberté de paraître » comme le nomme Philippe Liotard lorsqu'il remarque que le string dépassant du pantalon est davantage condamné que le caleçon. Il invite donc à ne pas confondre cette « hyperérotisation » apparente qui, pour lui, relève de l'expérimentation et de l'apprentissage par rapport à la séduction, la maîtrise de soi par son apparence, et la sexualisation précoce qui relevant de pratiques sexuelles, soulève l'enjeu bien plus important du consentement.

Le terme même d'hypersexualisation, loin d'être neutre, parle de la tension entre désir d'émancipation et peur de la vulnérabilité des jeunes. La sexualisation étant un fait observable, y ajouter « hyper » est un jugement de valeur. L'enjeu des références reste donc moteur de la problématique.

⁹ Philippe LIOTARD, « La « lolita » et la « sex bomb », figures de socialisation des jeunes filles », in : *Sociologie et société*, vol. 43, n° 1, 2011, p. 45-71. <http://id.erudit.org/iderudit/1003531ar>

¹⁰ Idem, p.66