Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

CONTRE L'HYPERSEXUALISATION, UN NOUVEAU COMBAT POUR L'ÉGALITE

Rapport parlementaire de
Madame Chantal JOUANNO, Sénatrice de Paris

5 mars 2012

SOMMAIRE

SYNTHÈSE **p.7**

PARTIE I : QU'EST-CE QUE LE PHENOMENE D'HYPERSEXUALISATION ? **p.13**

A – Définitions **p.13**

1- Le Québec, en avant-garde sur l'étude du phénomène d'hypersexualisation **p.15**
2- L'hypersexualisation et l'hyperérotisation **p.18**
3- L'hypersexualisation et l'hypervirilité **p.19**

B – L'hypersexualisation de notre société : un phénomène prégnant et insidieux **p.21**

1- La sexualité comme construction sociale **p.21**
2- La sexualité dans les sociétés occidentales : de la libération sexuelle à la dictature sexuelle **p.23**
3- Quelques exemples de cette hypersexualisation de la société **p.24**
a- L'impact des stars dans le phénomène de l'hypersexualisation **p.25**
b- La mode hypersexualisée **p.27**
c- L'hypersexualisation de la mode influence les pratiques corporelles et sexuelles **p.29**
d- Au-delà de l'hypersexualisation, la « pornographisation » culturelle **p.31**

C- L'hypersexualisation des enfants en suspend **p.37**

1- Nos enfants résistent globalement à la vague d'hypersexualisation **p.37**
2- Pour autant, la sexualisation des enfants est un marché puissant **p.40**
3- Un marché alimenté par la confusion des âges et le retour aux stéréotypes **p.43**

PARTIE II : LES ENJEUX LIES A L'HYPERSEXUALISATION p.55

A- Un enjeu individuel autour de la construction psycho-affective des enfants hypersexualisés p.59

1- Avant l'entrée dans la puberté : la période de latence p.59
2- La place de la vie sexuelle pendant la période de latence p.60
3- Le lien aux parents des 8-12 ans p.61

B- La prévention des conduites à risque p.63

1- Les pratiques sexuelles des adolescent (e)s p.63
a- L'hypersexualisation de la société est un facteur de sexualité « précoce », mais les enfants hypersexualisés ne sont pas des actifs sexuels p.63
b- Les pratiques sexuelles des adolescent(e)s via les nouvelles technologies d'information et de communication p.66
c- Les enfants et les adolescents sont donc exposés régulièrement à des contenus sexuels via Internet p.67
2- L'influence certaine de la pornographie dans l'hypersexualisation des pratiques sexuelles des adolescent (e)s p.68
a- Le cybersexe : une infiltration de la pornographie p.69
b- Le « sexting » p.70
c- L'exhibitionnisme ou comment faire un streap tease devant une webcam p.70
d- Les photos-dédicaces « corporelles » ou dédipix p.70
3- Les conséquences psychologiques de cette exposition p.70
4- Les autres formes de conduites à risque p.74
5- Le cyber-harcèlement et le harcèlement sexuel p.80

C- L'enjeu collectif de l'hypersexualisation : le respect de la dignité de la personne humaine et de l'égalité entre les sexes p.81

1- L'hypersexualisation renforce les stéréotypes sexistes p.81
2- L'analyse et la critique de l'hypersexualisation véhiculent paradoxalement des stéréotypes p.84

PARTIE III : RECOMMANDATIONS.....p.91

A- LE CADRE p.93

1- Un cadre juridique complet aux fondements universels.....p.93
a- La problématique universelle de l'intérêt supérieur de l'enfant p.93
b- L'atteinte à la dignité humaine.....p.97

2- Le cadre d'exercice des droits de l'enfant en France p.98
a- La question de l'image pour les enfants : « les filles et fils de pub » p.98
b- La protection de l'enfance p.112
c- La promotion de l'éducation à l'égalité des sexes auprès des enfants : la problématique du respect mutuel.....p.119

B- COMPRENDRE ET OBSERVER p.125

C INFORMER ET EDUQUER.....p.131

D ACTEURS ECONOMIQUES ET MEDIATIQUES RESPONSABLES DEVANT LES PARENTS p.141

RAPPEL DES RECOMMANDATIONS.....p.149

CONCLUSION ET REMERCIEMENTS p.151

BIBLIOGRAPHIE p.155

ANNEXES p.161

SYNTHÈSE

L'indignation autour de l'hypersexualisation est une agitation sélective qui oscille entre l'amusement et l'indifférence. Rarement considérée sous l'aune de la mise en danger des enfants ou d'un enjeu de société, l'hypersexualisation des enfants est généralement gommée du trait de la culpabilisation des mères.
Le scandale du magazine Vogue mettant en scène une petite fille dans des tenues et postures suggestives dérangeantes, un scandale révélé depuis les Etats Unis, a souligné les limites de l'indifférence.
Roselyne Bachelot a voulu rompre ce silence et je ne saurais suffisamment la remercier de m'avoir plongée dans ce révélateur des évolutions de notre société, des évolutions peu propices à la progression de la cause féminine.

J'ai rédigé cette synthèse à la première personne du pluriel par reconnaissance de l'aide apportée par mes collaboratrices, et la qualité de leurs travaux de recherche.

La définition même de l'hypersexualisation fait débat. S'agissant des enfants, elle renvoie à la sexualisation de leurs expressions, postures ou codes vestimentaires, jugées trop précoces. Le débat est spécifique aux enfants pré-pubères, donc de moins de 12 ans qui, durant la période de « latence » telle qu'elle est définie par les psychologues, ne sauraient avoir de comportements ou de signaux de disponibilité sexuelle.
Cette terminologie de l'hypersexualisation n'est pas la plus pertinente. Elle induit une certaine confusion avec la sexualité précoce, alors que ces enfants n'ont généralement pas conscience des signaux sexuels qu'ils renvoient. Nombre de nos interlocuteurs ont d'ailleurs évoqué la sexualité, qu'ils jugeaient trop active, des adolescentes. Pour autant, nous avons pris le parti de conserver cette terminologie devenue la plus courante.

Fondamentalement, la notion d'hypersexualisation renvoie à la norme sociale de la sexualité acceptable. Elle ne se définit pas de manière universelle et intangible. Nous avions conscience du mouvement de libération sexuelle. Nous n'avions pas conscience que les codes de la pornographie ont envahi notre quotidien. L'étonnement de notre étude est de constater que rien ne nous étonne. L'hypersexualisation de la mode, des stars, des publicités, des émissions de télévision ou encore des clips vidéos est une banalité quotidienne. Un phénomène insidieux qui a modifié nos codes corporels, sexuels, culturels et donc sociétaux.

Il nous a été bien difficile d'objectiver les données de ce rapport dans la mesure où les études françaises sur l'hypersexualisation sont rares, et l'observation inexistante. D'ailleurs, nombre de nos interlocuteurs qu'ils soient représentants de la protection de l'enfance, des familles ou encore des consommateurs ont reconnu ne pas avoir suivi ce phénomène qui n'est pas compris comme une mise en danger ou un enjeu de société. Nous avons dû principalement nous appuyer sur des études canadiennes, belges et britanniques pour étayer nos analyses.

La vague de l'hypersexualisation n'a pas encore massivement touchée nos enfants.

La très grande majorité de nos interlocuteurs constate que les cas sont rares et condamnés par le consensus social, une réalité confirmée par les quelques études françaises disponibles sur le sujet. Cela ne signifie pas que nos enfants seront épargnés par la vague.

Comment pourrons-nous préserver nos enfants de normes que nous contribuons à véhiculer ? Phénomène de société intégré par les adultes et illustré par les concours de Mini-Miss qui se développent fortement dans certaines régions ; marché potentiel d'enfants prescripteurs devenus « mini adultes », confusion des âges illustrée par le concept de « pré-adolescent », les facteurs de propagation sont massifs.
Insidieusement, l'hypersexualisation s'appuie sur le retour des stéréotypes dès le plus jeune âge comme en témoigne la sexualisation des jouets ou le retour d'une presse pour fille centrée sur l'apparence.

La logique de consommation dans une société individualiste aux structures familiales fragiles, le primat de l'image dans une société qui ne l'a pas intégré dans son éducation, la libération sexuelle dans une société qui n'a pas achevé la construction de l'égalité entre les sexes, conduisent à l'hypersexualisation des adultes comme des enfants.

Les parents sont légitimement inquiets.

L'hypersexualisation des enfants constitue un enjeu individuel. Ces enfants sont fragilisés dans leur construction identitaire. A l'extrême, l'intrusion précoce de la sexualité entraine des dégâts psychologiques irréversibles dans 80 % des cas. Plus généralement, l'hypersexualisation participe au développement de conduites à risque et notamment à l'anorexie mentale pré-pubère (37 % des jeunes filles de 11 ans sont à la diète). L'hypersexualisation est indissociable de la banalisation de la pornographie, comme principal mode d'éducation à la sexualité des jeunes garçons qui, outre le principe de la domination performante masculine, peut induire des comportements sexuels violents et légitime le harcèlement.

L'hypersexualisation est également un enjeu collectif d'affaiblissement des principes de dignité de la personne humaine et d'égalité entre les sexes, un enjeu à double sens. L'hypersexualisation véhicule le stéréotype de la femme/fille passive, définie par son apparence et animée par la sexualité. La critique de l'hypersexualisation véhicule également des stéréotypes sexistes dans la diabolisation des adolescentes et la culpabilisation des mères.
Force est de constater que l'hypersexualisation est systématiquement appréhendée au féminin sans que son miroir masculin ne soit interrogé. Ainsi, la critique des spa mères-filles aurait-elle pu souligner honnêtement l'existence dans les mêmes locaux d'un spa pères-fils….
Au-delà de l'enjeu individuel de prévention des conduites à risque, le raz de marée attendu de l'hypersexualisation sera la régression de la cause féminine et de l'égalité entre les sexes.

La réponse à une question de société ne peut relever de la seule loi.

Le législateur n'a pas le pouvoir de contrevenir au consensus social sur des questions qui touchent fondamentalement au libre choix individuel et plus encore à la responsabilité des parents.
Il faut tout un village pour élever un enfant. (Proverbe africain). Les parents sont les premiers juges de ce qui est bon pour leur enfant, avec l'aide de leurs familles et de leurs proches, avec l'aide du monde éducatif. Encore faut-il qu'ils aient conscience des enjeux de l'hypersexualisation, encore faut-il que les acteurs économiques et médiatiques s'engagent à respecter le principe de l'intérêt supérieur de l'enfant pour ne pas jouer de la confusion et des manipulations du marketing.

Nous sommes en amont d'un phénomène que nous pouvons encore prévenir en agissant sur quatre champs.

<u>En premier lieu, le champ juridique.</u>

Notre loi pose les principes pour prévenir l'hypersexualisation : l'intérêt supérieur de l'enfant, le respect de la dignité de la personne humaine, l'interdiction d'atteintes aux bonnes mœurs ou de mise en danger de l'enfant.

Nous proposons néanmoins de renforcer ces dispositions pour interdire l'utilisation ou la représentation sexualisée d'enfants :

- interdire que les enfants de moins de 16 ans puissent être l'égérie des marques afin de ne pas favoriser l'image d'enfants transformés en adultes ;
- interdire l'organisation de concours de beauté pour les enfants de moins de 16 ou 18 ans contraire au principe de dignité de la personne humaine.

Nous suggérons d'harmoniser les doctrines publiques de la régulation de l'hypersexualisation.

Nous proposons surtout d'éclairer les pouvoirs publics et le juge dans la mise en œuvre de ces principes en rédigeant une « charte de l'enfant », à l'exemple de la charte de l'environnement, qui puisse notamment illustrer concrètement les principes d'intérêt supérieur de l'enfant et de dignité de la personne humaine.

<u>En deuxième lieu, le champ de la connaissance.</u>

Face à notre ignorance de la réalité et des implications de l'hypersexualisation, nous demandons que des études pluridisciplinaires et longitudinales soient réalisées par le CNRS tant pour les jeunes filles que les jeunes garçons : hypervirilité, analyse longitudinale des Lolitas, impact de la pornographie sur les pratiques sexuelles,…. De nombreux sujets nécessitent un éclairage nouveau.

Nous préconisons plutôt qu'un nouvel observatoire, la mise en place d'une **mission d'observation quinquennale** pilotée par l'Observatoire national de l'enfance en danger (ONED) en lien avec l'observatoire de la parité, afin de suivre l'évolution de l'hypersexualisation et des stéréotypes sexistes sur une échelle de temps pertinente qui couvre les champs des produits mis sur le marché, de l'image et des médias, notamment.

<u>En troisième lieu, l'information et l'éducation.</u>

L'information des parents est l'axe prioritaire de prévention. Des informations pratiques peuvent être diffusées par les canaux de proximité (CAF, mallette des parents, réseaux d'aide à la parentalité..) et les réseaux numériques (divers sites de mères blogueuses).

La sensibilisation des professionnels de l'enfance, notamment de l'éducation nationale, doit les aider à construire des démarches pédagogiques de développement de **l'esprit critique** face à la consommation et à l'image.

Nous recommandons une **harmonisation des règlements intérieurs quant aux tenues vestimentaires** afin de définir un socle de principes sur le caractère « respectable » de ces tenues qui ne puisse pas être suspecté d'arbitraire. La proposition de l'uniforme n'est pas une réponse à l'hypersexualistion mais demeure pertinente en primaire face à la « concurrence des marques » facteur de clivages sociaux.

L'éducation des jeunes filles et jeunes garçons est le deuxième axe prioritaire. Nous recommandons notamment que l'Education Nationale cible ses enseignements sur :

- l'éducation au respect et à l'égalité entre les sexes dès le primaire,
- l'esprit critique face à l'image dès la 6ème.

Par contre, le débat sur la sexualité des adolescents notamment dans sa dimension affective et leur sensibilisation aux risques de l'hypersexualisation relèvent plutôt d'intervenants distincts : infirmières scolaires, planning familial, mouvements d'éducation populaire et surtout les médias spécifiques aux adolescents.

<u>En quatrième lieu, la responsabilité des acteurs économiques et médiatiques.</u>

Nous recommandons, à l'exemple de la **charte sur l'image des enfants dans les médias**, une **charte d'engagement des acteurs économiques contre l'hypersexualisation** des produits fabriqués ou vendus qui fixe de manière concrète les limites. Cette charte peut, pragmatiquement, s'inspirer de celle de nos voisins britanniques.

Son utilité suppose qu'elle soit adossée à un **système de réclamation des parents** – *inspiré du name and shame* - contre les médias ou entreprises contrevenantes via un site internet public. A charge pour les sociétés concernées de répondre, à défaut de voir leur nom cité publiquement comme ne respectant pas l'intérêt des enfants.

L'évaluation annuelle de ces chartes devrait relever d'un groupe pluraliste et contradictoire.

J'ai autant appris des déclarations que des silences et des absences de réponse. La question de l'hypersexualisation renvoie fondamentalement à des tabous : les tabous de la sexualité de nos enfants, les tabous de la pérennité des considérations sexistes, les tabous du primat de l'apparence qui renvoit au primat de l'avoir sur l'être. Mon inquiétude n'est pas dans notre capacité à prévenir l'hypersexualisation. Les mesures proposées sont simples. Mon inquiétude réside dans notre incapacité à affronter nos tabous. Mon espoir réside dans l'émergence de considérations politiques de plus longs termes. Le constat d'une crise structurelle nous permet de réinterroger nos certitudes, et de revivifier un principe fondateur de l'humanité : décider dans l'intérêt de nos enfants.

PARTIE I

QU'EST-CE QUE LE PHÉNOMÈNE D'HYPERSEXUALISATION ?

A. DÉFINITIONS

Dans le sillage d'une révolution sexuelle amorcée dans les années 1960, on assiste depuis quelques années à l'émergence d'un phénomène de plus en plus présent : l'érotisation de l'image corporelle des filles, qui en font des « enfants-femmes sexuées ». Né Outre-Atlantique dans les années 2000, ce concept d'hypersexualisation, présent dans toutes les sociétés d'économie de marché touche particulièrement les jeunes de 8-12 ans, mais les jeunes adultes le sont également.

Tenter d'apporter une définition de l'hypersexualisation est un travail peu aisé car cela suppose auparavant une fine connaissance de ce fait de société, c'est-à-dire d'en avoir non seulement défini les contours et les principales caractéristiques, mais également les incidences sur les acteurs concernés.

Or, force est de constater que peu de recherches et d'observations approfondies du phénomène ont été conduites sur ce sujet en France, en Europe, voire Outre-Atlantique. Certes, nous disposons de quelques données qualitatives sur ce phénomène mais elles demeurent encore partielles et n'ont pas encore fait l'objet de mesures ni d'évaluation permettant d'en faire ressortir des caractéristiques précises et constantes.

1- Le Québec, en avant-garde sur l'étude du phénomène de l'hypersexualisation

Les principales recherches, études ou rapports nous proviennent du Canada, de la Belgique, du Royaume-Uni. Le Québec, semble « pionnier » dans les études de ce phénomène et dans la recherche d'une définition consensuelle. Dès 2005, des chercheurs ont diffusé de nombreux travaux qui ont permis de poser les premiers jalons autour de définitions du phénomène de l'hypersexualisation. Ces définitions ont largement été reprises par l'ensemble des chercheurs francophones qui ont étudié ce phénomène.

Dès 2005, dans leur ouvrage intitulé la « La sexualisation précoce des filles », les chercheuses en science de l'éducation, Pierrette Bouchard, Natasha Bouchard et Isabelle Boily, ont défini l'hypersexualisation comme un « *phénomène qui consiste à donner un caractère sexuel à un comportement ou à un produit qui n'en a pas en soi* »[1]. Cette définition présente l'avantage de pointer le phénomène de sexualisation précoce dont les jeunes filles - mais également tout leur univers de socialisation- sont l'objet, phénomène qui leur serait imposé de l'extérieur, en l'occurrence le monde des adultes et plus largement la société. Toutefois, cette définition très générale reste floue sur les caractéristiques précises du phénomène.

[1] Pierrette Bouchard-Natasha Bouchard, 2005, « La sexualisation précoce des filles », Montréal, Sisyphe.

La définition la plus complète est due à la **psychologue québécoise Sylvie Richard-Bessette** qui caractérise l'hypersexualisation dans son lexique sur les différences sexuelles, le féminisme et la sexualité, (2006)[1]comme un "***usage excessif de stratégies axées sur le corps dans le but de séduire"***. Selon cet auteur, l'hypersexualisation du corps se manifesterait par :

- Une tenue vestimentaire qui met en évidence des parties du corps (décolleté, pantalon taille basse, pull moulant, etc.).
- Des accessoires et des produits qui accentuent de façon importante certains traits et cachent « les défauts » (maquillage, bijoux, talons hauts, ongles en acrylique, coloration des cheveux, soutien-gorge à bonnets rembourrés, etc.).
- Des transformations du corps qui ont pour but la mise en évidence de caractéristiques ou signaux sexuels (épilation des poils du corps et des organes génitaux, musculation importante des bras et des fesses, etc.).
- Des interventions chirurgicales qui transforment le corps en « objet artificiel »: seins en silicone, lèvres gonflées au collagène.
- Des postures exagérées du corps qui envoient le signal d'une disponibilité sexuelle: bomber les seins, ouvrir la bouche, se déhancher, etc.
- Des comportements sexuels axés sur la génitalité et le plaisir de l'autre.

L'auteur apporte un éclairage très intéressant sur la définition de ce phénomène. D'une part, il s'agit de l'hypersexualisation du corps et non de la personne dans sa globalité. **Elle situe donc la problématique de l'hypersexualisation dans le rapport de l'individu à son corps et à sa mise en scène sociale.**
D'autre part, elle met en avant trois notions clés dans sa définition du phénomène : **la notion de « *stratégie* », la notion de « *séduction* » et celle de « *signal de disponibilité sexuelle* ».**

La notion de « *stratégie* » induit l'idée d'une action mise en œuvre de manière intentionnelle dans un but précis. Associée à la notion de « *séduction* », l'auteur met en exergue une stratégie mise en place intentionnellement dont l'objectif de séduction est central.
La troisième notion importante se rapporte à l'idée que l'hypersexualisation se manifeste par des attitudes et des postures à caractère sexuel, qui envoient *un signal de disponibilité sexuelle* (se passer la langue sur les lèvres, se déhancher, bomber le torse, etc.). Cette dernière notion renvoie aux codes implicites qui s'expriment à travers cette mise en scène de séduction. Non seulement il y a séduction mais le but « sexuel » est clairement affiché.

L'auteur va plus loin encore dans sa définition de l'hypersexualisation en y incluant « ***tous les comportements sexuels axés sur la génitalité et le plaisir de l'autre*** ». Elle établit donc un lien direct entre hypersexualisation et pratiques sexuelles puisqu'elle évoque les comportements sexuels axés sur la génitalité ce qui sous-entend la notion de « rapport sexuel » ou de sexualité active.

[1] Richard-Bessette, Sylvie, lexique sur les différences sexuelles, le féminisme et la sexualité, chargée de cours-département de psychologie et sexologie, UQAM, 2006

Cette corrélation entre hypersexualisation et pratiques sexuelles ou hypersexualité, bien qu'intéressante, ne fait pourtant pas l'unanimité chez les chercheurs qui ont étudié ce phénomène. Dans tous les cas, elle ne peut s'appliquer systématiquement aux jeunes enfants. Comme nous le verrons plus loin, certains chercheurs comme le sociologue Philippe Liotard[1] montrent que l'hypersexualisation du corps chez les très jeunes filles ne s'accompagne que rarement de « passages à l'acte sexuel ».

Cette définition de la psychologue **Sylvie Richard-Bessette** écarte définitivement tout ce qui aurait trait au sentiment amoureux ou à ce qui relèverait de l'affectif dans le phénomène de l'hypersexualisation.

Dans la même perspective que la psychologue québécoise, **l'American Psychological Association (APA) privilégie l'approche du phénomène autour d'une hypersexualisation du corps,** phénomène qui se manifeste quand :

- On définit la personne seulement par **son *sex appeal*** ou **son comportement sexuel**, excluant les autres caractéristiques de l'individu.
- On s'en tient à l'idée que **ce qui est physiquement attirant est ce qui est défini comme « sexy ».**
- La personne est **présentée comme un objet sexuel** : objet à utiliser et non une personne capable de faire des choix, d'agir de façon indépendante.
- La sexualité est imposée **de façon inappropriée** à une personne.

L'intérêt de cette définition est de montrer comment l'individu est réduit au rôle d'objet, objet sexy, objet de séduction, objet mis à disposition de l'autre dans le but de lui plaire.

Le centre d'aide et de lutte contre les agressions à caractère sexuel de Rimouski au Québec (CALACS) et le réseau québécois d'action pour la santé des femmes (RQASF), **mettent en avant *la <u>responsabilité sociétale</u>* dans leur définition du phénomène de l'hypersexualisation.** Dans son guide d'information et d'action autour du phénomène de l'hypersexualisation, le CALACS évoque « *l'hypersexualisation de la société* » de manière générale qui aurait une incidence directe sur le comportement des jeunes filles et jeunes garçons. L'hypersexualisation « *se manifeste dès lors qu'il y a surenchère à la sexualité qui envahit tous les aspects de notre quotidien et que les références à la sexualité deviennent omniprésentes dans l'espace public : à la télévision, à la radio, sur Internet, dans les cours offerts, les objets achetés, les attitudes et comportements de nos pairs, etc* »[2].

L'hypersexualisation est un phénomène qualifié d'inquiétant qui provient d'un envahissement de l'espace social par les messages et codes à caractère sexuel qui auraient une incidence directe sur les rapports entre les femmes et hommes et leurs comportements sexuels.

Le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (RQASF) ajoute à cette définition que les codes véhiculés par ce phénomène s'appuient sur ***« un modèle de sexualité réducteur qui s'inspire des stéréotypes véhiculés par la pornographie. On pense à l'homme dominateur, à la femme-objet séductrice et soumise »*** [3].

---

[1] Liotard, Philippe et Jamain-Samson, Sandrine, La « lolita » et « la sex bomb », figures de socialisation des jeunes filles. L'hypersexualisation en question, Sociologie et sociétés, vol.43, printemps 2011, p 45-71

[2] Guide pratique d'information et d'action, Recherche et rédaction :Lucie Poirier et Joane Garon, CALACS de Rimouski, 2009

[3] Réseau québécois d'action pour la santé des - *RQASF* – Colloque « Le marché de la beauté… Un enjeu de santé publique » 2008

Jocelyne Robert, sexologue et auteure, résume le phénomène en le qualifiant de «*représentation de l'enfant comme une sorte d'adulte sexuel miniature* »[1]. Sa définition de l'hypersexualisation met en avant l'idée d'une projection de la sexualité de l'adulte sur l'enfant.
Elle distingue **hypersexualisation, et hypersexualité**. Dans cette dernière, la notion concerne essentiellement le rapport qu'entretiennent les femmes et les jeunes filles à la sexualité. Or, l'hypersexualisation ne représente pas les pratiques sexuelles en elles-mêmes, mais une culture, un style de vie effectivement lié à la sexualité et à ses représentations, mais pas à l'acte sexuel en lui-même.

En Belgique, le CRIOC, Centre de recherches et d'informations des organisations de consommateurs, reprend à son compte les définitions québécoises qui consistent « à donner un caractère sexuel à un comportement ou à un produit qui n'en a pas en soi ».

En France, la sociologue française, Corinne DESTAL[2], dans une étude récente (2010) complète et approfondit l'ensemble de ces définitions en ajoutant que l'hypersexualisation est « *l'utilisation exagérée de signes sexuels ou érotiques. Exagérée, car concernant un public très jeune, non ou prépubère, sexuellement encore non-actif et peut-être pas encore apte à maîtriser tous ces signes et notamment les regards extérieurs. La précocité est le noeud de ce phénomène, elle bouleverse une assignation des comportements des individus en fonction de l'âge : à chaque âge correspondent des normes sociales signant une place dans la hiérarchie des âges* ».
L'intérêt de son approche est de mettre en avant à la fois **la précocité** dans la définition du phénomène qui touche de très jeunes filles qui sont loin d'une sexualité active et **qui n'ont pas la maturité psychique leur permettant d'intégrer les signes sexuels** qui leur sont renvoyés. Tout comme Jocelyne Robert, elle met en avant l'idée que **l'hypersexualisation renvoie à une projection de la sexualité de l'adulte sur l'enfant.**

2- L'hypersexualisation et l'hyperérotisation

La confusion induite par le terme d'hypersexualisation nous a conduit à étudier les terminologies alternatives.

Bien que le terme d'hyperérotisation soit utilisé par certains chercheurs, il ne fait pas consensus. Cette notion renvoie à la projection de messages et de codes à caractère « érotique » c'est-à-dire qui « éveillent le désir sexuel ». L'érotisme, et l'adjectif « érotique », caractérisent tout ce qui, à partir d'une représentation liée à la sexualité, suscite une excitation émotionnelle et sensuelle, indissociablement physique et mentale[3]. En ce sens, l'érotisme se différencie de la sexualité, car il ne renvoie pas à l'acte sexuel lui-même, mais plutôt à tout ce qui provoque le désir sexuel, et à toutes les projections mentales que celui-ci évoque, en particulier les fantasmes.

---

[1] Jocelyne ROBERT,
[2] Corinne DESTAL , Université Bordeaux 3 (ISIC), MICA, Enfance & Cultures, Actes du colloque international, Ministère de la Culture et de la Communication Association internationale des sociologues de langue française – Université Paris Descartes, 9es Journées de sociologie de l'enfance, Paris, 2010.
[3] Francesco Alberoni, *L'Érotisme*, Paris, 1994 (258 p.).

Ce terme d'hyperérotisation n'englobe pas suffisamment toutes les manifestations du phénomène de l'hypersexualisation et notamment le lien avec les codes pornographiques, qui renvoient eux à l'acte sexuel. Il n'est qu'un des volets du phénomène.

L'hyperérotisation renvoie à des spécificités féminines et laisse de côté une question majeure : l'hypervirilité.

3- L'hypersexualisation et l'hypervirilité

Force est de constater que le phénomène de l'hypersexualisation a été médiatisé essentiellement autour de ses manifestations et de son impact sur les jeunes filles. Quasiment aucune recherche ne s'est penchée sur les incidences de l'hypersexualisation de la société sur les garçons. Or, des pédopsychiatres et acteurs éducatifs constatent un glissement dans les relations entre filles et garçons qui se manifeste dans certains cas par des comportements sexistes et violents. Le terme « **d'hypervirilité** » traduit l'influence de certains codes et messages à caractère sexuel et sexiste attribués aux garçons dans leur relation à leur corps et aux jeunes filles : « *Leurs idoles, chanteurs populaires, héros de jeux vidéo et de films sont présentés comme des êtres libres, forts et robustes, totalement indépendants, ayant un pouvoir dans la relation amoureuse, obsédés par les femmes et le sexe, violents et colériques, puis insensibles »*[1].
Certains pédopsychiatres[2] montrent que le pendant de l'hypersexualisation est l'hypervirilité qui touche les garçons à travers la diffusion de codes et d'attitudes qui vantent une sexualité active, machiste, sexiste et violente fondée là aussi sur des codes pornographiques. Ces images vantent des stéréotypes de comportements violents et sexistes.

* *

[1] Guide pratique d'information et d'action, Recherche et rédaction :Lucie Poirier et Joane Garon, CALACS de Rimouski, 2009, p 15
[2] Docteur Claude Aiguevives, Centre Hospitalier Béziers, Unité de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent « Anne Franck ».

C'est pourquoi dans ce rapport, à l'aune des éléments de définition présentés ci-dessus, nous avons opté pour le terme d'hypersexualisation qui conjugue deux dimensions. Celles-ci plutôt que de s'exclure, se complètent et permettent de mieux cerner les contours du phénomène.

L'hypersexualisation se rapporte à un phénomène social qui relèverait de stratégies humaines autour d'une mise en scène « sexualisée » du corps dans le but de séduire l'autre.
Cette stratégie peut s'entendre de deux manières :

- **soit elle est mise en œuvre directement par les jeunes filles,**
- **soit elle l'est à travers la publicité, les médias, les clips vidéo, internet…**

Cette « mise en scène sexualisée » est jugée socialement en inadéquation avec la maturité psychoaffective mais aussi physiologique des jeunes filles. C'est le caractère « inapproprié » des expressions, postures ou codes mis en scène par la jeune fille ou la représentation qui en est faite (dans les médias par exemple) qui génère le malaise social. Cet angle de la « sexualisation précoce » présentée par la sociologue Corinne Destal pointe en arrière-plan les dangers de l'hypersexualisation des jeunes filles qui n'ont pas les moyens psychologiques pour se défendre face à ce phénomène insidieux qui se distille dans l'ensemble de la société.

B- L'hypersexualisation de notre société : un phénomène prégnant et insidieux

En Grande Bretagne, face à la montée de la grogne des Britanniques contre l'hypersexualisation des enfants, le premier ministre David Cameron a commandé un rapport sur le sujet[1]. Des propositions concrètes ont été faites par le président de l'association chrétienne *Mothers Unions,* chargé de rédiger le rapport. Le rapport met en avant l'érotisation précoce des petites filles imposée de l'extérieur par la société et en particulier un monde des médias où la surenchère sexuelle est omniprésente.

Les codes et messages à caractère « sexuel » sont aujourd'hui omniprésents dans les médias, la télévision, la publicité, Internet. Si ces évocations se cantonnaient hier à des lieux spécifiques, s'échangeaient sous le manteau, il est difficile aujourd'hui de ne pas être en contact avec des messages comportant ces évocations. Mais il n'y a pas que la sexualité qui s'est faite omniprésente, la pornographie a elle aussi franchi les frontières de la confidentialité. Grâce à Internet, les images pornographiques sont désormais accessibles et facilement accessibles par tous, même par les plus jeunes.

Ce « vacarme sexuel » mettant en scène la sexualité des individus crée de plus en plus un malaise social car ces manifestations de « l'hypersexualisation de la société » donnent le sentiment d'une transgression par rapport à des normes sociales, lesquelles codifient le cadre d'expression de tout ce qui a trait à la sexualité. Ce malaise est d'autant plus profond qu'il s'agit de l'évocation d'une sexualité infantile ou adolescente dont on ne sait si elle est subie ou consentie.

Derrière les débats et polémiques autour du phénomène de l'hypersexualisation, c'est la place de la sexualité dans la société qui est interrogée et le cadre dans lequel elle peut ou ne peut s'exprimer. Car la sexualité est avant tout le fruit d'une construction sociale et répond à des normes et règles codifiées et toute « effraction » de la sexualité hors de ce champ d'expression est une forme de remise en cause de cette ordre social.

1. La sexualité comme construction sociale

> *« Entre fascination et tabou, la sexualité a toujours joué un rôle essentiel dans les sociétés occidentales. Vie et violence, désir et désordre, frisson et frustration, elle est une permanente partie de cache-cache où hommes et femmes, mais aussi règle et liberté se cherchent, se débusquent, se provoquent. De l'ars erotica des civilisations antiques à la barbarie du Moyen Âge, de l'austérité de la Réforme aux libérations du XXe siècle, ... Une histoire faite d'audaces et d'inhibitions, de gestes osés ou retenus, de rêves et de secrets… »[2].*

Dans toutes les sociétés, la sexualité est codifiée par des normes sociales qui lui imposent un cadre d'expression. La sexualité des individus, bien qu'elle puise ses

[1] Rapport remis au premier ministre britannique David Cameron : « Let children be children », 2011, par Reg Bayley
[2] Fabienne Casta-Rosaz est diplômée de l'Institut d'Études Politiques de Paris, de lettres modernes et doctorante en histoire et auteur(e) du livre « Histoire de la sexualité en Occident »

sources dans des pulsions inconscientes, est régie par des codes culturels et sociaux qui s'imposent aux individus et qui édictent le cadre dans lequel elle peut s'exprimer « socialement ». Ces normes sociales autour de la sexualité évoluent en fonction des époques et des codes culturels et sociaux d'une société. Ces codes édictent des normes distinctes en fonction du genre. On peut noter que ces formes d'expression imposées aux femmes et aux hommes sont étroitement liées aux places et rôles assignés à ces derniers au sein de la société.

La sexualité est donc une construction sociale. Au même titre que d'autres activités humaines (par exemple, les pratiques alimentaires). Comme le démontre l'anthropologue Georges Balandier[1] : « *La sexualité humaine est un phénomène social total : tout s'y joue, s'y exprime, s'y informe dès le commencement des sociétés* ». **La sexualité est l'objet d'une socialisation**. On peut définir **la socialisation comme l'intériorisation des normes et des références qui permettent de devenir membre d'un groupe social, de se percevoir comme tel, et d'agir de façon appropriée dans ce groupe.**

- **L'intériorisation** signifie que ce n'est que très rarement un apprentissage conscient. En général au contraire on apprend les normes parce que les autres autour de nous les appliquent.
- **Les Normes et références** : il ne s'agit pas seulement de règles de conduite mais aussi tout ce qu'on peut mobiliser pour communiquer avec les autres, et tout ce que l'on peut tenir pour acquis, naturel : le langage SMS, les façons de s'habiller… ces normes et références forment la culture d'un groupe.
- **Le groupe social** : il existe des groupes sociaux de taille différente, ils sont imbriqués les uns dans les autres ou se recoupent en partie. La société dans son ensemble possède ses normes, mais aussi les supporters d'un même club de foot, des voisins dans une résidence, un groupe d'amis, voire chaque famille peut avoir des normes propres.

Généralement on distingue trois instances qui assurent traditionnellement la socialisation dans les sociétés modernes : la famille, l'école et les pairs. On peut désormais ajouter les médias et Internet qui semblent relayer ces trois instances notamment en matière d'exploration sexuelle.
Codifié dans toutes les sociétés humaines, le cadre d'expression de la sexualité ainsi que ses manifestations sociales ne sont pas pour autant figés. Ils fluctuent au rythme des modes, des évolutions sociétales et culturelles, ou des droits acquis par certains groupes (les femmes en particulier à travers le féminisme, mais également les jeunes).

[1] "Le sexuel et le social. Lecture anthropologique". Un article publié dans les Cahiers internationaux de sociologie, vol. 76, janvier-juin 1984, pp. 5-19

2. La sexualité dans les sociétés occidentales : de la libération sexuelle à la dictature sexuelle

- **De la libération sexuelle…**

Les années 1960 marquent un tournant important dans la conception de la sexualité. Avant cette période, tout ce qui touchait à la sexualité relevait de la sphère intime. Le sujet était tabou. Les comportements sexuels étaient également régis par des normes répressives, externes aux individus, et tout écart aux règles était jugé en termes de manquement à la moralité.

Dans les années 60, les sociétés occidentales ont connu un éclatement des normes et des codes rigides qui entouraient la sexualité. On assiste à la diffusion d'une nouvelle vision de la sexualité : l'amour libre, censé faciliter les relations entre les sexes. Le mouvement hippie est une expression de cette volonté de secouer le cadre rigide d'expression assigné à la sexualité par une revendication de «l'amour libre». Après une période très répressive vis-à-vis de la sexualité, on voit se répandre une vision très optimiste de la sexualité. Mai 68 est le symbole de cette libération sexuelle qui, plus que les pratiques elles-mêmes, concerne en particulier le discours. Parler de sexualité n'est désormais plus frappé du sceau de l'interdit. Même si la répression n'a pas tout à fait disparu, ces sujets envahissent progressivement les écrans de télévision, la presse.
Les femmes seront les premières à profiter de cette libération sexuelle notamment avec l'apparition de la pilule, laquelle a rendu possible la concrétisation de l'aspiration à plus de liberté. **Avant d'être une modification des pratiques, la libération sexuelle se marque surtout par la libération de la parole**. **La sexualité n'est plus un sujet tabou**.

Progressivement, lors de ces quarante dernières années, la sexualité est devenue un sujet de discussion « sociale ». On parle de sexualité en famille, à l'école, dans les magazines féminins, dans les émissions télé… et sur internet.
Dans ce mouvement de libération sexuelle, la sexualité fait désormais partie des impératifs du bien-être de base : elle est considérée comme un élément d'épanouissement personnel, de bien-être, de santé. **La sexualité cesse peu à peu de relever du domaine de la morale pour s'inscrire dans celui du bien-être**. Toutes les pratiques sexuelles sont considérées comme normales du moment qu'elles ont lieu entre adultes consentants et ne portent pas atteinte à l'intégrité des partenaires.

- **A la dictature sexuelle…**

Le constat unanime de l'omniprésence des images et messages à caractère sexuel, qui s'est imposé ces vingt dernières années dans les sociétés occidentales, indique un glissement vers un envahissement de l'espace public qui génère depuis quelques années une grande inquiétude sociale. Le psychologue et sexologue, Pascal de Sutter, s'interroge : « *Vivons-nous bien une démocratie culturelle ou plutôt une dictature sexuelle ?»*[1]

[1] De Sutter, Pascal, **La sexualité des gens heureux, éditions les Arènes, 2009**

En effet, il semble légitime de s'interroger sur ce glissement et sur la place de la sexualité au sein des sociétés occidentales. Le phénomène de l'hypersexualisation de la société qui touche toutes les sociétés occidentales marque un tournant dans l'histoire socioculturelle de ces sociétés et pose plusieurs questions cruciales sur la nature de ce phénomène. Cette omniprésence et ce martèlement des références à la sexualité dans la sphère publique que traduisent-ils de notre société et de nos valeurs ? Que disent-ils des désirs cachés des individus? Quels codes implicites et explicites véhiculent-ils autour des relations entre les femmes et les hommes ?

Autrement dit, cet envahissement des images à caractère sexuel est-ce une libération ou un enfermement ? S'inscrit-il dans la droite lignée de la libération sexuelle et en particulier l'émancipation des filles et des femmes ? Fait-il la démonstration de leur capacité à mener leur vie comme elles l'entendent ? Ou, au contraire, masque-t-il des idées archaïques selon lesquelles il est normal et sain d'associer le corps, des filles et des femmes en particulier, à une dimension continuellement sexuelle, comme si ces êtres ne pouvaient exister et se réaliser qu'à partir d'une séduction permanente et d'une disponibilité potentielle

La sexologue québécoise, Francine Duquet[1], entendue à une conférence au congrès de l'ACSA (Association canadienne pour la santé des adolescents), montre 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? Est-ce qu'on baise assez? Particulièrement fort chez les adolescents(es) 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 ».*

Cette position partagée par de nombreux chercheurs souligne les dérives du « tout sexuel » et d'une forme de « *sexocentrisme* » qui s'impose à travers les publicités et les médias et qui véhiculent une sorte de culte de la performance sexuelle.

Certains chercheurs québécois assimilent **cette omniprésence du sexe à une forme de violence** : *«ne constitue-t-elle pas une violence systémique ?... Une violence symbolique par la transmission de stéréotypes du genre femme-objet et homme-dominateur; une violence sociale engendrée par la banalisation et la pornographisation de l'univers médiatique; une violence économique par la glorification de l'acte de consommer et la pression sur les plus jeunes; une violence politique entretenue par l'inhabilité de l'État à protéger les enfants et les jeunes du capitalisme débridé »*[2]

3. Quelques exemples de cette hypersexualisation de la société

Sans pour autant pouvoir en mesurer l'ampleur, l'hypersexualisation de la société est un fait unanimement constaté par les professionnels de l'éducation, les pédopsychiatres et chercheurs en sciences sociales. Nous sommes face à un phénomène insidieux car il se manifeste de manière multiple et à divers degré dans notre quotidien à travers les médias, la mode, Internet, la musique et les clips vidéo... Phénomène insidieux car la

[1] Duquet, Francine, L'éducation à la sexualité dans le contexte de la réforme de l'éducation, Gouvernement du Québec, MEQ

[2] Conférence de Lilia Goldfarb, Y des femmes deMontréal-YWCA

large banalisation des images à caractère sexuel fait que les individus ont développé un taux de tolérance de plus en plus élevé face à ces images qui tendent à s'installer dans notre quotidien sans qu'on y prenne garde.

Les médias parlent de sexe et de plaisir charnel dans tous les journaux et magazines «people». Aujourd'hui, la question de la sexualité des individus occupe une place essentielle dans les scènes et shows médiatiques ; elle est présentée sous diverses formes et touche différents aspects de la vie humaine. Les films érotiques et la publicité qui idéalisent le corps à des fins de consommation, les magasins de gadgets qui se multiplient et se diversifient de plus en plus, offrant une panoplie de choix, témoignent d'une présence de plus en plus large de l'intérêt que la société porte aux pratiques sexuelles même si elles restent de la sphère de l'intime. Nous sommes rentrés dans un processus par lequel la sexualité prend une part importante sinon essentielle dans l'évolution de l'individu mais aussi de la société.

a. L'impact des stars dans le phénomène de l'hypersexualisation

Le phénomène de l'hypersexualisation est très largement véhiculé par les idoles telles que Britney Spears, Rihanna, Alizée, Christina Aguilera ou encore les Girlicious : celles-ci ont été sexuées dès leurs débuts et sont devenues de véritables sex symboles qui se donnent à voir dans des clips vidéos proches du porno soft.

Notons au passage que les clips des Girlicious reprennent tous les stéréotypes de la pornographie infantile : ils mettent en scène des jeunes filles à peine majeures, vêtues d'un uniforme d'écolières ultra-court laissant entrevoir leurs sous-vêtements lorsque leurs jupes virevoltent pour finalement faire un striptease jusqu'à ne garder que leurs sous-vêtements et s'adonner à une bataille d'oreiller dans une chambre d'enfant !

Parce qu'ils ont des identités en devenir et qu'ils sont à la recherche de leur personnalité, les jeunes et «très jeunes» sont plus susceptibles d'être influencés par les représentations des idoles de notre société. En s'habillant comme leurs stars préférées, ils recherchent inconsciemment la reconnaissance de leur entourage. **C'est pourquoi, par exemple, les fillettes peuvent difficilement comprendre le discours moralisateur des adultes à propos de leur look, puisque l'environnement dans lequel elles évoluent valorise constamment des femmes hypersexy, riches et célèbres.**

Il est d'ailleurs difficile pour les jeunes de ne pas envier les vedettes, quand on sait la reconnaissance sociale que la célébrité apporte. Il n'est pas étonnant que la « *célébrièveté »*[1] puisse devenir l'enjeu d'une vie, puisqu'elle permet de briller sans avoir accompli quoi que ce soit et d'accéder à un statut social privilégié rapidement, voire instantanément.

Les enfants et adolescents sont quotidiennement confrontés à ce genre de clips et influencés par les attitudes de leurs idoles. Nous sommes ici face à un paradoxe saisissant : d'un côté, la société réprimande la pédophilie tout en proposant aux hommes des images de plus en plus présentes d'adolescentes sexualisées et en encourageant les jeunes filles à se voir comme des objets de désir masculin.

[1] BÉGLÉ, Jérôme (2003). *Célébrièveté*. Plon, 179 p.

b. La mode hypersexualisée

Elle serait « une des manifestations les plus éloquentes de notre culture », selon Mariette Julien[1]. Docteure en communication et professeure à l'École supérieure de mode de Montréal à l'Université du Québec[2]. Elle serait étroitement liée aux façons de penser d'une société et directement engendrée par ses valeurs. La conférencière établit donc un lien direct entre la surenchère du sexe présente dans la culture contemporaine et le phénomène d'hypersexualisation vestimentaire.

Mariette Julien tisse des liens entre histoire de la mode et valeurs sociales. Elle explique, par exemple, que la mode valorise souvent l'esthétique rebelle. En effet, pour se renouveler, la mode tente de se positionner contre le discours dominant : « il y a toujours une philosophie derrière une proposition esthétique ». Elle ajoute que la mode serait, la plupart du temps, inspirée par trois facteurs : le passé, l'exotisme et la vie sexuelle des individus. Elle insiste sur diverses propositions esthétiques qui auraient influencé la mode de plusieurs générations et dont on pourrait retrouver des traces dans la mode hypersexualisée : la jeunesse rebelle (1960), les Hippies (1970), les Punks (1970), Madonna (1980) et ses héritières (Lady Gaga en 2010), les Harajuku Girls (1980), les poupées Barbie et Bratz, remontant jusqu'à la *Pin-up girl* (1890). Mariette Julien constate que chacun des mouvements ajoute un degré subversif aux précédents et que l'escalade nous mène à la mode hypersexualisée.

Si toute une controverse est créée autour du phénomène de la mode hypersexualisée, c'est parce que cette manière de se (dé)vêtir vient bousculer plusieurs valeurs traditionnelles, mettant désormais à l'avant-plan la représentation d'une femme aux mœurs légères : « Pour la première fois de l'histoire, des femmes qui ne sont pas prostituées adoptent les codes de la prostitution pour jouer le jeu de l'appétence sexuelle. »

D'un point de vue sociétal, ce phénomène entraînerait une reconfiguration des âges : dès lors la fillette se fait femme et la femme devient enfant. De plus, il imposerait le corps sexualisé comme une norme à l'ensemble de la société, notamment par le matraquage publicitaire.

Mariette Julien définit la mode hypersexualisée comme « une esthétique de l'apparence qui met l'accent sur la sexualité ». Quant aux marqueurs visuels associés à cette mode, ils se déclinent en vêtements, accessoires et attitudes empruntés au monde de la prostitution, du bondage et du sadomasochisme : décolletés plongeants, vêtements moulants, transparents, laissant voir certaines parties intimes, talons très hauts, bas résille, augmentation mammaire, épilation des parties génitales, yeux charbonneux, faux ongles, faux cils, extensions capillaires, pour n'en nommer que quelques-uns. Mariette Julien ajoute que **ces marqueurs visuels sont aussi présents chez les hommes, on parle alors d'allure *pimp* — ou proxénète** — où les vêtements inspirés entre autres de la culture *hip-hop* sont mis en valeur (vêtements amples, bijoux démesurés, en or, casquettes portées avec ou sans *bandana*).

[1] Julien, Mariette, Conférence « Tout ce qu'il faut savoir sur la mode hypersexualisée », février 2010, cycle des conférences-midi organisées par l'IREF
[2] Julien, Mariette, *La mode hypersexualisée,* collection Contrepoint aux éditions Sisyphe, 2010.

Cette hypersexualisation affecterait également les vêtements et les accessoires pour bébés. Certaines compagnies créent des hochets arborant le logo de playboy et des tenues à connotation sexuelle (camisoles à motifs léopard, couches avec dessin de string ou vêtements à inscriptions vulgaires).

- **La dictature du «tout voir» ou l'extimité dans cette mode hypersexualisée**

Une autre influence de la mode hypersexy se trouve dans notre besoin actuel de tout voir : le monde est désormais fait pour être vu plutôt que compris et la nudité, autant psychique que physique, devient le mot d'ordre[1].

Selon Mariette Julien [2], « Le phénomène **d'extimité** n'est pas étranger au culte voué au vedettariat par notre société : l'influence des beautiful people, qui incite à développer des comportements égocentriques et excessifs, sans retenue, est telle que de plus en plus d'écoles et de collèges au Québec créent des cours pour aider les jeunes à se libérer de leur obsession de la célébrité. La mode hypersexy, qui rend précisément hommage au nombril, symbolise à merveille ce genre de comportement, laxiste et nombriliste, qui caractérise non seulement les jeunes. »

En montrant leur corps le plus possible, les filles et de plus en plus de jeunes hommes prétendent symboliquement ne rien avoir à cacher. **Ce phénomène d'extimité** définit par Serge Tisseron [3] indique un « *mouvement qui pousse chacun à mettre en avant une partie de sa vie intime, autant physique que psychique… En revanche, ce mouvement a longtemps été étouffé par les conventions et les apprentissages. Ce qui est nouveau, ce n'est pas son existence, ni même son exacerbation, c'est sa revendication et, plus encore, la reconnaissance des formes multiples qu'il prend. (…)Les pratiques par lesquelles le soi intime est mis en scène dans la vie quotidienne ne revêt pas une seule forme, mais trois : verbale, imagée et corporelle.* »

La prise en compte du désir d'extimité et de ses manifestations a deux conséquences importantes. Le désir d'extimité peut faire passer l'intimité vers la sphère privée (le cercle des proches), puis vers la sphère publique; ou bien court-circuiter la sphère privée en investissant d'emblée la sphère publique. C'est ce qui se passe avec l'utilisation d'Internet.

Ensuite, la notion d'extimité est inséparable de celle d'identités multiples. Plus la possibilité d'avoir plusieurs identités est importante, et plus le fait d'en rendre les diverses facettes visibles pour savoir dans laquelle s'engager est important, notamment à l'adolescence.

L'extimité répondrait au «besoin d'intéresser les autres dans une société individualiste où le regard de chacun est tourné vers soi». Les jeunes sont si familiers avec les codes, par exemple, de la télé-réalité, axée sur le dévoilement de ce qui devrait appartenir à l'intime, qu'ils perçoivent la pudeur comme un geste anti-social et qu'ils confondent le dévoilement de soi avec l'authenticité.

---

[1] Enriquez, Eugène (2005). « L'idéal type de l'individu hypermoderne : l'individu pervers? ». *L'individu postmoderne*. Direction Nicole Aubert. France : Sociologie Clinique, Érès, p. 39-57.
[2] Julien, Mariette, « Pourquoi une mode hyper sexy ? », Conférence internationale, Jeunes, Médias et Sexualisation, YWCA, 29 mai 2009, p.10
[3] Tisseron, Serge, L'intimité surexposée, 2001, Ramsay, (rééd Hachette,2003).

c. L'hypersexualisation de la mode influence les pratiques corporelles et sexuelles

L'hypersexualisation véhicule des représentations du corps centrées sur les codes de la pornographie et de l'adocentrisme. La pornographie inspire et influence les pratiques sexuelles des jeunes et a une incidence sur leurs représentations du corps et de la sexualité. De plus, elle imposerait le corps sexualisé comme une norme à l'ensemble de la société, notamment par le matraquage publicitaire
Des chercheurs en sciences sociales au Québec ont analysé les figures du corps et de la sexualité véhiculés dans le phénomène de l'hypersexualisation. **Sous couvert d'un effet de mode, la pornographisation véhicule l'image d'un corps impubère, sans pilosité et où les caractéristiques sexuelles adultes sont gommées.** Ces représentations ont des incidences directes sur les pratiques corporelles des adolescentes.

- **Un corps débarrassé de toute pilosité : l'acomoclitisme**

L'épilation des parties génitales, appelée acomoclitisme, dérive directement de la filmographie pornographique. L'épilation totale des poils pubiens est devenue la norme dans l'industrie du sexe et au-delà dans la société. Déjà, en mai 1994, le magazine Vingt ans, un magazine français consommé par les adolescentes et même les préadolescentes, donnait des instructions à la jeune fille qui, venant à peine d'achever sa puberté, était invitée à traquer ses poils pubiens.
De plus en plus pratiquée par les jeunes, elle entraîne le voyeurisme en donnant une extrême visibilité des parties génitales tout en véhiculant « l'image d'un corps infantilisé, aseptisé, prépubère, voire vierge ». L'épilation totale du pubis efface la distinction entre l'adulte et l'enfant. Synonyme hier de maturité sexuelle, le poil pubien est désormais jugé anti-érotique.
Cette nouvelle perception du corps idéal n'est pas sans affecter la façon de s'habiller : en portant des pantalons à taille basse, même très basse, les filles donnent à voir un ventre qui suggère un sexe glabre, nouvel atout de séduction »[1].

- **Le piercing, le tatouage et la nymphoplastie**

Elles puisent leur origine dans la pornographie. Certes, le tatouage et le piercing n'ont pas une origine pornographique. Les punks et les skinheads se sont emparés du tatouage et du piercing, à l'époque des signes négatifs, pour se démarquer de la « bonne » société. Tant pour les jeunes hommes que pour les jeunes femmes, le piercing et le tatouage ont essentiellement une fonction esthétique. Mais lorsque nous examinons l'endroit où se situent le piercing et le tatouage des jeunes femmes, nous constatons qu'ils revêtent davantage une fonction « érotique » que chez les hommes.
Les idoles ont largement investi ces pratiques corporelles du piercing et du tatouage et en ont fait une revendication à connotation érotique.

[1] JULIEN, Mariette (2007). « La mode hypersexy mise à nu ». *Médiane*. Vol. 2, Nº 1, p. 27-32.

Le sociologue québécois Richard Poulin note : *« À l'instar des hardeuses*[1]*, les jeunes femmes se font aussi percer, tatouer, gonfler les lèvres de la bouche, gonfler les seins ou réduire les petites lèvres du vagin, une mode qui prend peu à peu de l'ampleur et dont l'origine est pornographique. C'est comme si les normes pornographiques leur pénétrait littéralement la peau. Notre enquête a par ailleurs démontré un lien étroit entre l'âge du début de la consommation pornographique et le corps : plus le début de la consommation s'est fait jeune, plus la proportion de répondants et de répondantes ayant un tatouage et un piercing est élevée. Le phénomène, encore une fois, affecte davantage les jeunes femmes que les jeunes hommes. »*[2]

- **La néoténie ou la valorisation d'un corps éternellement jeune**

L'hyperconsommation a aussi charge de rajeunir sans cesse le vécu alors que le corps doit lui aussi satisfaire à ces exigences de « performance »[3]. Si bien que *faire jeune* est devenu un critère central dans les représentations véhiculées dans la mode et les médias.
Les adultes, les baby-boomers en particulier, ne veulent pas vieillir et empruntent aux jeunes leurs habits et leurs coiffures. Pour se démarquer et déranger, « *il ne reste donc à ces derniers que leurs corps, qui représentent un avantage inestimable dans une société qui entretient le mythe de la jeunesse éternelle. En montrant leur corps, les jeunes imposent donc inconsciemment mais symboliquement leur suprématie en matière de performance. Aussi, la peau est devenue le vêtement qui distingue le plus les jeunes des adultes, un vêtement qu'ils prennent plaisir à décorer (piercing, branding, scarification et tatouage) et à modifier (épilation, fitness, augmentation mammaire). La mode hypersexy répond précisément à ce nouveau besoin d'exposer le travail investi dans son corps pour en tirer une gratification* (Julien, 2007)[4].

Lors de nos auditions, **les travaux de l'anthropologue Laurent Barry** (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales de Paris) ont retenu notre attention. Il utilise la notion de « néoténie », terme emprunté à la biologie, pour l'appliquer aux sciences sociales et montrer par là que de nombreuses sociétés humaines valorisent les caractéristiques physiques de l'enfant et de l'adolescent dans leurs représentations de l'adulte.
Pour les biologistes, la néoténie, c'est la survivance ou l'apparition de caractères biologiques du jeune chez l'animal adulte. Toutefois, depuis l'article de Stephen Jay Gould qui appliquait ce concept à l'évolution du personnage de Mickey Mouse dans son ouvrage « Le pouce du Panda » (1980) et à notre attirance pour les caractéristiques phénotypiques juvéniles de ce héros de dessin animé, Laurent Barry a reformulé dans ses travaux (séminaires de l'EHESS) une définition qui s'inspire de ce dernier auteur tout en mettant bien plus l'accent sur les traits sociologiques que biologiques.
Dans cette définition, la néoténie c'est donc l'attirance que les humains adultes éprouvent pour les caractéristiques physiques, comportementales ou sociologiques des jeunes de leur espèce. Cela inclut bien sûr les traits physiques (grands yeux, grand front, petit nez, corps minces et relativement asexués). Comme le remarquait déjà Gould, cela s'étend aussi bien aux traits sociologiques que comportementaux (habillements, goût musicaux ou artistiques, etc.) qui, là aussi, sont souvent valorisés chez les adultes du fait

---

[1] On appelle «hardeuses» (ou «hardeurs») les actrices et acteurs de la pornographie *hardcore*.

[2] Poulin, Richard, Actes de conference ***Jeunes, Médias & Sexualisation*** – Mai 2009

[3] Ehrenberg, Alain (2005). *Le culte de la performance*. Hachette Littératures, 323 p.

[4] Julien, Mariette, Actes de conference ***Jeunes, Médias & Sexualisation*** – Mai 2009

même qu'ils semblent typiques d'une culture « jeune ». D'un point de vue sociétal, ce phénomène entraînerait une reconfiguration des âges : dès lors la fillette se fait femme et la femme devient enfant.

L'hypersexualisation est un fait de société. Elle se manifeste essentiellement à travers la mode, les médias et les stars de ce système dans lequel la surenchère sexuelle est de mise. Certes, la mode est la principale vitrine de cette hypersexualisation de la société qui pourrait nous donner à penser que nous nous trouvons uniquement face à un phénomène de mode, donc un phénomène futile et passager. Les adolescents étant les premiers touchés par ce phénomène, tout laisserait croire qu'il s'agirait d'une mode passagère.
Pourtant, à s'y pencher de plus près, on constate que ce phénomène véhicule des représentations de l'individu, de son corps et de sa sexualité qui influencent en profondeur le comportement des adolescents, leur rapport au corps, à l'autre sexe, à la sexualité. Puisant ses sources dans la pornographie, les modèles qui sous-tendent cette hypersexualisation sont loin d'être anodins. Ils renvoient à une sexualité « désenchantée », dans laquelle les rapports entre les sexes sont empreints de violence et d'obscénités.
Quand on sait, que les modèles de cette hypersexualisation tendent à toucher un public de plus en plus jeune, en particulier des jeunes filles, qui n'ont pas la maturité psychoaffective pour comprendre « les effractions » de ces messages à caractère sexuel, nous pouvons dire que nous ne sommes plus face à un phénomène de mode anodin mais bien face à un phénomène social qui pose question sur les incidences en matière d'équilibre psychoaffectif des enfants et adolescents.
Enfin, on peut s'interroger sur l'impact de ces images « sexualisées » de jeunes filles et d'idoles dans la mode et les médias en particulier auprès des réseaux pédophiles. N'est-ce pas là une surenchère « pathologique » de notre société qui donne à voir ses enfants et adolescents sous une forme uniquement « sexualisée »…

d. Au-delà de l'hypersexualisation, la « pornographisation » culturelle

- **Les signes d'une intrusion très précoce de la sexualité et du primat de l'apparence, vecteurs d'hypersexualisation**

Comme nous l'avons précédemment exposé, la société dans son ensemble s'hypersexualise. Au-delà, la « pornographisation » de la culture s'immisce chez les adolescents et exploite les lolitas.

> « *La pornographie est un lieu de cristallisation idéologique où s'exprime la philosophie d'une époque et qui, en retour, agit sur l'époque en fortifiant certains de ses traits. La pornographie emblématise les corps féminins comme autant d'objets-fantasmes mis au service sexuel fantasmagorique des hommes et exploités réellement par les industries du sexe. Elle féminise les enfants, leur prêtant une maturité sexuelle d'adultes, tout en infantilisant les femmes* »[1].

[1] Op.cit., p 16

Le sociologue québécois Richard Poulin a mené de nombreuses recherches sur le phénomène de l'hypersexualisation de la société. Dans son investigation des facteurs à l'origine de ce phénomène, il nomme la « *pornographisation de la culture* »[1] comme principal facteur.
Le concept se réfère à l'omniprésence de la pornographie, qui s'impose dans la vie quotidienne, par le biais par exemple du « *porno chic* » publicitaire. Contrairement à ce qui se passait il y a plus de vingt ans, il n'est donc plus nécessaire de rechercher la pornographie pour en consommer.
Il remarque que, contrairement à ce qui se produisait auparavant, de plus en plus de femmes sont actuellement des « consommatrices » de pornographie, alors que la clientèle en était traditionnellement masculine. Les consommateurs de pornographie, tous sexes confondus, sont également de plus en plus jeunes.

Le concept de pornographisation de la culture permet de mettre en évidence deux éléments intimement liés : d'une part, l'étendue de l'influence de la pornographie dans les systèmes de représentation et de communication, et d'autre part, les normes adoptées et promues.

Le sociologue fait la brillante démonstration que les images sexuellement explicites et sexistes sont désormais largement répandues et que ce processus ne cesse de se développer et de prendre de l'ampleur. Il met en exergue l'idée que cette pornographisation impose de nouvelles normes sexuelles et corporelles dans lesquelles la suggestion fait place à l'exhibition.

- **Le luxe joue de cette transgression**

« Le luxe, c'est la liberté d'esprit, l'indépendance, bref le politiquement incorrect » (Karl Lagarfeld). Comme la publicité recourt au « shockvertising » pour faire appel à des dimensions symboliques. Le responsable du magazine VOGUE confirme avoir toujours utilisé la licence créative pour représenter la mode, non pas telle qu'elle est mais « sublimée ». L'expression de cette transgression fut notamment le porno-chic.

Le « porno chic » comme exemple de cette pornographisation de la culture

La « porno chic » désigne une pratique publicitaire qui puise son inspiration directement dans la pornographie. Le but principal de cette publicité, outre le fait qu'elle vise à élargir la clientèle, est de retenir l'attention du public et d'influencer son opinion à l'égard de la marque. Le « porno chic » est né aux Etats-Unis au début des années 1970 pour désigner les premiers films pornographiques. C'est un phénomène qui touche autant la publicité des produits hauts de gamme, de luxe (parfums, haute couture, mode, etc.). Il consiste en une représentation dégradante, dévalorisante et déshumanisée de la femme.

La stratégie du « porno chic » des grandes marques de luxe a pour objectif de susciter un désir chez le consommateur tout en lui faisant mémoriser la marque, ce pourquoi la provocation est très utile. *« En impliquant fortement le consommateur, le shockvertising (publicité provocatrice) garantit la remarquabilité de l'annonce et augmente son taux de mémorisation. »*

[1] Op.cit., p 12

Le « pornographisme » de la publicité n'utilise pas que la nudité féminine, il met également en scène la soumission des femmes et leur asservissement sexuel. Le produit promu est associé à l'accès sexuel des femmes. Le « porno chic » joue sur tous les tabous, y compris sur celui de la pédophilie : des gamines utilisées comme mannequins sont agenouillées, jambes écartées, seins dénudés (Sisley), léchant une sucette (Lee). La « vogue sex-shop de la publicité » a été la marque de commerce de groupes comme Gaultier, Helmut Lang et Mugler. Mais aussi des marques de luxe Gucci, Versace, Dior ou Vuitton.

- **Les 3 formes de porno chic les plus courantes**

  - **La publicité égalitaire :** Dans ces publicités, les femmes sont bien identifiées par leur féminité mais ne sont pas dans un schéma de domination (ni dominante, ni dominée). Ces publicités qui ne sont pas discriminantes sont très peu nombreuses.

  - **La publicité discriminante :** Ces publicités sont les plus nombreuses, ce sont les plus stéréotypées puisqu'elles contiennent les images de discrimination. En effet, les hommes et les femmes, ont un rôle discriminant dans ces publicités. Ce sont généralement les femmes qui sont méprisées.

  - **La publicité agressive :** Elle se distingue par un arrière plan morbide (maladie, …) ou mortifère (mort), où les peurs sont les véritables causes de l'hypersexualité. Elles se réfèrent à des pratiques sexuelles agressives, allant dans le sens d'une domination d'un sexe par l'autre. La femme est souvent représentée sous la forme d'une position animale et parfois elle peut être perçue comme un objet.

Cette photo est une publicité de la marque italienne Dolce & Gabbana, montrant une femme qui est plaquée au sol tenue par les poignets par un homme torse nu, avec derrière eux d'autres hommes qui assistent à la scène. La publicité « offensait » la dignité de la femme, dans le sens où la figure féminine est représentée de manière humiliante. La femme a le regard absent, elle est immobilisée et soumise à la volonté d'un homme et elle ne réagit pas, elle se laisse faire. Si l'image ne porte pas de références implicites à la violence physique, elle évoque, en raison de la position passive et désarmée de la femme face aux hommes qui l'entourent, la représentation d'un abus ou l'idée d'une violence à son encontre.

Lors de sa diffusion, de nombreuses protestations de consommateurs et d'associations se sont élevées, condamnant cette banalisation de la force sur les femmes. Suite à ces plaintes, cette publicité a fait l'objet de censure en Italie et en Espagne.

En France, les publicitaires n'ont presque plus fait appel aux codes visuels du porno chic en 2008 mais certaines affiches restent sexistes, selon l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) dans son bilan annuel. L'étude révèle la disparition quasi-totale du phénomène du porno chic, dont le bilan 2007 avait souligné l'inquiétante propagation, indique l'ARPP, qui a examiné 90 996 publicités en 2008.

- **La pornographisation dans les médias**

Les magazines pour femmes et pour adolescentes multiplient les dossiers racoleurs autour du sexe. Ces derniers véhiculent des codes et des messages à caractère clairement affichés comme sexuels voire « pornographiques ». La pornographie étant présentée comme « la » nouvelle norme de libération sexuelle des femmes voire des jeunes filles. Le sociologue remarque avec justesse : *« Les magazines féminins véhiculent un message sur la sexualité qui est loin d'être subtil. C'est, en substance, le suivant : presque tout le monde sauf vous a une vie sexuelle fascinante et variée. Adoptez d'autres positions sexuelles, apprenez à aimer les actes sexuels vus dans la pornographie, amusez-vous avec les gadgets sexuels et vous connaîtrez l'épanouissement sexuel. »*[1]

La reproduction de ces codes dans les vidéos et les spectacles se développe. Le CSA pointe du doigt les productions américaines, certains types de musique.

Mais au-delà des adultes, les codes de la pornographie sont diffusés dans plusieurs vecteurs de sociabilité des adolescents.

[1] Poulin ,Richard, "Apparence, hypersexualisation et pornographie". (2009) p 16

Les études québécoises n'hésitent pas à conclure que depuis les années quatre-vingt-dix, la pornographisation a envahi l'univers des adolescents. Le recyclage des archétypes pornographiques dans la publicité, la littérature, la télévision, la presse écrite, la mode, la musique, les comportements, est un constat partagé.

* *

L'hypersexualisation de notre société qui n'hésite plus à diffuser les codes de la pornographie sur les écrans comme sur les murs, a des conséquences culturelles et sociales rarement soulignées. Nous avons, au cours de cette mission, pris conscience d'une réalité quotidienne souvent subtile, parfois artistique, baignée d'une sexualisation qui ne se résume plus à la nudité.

Aussi, la réponse à l'hypersexualisation des enfants ne peut-elle s'exonérer d'une réflexion sur les normes que notre société renvoie à nos enfants.

C- L'HYPERSEXUALISATION DES ENFANTS EN SUSPENS

Nos enfants sont encore préservés de la vague d'hypersexualisation mais les pressions autour d'un marché identifié, alimenté par la confusion des âges, laissent à supposer que cette préservation est en suspens.

Les pressions sont croissantes vers l'hypersexualisation des enfants avant l'adolescence.

Il n'existe pas ou peu d'études en France permettant de mesurer scientifiquement la réalité de l'hypersexualisation des enfants.

1- Nos enfants résistent globalement à la vague d'hypersexualisation

La société française semble résister à cette pression. Outre le scandale créé par la publication du magazine Vogue mettant en scène de très jeunes filles habillées en femmes fatales dans des postures lascives, les études[1] menées sur la mode vestimentaire concluent à la résistance de la société, même si elles identifient des clivages selon les catégories sociales.

- **Le contrôle parental de l'apparence demeure fort en France**

Aurélia MARDON a consacré sa thèse à cette question et conclut sans ambiguïté qu'il n'y a pas de raz de marée de l'hypersexualisation car le contrôle parental existe. Tous les parents s'étonnent de la précocité de leurs enfants et, dans la très grande majorité, posent des normes. Les jeunes filles, ainsi que les jeunes garçons, vont négocier ces barrières car l'adhésion à une mode adolescente est le signe de leur sortie de l'enfance et leur entrée dans un groupe de pairs. Ainsi la mode du string n'était-elle pas nécessairement associée à un signal sexuel mais plutôt à la norme dans certains groupes d'adolescentes. Il n'est pas aisé, selon les chercheurs, d'établir clairement la volonté de ces adolescentes d'envoyer un signal sexuel. Les adultes ont, en effet, une propension importante à plaquer sur les enfants leur propre représentation de la sexualité[2].

L'auteure a mis en évidence des différences sociales. Dans les classes moyennes et supérieures, les parents interdisent généralement l'accès précoce à ces vêtements sexualisants, essentiellement en raison des risques pour l'intégrité physique de leur fille, mais également pour empêcher toute dérive face à l'objectif principal de réussite scolaire de leur enfant. Les mères ont un modèle de féminité qui valorise la réussite plus que l'apparence.

[1] Aurélia Mardon, la génération Lolita, stratégies de contrôle et de contournement. Réseaux, 2011.
[2] Didier LAURU, la sexualité des enfants n'est pas l'affaire des grands.

Dans les familles dites « populaires » les mères peuvent soutenir leur fille dans cette volonté de porter des vêtements « adultes », une volonté assimilée à un jeu ou à la liberté de « profiter de sa jeunesse », sans considérer que cela renvoie un signal de disponibilité sexuelle. Ces mères, qui n'adhèrent pas nécessairement aux normes vestimentaires de la féminité, sont sensibles à l'image de la jeunesse véhiculée par les médias de masse.

Mais quelles que soient les catégories sociales, l'étude conclut que les Lolitas ne sont pas livrées à elles-mêmes. **Elles respectent les normes transmises par leurs parents. Les parents résistent globalement au brouillage des âges entraîné par l'univers médiatique et les stratégies commerciales.** Toutes les mères transmettent à leur fille l'idée d'une féminité respectable. Elles le font autant par peur des risques encourus par leur fille que par crainte du regard porté sur leur rôle de mère. Le discours de la culpabilité des mères est toujours fort. Pour autant, nombre de jeunes filles transgressent les normes de leurs mères en cachette. Il faut autant s'intéresser au rôle des parents qu'à la norme du groupe des pairs, surtout à l'adolescence. Les petites filles « hypersexualisent » leurs corps car c'est un modèle partagé par les autres. Ce modèle est celui des corps des stars qui sont retravaillés à travers le groupe des pairs. Ce sont des passions collectives. Parce que l'on aime la même chanteuse, on construit une forme de féminité collective qui participe à la cohésion du groupe. Cette réalité s'impose notamment à la puberté.
Dans son analyse des « lolitas »[1], le pédopsychiatre Jean-Yves Hayez, souligne qu'il ne faut pas les « diaboliser » et leur attribuer des désirs troubles qu'elles n'ont pas. « *En fait, pour le plus grand nombre, leur manière de se présenter ne dépasse pas la naïveté, l'ingénuité ou la simple envie d'être coquette. Vouloir jouer de son sex appeal, n'implique pas chez elle désirer aller plus loin que montrer qu'on a du charme ; donc certainement pas passer à l'acte, au lit ou au fond d'un bois ! La petite fille peut se servir de la sensualité du corps, des appâts qu'elle laisse entrevoir pour aimanter, capter, hameçonner l'autre, sans qu'elle ait des intentions de relations sexuelles* ».

- **Le consensus social s'observe à tous les niveaux de la société**

La presse pour fillette respecte aussi ce consensus social [2] hostile à l'hypersexualisation, du moins jusqu'à l'adolescence selon une étude portant sur les magazines à destination des filles de 5 à 12 ans. Le renouveau de la presse pour fillette dans les années quatre-vingt-dix (Minnie Mag, Julie, Petites sorcières….) ne s'accompagne pas d'une promotion de modèles hypersexués. Les reportages consacrés aux stars sont accompagnés de mises en garde et de démystification. Quant à l'analyse de la correspondance des petites filles dans ces magazines, elle témoigne plus du conflit mère-fille mais rarement d'interrogations sur le corps et l'apparence.
La rédactrice en chef du site FAN2 reconnaît filtrer les contenus, tant ceux provenant des pays anglo-saxons que les échanges sur les forums, afin de ne pas avoir de réclamations des parents : cette pratique serait partagée par les principaux sites d'informations people, soucieux de respecter la norme parentale. S'il n'existe pas de système officiel de réclamation pour les parents, les rédacteurs mettent à disposition une ligne téléphonique. Son constat sur les stars anglo-saxonnes, et notamment américaines, est pourtant sans appel : « ce sont des constructions marketing et les américains ne filtrent aucun contenu », une réalité d'autant plus surprenante que ces stars sont des « stars Disney ».

[1] Hayez, Jean-Yves « A propos des petites Lolitas : « Il ne faut pas confondre attitudes séductrices et désirs de rapports sexuels », *Propos recueillis par Monsieur Jacques Trémintin et publiés dans le journal de l'Animation, octobre 2011, 9-12*
[2] Corinne Destal, la presse pour fillette, Université de Bordeaux, mars 2004.

Nous sommes presque totalement dépourvus de données statistiques et d'études sur ce phénomène en France. Pour autant, ce consensus contre l'hypersexualisation a été confirmé par plusieurs auditions. Le CSA, l'ARPP, les déclarations sur le scandale de l'affaire Vogue ou encore la Fédération du prêt à porter concluent unanimement que les acteurs économiques et médiatiques sont très prudents.

Le CSA déclare qu'il n'y a pas d'hypersexualisation des jeunes enfants mais une hypersexualité intégrée par les adultes et fortement répandue. Les tentatives de diffusion de la pornographie y compris auprès des enfants demeurent. Le CSA a, par exemple, dû interdire des Mangas pornographiques d'une rare violence. Les chaînes non spécialisées, étant soumises à l'interdiction de diffuser des films pornographiques, avaient ainsi trouvé un moyen de contourner la réglementation.

L'ARPP confirme la prudence de la communication des marques face à l'hypersexualisation. Après la mode du porno chic issue de l'industrie du luxe dans les années 90, les publicitaires ont quitté ce terrain. D'ailleurs, les problèmes signalés en Espagne ou au Royaume Uni concernent généralement des marques de luxe. L'hypersexualisation des enfants « n'est pas un argument vendeur, même si le segment a été identifié ».

Le Président de la Fédération du Prêt à porter confirme que ces industries ne se risquent pas sur ce terrain de la transgression des codes sociaux dans la mesure où leur objectif est de toucher le plus grand nombre. Malgré l'indépendance de ses membres, il constate que la grande majorité cherche une « convenance moyenne ». Le magazine PARENTS, le site MAGIC MAMAN confirment que les offres de tenues érotisées pour enfants sont des niches, très anecdotiques, souvent copiées sur les marques de luxe.

Cette analyse est confirmée par le sondage du site « Magic maman » : 59% des mères sont choquées par l'image de petites filles sexuées dans les médias et 34% veulent clairement agir.

L'hypersexualisation des enfants n'est pas un créneau porteur, même si le consensus social évolue. Les avis sont d'ailleurs partagés sur le sens de cette évolution.

Laurent BARRY, ethnologue de la néoténie nous a rappelé que le débat sur la « correction » des tenues n'est pas nouveau. Dans les années 1920, l'apparition des chevilles puis celle des genoux dans les années 60 ont suscité de multiples débats.
Il considère d'ailleurs que nos sociétés sont plus sensibles et moins tolérantes. Brook Shield, ou encore la chanson de Gainsbourg, « lemon inceste », n'avaient pas suscité autant de débats.
Le consensus social est naturellement très dépendant des contextes culturels. Il est d'ailleurs très intéressant de noter que le scandale Vogue n'a pas commencé en France mais aux Etats Unis. Pendant plusieurs semaines, les spécialistes de la mode n'ont pas identifié l'outrance de ces photographies, notamment des postures. Le Directeur du journal reconnaît s'être focalisé sur l'absence de nudité du modèle, et ne pas avoir mesuré l'indécence des postures.

2- Pour autant, la sexualisation des enfants est un marché puissant.

- **La mode des concours de mini-miss**

Un marqueur de l'hypersexualisation est aux Etats-Unis l'organisation de concours de beauté pour jeunes filles, magnifiquement mis en scène dans « Little miss sunshine ».

Son homologue français – Le concours « Mini miss » créé en 1990 - se défend de toute hypersexualisation des petites filles grâce à un cahier des charges garantissant son caractère bon enfant. L'interdiction du sponsoring, du maquillage et des tenues érotisées est mise en avant. Les petites filles «jouent à la princesse » et le jury doit apprécier le charisme et le discours. Par cette charte, l'interdiction de tenues provocantes et de maquillage, l'organisateur de ces concours officiels se défend de toute dérive.

Pour autant, il observe une demande croissante des parents pour maquiller et habiller de manière « sexy » leur fille. Il souligne également la multiplication des demandes de participation au point d'envisager la création de concours régionaux.

Il note enfin une multiplication des concours locaux, en dehors de tout cadre juridique, notamment dans le Nord de la France, sans doute influencés par cette mode anglo-saxonne particulièrement développée en Belgique. D'ailleurs, l'Etat Belge face à la forte progression de ces concours envisage leur encadrement juridique. Les clivages culturels sont intéressants à souligner puisque ces concours très populaires dans les pays anglo-saxons, les pays de l'Est ou en Amérique du Sud, sont inexistants en Allemagne ou dans les pays latins.

Ce premier exemple, symbole de la controverse, illustre la forte pénétration du sujet en France comme chez nos voisins. Si les concours français de « mini miss » n'ont pas les traits caricaturaux de l'hypersexualisation véhiculés par nos voisins anglo-saxons, ils reposent sur une logique d'apparence, de mise en scène des charmes féminins peu conformes avec toute forme d'éducation à l'égalité et au mérite par l'intelligence.

A l'évidence, il est nécessaire de créer un cadre juridique aux concours de mini miss, afin de respecter les principes d'intérêt supérieur de l'enfant et de respect de la dignité des personnes, soit envisager l'interdiction de ces manifestations au nom de la dignité de la personne humaine, soit l'encadrer en donnant une valeur juridique à l'interdiction d'hypersexualisation des enfants.

D'ailleurs, si l'évocation des concours de petites filles est accueillie avec bienveillance et complaisance par nos interlocuteurs, l'idée d'un concours pour petits garçons est violemment rejetée.

Au-delà de l'exemple historique des concours de « Mini miss », les signes de pression vers l'hypersexualisation abondent.

- **L'identification d'un nouveau marché**

Les associations de parents et de consommateurs s'alertent de la mise sur le marché de produits fortement « sexualisés » à destination des petites filles : strings et soutiens gorges ampliformes dès 8 ans, chaussures à talon en taille 30, trousses de maquillage dès 12 ans, spas « mères/filles ».
Les marques de luxe ont été les premières à proposer des déclinaisons pour enfant dès le début des années 2000. L'archétype de cette hypersexualisation est d'ailleurs incarné par les enfants de stars « nymphettes » ou « it girls ». Un journal féminin titrait « les it girls vont-elles trop loin ? » se refusant à conclure. Et pourtant les images de Suri Holmes en talons à 4 ans, ne sont-elles pas l'exemple même de l'hypersexualisation infantile ?

Quant aux idoles des jeunes filles - Rihanna et Lady Gaga arrivent en tête des classements des 8-13 ans selon un sondage effectué par le journal JULIE - elles jouent sur les codes sexuels souvent proches de la pornographie et parfois d'une extrême violence. Apparence, postures lascives ou suggestives, expressions de domination masculine, les stars véhiculent très souvent des normes hypersexualisées.

Nous pourrions également citer les jeux sur internet tels que « ma bimbo.com » dont le but est de devenir la bimbo la plus sexy de l'école, jeux très populaires chez les jeunes filles dès l'école élémentaire. A l'inverse, les spécialistes de l'enfance soulignent l'extrême violence des jeux proposés pour les garçons. Amazone a même dû interdire sur son site la vente d'un jeu vidéo japonais, *Rapelay,* dont le but est de violer le plus de jeunes filles puis de les faire avorter.

Le sondage réalisé auprès de 1200 mères grâce au site « Magic maman » confirme cette inquiétude : 84% des mères interrogées jugent que l'image des filles va en se dégradant.

Dominique DAGNAUD[1] conclut d'ailleurs que les médias, notamment la télévision et la publicité bousculent les barrières générationnelles et les entreprises en profitent en déclinant un produit standard en autant de segments. L'univers médiatique comme les stratégies commerciales poussent à un brouillage des âges et une instrumentalisation des signes sexuels. Certes, les marques avancent la précocité de l'âge de la puberté. Mais, au-delà, elles ont créé les concepts de « pré-adolescent » ou de « tweens », constructions purement marketing sans fondements physiques et participent à cette construction d'une nouvelle cible marketing tant pour le marché des vêtements et accessoires que celui de la cosmétique. Aux Etats-Unis, le marché des « tweens » est estimé à 24 millions de dollars.

Il convient dans ce débat de ne pas oublier les petits garçons. Certes, les injonctions sont plus fortes pour les filles[2]. Un petit garçon habillé en footballeur ou dont le caleçon dépasse du baggie trop bas, n'est pas critiqué. Pour autant, ne s'agit-il pas d'une tenue érotisée ? quel serait le débat si était mis en vente un string pour petit garçon ? Ne devrions-nous pas être vigilants ?
Aurélia MARDON regrette de n'avoir pu étudier l'hypervirilité chez les petits garçons, constatant la figure montante de l'image du catcheur. Ce que plusieurs entretiens nous ont confirmé. Aucune étude n'est aujourd'hui disponible.

- **Une réalité prégnante chez nos voisins anglo-saxons que seules les structures familiales peuvent encore contenir**

La marque privilégiée des adolescents, ABERCOMBIE, joue sur l'ambiguïté sexuelle. Elle avait même proposé à la vente des maillots de bain « push up » dès 8 ans tandis que TESCO a mis en vente des kits de « pole dance » pour enfant.

Mon homologue britannique chargé du rapport au Premier ministre sur l'hypersexualisation, Reg Bailey, est convaincu que le Royaume Uni comme le Canada, les Etats Unis ou l'Australie seraient plus propices à ces dérives.

Une étude réalisée par l'UNICEF[3] comparant les modèles familiaux entre le Royaume Uni et d'autres pays européens aurait ainsi mis en évidence la propension des parents britanniques à « faire plaisir à leur enfant en cédant à leurs demandes d'achats ». Les parents au Royaume Uni ont déclaré ressentir une pression « énorme » de la société pour acheter des biens à leurs enfants, notamment dans les foyers à faibles revenus. Les parents compensent ainsi leurs absences et reconnaissent passer peu de temps autour des temps familiaux tels que le repas partagé. Cette culture de la consommation contraste avec la Suède et l'Espagne où le temps familial reste une priorité. **Ainsi, l'hypersexualisation, c'est à dire la primauté de l'apparence, est-elle directement liée aux pressions de l'économie de la consommation dans une société aux valeurs familiales fragilisées.**

[1] Dominique Dagnaud, Enfants, consommation et publicité télévisée, La Documentation française, 2007 ;
[2] Philippe Liotard, sociologue à l'Université de Lyon I.
[3] UNICEF, « le bien être des enfants au Royaume-Uni, Espagne et Suède », publié le 19 décembre 2011.

3- Un marché alimenté par la confusion des âges et le retour des stéréotypes

- **Avant l'hypersexualisation, le retour aux stéréotypes dès le plus jeune âge**

> *« Les stéréotypes sapent la capacité des personnes à réaliser leur potentiel en limitant les choix et les opportunités. Ils sont à la base de la discrimination sexiste ouverte et dissimulée, directe et indirecte, et récurrente, qui a des conséquences négatives sur l'égalité de fond* de jure *et* de facto *qui devrait être garantie aux femmes. »*[1]

En 2012, la prégnance des stéréotypes sexistes est terriblement marquante dans les représentations véhiculées autour du rôle et de la place des filles et des garçons dans la société. Cela se traduit dans les faits par des forts clivages dans leur éducation notamment à travers les jeux, la scolarité, les activités culturelles et sociales, puis plus tard les choix professionnels. Les nombreuses recherches sociologiques et féministes tendent à montrer la persistance de ces représentations notamment véhiculées à travers les médias, la mode, les jouets, les stars, et Internet.
Elles font le constat d'une forte assignation sexuée des rôles, et des représentations très clivées de l'identité sociale, corporelle et sexuelle. Ces représentations demeurent centrées sur l'apparence, la gentillesse, la docilité et une forme de passivité pour les filles et des rôles plus actif, plus créatif, et plus autonome pour les garçons. Les exigences corporelles : que ce soit du côté de l'apparence et de l'hygiène sont toujours plus fortes du côté des filles.

Deux grands essais historiques avaient déjà mis en évidence l'existence de stéréotypes sexistes à l'œuvre dans l'éducation des filles.

En 1949, Simone de Beauvoir dans son fameux essai existentialiste et féministe, ***« Le deuxième sexe »*,** dénonçait déjà l'existence de stéréotypes fortement sexistes à l'œuvre dans l'infériorisation des femmes dans la société. Simone de Beauvoir, excluant tout déterminisme chez l'humain, s'est intéressée à l'infériorisation de la femme en tant que fait, et à ses causes avant tout sociales mais aussi humaines. Elle incrimine presque autant les femmes, dont elle dénonce la passivité, la soumission et le manque d'ambition, que les hommes, qu'elle accuse de sexisme, de lâcheté et parfois de cruauté. A travers son célèbre postulat « on ne naît pas femme, on le devient », elle montre comment les petites filles intériorisent à travers leur éducation une féminité passive et soumise.

Puis, en 1973, *« Du côté des petites filles »,* l' essai sociologique de la pédagogue féministe italienne **Elena Gianini Belotti**, sous le titre original italien « *Dalla parte delle bambine »*, a mis en évidence à l'aide d'une enquête par observation, (dans les familles, les crèches et les écoles) la puissance des stéréotypes enracinés en chacun de nous qui assignent des propriétés et des qualités différentes aux filles et aux garçons dès avant la naissance et tout au long de la prime éducation.

[1] Discours de Lakshmi Puri , Directrice exécutive adjointe d'ONU Femmes et Sous-Secrétaire générale. Elle a animé une table-ronde sur le thème « Lutter contre la discrimination sexuelle et les stéréotypes sexistes négatifs : des réponses politiques efficaces » au cours du segment consacré à la coordination de la session de fond de l'ECOSOC à Genève, le 13 juillet 2011.

Les stéréotypes sont des images réductrices et monosémiques, construits sur la base des différences socioculturelles caractérisant des groupes inscrits dans des rapports sociaux. Loin d'être innés, les stéréotypes sont appris et transmis, susceptibles d'être amplifiés par les médias.

- **L'univers des jouets ravive les stéréotypes et les clivages entre les sexes**

Les jouets induisent nettement **une forme de distinction sexuée** des capacités mais aussi des qualités à développer et à mettre en œuvre selon que l'on est une fille ou un garçon :

Aux petites filles sont attribués :

- **les jouets mettant en valeur « leur apparence » ainsi que les qualités de « maîtresse de maison »** à travers les bijoux, paillettes, perles, faux maquillages, ustensiles de cuisine et les jeux de « pouponnerie »…
  Les poupées restent incontournables bien que la barbie, se trouve progressivement remplacée par d'autres poupées plus « sexy », telles que les bratz.
- **Les couleurs marquent encore nettement le clivage entre deux univers** dans lequel celui des petites filles reste largement marqué par les paillettes, la couleur rose, le fleuri, les petits cœurs…

Fait intéressant à noter : les poupées pour filles tendent à présenter de plus en plus des caractéristiques « sexy » dans leur apparence :

La comparaison des photos, d'un côté du groupe de chanteuses « les Girlicious » et de l'autre, des poupées Bratz, révèle une analogie frappante dans les messages véhiculés autour de la sexualisation des petites filles et les stéréotypes autour de la féminité centrée sur l'apparence et le sex-appeal. Les éléments mis en avant sont : l'apparence « sexy », le déhanchement provocateur, le maquillage outrancier, le regard qui évoque une forme de « disponibilité sexuelle ». Destiné à des jeunes filles d'âges différents, le message à connotation sexuelle n'est pas moins présent et stéréotypé.

Ainsi, le jeu sur Internet « ma bimbo.com » destiné aux jeunes filles de 8-12 ans, dévoile le caractère « sexy » du personnage. Ces centres d'intérêts mettent par ailleurs en avant des préoccupations exclusivement centrées sur l'entretien de l'apparence, et de la beauté

Le site « stardoll » également très prisé par les pré-adolescentes présente également ces caractéristiques.

Les jouets pour les filles induisent clairement des représentations sexuées des qualités à développer pour les filles centrées entre autre sur :

- **la mise en valeur de soi et de son apparence,**
- **la docilité,**
- **la patience,**
- **la douceur,**
- **la sédentarité.**

Au total, il apparaît que l'univers des médias enseigne un féminin « d'ornement » et « d'agrément » très stéréotypé alors que le masculin se représente exclusivement à travers l'action, la découverte et la créativité.

Alors que les jouets pour les filles restent en majorité centrés sur l'apparence, les jeux domestiques et les poupées, **les jouets pour garçons quant à eux mettent en avant d'autres qualités et aptitudes :**

- **Mobilité, dextérité, autonomie : boîte à outils, jeux de construction jeux de locomotion (camions, voitures, trains…).**
- **Développement de la force physique : jeux de combats, de compétitivité, les super-héros, (Batman, Spiderman, Superman, Ben 10, dragon ball Z, catcheur…), dinosaures, bêtes sauvages…**
- **Découverte : pirates, astronautes…**

Force est de constater que les jouets sont par excellence le reflet de cette sexualisation des enfants et agissent comme des effets miroir sur le conditionnement des enfants.

Certes, des jouets mixtes existent, ces jouets dits « éducatifs » font référence à un socle d'apprentissage commun aux filles et garçons, tout comme il existe ce socle commun à l'école. Toutefois, ils ne sont pas le reflet de l'investissement en temps passé par les filles et les garçons qui leur préfèrent nettement les jouets clairement sexués.

- **Les médias en tant qu'agents de socialisation différenciée**

Nous avons montré dans une précédente partie, comment la publicité véhicule des stéréotypes sexistes. Le « porno chic » en particulier, affiche ouvertement des codes sexistes dans lesquels la femme est asservie, dévalorisée, réduite à l'état d'objet.

Selon une étude réalisée au Québec, les messages publicitaires destinés aux enfants montrent dans 55 % des cas des garçons en train de construire, de réparer des jouets ou de se chamailler, tandis que les filles, dans 77 % des cas, sont représentées en train de rire, de parler ou d'observer les autres. 85 % du temps, les garçons sont dehors alors que les filles sont à l'intérieur de la maison dans plus de la moitié des cas.

- **La presse écrite**

La presse pour garçons et filles dénote également clairement ce clivage entre les sexes : les sujets abordés sont totalement distincts : catch, Internet, jeux vidéo pour les garçons et sujet basés sur l'apparence pour les filles.

A destination des jeunes garçons, s'adressent plusieurs dizaines de magazines qui ne traitent que de mangas et de bandes dessinées, mais aussi de cartes, des jeux vidéo et de catch… L'univers des garçons demeure centré sur l'action, la découverte, la technologie et les « muscles »…

Manga Kids

Toutes les actualités des mangas préférés et bien plus... Ce magazine extrêmement dense consacre plus de la moitié de ses pages aux analyses des dessins animés diffusés à la télévision, ainsi qu'aux sorties cinéma et DVD.

WWE Junior

Ce magazine est la version française de son pendant américain, WWE Kids. C'est le magazine officiel pour enfants de la fédération américaine de catch. Ici il n'est question que de Rey Misterio et de ses acolytes ; les articles sont des interviews de ces idoles ou des reportages sur les grands évènements du catch. Puisqu'il est dédié aux enfants, on parle aussi de cartes et de figurines à collectionner. Sans oublier les posters pour leur chambre

La presse pour filles est centrée sur des sujets liés à l'apparence physique, la mise en scène de soi et les vedettes.

Selon la rédactrice en chef du magazine Julie[1], auditionnée pour ce rapport, le magazine s'adresse à un public presque exclusivement de filles (98%). Selon elle, le sujet qui intéresserait le plus les jeunes filles de 9-12 ans reste principalement les « people », avec la coqueluche du moment Justin Bieber.

[1] Magazine Julie, version « internet »

En France, la sociologue **Corinne DESTAL[1], souligne la force des médias à l'heure actuelle comme vecteur de socialisation et d'exploration de la puberté en particulier chez les jeunes filles**.

Les études[2] rappellent que des magazines pour fillettes ont toujours existé depuis le 19ème siècle (L'album des demoiselles, Fillette, Lisette….) mais le contexte social des années soixante-dix a conduit les publications vers une moindre différenciation des sexes et la promotion de la mixité des publics. Tous les contenus des magazines et livres ont été revisités pour supprimer ce qui contribuait à maintenir ou accentuer les inégalités homme-femme. Une remise en question fondée sur le constat que le « genre » est une construction incorporée dès le plus jeune âge.

Les médias sont les premiers pas pour la fillette dans l'univers marchand des codes de la «bienséance» féminine. La petite fille se socialise à travers ces codes déjà largement stéréotypés.

Corinne Destal montre comment la presse pour fillettes et adolescentes impose déjà la tyrannie du corps féminin idéal. Le corps est au centre de ces représentations de la féminité qui « *se veut traducteur du potentiel féminin, érotique, voire sexuel de l'adolescente* ». Cette presse pour adolescente se présente comme l'un des meilleurs moyens d'accéder par l'intermédiaire du corps, à l'épanouissement personnel, amoureux et social. La chercheuse note au passage que l'épanouissement professionnel reste une donnée absente des publications.
Elle évoque également dans cette presse, une sorte de tyrannie dans les codes et messages qui sont véhiculés sur les représentations du corps. Elle parle d'une « *idéologie tyrannique du culte du corps »*» [3]qui s'imposerait aux filles.

Cette socialisation via les médias s'effectue par pallier et selon la tranche d'âge. La sociologue explique que « *dès la 6ème les filles délaissent la presse préadolescente des 8-12 ans pour glisser vers la presse adolescente dont le taux de contact est très important. Julie, Witch et Les petites Sorcières, revues les plus populaires sont officieusement abandonnées au profit de Girls, jeune et jolie…ou autres* ». [4]
Son analyse de la presse pour fillettes, **souligne que ce travail sur le corps se manifeste par sa mise en scène minutieuse autour de l'apparence, des accessoires, d'un savoir-être très précis qui dicte les postures et conduites à tenir aux jeunes filles**. Il s'agit également de l'appropriation d'un langage sur cette féminité essentiellement construit autour de l'apparence.

---

[1] Destal, Corinne, « Hypersexualisation des filles et troubles des frontières de l'âge »- Actes du colloque international, Ministère de la Culture et de la Communication – Association internationale des sociologues de langue française – Université Paris Descartes, 9es Journées de sociologie de l'enfance, Paris, 2010.Université Bordeaux 3 (ISIC).
[2] Corinne DESTAL « la presse pour fillette » 2004.
[3] op.cit, p9
[4] Destal, Corinne, op.cit., p 6

Elle note toutefois que dans cette presse destinée aux 8-12 ans, toute forme de sexualisation, d'érotisation est pour l'instant exclue. Cette dernière intervenant plus tard dans la presse adolescente et adulte.

Cette socialisation par la presse adolescente, se poursuit à l'entrée au collège, et les contenus s'ouvrent sur une forme de sexualisation qui s'affiche nettement : « *La féminité, telle que les revues l'imposent, se mérite et se juge. Elle ne renvoie pas au corps réel de la femme mais à un corps idéalisé, travaillé, sculpté, remodelé, gommé de ses imperfections et souvent composé de « morceaux » des corps de plusieurs modèles. Tout comme les préadolescentes emprunteront des « morceaux » du look de leurs stars, à défaut de pouvoir étrenner leurs tenues vestimentaires dans leur ensemble* »[1].
Elle indique pourtant que les prémisses des normes féminines stéréotypées en matière de comportements, de présentation de soi sont présentes *: « paillettes, maquillage, vêtements sophistiqués sont permis (voire imposés) pour les fêtes. Les barrettes, chouchous accompagnent les coiffures soignées des cheveux propres. Les cosmétiques commencent à s'infiltrer ainsi que les parfums, les gels de douche etc.…* ».

La responsable du magazine JULIE confirme une très forte progression depuis 10 ans des angoisses liées à l'apparence chez ses jeunes lectrices. 70 % se déclarent préoccupées par leur apparence et leur poids. De plus en plus de filles qui pensent ne pas correspondre aux standards se déclarent rejetées par leurs pairs.
Cette primauté de l'apparence s'accompagne d'une régression des aspirations. La directrice, lors des dernières enquêtes auprès de ses jeunes lectrices, a été frappée par l'évolution de leurs ambitions. Elles ne désirent plus être aventurières mais être « stars » ou avoir « une maison, un travail et un mari ».

Un constat subtilement analysé par Catherine Monnot dans son ouvrage : *Petites filles d'aujourd'hui. L'apprentissage de la féminité*[2]. Entre les deux écueils de la théorie des genres et de l'approche purement génétique, elle se penche particulièrement sur la « socialisation horizontale », c'est à dire avec les pairs en dehors du contrôle parental et des adultes. Par leurs jeux, leurs jouets, leurs lectures, les petites filles se transmettent des valeurs.

Elle constate en premier lieu que les petites filles de 9-11 ans, objet de son étude, ont des activités très différentes de celles des garçons de leur âge. Clubs de filles, classeurs de stars, passions pour des séries télévisées, blogs, décoration de leur chambre, journaux intimes sont des pratiques réservées aux filles. Un constat que nous avons observé lors de nos entretiens au Petit Nanterre avec les jeunes de l'association Zy'Va : les garçons et les filles vivent dans deux univers parallèles.

- **La confusion des âges : des pseudo pré-adolescents inspirés d'adolescents pressés d'hypersexualisation**

La société n'est pas propice à une résolution apaisée du complexe d'Œdipe. Comme nous l'avons vu précédemment, l'omniprésence de la sexualité et des codes de la pornographie est une « infraction » pour les enfants. « *le sexe dans toute sa vulgarité (…) peut constituer un réel traumatisme ».* Avant l'adolescence, un enfant ne peut élaborer et intérioriser ce qu'il voit. L'enfant victime d'abus sexuels développerait des traumatismes proches : difficultés à se concentrer, à apprendre, à aimer et surtout à s'aimer.

[1] op. cit C Destal, p.8
[2] Catherine Monnot, *Petites filles d'aujourd'hui. L'apprentissage de la féminité,* Collection Mutations, n°251 Autrement, 2009.

Sous l'influence médiatique et la pression d'une société hypersexualisée, les parents ont brouillé les codes. Ils idéalisent les enfants en utilisant des codes vestimentaires ou d'apparence qui sont ceux des parents. Mais la petite Lolita, comme le petit Macho, « *se vit comme dédoublée, soumise par son accoutrement à être un objet de convoitise et amenée malgré elle à séduire les adultes en usant des artifices qui la dépassent totalement.* ». Par ces mots, ce spécialiste de l'enfance nous renvoie aux contradictions de notre société qui en transformant ses enfants en « mini-adultes » les fait entrer dans une réalité qui n'est pas la leur, une réalité qui les fragilise.

A cet égard, tous les spécialistes s'insurgent contre la construction du concept de « pré-adolescence », concept purement marketing, sans réalité physique ou psychologique. Seule la pression médiatique peut inciter une jeune fille ou un jeune garçon avant l'âge de la puberté à réclamer les codes de la séduction de ses aînés. « *la préadolescence n'existe que dans la tête des publicitaires et des médias ».*

Et si nous avons pu observer une forte réticence de notre société face à l'hypersexualisation des très jeunes filles, force est de constater que la barrière de l'âge recule.
Par la pression médiatique et souvent sociale, nous imposons tout particulièrement aux jeunes filles une « urgence à grandir » qui ne sert en rien leur développement psychologique, bien au contraire. Insolence, opposition, revendication, ne sont pas l'expression d'une forme d'épanouissement de ces soit disant « pré-adolescenst » mais un retour de l'egocentrisme « *qui fait le lit des pathologies narcissiques ».*

La création de ce concept de pré-adolescence est d'autant plus scandaleuse que la puberté ne cesse d'évoluer et ne saurait non plus se confondre avec l'adolescence.
La moitié des filles sont pubères à treize ans, et la moitié des garçons un peu avant 15 ans. Aux Etats Unis, 27 % des filles commencent leur puberté à 8 ans.
Les experts ne sont pas en capacité d'expliquer par un facteur unique cet abaissement de l'âge de la puberté. L'évolution de la nourriture, la généralisation des perturbateurs endocriniens, l'omniprésence d'images et de discours sexuels….accélèrent l'entrée dans cette période cruciale de l'apprentissage de la sexualité, réduisant d'autant la période dite de « latence ». Or, si la puberté est une réalité physique, Boris CYRULNICK nous a rappelé que l'adolescence est une réalité culturelle historiquement datée et spatialement centrée sur les pays occidentaux. L'adolescence n'existe pas dans les pays pauvres.

- **L'univers visuel est dorénavant une déclinaison de l'univers des adultes qui en utilise les mêmes codes.**

Les stars de la chanson, le succès des poupées Bratz, la presse pour filles, ces sites de jeux reproduisent les codes des adultes, « contribuant à brouiller les limites entre les catégories d'âge(….) et à donner très tôt aux filles les clés de la culture et des pratiques féminines adolescentes et adultes. »

Un brouillage sur lequel les industries de la mode vestimentaire construisent leurs relais de croissance en déclinant spécifiquement pour les 8-12 ans, une mode vestimentaire inspirée de celle des adolescentes. Nous avions effectivement été frappées de constater que les jeunes lectrices de *Fan 2* ne s'intéressent pas tant aux chansons qu'aux informations « people » de leurs jeunes stars, à l'image de Voici, Closer ou encore Gala.

Les magazines pour adolescentes sont le seul média où les filles sont sur-représentées. Malgré cette représentation, le contenu reste conservateur, présentant des normes et des valeurs qui limitent le choix des femmes. Selon une étude de l'ethnologue Caroline Caron réalisée en 2003 au Québec et portant sur les magazines *Adorable*, *Cool* et *Filles d'aujourd'hui*, **65 % de leur contenu éditorial est consacré à l'apparence et aux relations hommes-femmes, et seulement 35 % au développement personnel et social.**

Les articles liés au développement se concentrent sur la dimension personnelle, laissant de côté la dimension sociale de l'identité. Les publicités et photographies de ces magazines sont à l'image de la ligne éditoriale. Les publicités présentent principalement des produits reliés à l'apparence et les photographies montrent les femmes dans un environnement domestique, renforçant l'idée que l'identité féminine se définit dans le domaine du privé. Les hommes sont présentés dans un environnement extérieur, leur identité prends place dans le domaine social.

Dans un article rédigé en 2003 par la chercheuse en communication québécoise Caroline CARON, **« *Que lisent les jeunes filles? Une analyse thématique de la « presse ados » au Québec* »[1],** cette dernière s'interroge sur la représentation de la féminité et des rapports entre les femmes et les hommes véhiculés dans ces publications. **Elle montre comment les médias pour adolescentes présentent des contenus conservateurs plutôt qu'égalitaires et peuvent être qualifiés « d'agent de socialisation traditionnelle ».**

La répartition des articles selon le thème révèle que :

- Près des deux tiers (64,8 %) du contenu produit par les équipes rédactionnelles traitent de la beauté, de la mode, des garçons, des relations hétérosexuelles et des vedettes masculines.
- Plus du tiers (35,2 %) touche au développement personnel et social, mais la lecture attentive révèle qu'ils négligent la dimension sociale de l'identité, au profit d'une insistance marquée pour la dimension personnelle.

[1] Caroline Caron, publié en **2003** dans un numéro de la revue ***Pratiques psychologiques***, la revue européenne des praticiens en psychologie,publiée sous l'égide de la **Société Française de Psychologie** (Paris).

Elle souligne que **près des deux tiers des articles publiés dans la presse féminine pour adolescentes insistent sur l'importance de la beauté, de la mode, des relations avec les garçons, de l'hétérosexualité et des vedettes masculines**

Le thème du développement personnel, emblématique durant l'adolescence, passe largement à travers la vie de vedettes féminines issues de la culture populaire (cinéma, musique, télévision). Enfin, que les magazines accordent aux garçons un statut différencié: les magazines leur permettent de s'exprimer et même de conseiller les filles sur leurs problèmes personnels et amoureux.
En omettant de traiter des actualités nationales et internationales, de la violence faite aux femmes, de la vie citoyenne, de la planification financière, des inégalités sociales, et des autres sujets de la catégorie « société(s) et enjeux sociopolitiques », les magazines omettent d'aborder la dimension sociale de l'identité;

Caroline Caron constate que l'espace consenti à l'expression du lectorat se restreint, dans les faits, à du matériel privé. Pourtant, quand on les interroge, les adolescentes se montrent hautement préoccupées par leur avenir, curieuses et sensibles aux problèmes du monde, parfois même politisées.

Elle remarque que dans les revues pour adolescentes, ce modèle autour de la féminité articule trois dimensions interreliées :

- ⇒ Il centre et **ramène systématiquement l'intérêt des lectrices sur les relations amoureuses en plus d'orienter la séduction vers la provocation sexuelle**.

- ⇒ Il propose surtout **des modèles professionnels liés au pouvoir de séduction** des femmes sur les hommes (carrières reliées à la mode ou la beauté, carrières médiatiques).

- ⇒ Enfin, **il actualise et renforce les stéréotypes féminins associés à la mise en valeur sexualisée du corps des filles**. Ce modèle s'appuie donc sur une conception traditionnelle de la femme, vision selon laquelle le pouvoir des femmes réside dans la séduction qu'elles exercent sur les hommes. Cette perspective traverse tous les types d'articles, qu'il soit question de mode, de beauté ou encore de relations amoureuses. De plus, le rôle de modèle est réservé aux vedettes hypersexualisées, ce qui, d'une part, banalise la représentation de la féminité qu'elles véhiculent et, d'autre part, renforce l'association entre pouvoir et séduction sexualisée.

La conclusion de ces études, souvent étrangères, sont transposables en France.

La sociabilité créée par les magazines pour adolescentes se concentre sur les codes de stars. Chez les 12 à 14 ans, les dix premières publications sont majoritairement consacrées aux stars. Seuls deux titres éducatifs se distinguent. Ces stars et tout particulièrement les clips vidéos banalisent des tenues et postures suggestives parfois inspirées de la pornographie. Certains clips vidéos de Rihanna ont même été interdits de diffusion pour avoir mis en scène un viol puis le meurtre de son auteur. En s'identifiant aux modèles des stars de la musique, les filles s'approprient les codes de la séduction corporelle dès le plus jeune âge. Adhérer à cette mode est le signe de sortie de l'enfance.

La rédactrice en chef du site « Fan2 » - 1 million de visiteurs uniques sur le web – qui s'adresse aux 10/16 ans confirme cette tendance. Seules les informations « people » sur leurs stars intéressent ses lecteurs, à 95 % féminines. L'insertion du terme « sexy » suffit à multiplier par 10 000 les connections. Les stars « non sexy » n'ont aucune chance d'être suivies.
Elle reconnaît être dans l'obligation de filtrer et interdire beaucoup de contenus provenant des pays anglo-saxons. Même les stars « Disney » des adolescentes se présentent dans des tenues et postures totalement inappropriées. Ainsi récemment, les sites américains présentaient Miley Cirus, 19 ans, l'une des stars préférées des adolescentes, en train de manger de manière très suggestive son gâteau d'anniversaire en forme de sexe. Les sites américains ne filtrent pas ou peu leurs contenus.
Chloé VILLEMANT constate, par ailleurs, la totale identification entre les adolescentes et les codes vestimentaires ou les histoires de leurs stars qui ont leur âge. A l'exemple de Justin Biber, 17 ans, ces idoles présentent tous des physiques parfaits et sont des constructions marketing accompagnées de l'ensemble des produits dérivés.
Cette tendance est d'autant plus préoccupante que les lectrices de ces journaux sont de plus en plus jeunes, voire pré-pubères.

L'analyse des magazines permet de décrire et d'analyser méticuleusement leur contenu, mais elle ne nous renseigne aucunement sur la réception. Pourquoi les préadolescentes et adolescentes lisent-elles ces revues? Quel plaisir y trouvent-elles? Comment interprètent-elles les messages conservateurs? Construisent-elles leur identité personnelle et sociale à même ces représentations? Que pensent-elles de ces modèles traditionnels de féminité? Sont-elles d'accord avec les valeurs, les attitudes et les comportements véhiculés par cette presse?
Des recherches sont nécessaires pour mieux comprendre le rôle que jouent les magazines, et plus largement les médias, dans la construction de l'identité des enfants et des adolescents, et tout particulièrement dans l'orientation de genre.

Un document d'analyse concernant les images véhiculées dans les programmes destinés aux jeunes de 8 à 18 ans nous semble particulièrement intéressant à citer. Il s'agit **du rapport belge remis en 2006 par l'Institut des Sciences humaines et sociales** au Ministère de la communauté française en Belgique intitulé « L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les médias : « **La télévision, le sexisme, les jeunes : une relation complexe[1] ».**
Ce rapport analyse les stéréotypes sexistes qui sont véhiculés dans la presse, les médias, la TV, le cinéma et les dessins animés. Il tente de démontrer dans quelle mesure ces stéréotypes influencent la perception et le comportement des jeunes, et leurs effets sur les représentations entre les deux sexes.
L'enquête a été réalisée auprès de 1500 jeunes de 8 à 18 ans de la communauté française en Belgique.

Ce rapport révèle que quatre catégories de programmes présentent des stéréotypes fréquents : les séries, les dessins animés, les clips et les publicités. Ces types d'émissions sont très regardés par les jeunes en particulier les clips : 82% des jeunes interrogés les regardent régulièrement.

[1] Belgique/ **Rapport final** Recherche commanditée par la **Direction de l'Égalité des Chances** du **Ministère de la Communauté française Promoteur :** Marc Jacquemain/ **Direction scientifique :** Marie-Thérèse Casman/ **Chercheures :**Céline Dizier, Marjorie Nibona**,** Isabelle Willems, p 54, 2006

Le constat le plus intéressant met en avant le fait que les programmes chargés en images stéréotypés ne sont pas regardés à part égale par les filles et les garçons. Les filles sont en effet plus nombreuses, au minimum 20% plus nombreuses que les garçons à être exposées régulièrement à des programmes où circulent des stéréotypes sexistes.

Il souligne enfin que deux types de programmes présentent des similitudes au niveau des stéréotypes sexistes : les clips vidéo et les publicités.

* *

Si les enfants de moins de 10 ans semblent encore préservés d'une vague d'hypersexualisation, les frontières s'effritent sous la pression de la réapparition des stéréotypes dès le plus jeune âge et le gommage des frontières des âges. Une évolution qui ne saurait rester sans conséquence dans un contexte d'hypersexualisation des codes sociaux. Culture de masse basée sur l'apparence et banalisation des codes de la pornographie, la société a créé les conditions de l'hypersexualisation croissante des enfants.

Nous ne sommes pas encore confrontés à un « raz de marée » d'hypersexualisation des enfants car le consensus social et les fondamentaux de la famille demeurent.

Pour autant, le consensus social peut être fragilisé et évoluer face aux pressions médiatiques et économiques. Il est donc prioritaire de prendre conscience des enjeux et mettre en place une politique de prévention qui repose fondamentalement sur le respect de l'autorité parentale.

Plus encore, l'absence d'hypersexualisation massive des jeunes enfants ne doit pas masquer la réalité préoccupante des pressions : la réapparition des stéréotypes garçons-filles dès le plus jeune âge, le renforcement de stéréotypes sexistes liés à l'hypersexualisation, la banalisation des pratiques pornographiques autorisées par l'hypersexualisation, la confusion des âges.

Dans une société qui a emprunté les codes de l'hypersexualisation, les solutions impliquent autant les adultes que les enfants, autant la société que les familles.

Notre jeunesse est le reflet de notre société qui se définit de manière croissante par l'image et la consommation, au détriment probablement de l'être.

PARTIE II

LES ENJEUX LIÉS A L'HYPERSEXUALISATION

Nous ne disposons d'aucune étude en France sur le suivi longitudinal de la génération des Lolitas – c'est-à-dire des enfants qui ont emprunté les codes de l'hypersexualisation - ni sur l'impact identitaire de la résurgence de stéréotypes fortement sexués dès le plus jeune âge, ni sur la vision d'images pornographiques comme principale mode de construction de la sexualité. Ces sujets sont peu étudiés, souvent tabous ou étrangement tolérés. Aussi, l'essentiel des analyses est fondé sur des entretiens et études généralement étrangères.

Les mères interrogées par Magic Maman ont fort bien identifié les enjeux liés à l'hypersexualisation :

- **l'accès trop précoce à la sexualité (74 %)**
- **l'incitation à des comportements à risque, et particulièrement des troubles alimentaires (64 %)**
- **le renforcement des clichés existants (39%)**
- **la perte d'estime de soi (38 %)**

Une étude canadienne[1] très poussée sur l'étude du phénomène de l'hypersexualisation identifie **les enjeux suivant pour les filles** :

- **les enjeux identitaires de perte d'estime de soi**, notamment en cas de précocité sexuelle,
- **l'insatisfaction face à leur image corporelle**, au point d'adopter des comportements alimentaires à risque,
- **l'adhésion aux stéréotypes sexuels et sexistes**, au point d'être plus souvent victimes de violences psychologiques, physiques ou sexuelles, notamment des relations sexuelles non souhaitées.

Pour les garçons, l'étude met en avant :

- **une plus grande adhésion aux stéréotypes sexuels et sexistes** pour les garçons exposés à des contenus sexuels, et tout particulièrement une violence plus fréquente dans leurs relations amoureuses ;
- **une volonté d'augmenter leur masse musculaire et de prendre du poids**

*

Ces quelques données soulignent que nous sommes confrontés à deux enjeux dans l'étude du phénomène de l'hypersexualisation :

- **un enjeu individuel de prévention des conduites à risque lié à la perte d'estime de soi,**
- **un enjeu collectif de respect du principe d'égalité et de respect entre les sexes, et tout particulièrement de prévention des violences sexuelles.**

[1] Centre d'aide et de lutte contre les agressions à caractère sexuel (CALACS) de Rimouski au QUEBEC, Lucie Poirier et Joane Garon, 2009.

A. Un enjeu individuel autour de la construction psycho-affective des enfants « hypersexualisés »

Dans leur ouvrage, *La sexualité des enfants n'est pas l'affaire des grands,* Didier LAURU et Laurence DELPIERRE ont fort bien décrit les interactions psychologiques en jeu.

« *Dès leur plus jeune âge, les enfants sont plongés dans un bain de sexualité permanent. Ce qui apparaît comme une hypersexualisation de la société provoque chez eux une excitation qui les déborde et peut se traduire par certaines pathologies comme l'hyperactivité.* » et de nous rappeler que les enfants ne sont pas des adultes en miniatures. Il faut respecter « la temporalité qui leur est propre ».

1. Avant l'entrée dans la puberté, les jeunes de 8 à 12 ans traversent une période de transition entre l'enfance et l'adolescence qu'il faut respecter

- **La période de latence se caractérise globalement par une désexualisation des relations objectales et des affects**

Le terme de « période de latence » a été développé par Sigmund Freud pour décrire la transition entre la petite enfance et la puberté. Cette période comprise entre la petite enfance et l'adolescence se situe à la fin du stade appelé « l'Œdipe » et va jusqu'à la puberté. **Elle se manifeste par une sorte de ralentissement psychoaffectif**. Les pulsions de l'enfant paraissent ne plus se manifester. Cette phase est marquée par une importante diminution des activités pulsionnelles, par une désexualisation des relations objectales et des affects, les désirs érotiques refoulés se transforment en affects. Apparaissent ainsi les sentiments de tendresse, de dévotion, et de respect envers les images parentales.
On constate une « extension extra-familiale » de la problématique oedipienne »[1]. **Cela va permettre à l'enfant d'aller vers des activités sociales plus larges et des milieux relationnels différents (école, groupes d'enfants…). Ce phénomène concourt largement à la « liquidation » du complexe d'Œdipe**.

- **Après cette période de latence, s'ouvre une phase centrale chez l'enfant : la puberté qui marque l'entrée dans l'adolescence**

L'adolescence se situe au moment de la puberté. Elle correspond globalement à la période de maturation biologique d'un individu. Elle est marquée par une évolution accélérée de différents processus physiologiques : stature, poids, modification de l'apparence, apparition des caractères sexuels secondaires (pilosité, peau, tissu adipeux, glandes mammaires etc)
L'adolescence est une période de la vie pour laquelle on ne peut pas réellement parler de stade mais plutôt de « crise » qui vient clôre soudainement la période de latence.

[1] Alain de MIJOLLA et Sophie de MIJOLLA-MELLOR , Psychanalyse, PUF, 1996, p.337-338.

Outre les transformations morphologiques, l'adolescence est caractérisée par une crise narcissique et identificatoire avec des angoisses intenses quant à l'authenticité et l'intégrité de soi, du corps et du sexe. Une réactivation de la problématique oedipienne se manifeste avec déplacement sur des substituts parentaux idéalisés (professeurs, artistes…) mais également une réactivation des problématiques prégénitales (stades antérieurs à la puberté) et notamment orales (anorexie mentale, toxicomanie, alcool, tabac).
On constate à cette époque une tendance au passage à l'acte, une manipulation de l'idée de mort, et l'émergence fréquente d'idées dépressives. Les tendances dépressives sont donc mixtes, à la fois narcissiques et objectales.

2. La place de la vie sexuelle pendant la période de latence

La période de latence vécue par les enfants n'induit pas un refoulement total de la sexualité naissante **mais davantage un déplacement des centres d'intérêts ainsi qu'une plus grande discrétion dans la curiosité sexuelle**. Les 8-12 ans demeurent avant tout des êtres sexués, comme le rappelle le pédopsychiatre Jean-Yves Hayez, Docteur en psychologie et psychiatre infanto-juvénile. La majorité des adultes tendent à ignorer cette vie sexuelle des enfants et peuvent dramatiser leurs manifestations sexuelles.

Il indique que la majorité des enfants, en grandissant, continuent d'être très intéressés par la sexualité, mais ils apprennent à être plus discrets. Il est « dans la moyenne » que les enfants soient intéressés par la sexualité : « *Qu'ils se masturbent, qu'ils sachent déjà beaucoup de choses, qu'ils aient des jeux sexuels avec des copains et des copines... Si ces jeux ont lieu dans le respect de chacun et entre enfants de même « statut » - c'est-à-dire de maturité affective et cognitive équivalente - cela ne pose pas de problèmes… Pour un enfant qui a une sexualité épanouie, tout cela reste récréatif : il se réjouit et jouit d'une pratique sexuelle occasionnelle, mais il a beaucoup d'autres projets dans sa vie et n'est donc pas « obsédé* » ».

Cette période appelée par les pédopsychiatres et psychanalystes, **période de latence**, est une phase de transition et de transformation très importante chez l'enfant qui va non seulement « asseoir » sa construction psycho-affective, mais aussi l'amener progressivement vers un corps d'adulte. Les enfants qui ne parviennent pas à entrer en « période de latence », une période où la préoccupation de la sexualité s'est assoupie, deviennent « intolérants à la frustration et développent un comportement violent à l'égard d'eux-mêmes et des autres ».

Un point important est à noter concernant la consommation de pornographie chez les adolescents. Elle connaît d'après certains pédopsychiatres, un « pic » vers les débuts de la puberté, « *en tant que gourmandise récemment découverte et qui chatouille agréablement la montée hormonale du moment. A cette époque où s'installe la capacité d'un vrai plaisir sexuel et s'exacerbe le désir de transgression, un grand nombre d'usagers va explorer beaucoup d'illustrations pornos, celles d'éclate sexuelle « ordinaire » mais aussi, plus occasionnellement des perverses ou des antisociales, histoire de savoir de quoi il retourne et de bien défier secrètement les adultes* »[1].

Tous les pedopsychiatres interrogés se rejoignent sur l'importance pour un enfant de résoudre son complexe d'Œdipe avant d'entrer dans une période de latence essentielle à sa construction identitaire et intellectuelle. En quelques mots, l'enfant doit refouler son désir sexuel – un désir sans lien avec celui éprouvé par un adulte – de se marier avec son parent de sexe opposé. Ce refoulement se construit sur l'interdit, l'interdit de l'inceste, véhiculé et incarné par le parent de même sexe. L'interdit est nécessaire s'il vient des parents, et s'il est inscrit dans le quotidien sans être trop présent.

3. Le lien aux parents des 8-12 ans

Les pedopsychiatres mettent en garde contre **« la culture de la complicité »** entre parents et enfants qui tend à se mettre en place de plus en plus souvent au sein des familles. Plus encore la libre exposition de la sexualité des parents aux yeux des enfants peut semer des troubles profonds chez l'enfant et peut perturber sa sortie de l'Oedipe.
La construction psychoaffective de l'enfant peut être remise en cause par ce « brouillage » de la norme et de la loi parentale : « *la norme est floue, les interdits moins clairs »…. La proximité affective, si elle est nécessaire dans certaines limites, ne doit pas aboutir à ce qu'il ait confusion entre l'intimité des parents et l'intimité des enfants. »*

Tous les pédopsychiatres s'accordent pour dire qu'il est primordial que les parents respectent les étapes de la construction psychologique des enfants. L'infraction précoce de la sexualité de l'enfant n'est pas anodine.
L'analyse psychologique invite, plus encore, à inverser le poids de la culpabilité trop traditionnellement porté par les mères. En effet, c'est au père d'incarner cet interdit de l'inceste face aux petites filles trop désireuses de ressembler à leur mère. Depuis toujours le père contribue à l'interdit de l'inceste (Irène TERY, *le démariage).*

[1] Hayez, Jean-Yves, « La confrontation des enfants et des adolescents à la pornographie Paru dans Arch. Pédiatr. 2002 ; 9 : 1183-1188. 2002 Editions scientifiques et médicales Elsevier SAS.

Les enfants « hypersexualisés » dont la période de latence a été perturbée présentent généralement :

- **Des problèmes d'acquisition des savoirs** que les autres selon le professeur BOTBOL; on interdit le développement intellectuel quand les parents n'ont pas ce rôle « calmant » sur l'enfant ; dans 80% des cas l'hypersexualisation conduit à l'échec : l'échec scolaire et le rejet de la société.
- **Des problèmes potentiels d'hyperactivité lié à une excitation permanente** selon le professeur Didier LAURU.
- **Des problèmes de perte d'estime de soi** dès lors que leur apparence est sujette à controverse.

* *

La société n'est pas propice à une résolution apaisée du complexe d'Œdipe. Comme nous l'avons vu précédemment, l'omniprésence de la sexualité et des codes de la pornographie est une « infraction » pour les enfants. « Le sexe dans toute sa vulgarité (...) peut constituer un réel traumatisme ». Avant l'adolescence, un enfant ne peut élaborer et intérioriser ce qu'il voit. L'enfant victime d'abus sexuels développerait des traumatismes proches : difficultés à se concentrer, à apprendre, à aimer et surtout à s'aimer.

B- La prévention des conduites à risque

1. Les pratiques sexuelles des adolescent(e)s

a- L'hypersexualisation de la société est facteur de sexualité « précoce », mais les enfants hypersexualisés ne sont pas des actifs sexuels.

Avant de poursuivre sur le lien entre hypersexualisation et sexualité déviante, il est utile de rappeler trois réalités pour éviter trois écueils.

En premier lieu, l'hypersexualisation des tenues ou des comportements ne correspond que très rarement, du moins pour les plus jeunes, à des pratiques sexuelles très actives. Bien au contraire, selon une recherche américaine[1] « *les jeunes femmes qui ont une forte tendance à définir la féminité principalement par l'image corporelle ont moins tendance à exprimer leurs désirs personnels lors de relations sexuelles.* » Elles participeraient donc à des pratiques sexuelles moins par désir que pour répondre aux demandes des autres et pour être acceptées.

Plus encore, tous les spécialistes insistent sur l'inconscience des enfants que leur apparence ou leur attitude puisse envoyer un signal de disponibilité sexuelle. La volonté d'être « sexy » véhiculée par leurs tenues ou leurs postures répond aux codes de la beauté que la société leur transmet, ni plus ni moins.

Deuxième écueil à prévenir, si les pédophiles peuvent être des collectionneurs d'images de Lolitas, la pratique s'inscrit le plus souvent dans un cercle restreint familial ou de proches.

Troisième écueil, porter un jugement « législatif » quant à la « précocité » de l'acte sexuel est bien subjectif. L'enjeu porte moins sur ce jugement de valeur fort variable selon les contextes sociaux et les époques, que sur les modalités de cet agir sexuel.
La grande ambiguïté de notre société est de valoriser la précocité des petites filles, d'idéaliser et de souligner leur beauté, pour ensuite leur refuser un symbole de cette précocité et de l'objectif de séduction : la sexualité. Il nous est bien impossible dans ce rapport de nous prononcer sur ce jugement qui appartient en réalité aux parents – dans son acception la plus large. Notre interrogation porte sur les modalités de la sexualité et son adéquation avec la psychologie des adolescents. En d'autres termes, l'hypersexualisation ne contribue-t-elle pas à banaliser des pratiques sexuelles déviantes ?

Il est avéré par tous nos interlocuteurs que l'âge de l'agir sexuel a baissé.

[1] Emily A. Impett, Deborah Schooler et Deborah L.Tolman dans Conseil du statut de la femme

Si l'âge du premier rapport n'a pas ou peu évolué, l'agir sexuel commence plus tôt et selon des modalités radicalement libérées. Nombre de nos interlocuteurs s'inquiètent du « désenchantement » de la sexualité des jeunes qui ne s'inscrit plus dans le cadre d'une relation affective. Le « sex friends » - c'est à dire le partenaire sexuel d'une soirée sans engagement -, comme l'image des « skin parties » - la liberté totale de la sexualité au cours d'une soirée – ne sont pas des idées taboues ou rejetées. Ces pratiques ont été clairement banalisées par les instruments de socialisation entre pairs comme nous l'avons vu précédemment (magazines et médias principalement).

Ce qui interroge sur le respect de l'autre puisqu'à la précocité sexuelle – il y a précocité lorsque la maturité psychologique ne correspond pas aux actes - sont associés les troubles suivants : forte hausse de la probabilité d'être victime de violence ou de subir un acte non consenti pour les filles ; et à l'inverse forte hausse de la probabilité d'actes de violences par les garçons.

Les professeurs et infirmières scolaires se plaignent plus souvent des jeux sexuels déviants entre adolescents. Or, les pédophiles et violeurs en série adultes présentent en général un intérêt pour une sexualité déviante dès leur adolescence. S'il serait abusif de considérer que l'hypersexualisation est un facteur de pathologie, il est évident qu'elle banalise un discours et des actes de violence sexuelle. Elle fragilise le principe du consentement mutuel dans la relation sexuelle.
En France[1], Les mineurs sont surreprésentés parmi les mis en cause pour violence sexuelle (25%) et même 37 % lorsque la victime est mineure. Pour autant, le nombre de mineurs mis en cause pour violence sexuelle évolue peu et reste autour d'une moyenne de 3500 à 3800.

Plus encore, l'hypersexualisation de la société véhicule, comme nous l'avons observé précédemment, une norme renforcée de la domination masculine. L'enjeu est de savoir si les jeunes filles ont des relations consenties et exemptes de toute forme de violence.
La précocité des relations sexuelles s'accompagnerait généralement de violence. Selon une étude de l'Institut de la statistique du Québec (un peu datée, 1999), 67 % des filles qui ont eu leur première relation sexuelle à 13 ans ou moins ont connu un épisode de violence dans le cadre de leur relation amoureuse.

La sexualité des adolescents est un sujet difficile pour les parents comme pour les adolescents. **Il est consternant de constater le peu d'études sur le sujet et la culpabilisation systématique des parents**, notamment des parents français. Quant aux adolescentes et aux adolescents, nous ne devons pas plaquer une vision critique sur eux en les accusant de déviance sexuelle. Certains s'offusquent des propos tenus sur Skyrock et du développement de la pornographie comme première source d'information sur la sexualité. Difficile d'invoquer notre propre turpitude lorsque nous savons que notre société ne leur apporte pas les informations dont ils ont besoin. Entre les écueils de la vision biologique de la sexualité et ceux d'un appel à la liberté sexuelle proche de l'inceste, il existe bien d'autres voies, mais tel n'est pas l'objet de ce rapport qui se heurte déjà à de nombreux tabous.

[1] note Repères de l'Obersvatoire nationale de la délinquance et de la réponse pénale.

Parmi ces tabous, nous devons reconnaître que la complaisance de notre société face à l'hypersexualisation a banalisé la pornographie, une pornographie qui peut être un puissant facteur de violences.
« Les professionnels de l'enfance s'inquiètent surtout de la forte progression des cas d'addiction d'enfants à la pornographie et des pressions croissantes sur les jeunes filles pour se conformer aux attitudes et apparences des vidéos pornographiques. Ce qui confirme la banalisation et la pression croissante des codes pornographiques accélérées par Internet. Or, entre 50 et 80 % des agresseurs adultes commencent à l'adolescence. »

L'étude de l'INSERM menée par Marie Choquet en 2004, en partenariat avec l'Observatoire des drogues et de la toxicomanie, sur l'impact de la pornographie souligne que le visionnage d'une scène pornographique à caractère sado-masochiste à un âge trop précoce de 6 ou 7 ans peut entrainer des troubles similaires à ceux qui adviendraient sur un enfant abusé sexuellement, notamment la perte du sentiment d'exister.
La propension au suicide des filles qui regardent assidument des images pornographiques est multipliée par 2. La majorité des filles sont dégoutées par ces images (56%), alors que les garçons ont un accueil positif (54%) croissant avec l'âge.
Enfin, toutes les études mettent en évidence les risques d'une addiction – pathologie reconnue – à la pornographie.
L'enquête de l'INSERM met à jour un lien entre la consommation de pornographie et les conduites à risques : addictions à la drogue, alcoolisme, déprimes, violences sexuelles mais sans pouvoir établir un lien simple de causalité. « *le lien peut être en spirale, à la fois cause et effet ».*

L'enquête conclut à la nécessité de poursuivre les études. Force est de constater que les répercussions éventuelles de la pornographie sur les jeunes ont fait l'objet de peu d'études scientifiques.

La pornographie inscrit très tôt dans l'esprit des adolescents une représentation génitale et irréaliste de la sexualité (*Des déserts 2002)* qui peut les amener à penser qu'ils doivent essayer tout ce qui est représenté dans ces films. Intériorisation de stéréotypes dégradants, violence et logique de performance, la pornographie est à l'évidence une source d'anxiété pour les adolescents et une vision inappropriée de la sexualité.

Plus encore, la prévalence de la pornographie chez les jeunes ne peut que véhiculer et renforcer les stéréotypes sexistes, et une plus grande acceptation ultérieure face à la violence conjugale.

L'hypersexualisation de la société, plus que celle des enfants, est un phénomène de société, porteur de réels enjeux de santé publique. Par l'incitation à des comportements à risque, par le renforcement des stéréotypes, par la banalisation d'une sexualité déviante. La banalisation de la pornographie parmi les jeunes est étrangement ignorée par les pouvoirs publics. Etrange acceptation, alors que nous ne cessons de nous inquiéter de la hausse des violences conjugales.

b- Les pratiques sexuelles des adolescent(e)s via les nouvelles technologies d'information et de communication

L'hypersexualisation dans un contexte dominé par la dictature de l'apparence et la pornographisation de la culture font le lit de pathologies comportementales.
Comme nous l'avons noté précédemment, ce phénomène d'hypersexualisation utilise très largement Internet et les nouvelles technologies d'information et de communication (Internet, webcam, téléphone portable) comme vecteur de diffusion effrénée des messages et images à connotation sexuelle et pornographique.

Or, ces outils sont devenus incontournables et modifient en profondeur les modes d'interaction entre les individus et plus particulièrement chez les jeunes : rappelons les quelques données dont nous disposons :

Pour Internet

- 44 % des 6-8 ans surfent régulièrement sur internet.
- 70 % des 9-11 ans.
- Un enfant sur cinq (13-16 ans) admet faire des choses en ligne que ses parents désapprouveraient.
- 41 % des enfants tiennent un blog pour seulement 18 % des adultes. (Norton-Symantec 2008).
- Il est à noter que 86 % des lycéens ont un compte Facebook et 25 % des 9-12 ans ont un compte Facebook et trichent sur leur âge puisque le site n'est théoriquement ouvert qu'aux plus de 13 ans.

Pour le téléphone mobile

- 19 % pour les 9-10 ans possèdent un téléphone portable.
- 49 % pour les 11-12 ans.
- 78 % pour les 13-14 ans et 95 % à partir de 15 ans.

Ces nouvelles technologies centrées sur l'image, induisent un mode relationnel très narcissique qui favorise une forme de mise en scène de soi. Ces outils créent un mode de relation basée sur une forme d'interactivité instantanée qui donne le sentiment d'une sorte d'ubiquité défiant les lois du temps, voire même un sentiment de toute puissance.

Pour de nombreux jeunes, l'image de soi à travers la mise en scène du corps est devenue centrale dans le mode de communication actuelle.
42% des 12-17 ans craignent d'être filmés ou pris en photo dans une situation embarrassante… mais 43% d'entre eux ont déjà pris en photo ou filmé quelqu'un dans une situation ridicule.

Que font les jeunes sur le net ? Certains adolescents ont développé de nouveaux comportements et codes pour gérer en ligne leur vie amoureuse et relationnelle.
Mais une majorité de jeunes ont souvent recours au réseau pour trouver des réponses aux questions qu'ils n'osent pas poser ailleurs et échanger sur leurs inquiétudes personnelles ou sur leur simple curiosité. Bref, les adolescents sont en demande d'information.

Selon le pédopsychiatre, Jean-Yves Hayez, beaucoup de comportements des adolescents sur internet sont des actes tâtonnants d'affirmation de soi, et d'un soi qu'ils aiment montrer sexué! Ce sont aussi des expressions de la curiosité ou d'une capacité à défier les règles des adultes, ou une recherche de satisfaction érotique récréative (récréative dans les deux sens du terme : moment de pause dans une vie majoritairement remplie par des activités " sérieuses ", l'école, la gestion de la vie familiale et moment de plaisir.

Or, il apparaît que ce qui n'est au départ qu'un « jeu narcissique » pour les enfants et les adolescents peut très vite devenir un piège dont les conséquences peuvent être lourdes sur un plan psychologique.

En effet, **les enfants et adolescents utilisent de plus en plus l'outil internet ou les téléphones portables dans leur exploration sexuelle** sans toujours se soucier des dangers qui les guettent dans ces jeux qui leur paraissent avant tout anodins. Ils exposent leur vie personnelle et sexuelle, **dans une optique « d'entre-soi » et de « partage »** (propos recueillis lors de l'audition avec Pierre Bellanger, le PDG de Skyrock) dans les blogs par exemple, mais ne se doutent pas toujours que ce qu'ils exposent peut être lu par n'importe qui et parfois par des adultes aux intentions sexuelles troubles.

Par ailleurs, les frontières entre leur intimité et ce qu'ils peuvent montrer aux autres- leur extimité- se trouve brouillées à cause des ces outils qui laissent penser à une forme d'intimité (le jeune est seul face à l'outil au moment où il envoie une photo) **ce qui n'est en fait qu'un leurre technologique car ce qui « est montré » peut-être vu par tout à chacun**.

Les associations de protection de l'enfance auditionnées pour ce rapport[1] ont noté une évolution marquante du comportement sexuel des adolescents, comportements fortement influencés par internet mais aussi par l'accès facilité aux images pornographiques. Elles remarquent « une grande facilité » des adolescents à se mettre en scène en photos, souvent quasiment nus, photos envoyées ensuite via les réseaux sociaux et les blogs. L'association E-enfance note que l'on ne peut réellement quantifier le phénomène mais le fait que les pratiques sexuelles adolescentes se manifestent via Internet ou les téléphones portables, **démultiplie l'effet.**

c- Les enfants et les adolescents sont donc exposés régulièrement à des contenus sexuels via Internet

Ils le sont soit volontairement (dans leur exploration sexuelle), soit accidentellement.

- Tous médias confondus, 23% des enfants de 9 à 16 ans sont exposés à des contenus sexuels ou pornographiques au moins une fois par an – Internet étant devenu une source de pornographie aussi fréquente que la télévision, les films ou les vidéos.
- En ce qui concerne uniquement Internet, cette exposition est de 14% pour les 9-16 ans et de 9% pour les 9-10 ans.[2]

[1] Voir en annexe le nom des associations auditionnées
[2] Statistiques éditées sur le site « Internet sans crainte »

Les sources d'exposition non sollicitées des adolescents à des images sexuelles sont variées. Il peut s'agir **de fenêtres « pop-up », de publicités intempestives, de mails, de renvoi à des sites non sollicités, ou de messages postés sur des chats**. Quant à trouver ces images si on les cherche, la démarche est simple : il suffit de demander à *Google images* en tapant les bons mots ! De même, l'accès aux sites pornographiques, bien que théoriquement réservés aux plus de 18 ans est de fait aisée pour tous, quitte à mentir sur son âge.

Côté pornographie, le phénomène touche essentiellement les adolescents :

- 36% des 15-16 ans sont exposés accidentellement à des sites pornos
- 38% des garçons et 2% des filles y vont délibérément.

Outre les images qui circulent sur Internet, les jeunes internautes peuvent également être exposés à des messages d'ordre sexuels sur leurs réseaux de communication personnels :

- 15% des 11-16 ans ont reçu des images ou des messages sexuels dans des échanges peer to peer et 3% disent avoir envoyé ce type de message.
- Près d'un quart déclarent avoir mal vécu cette expérience.

Les sources d'expositions les plus fréquentes sont, dans l'ordre :

- les pop-up (46%)
- Youtube (32%)
- loin derrière les réseaux sociaux ou sites pour adultes (2-3 %)

Cette exposition à des images à caractère sexuel et pornographique a un impact certain sur les enfants et les adolescents.

Ainsi, selon le site « Internet sans crainte »[1]- déclinaison du programme européen « Safer Internet » autour de la prévention des risques à l'usage d'Internet :

- 2 enfants sur 3 en primaire ont déjà été choqués par ce qu'ils ont vu sur Internet et 82,5% des collégiens et lycéens ont vécu une expérience négative sur internet. (Fréquence écoles/Fondation pour l'enfance 2010)
- 82 % des 11-13 ans ont été déjà confrontés à un contenu pornographique. Calysto 2010)

2. L'influence certaine de la pornographie dans l'hypersexualisation des pratiques sexuelles des adolescent(e)s

- **Les garçons plutôt que les filles consomment de la pornographie[2]**

- 80% des garçons et 45% des filles de 14 -18 ans déclarent avoir vu au moins une fois un film X durant l'année.
- Les filles, principalement à la télévision; les garçons, aussi en vidéo et sur Internet.

[1] Internet sans crainte, Programme national de sensibilisation des jeunes aux bons usages de l'internet, Déclinaison du Programme européen SAFER INTERNET

[2] Internet sans crainte, op.cit.

- Ces derniers sont d'ailleurs nettement plus «gros consommateurs » que les filles: près d'1 garçon sur 4 contre 1 fille sur 50 en a vu au moins 10 dans l'année.

  ⇒ Autre différence : les garçons trouvent en majorité ces films amusants, distrayants ou utiles, tandis que la plupart des filles se disent mal à l'aise, voire choquées ou dégoûtées.

Toutefois, au fur et à mesure que l'adolescence avance, pour le grand nombre toujours, cette fréquentation a tendance à baisser.

Seule une minorité d'adolescents se fixe malheureusement sur de la pornographie ordinaire au point d'en devenir dépendant. Et pour une autre minorité, ils peuvent développer un comportement d'addiction sévère à une pornographie perverse.

Les professionnels de l'enfance s'inquiètent surtout de la forte progression des cas d'addiction d'enfants à la pornographie et des pressions croissantes sur les jeunes filles pour se conformer aux attitudes et apparences des vidéos pornographiques. Ce qui confirme la banalisation et la pression croissante des codes pornographiques accélérées par Internet. Or, entre 50 et 80 % des agresseurs adultes commencent à l'adolescence.

a. Le cybersexe : une infiltration de la pornographie

Le terme de "cybersexe" regroupe toutes les activités interactives dont le but est de séduire l'autre par l'échange de fantasmes, histoires sexuelles, photos érotiques via les chats et réseaux sociaux ainsi que par texto.

Pour faire une rencontre, rien de tel que le "chat" (discussion en ligne) via les salons de discussion comme MSN, les réseaux sociaux tels que Facebook et Netlog mais aussi les jeux en ligne. Permettant des conversations privées, cet outil de communication, outre ses autres fonctions, est l'un des favoris pour « draguer » des amis que l'on connait par ailleurs, mais aussi, ce qui reste tout de même moins fréquent, rencontrer des inconnus.

Depuis quelques temps fleurissent aussi **les « *chatroulettes »*.** Le nom évoque les hasards du casino : on y est mis en contact par *webcam* avec un interlocuteur aléatoire. Cela plaît donc aux exigences de rapidité et d'inattendu d'un certain nombre d'adolescents.

Dans tous ces lieux, souvent, on ne montre pas son visage d'emblée, mais bien le reste du corps, habillé, nu ou dévoilant progressivement ses charmes les plus intimes. Quant au visage, c'est plus inconstant : le jeune ne le dévoile que lorsqu'il croit pouvoir avoir confiance en l'autre ou parce que cela ajoute un piment d'excitation supplémentaire.
Tel jeune peut aussi éditer, exposer ou diffuser des images ou des clips vidéos érotiques de soi, avec ou sans visage, avec ou sans partenaire(s). Il peut aussi les exposer sur un blog, habituellement sans que sa vraie identité soit détectable.
Pour les plus « perturbés » de ces jeunes, il peut même s'agir de pratiques sexuelles tout à fait perverses.

Ces derniers aspects du cybersexe dépassent le strict champ d'Internet : grâce aux webcams, ainsi qu'aux portables, les photos ou vidéos amateurs pornos peuvent circuler dans des cercles de copains plus ou moins contrôlés, et non sans risque de perte de contrôle.

b. le "sexting"

Le terme sexting vient d'une contraction entre les mots sexe et *texting*. Cet acte consiste à envoyer de manière électronique des images sexuellement explicites. Ce terme est communément employé pour décrire la création et la transmission d'images sexuelles par des mineurs. Cette pratique tend à se développer très fortement chez les adolescents, filles et garçons.

c. l'exhibitionnisme ou comment faire un strip-tease devant sa webcam

Ces **pratiques peuvent se passer dans une messagerie privée ou dans un site de sexe: le contrôle exercé par les modérateurs sur l'âge réel des participants est souvent fort approximatif et aléatoire.**

d. Les photos –dédicaces « corporelles » ou dédipix

Relativement nouveau, le phénomène des photos-dédicaces, ou *dedipix* est spécifique à l'univers des bloggeurs, typiquement sur Skyblog qui reste la plateforme de blog la plus utilisée par les adolescents. Le principe ? *« Si tu commentes sur mon blog, je te laisse publier une photo d'une partie de mon corps tatoué avec le nom de ton blog».* C'est ainsi que certains garçons se retrouvent avec un blog dont le contenu regorge de photos de jeunes filles à demi-nues avec le nom de leur blog écrit au feutre sur les mains, le décolleté, les cuisses ou les fesses. Objectif ? Pour les filles, c'est la popularité, puisque la leur se mesure au nombre de commentaires postés sur leur blog. Or, en général, une photo osée est monnayée contre beaucoup de « comm'z » (une cuisse peut valoir 100 commentaires). Sur certains blogs, les dédicaces photos rapportent simplement des points virtuels. Ailleurs encore, les corps des demoiselles sont notés sur vingt, parfois cruellement critiqués. Plus rarement, un garçon se prête au jeu et se tatoue le torse pour une bloggeuse.

3. Les conséquences psychologiques de cette exposition des enfants et adolescent(es) aux images à caractère sexuel et pornographique

- **Les représentations de l'autre et de la sexualité véhiculés dans la pornographie**

Tous les professionnels éducatifs et de la santé auditionnés pour ce rapport convergent sur l'analyse des conséquences liées à l'exposition des enfants et adolescent(es) à des contenus à caractère sexuel et pornographique.

Tout d'abord, ces contenus ont un impact dans les représentations qu'ils véhiculent de la sexualité, et des rapports entre les femmes et les hommes centrés sur la violence et le rapport de domination entre les sexes. **Ces contenus donnent une image déformée de la sexualité**

Ces contenus induisent systématiquement une séparation drastique entre sexe et sentiment ce qui sous-entend une approche « problématique » de la sexualité dans laquelle l'affect est séparé de l'acte sexuel en lui-même. **Ils véhiculent une image dégradante de la femme comme objet sexuel.**

Cette image est associée à celle du mâle dominant dans la plupart de ces films pornographiques. Ce qui va à l'encore des comportements égalitaires et respectueux dans les couples, et la vie en générale. **Ils induisent une confusion grave entre sexe et violence.**

La systématisation du rapport de domination et de violence entre les sexes dans les films pornographiques induit une représentation du rapport entre les sexes basée sur le rapport de force et la brutalité.

- **Ces contenus ont des impacts sur les pratiques sexuelles et peuvent générer des addictions**

Les messages pornographiques véhiculent des modèles sexuels qui privilégient le culte de la performance, notamment : la multiplication du nombre de partenaires, la variété des pratiques comme les pratiques sexuelles de groupe, ou à caractère sado-masochiste, ou exhibitionniste.

Bien que peu d'études approfondies aient été menées sur le phénomène, la consommation de matériel pornographique peut s'avérer addictive, avec des phénomènes d'escalade, les jeunes (en particulier les garçons essentiellement) développant des besoins toujours plus impératifs et crus, avec les conséquences que l'on imagine. On se retrouve dans ces cas dans des problèmes proches de l'addiction.

- **Les conséquences sur la construction psychoaffectives des enfants et adolescents**

Selon le Professeur Philippe Jeammet auditionné pour ce rapport, la curiosité sexuelle existe dès le plus jeune âge. Mais il y a toujours un écart entre ce qui va être vu, ce qui est imaginé et ce qui est recherché. L'excitation provoquée par l'exposition à des images pornographiques a un effet traumatique. **Il se produit une sorte « d'effraction psychique » car ce qui est pathogène chez les enfants « c'est le trop haut niveau d'excitations sexuelles ».** En effet, l'enfant ou l'adolescent n'est pas préparé à voir et comprendre ces images sexuelles. Une surexposition « *est une forme d'effraction, d'abus, de sidération*».

L'adolescent se trouve dans une situation de « débordement psychique » en voyant ses images. Le professeur Jean-Yves Haye[1] note que **l'effet traumatique se manifeste par une angoisse soudaine, intense et durable, peur d'une possible agression contre eux** : « *jusqu'à la peur que leurs propres parents et leur entourage deviennent monstrueux eux aussi… en même temps que l'effroi, il peut s'installer un doute profond sur les intentions, les capacités protectrices et les valeurs véhiculées par ces adultes, tellement, à même de devenir des animaux sauvages quand ils sont nus ».*

Le professeur Jeammet explique l'importance du respect de la temporalité chez l'enfant mais aussi de la limite des choses : certaines peuvent être « vues » et pas d'autres en fonction des âges.

Ces images pornographiques créent une tentation très forte chez les adolescents qui vont chercher ce genre de sensations car durant cette période de leur vie, cette recherche de sensation est importante : « *Cette quête de sensation est liée à une sorte d'insécurité émotionnelle, de carence affective (liée à l'adolescence). Plus la difficulté et le malaise est fort et plus il y a quête de sensation, et d'excitation sexuelle ».*

Il indique que cette surexposition sexuelle engendre des formes d'addiction. Dans ces cas, l'excitation n'est pas choisie mais subie. L'enfant pense retrouver une sorte de pouvoir en croyant qu'il maîtrise : « *Or le piège est que l'enfant est captif de l'image* ».

L'image de la sexualité qui est véhiculée à travers la pornographie ôte toute rêverie à l'adolescent et nie l'idéalisation de l'autre, nécessaire dans toute rencontre amoureuse. Les attentes affectives ne sont pas satisfaites, alors les jeunes se sentent traumatisés. Le professeur Jeammet ajoute que « *le traumatisme entraîne une dévalorisation de l'image : soit sous forme de dépression soit sous forme d'une contre-réaction à travers une fuite en avant dans la recherche de sensations, dans la provocation qui va donner le sentiment à l'enfant le sentiment de redevenir acteur* ».

Le professeur Jean-Yves Haye[2] souligne que l'on voit alors s'installer chez l'enfant un syndrome de stress post-traumatique *caractérisé par l'exacerbation d'angoisses variées et par des conduites d'évitement.* Les effets sur la sexualité et plus largement sur le corps sexué de l'enfant sont le plus souvent marqués par la peur (par exemple, pudeurs nouvelles et excessives); plus rarement, il y a une " ***reviviscence sexuelle traumatique*** ". Elle se produit souvent exclusivement dans l'imagination de l'enfant : *« parfois néanmoins, pour se libérer de sa charge émotionnelle et pour dominer à nouveau la vie, l'enfant en brutalise un autre, souvent un plus petit, un peu comme lui s'est senti brutalisé par l'image; il peut encore y avoir des vérifications anxieuses de son intégrité sexuelle à lui (par exemple masturbations ostensibles et compulsives), invitation à une amplification d'expériences érotiques et perversion pour d'autres ».*

[1] Hayez, Jean-Yves, « La confrontation des enfants et des adolescents à la pornographie Paru dans Arch. Pédiatr. 2002 ; 9 : 1183-1188. 2002 Editions scientifiques et médicales Elsevier SAS.
[2] Hayez, op.cit

Pour une autre minorité d'enfants, souvent plus âgés et déjà plus intéressés par les plaisirs de la consommation, c'est l'inverse qui se produit ; les pratiques vues sur image constituent des invitations à ce que leur propre quête d'expériences et de sensations érotiques s'amplifie secrètement ou ostensiblement : « ***Cette amplification s'accompagne souvent de « prosélytisme » : ils entraînent d'autres enfants dans l'aventure de " l'éclate sexuelle ", qui prend parfois des formes très adultes (il ne s'agit plus seulement de se toucher, ni de jouer au docteur, mais de ré-expérimenter ce qu'on a vu à l'écran***). *S'ils trouvent souvent des partenaires consentants et de leur tranche d'âge, il peut néanmoins arriver qu'ils abusent des autres, et même des plus petits, surtout si l'ensemble de leur éducation ne les imprègne pas beaucoup de la valeur " sociabilité* ". »

Aujourd'hui cohabitent chez le même jeune des questions traditionnelles de puberté, des questions de sentiments, et un imaginaire pornographique véhiculé par cette hypersexualisation de la société dans son ensemble.

La pornographie inscrit très tôt dans l'esprit des adolescents une représentation génitale et irréaliste de la sexualité (Des déserts 2002) qui peut les amener à penser qu'ils doivent essayer tout ce qui est représenté dans ces films. Intériorisation de stéréotypes dégradants, violence, logique de performance….la pornographie est à l'évidence une source d'anxiété pour les adolescents et une vision inappropriée de la sexualité.
Plus encore, la prévalence de la pornographie chez les jeunes ne peut que véhiculer et renforcer les stéréotypes sexistes, et une plus grande acceptation ultérieure face à la violence conjugale.

- **Ne pas ignorer le lien entre l'exploitation du sexe et les lolitas**

> *« La pornographie n'est qu'un aspect d'un problème plus large sur lequel elle agit, celui d'une société où une représentation sexualisée des jeunes filles et femmes sert de plus en plus à vendre tout et n'importe quoi, des parfums aux vêtements. Nous sommes bombardés par des images de jeunes femmes sexualisées... Et sexualisées de plus en plus jeunes. »*[1]

Le sociologue québécois, Richard Poulin, indique que des études américaines et canadiennes ont montré le rajeunissement général de l'industrie du sexe ; la pornographie exploiterait également, en dehors de la pornographie infantile et donc criminelle, des personnes de plus en plus jeunes.

Bien que la pédopornographie soit condamnée de manière unanime, la quantité importante de pornographie infantile sur Internet montre bien l'attrait permanent de l'utilisation sexuelle d'enfants par des hommes adultes.

[1] Poulin, Richard, "Apparence, hypersexualisation et pornographie". (2009)

L'industrie de la pornographie exploite le fantasme de la Lolita. Le sociologue Richard Poulin souligne : *« en tapant « Lolita porn », nous avons obtenu 1 850 000 résultats. Pour « teen porn », le nombre d'entrées s'élève à 12 700 000. Pour « preteen porn », c'est-à-dire des fillettes âgées de moins de treize ans, nous obtenons 1 500 000 entrées. Cela donne une idée de l'importance de la pornographie usant et abusant d'enfants ou de pseudo-enfants dans le cas des adolescentes (teenagers), qui peuvent être tout aussi bien âgées de dix-huit ou de dix-neuf ans que de treize à dix-sept ans* ». [1]

La pornographie utilise la mise en scène de la sensualité d'adolescentes et de pseudo adolescentes, celles-ci présentées comme « tentatrices », « séductrices » et « corruptrices ».

On constate de manière générale une banalisation des industries du sexe à l'échelle mondiale. Par exemple, dans les pays de l'Est, où la prostitution, la pornographie et la traite à des fins d'exploitation sexuelle ont explosé aux cours des années quatre-vingt-dix : *« des sondages ont révélé que près d'un sixième des élèves ukrainiennes percevaient la prostitution de façon positive, croyant que celle-ci n'était que luxe et plaisir à l'Ouest, et que le quart des filles de Moscou, élèves au secondaire, envisageaient de se prostituer. Lorsque la prostitution et la pornographie apparaissent comme un métier comme un autre, elles deviennent des voies d'« avenir »… pour les jeunes femmes* ».

4. Les autres formes de conduites à risque liés à cette hypersexualisation : dépression, suicide et anorexie

- **Les conséquences les plus graves constatées chez les jeunes filles**

Cette survalorisation de l'apparence et de la séduction véhiculée par cette hypersexualisation comme mode de rapport à l'autre comporte des risques pour la santé physique des jeunes filles dont les troubles alimentaires, l'utilisation récurrente de régimes amaigrissants dès le plus jeune âge, la consommation de drogue et d'alcool, le tabagisme, le recours aux chirurgies esthétiques, les relations sexuelles précoces à risque, les troubles d'ordre sexuel, incluant la perte du désir, ainsi que le cortège de problèmes liés à la contraception, aux infections transmises sexuellement et aux interruptions de grossesse.

En misant sur le paraître, les jeunes filles deviennent dépendantes de l'appréciation des autres et, par le fait même, fort vulnérables. De plus, l'imposition de standards irréalistes par les industries de la beauté, de la publicité et des médias risque d'entraîner pour beaucoup d'entre elles une insatisfaction face à leur apparence ainsi qu'une baisse de leur estime de soi. **De telles conséquences peuvent être à l'origine d'autres effets négatifs dont la hausse du sentiment de honte et de l'anxiété, la diminution de l'acuité mentale, la dépression.** Cette perte d'estime de soi a parfois des effets dévastateurs.

La recherche de Pierrette et Natasha Bouchard au Québec en démontre quelques aspects : *« Une recherche menée auprès de 530 jeunes des deux sexes fait ressortir qu'une préoccupation centrale pour l'apparence peut menacer la santé mentale. Dans cette étude,*

[1] Op.cit., p 14

les femmes montraient des résultats plus élevés que les hommes à ce que les chercheuses et les chercheurs ont appelé « l'auto-objectivation », c'est-à-dire la tendance à évaluer son apparence de l'extérieur, soit l'attraction physique, le sex-appeal, les mensurations et le poids. *Ces composantes sont apparues plus importantes, pour définir son identité, que la santé, l'énergie, la coordination ou la force physique. Cette préoccupation pour l'apparence était à l'origine d'effets négatifs dont la diminution de l'acuité mentale, la hausse du sentiment de honte et de l'anxiété, la dépression, la dysfonction sexuelle et les troubles alimentaires… »*[1]

Alors que l'hypersexualisation de la société incite les filles à devenir de petites femmes sexy, les femmes adultes sont invitées à demeurer éternellement jeunes et sexy. **Même au chapitre de l'alimentation, l'écart se creuse.** Selon une enquête internationale (Observatoire Sodexho de la qualité de vie au quotidien), les types d'aliments consommés sont de plus en plus différents selon les sexes. **Et cette sexualisation alimentaire est de plus en plus précoce et nettement plus marquée chez les 15-17 ans**. Selon cette enquête, « les filles consomment deux fois plus de fruits, de légumes et de laitages que les garçons; tandis que ceux-ci mangent trois fois plus de viande et de féculents et cinq fois plus de produits cuisinés. » **C'est dans ce scénario d'exacerbation des différences que s'inscrit la sexualisation précoce des filles.**

Selon l'étude américaine menée par l'association de psychologie[2], **la surveillance constante de l'apparence mène à des sentiments de honte**. Ces sentiments sont issus de la perception que la personne n'a pas réussi à cadrer dans les normes culturelles de conduite. Peu de jeunes filles correspondent à la norme culturelle dominante d'une apparence mince et sexy. Il n'est donc guère surprenant que des sentiments d'infériorité et de honte soient répandus. **Des études ont aussi montré que l'exposition à des modèles idéalisés d'attirance dans les médias, comme dans les magazines de mode, mène à une insatisfaction par rapport au corps chez les jeunes filles.**

Cette insatisfaction mène les jeunes filles vers des chirurgies plastiques, comme la pose d'implants mammaires et la liposuccion pour retirer le gras dans les hanches, le ventre et les cuisses. Elle contribue aussi à la prospérité de l'industrie des cosmétiques et des produits de beauté. Aux États-Unis, les filles âgées de 12 à 19 ans dépensent huit milliards de dollars sur ces produits et services.

L'A.P.A citée plus haut, a mis en évidence trois types de problèmes de santé mentale rattachés à la sexualisation chez les jeunes filles :

- **les troubles alimentaires,**
- **la faible estime de soi,**
- **la dépression.**

L'incidence de l'anorexie nerveuse chez les filles âgées de 10 à 19 ans au cours des 50 dernières années a entraîné des changements dans le domaine de la mode, où l'idéal de la minceur a précédé le nombre le plus élevé de nouveaux cas d'anorexie nerveuse jamais répertoriés. Quelques études ont démontré le lien entre l'exposition à des modèles idéalisés de femmes dans les médias et la dépression et une estime de soi réduite.

---

[1] Bouchard, Pierrette et Natasha Bouchard, La sexualisation précoce des filles peut accroître leur vulnérabilité, mise en ligne sur Sisyphe, le 22 février 2004, *(6, p. 48)*

[2] American psychological association (APA) Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls, 2007

Selon cette même étude, la sexualisation touche aussi les garçons et les hommes :

- **Elle mène à une diminution de l'attirance pour leur partenaire.**
- **Elle met en péril la capacité d'être empathique avec leur partenaire féminin.**
- **Elle interfère sur leur capacité à conserver une relation.**

En France, le professeur Xavier POMMERAU, psychiatre, spécialiste de l'adolescence, est très préoccupé par l'apparition de conduites à risque précoces. Alors que la moyenne d'âge de ses patients était de 17 ans il y a 10 ans, elle est aujourd'hui de 14-15 ans. Il accueille dorénavant des jeunes filles en coma éthylique ou lourdement auto-mutilées qui sont en conduite de rupture. Des enfants de 12/13 ans s'exposent dans des postures et des tenues proches de la pornographie et « jouent des jeux dangereux ». Ce sont généralement des jeunes filles en forte souffrance identitaire qui portent l'illusion qu'elles seront aimées grâce à un « abus de séduction ». Souvent, ces jeunes filles qui se mettent en scène, en quête de séduction mais pas nécessairement de sexualité, ont été des lolitas complices de leurs mères.

Le paradoxe de ces conduites extrêmes est qu'elles ne se forment pas nécessairement sur une situation de rupture avec les parents. Ces conduites peuvent toucher toutes les classes sociales, toutes les familles. Beaucoup de parents ignorent totalement le comportement de leurs enfants, certains n'ont en réalité pas conscience du risque. « *On a l'impression que ces jeunes ont besoin d'un cadre. Ils réagissent plutôt bien à la prise en charge éducative ».*

Le Professeur POMMERAU considère que ces pathologies sont l'expression d'un problème de société : le manque de connaissances des parents, la démission du « village social » qui devrait collectivement prendre en charge ses enfants et dans une civilisation numérique nouvelle se repositionner quant aux images « tolérables ». Ces enfants ne sont pas en quête de transgression mais de normes.

- **La pathologie la plus évidente face à la dictature de l'apparence est l'anorexie.**

Le taux de jeunes filles – 13 à 17 ans – « maigres » augmente très fortement : 12,2 % en 1999, 14,9 % en 2006. Le Dr Marie-France Le Heuze, psychiatre pour enfants à l'hôpital Robert-Debré, service référent pour la région Ile de France (2003, L'enfant anorexique) constate une forte augmentation des cas d'anorexie pré-pubère. 37 % des fillettes de 11 ans sont déjà à la diète.
Il y aurait en France 70 000 adolescents et adolescentes atteints d'anorexie mentale.
Au Royaume Uni, 5 % des cas d'anorexie concernent des enfants de 5 à 7 ans. Un constat identique au Canada et en Australie. Les spécialistes concluent à un problème de société qui n'est en rien biologique. Certes, l'anorexie est une maladie qui peut apparaître à tout âge, y compris dès l'enfance. Pour autant, les facteurs déclenchant sont sociétaux.

L'anorexie est une maladie des temps modernes dont la prévalence ne cesse de croître dans les pays occidentaux et plus largement à travers le monde. Dans son étude « Anorexie mentale de l'enfant et de l'adolescent », Marie France Le Heuzey, souligne en premier lieu l'étrange propagation de cette maladie. « *Il s'agissait originellement d'une maladie réservée aux jeunes filles de bonne famille, de race blanche et de milieux aisés, vivant en milieu citadin dans les pays industrialisés ».* Aujourd'hui la plupart des continents et des milieux sociaux sont touchés. Quant aux facteurs, il n'existe pas de lien

causal unique. Les facteurs génétiques n'ont pu être clairement identifiés. Par contre les facteurs psychologiques ont une importance capitale. Ils s'inscrivent dans l'histoire individuelle de chaque personne, en résonnance avec ses relations intra-familiales. On a pu démontrer le rôle de certains traumatismes de l'enfance. Mais il n'existe pas de « profil type ». Le deuxième facteur mis en évidence est l'idéal de la minceur et de la performance, la quête de perfection, qui ne trouve plus de contre-pouvoir au sein de cercles familiaux déstructurés. La désintégration des habitudes alimentaires « familiales traditionnelles » associée à l'espoir de ressembler à un mannequin longiligne contribue à la prévalence de l'anorexie comme de la boulimie.

A cet égard, on ne peut que soutenir les propositions présentées par la députée Valérie BOYER. Loin d'être corrigée, les égéries de grandes marques et mannequins ne cessent d'afficher des corps plus maigres et paradoxalement asexués. Paradoxalement car ces symboles de l'hypersexualisation ont renoncé au contraire à en assumer les attributs.

Au-delà de la maigreur, l'hypersexualisation de la société repose sur la valorisation d'un corps parfait « sublimé » selon l'expression des spécialistes du luxe. A cet égard, nous ne pouvons que constater avec inquiétude le recours croissant à la chirurgie esthétique aux Etats Unis.
L'American Society for Esthetic Plastic Surgery, estime à 220 000 personnes de moins de 18 ans qui auraient eu recours à la chirurgie plastique, soit une augmentation de plus de 52 % depuis 5 ans. Les jeunes filles optent pour les implants mammaires et le Botox. Nous n'avons qu'une faible visibilité sur la situation en France. La mission d'information sénatoriale sur les interventions à visée esthétique devrait nous éclairer.

5. Le cyber harcèlement et le harcèlement sexuel : autre forme de conduites à risques dans l'hypersexualisation

Sur les dangers, 16% des adolescents ont déjà été harcelés sur leur mobile. 14% ont déjà reçu des messages à caractères sexuels de camarades, 10% de la part d'inconnus. (SOFRES/UNAF/Action Innocence 2009)

La surexposition des jeunes à des contenus pornographiques peut être vécue comme une « effraction psychique » sur un plan psychologique. De plus**, les représentations véhiculées dans la pornographie autour de la violence du rapport à l'autre et de la domination sur les femmes** en particulier, induit une forme de légitimation de la violence entre pairs.

Ces mécanismes sont à l'œuvre dans le cyberharcèlement, le harcèlement sexuel entre adolescents et toutes les pratiques déviantes. Comme le remarquait le Professeur Jeammet, **un enfant surexposé à des contenus sexuels de manière répétée et précoce, subit cette situation comme un traumatisme.**

Il s'agit ensuite pour l'adolescent de renverser ce qu'il a subit en le suscitant chez les autres. Le moteur est l'émotion qui a été vécue : *« Comment je fais, soit je déprime, soit je ne fais rien, ou je deviens l'acteur et je renverse »*. **Ce sont des grands émotionnels qui sont dans ce cas et que l'on retrouve dans les pratiques sexuelles déviantes. Ils s'anesthésient et s'enferment dans le cynisme pour se protéger de la souffrance**.

Nouveau mode de harcèlement né des nouvelles technologies, le cyber-harcèlement fait de plus en plus parler de lui. Ce phénomène, qui n'est autre qu'une forme d'agression se concrétise par la réception répétée de messages par SMS ou sur le Net (MSN, e-mail, réseaux sociaux.)
Dans les cas de harcèlement en ligne, un enfant reçoit ainsi un cumul de messages anonymes provenant de différentes sources, sur ses différents médias, typiquement son téléphone mobile, sa messagerie internet, son blog...

Ces messages tournent généralement autour de la menace, de l'intimidation, des insultes ou du chantage et sont parfois accompagnés de mesures d'ostracisme à l'école ou autres lieux de socialisation. Parfois, les auteurs de ces messages demandent de l'argent pour que cesse la situation, exigent une rencontre ou la communication d'informations privées.

harcèlement sexuel sur Internet peut être classé en 5 grandes catégories [1]:

- **Le harcèlement sexiste : il se manifeste soit sous** (images, photos).
- **Le harcèlement sexuel verbal** se réfère à une offensive lancée par un harceleur qui se manifeste (sans y avoir été invité) par l'envoi de messages sexuels visant une victime. Ces messages contiennent des insultes, menaces de viol, des remarques sexuelles malvenues. Le harcèlement verbal peut être passif ou actif selon que le harceleur vise une victime spécifique ou cible les récepteurs potentiels.

- **Le harcèlement sexuel graphique** se réfère à l'envoi intentionnel par un harceleur de messages érotiques, obscènes, ou d'images pornographiques, d'enregistrements numériques à une victime spécifique ou potentielle. Le harcèlement graphique se produit souvent par e-mail, messagerie instantanée, redirigé / liaison automatique, et les pop-ups.

- Le harcèlement par « **attentions sexuelles non sollicitées** ». Cette forme de harcèlement se produit quand un harceleur utilise une communication directe personnelle pour harceler la victime. En outre, le harceleur utilise la communication personnelle pour transmettre des messages directement liés au sexe et/ou la sexualité, qui ne sont pas désirés ou mal accueillis par la victime.

- **La coercition sexuelle** : La coercition sexuelle est la forme la moins courante de harcèlement sexuel rencontré sur Internet. La contrainte sexuelle en ligne utilise différents moyens pour obtenir la coopération sexuelle en faisant pression sur la

[1] Barrios, Lucy et Sosa, Katrina, chercheuses en éducation à l' **Université de Caroline du Nord School of Law** . Elles ont créée un site sur le cyber harcèlement : http://www.unc.edu/courses/2010spring/law/357c/001/internetharassment/internet-harassment.html

victime. Cette pression est souvent atteinte par l'utilisation de menaces explicites dirigées vers la victime ou ses proches et amis.

Il arrive que les adolescents soient parfois trompés par leurs cyberpartenaires : tel adolescent qui se montre nu ou se masturbe via sa webcam ne devine pas nécessairement que son image ou ses exploits pourront être diffusés sur toute la toile. Ce risque est encore plus commun et plus dramatique pour les filles. On parle parfois de leur « image volée » qui fait les choux gras d'une cour de récréation au lycée ou circule au vent de la toile. C'est parfois tout simplement l'ex-petit copain, furieux d'avoir ramassé un râteau, qui se venge en l'humiliant, histoire de lui faire bien regretter son ingénuité érotique des beaux jours.

* *

L'hypersexualisation des codes sociaux créé un contexte favorable aux conduites à risque que ce soit le harcèlement sexuel, la quête anorexique d'une perfection physique, la reproduction des codes les plus violents e la pornographie.

Au delà, elle constitue une vraie forme de régression du principe d'égalité entre les sexes et d'image de la féminité.

C- L'enjeu collectif de l'hypersexualisation : le respect de la dignité de la personne humaine et de l'égalité entre les sexes.

1- L'hypersexualisation renforce les stéréotypes sexistes

Notre analyse du phénomène de l'hypersexualisation des filles de 8-12 ans nous amène à quelques constats assez frappants sur la prégnance de stéréotypes sexistes dans les codes et messages qui sous-tendent ce phénomène.

Les codes de cette hypersexualisation valorisent au moins 3 aspects :

- **l'apparence : être belle, maquillée, bien coiffée, habillée à la mode, être mince…**
- **des attitudes : être « sexy »,**
- **être célèbre, devenir une star.**

A travers le phénomène de l'hypersexualisation, les stéréotypes se trouvent renforcés car cette « sexualisation » de la petite fille l'enferme davantage comme « objet sexuel ». Au final, elle est présentée comme une femme miniature, dont l'importance et la valeur se juge à leur apparence.
On leur apprend l'importance d'être belle, de plaire : en somme, on leur apprend à se définir et se valoriser par le biais de leur apparence physique à travers le regard des autres.

- **Tous les professionnels interrogés lors de cette mission parlementaire mettent en avant la prégnance de clivages sexistes dans cette hypersexualisation.**

Bien qu'aucune étude n'ait mesuré l'impact de ces images hypersexualisées sur les adolescents, filles et garçons, beaucoup de ces professionnels s'alarment face à cette diffusion effrénée et y voient la cause de violences dans les comportements entre filles et garçons, violences verbales et physiques qui se manifestent très souvent par des formes de pressions entre pairs notamment dans les cas de harcèlement moral ou sexuel.

L'étude[1] réalisée par l'Institut des Sciences humaines et sociales cite une étude australienne, réalisée en 2005, qui analyse les incidences sur les jeunes filles de cette exposition à des modèles féminins véhiculés dans la presse, la TV et les médias. Ainsi, les adolescentes qui regardent les publicités mettant en scène des mannequins très minces, perdraient confiance en elles et deviendraient de plus en plus insatisfaites de leur corps.

L'influence de ces modèles stéréotypés et sexistes est une question fondamentale qui nous interpelle sur la responsabilité des parents et plus largement de la société sur les incidences dans la construction de l'identité sexuée en particulier celle des filles.

Ce rapport belge indique à cet égard plusieurs points très intéressants :

- **les préadolescentes et adolescentes sont les plus exposées à ces messages puisque ce sont elles qui regardent le plus souvent ces programmes**.
- **Par ailleurs, sociologiquement le profil de ces adolescentes se révèle déterminé** : **ce sont les filles dont les parents sont peu diplômés et dont la mère ne travaille pas qui sont les plus réceptives à ces stéréotypes médiatiques**. La question se poserait alors d'une forme de transmission des stéréotypes chez les filles par imitation du vécu maternel ?
- **L'autre point capital concerne la prise de conscience ou pas des jeunes face à ces images stéréotypées. Les perçoivent-ils comme « naturels » ou ont-ils conscience de leur caractère stéréotypés ?** Cette question loin d'être anodine interroge sur la prise de distance critique ou pas des jeunes face à ces messages et face au passage à l'acte visant à reproduire les attitudes et comportements vus dans les images…

Entre 8 et 13 ans, les filles construisent leur identité, leur valeur personnelle, leurs intérêts et le message que leur renvoient la télé, la publicité, les magazines est qu'elles se doivent d'être belles, séduisantes et sexy. Message qui mène à leur sexualisation précoce. À peine sorties de l'enfance, elles sont précipitées dans un monde d'adulte, sans même avoir eu le temps d'explorer leur propre désir. Les garçons du même âge sont encore à l'abri de cette sollicitation médiatique. Alors que les petites filles ressemblent de plus en plus à des femmes sexuées, eux, peuvent encore se comporter comme des enfants.

- **L'hypersexualisation bloque les évolutions sociales en faveur des femmes.**

Les magazines, les clips vidéo et les films pour préadolescents(es) et adolescents(es) diffusent à profusion une vision stéréotypée de la fille et de la femme en général.

Or, les médias, avec le concours d'autres institutions sociales, sont des agents de socialisation qui contribuent à l'intériorisation de normes de conduite, à la construction de l'identité et à l'élaboration de références communes. Nous pouvons ajouter que, les médias sont, après le groupe des pairs, l'un des principaux agents de socialisation des adolescentes et adolescents.

[1] **Rapport final** Recherche commanditée par la **Direction de l'Égalité des Chances** du **Ministère de la Communauté française Promoteur :** op.cit, p 63, 2006

Ce rôle central des médias dans la vie des préadolescents (es) est un facteur important dans la compréhension du phénomène de l'hypersexualisation. En effet, les jeunes de 8-12 ans qui consacrent un temps important à ces supports, sont donc exposés voire « surexposés » quotidiennement et de manière répétée à ces messages et codes autour de la féminité et de la sexualité.

La plupart des féministes s'entendent pour dire que l'image des femmes dans les médias a beaucoup évolué depuis une trentaine d'années. Que ce soit comme journalistes à la télévision ou dans les journaux, comme auteures de téléséries ou animatrices, les femmes sont de plus en plus nombreuses et influentes.

Malgré les progrès observés, des recherches récentes montrent que les femmes et les filles sont encore sous-représentées dans les médias : la population féminine représente 49 % de l'humanité, et pourtant les personnages féminins des émissions pour enfants ne représentent que 32 % des protagonistes. Ainsi, une vaste recherche effectuée en 2008 par la docteure Maya Götz de l'« International Central Institute for Youth and Educational Television »[1] montre que les programmes comportant des personnages masculins sont plus nombreux que les autres.
De plus, elle souligne que les médias véhiculent encore trop souvent une image stéréotypée des femmes.
Elle met en évidence un certain nombre de stéréotypes sexuels qui se retrouvent tout autour du monde :

- **En général, les filles et les femmes sont animées par un intérêt amoureux, apparaissent comme dépendantes des garçons,**
- **et sont stéréotypées selon leur couleur de cheveux –les blondes tombent dans les deux catégories: « gentille et douce » ou « peau de vache » ; Les rousses, sont d'une beauté conventionnelle, plus minces que la moyenne des femmes, et sexualisées**.

Une constatation que fait également le Conseil du statut de la femme du Québec, dans son rapport[2] : « *Encore aujourd'hui, la télévision diffuse plusieurs émissions qui reproduisent des stéréotypes sexuels. C'est le cas, entre autres, des émissions de téléréalité dont l'immense popularité illustre, aux yeux du Conseil, la prégnance des stéréotypes. De la même façon, la publicité destinée aux filles les confine dans les rôles féminins au cœur de la dynamique des rapports entre les femmes et les hommes. Charmer, plaire, séduire : voilà à quoi se résume le rôle des filles dans la publicité ».*

[1] Etude citée par le Réseau canadien réseau éducation média
[2] Op.cit. p.39

2- L'analyse et la critique de l'hypersexualisation véhiculent paradoxalement des stéréotypes

- **La vision diabolisée des adolescentes**

Caroline Caron[1], a analysé la couverture médiatique de la sexualisation précoce des jeunes filles et de l'hypersexualisation[2]. Elle constate que les adultes à travers les discours médiatiques ont tendance à diaboliser les adolescentes.

Elles sont essentiellement représentées à travers deux figures dichotomiques : **d'un côté l'adolescente délurée et aguicheuses, de l'autre une victime** : « *désignées comme des victimes ou comme une source de provocation mal intentionnée, les adolescentes ont du mal à se faire entendre : les adultes s'expriment à leur place et à leur nom* »[3]. La presse féminine semble occulter d'après elle le débat sur l'hypersexualisation et ne cède pas plus la parole aux adolescentes sur le sujet. La diversité de leurs expériences est très rarement prise en compte. On les présente comme un bloc monolithique clivé et sans aucune autonomie de penser.
La sociologue Francine Descarrie souligne également que le couple « femme victime » et « femme provocatrice » est un discours séculaire qui imprègne fortement l'imaginaire collectif occidental. Caroline Caron constate, par ailleurs, une tendance à la « surresponsabilisation » des femmes dans les médias. Les mères sont elles-mêmes accusées de donner un mauvais exemple à leurs filles, en s'habillant de manière trop sexy.

Selon le sociologue Philippe Liotard[4], il est nécessaire de replacer l'analyse du phénomène de l'hypersexualisation dans une perspective historique : « *La sexualité s'est libérée en s'émancipant d'un certain nombre de règles morales mais aussi de lois civiles très contraignantes : Le poids de la culpabilité face aux plaisirs, la mise au ban de la société des homosexuels, la codification stricte des pratiques licites ou illicites, etc. sont de l'ordre du passé* ».

La sexualité s'est enfin libérée, au moins en termes de valeur socialement reconnue, d'une vision patriarcale et machiste.

---

[1] Caron, Caroline, les adolescentes dans le discours médiatique québécois, édité dans la revue « Interrelation femmes-médias dans l'Amérique française », Presse de l'université de Laval, 21 janvier 2010
[2] Son terrain de recherche permet de comprendre la place qu'occupent les filles, les adolescentes et les jeunes femmes d'aujourd'hui dans la structure sociale. Le corpus analysé pour la production du présent texte est entièrement québécois et francophone. Il couvre la période allant de mars 2000 à mars 2006 et comprend : des articles de quotidiens et de magazines spécialisés (éditoriaux, reportages, lettres d'opinion), des émissions de télévision et de radio (chroniques, débats, information et divertissement), des rapports et des recherches commentés dans l'actualité, ainsi que des événements publics (des colloques, par exemple).
[3] Caron, Caroline, op.cit, p.18
[4] Philippe Liotard cité par Réseau EGALITE, « les femmes et les hommes font l'info », **Louise Gamichon** – 6 septembre 2011

Il analyse ainsi les faits : *« Avant d'affoler, il faut remettre les choses dans une perspective historique, voir comment les choses se sont passées à d'autres époques.* Philippe Liotard explique : « *Dévoiler le corps est une forme de liberté, mais les injonctions sociales sont fortes concernant l'apparence des jeunes filles. Le contrôle de la société sur leur corps est accru. D'ailleurs, le problème se pose à partir de l'adolescence, lorsque le corps change et se charge d'érotisation. Pour une tenue identique, une jeune fille de 6e ne sera pas jugée comme une autre de 3e. Les adultes demanderont à la seconde de faire plus attention à sa tenue dans l'espace public, voire de se changer, parce qu'elle a des formes et que son corps est alors vu comme un corps de femme.»*

Les jeunes filles intériorisent les jugements des adultes et doivent composer avec des modèles contradictoires. **Elles doivent à la fois intégrer ces modèles de réussite sociale représentée par les stars et subir l'interdiction de les imiter dans la vie quotidienne. Le message est paradoxal, comparable à celui des publicités pour des produits gras et sucrés accompagnées du bandeau *« mangez cinq fruits et légumes par jour »*[1].**

Une fois de plus, les garçons ne sont pas en reste, mais les modèles qu'ils imitent sont socialement acceptables : *« Est-ce qu'il y a un problème lorsque l'on voit un petit garçon de 4 ans en footballeur ?,* demande Philippe Liotard. *On déguise pourtant ces enfants en petits hommes. Cela en dit long sur les différences de jugement du corps des hommes et des femmes. Ce n'est pas tant l'existence d'un vêtement, comme le string pour petites filles qui pose problème, mais son usage et le discours qui l'accompagne. »*

- **Force est de constater que notre société ne pourrait reprocher aux adolescentes ses propres turpitudes**

L'analyse de Skyrock est particulièrement intéressante. Très décriée, la chaîne s'est positionnée en réaction aux adultes dans le monde des adolescents dont elle est l'un des principaux médias de référence : 2,7 millions d'auditeurs de moins de 25 ans dont 1 million chaque soir pour l'émission de libre antenne, 33 millions de blogs, 17 millions de visiteurs uniques ; impossible d'étudier l'adolescence sans comprendre ce succès.

Le discours sur la sexualité, principalement écouté par les filles, témoignerait d'une vision plutôt positive : l'expression d'une prise de pouvoir des femmes qui n'hésitent plus à exposer leur désir, comme les garçons. Les « adolescentes sont en train de rompre la culture de la honte du désir », selon le psychologue qui intervient en prévention des conduites à risque auprès de Skyrock.

Le débat sur l'hypersexualisation des tenues est appréhendé par les jeunes comme un « débat d'adultes qui voient du sexe partout ! ».

L'incompréhension des adolescents porte, par exemple, sur les différences de traitement concernant la tenue vestimentaire d'un établissement scolaire à l'autre ; différences qui seraient l'expression de l'arbitraire des directeurs. Si la justification des codes vestimentaires par le respect dû à l'institution est audible, les adolescents sont peu enclins a accepté la critique d'hypersexualisation et la grande diversité des règlements intérieurs.

[1] Louise Gamichon, op.cit, 2011

Dernier constat, la mode adolescente serait moins exhibitionniste que ces dernières années. La crise d'adolescence se jouerait de plus en plus sur la toile par l'intermédiaire des avatars. Le psychologue de Skyrock est très positif face au développement des identités virtuelles et des multiplications d'avatars qui permettrait à l'adolescent de se construire plusieurs identités sans risque personnel de « mise en scène ».

Plusieurs institutions coopèrent avec Skyrock. Il est pour l'INPES le premier vecteur des messages de santé, et l'OCLCTIC a confirmé la bonne coopération de la radio. Il nous semble donc intéressant d'intégrer le psychologue de cette radio dans les travaux.

- **Le Girl power véhiculé par les médias, un leurre sexiste**

La sexualité affichée par les adolescentes serait comme un contre-pouvoir féminin, une sorte de « girl power ». D'un côté, le modèle du girl power présenté dans les revues promeut l'idée d'une féminité de séduction toute puissante. On y constate pourtant l'effacement du désir.

Les représentations de la masculinité sont aussi en contradiction avec l'idée de pouvoir de séduction associé au girl power : dans ces revues, les garçons sont essentiellement présentés comme cherchant à utiliser sexuellement les filles. Ils apparaissent donc comme les véritables détenteurs du pouvoir, tandis que les filles sont surtout présentées comme des proies potentielles.

Ce discours du « girl power », que Pierrette Bouchard assimile plutôt à un apprentissage de la dépendance, se définirait en ces termes : « Les filles, fières de leur corps et assumant pleinement leur sexualité ne seraient plus des « objets » sexuels mais des « sujets » sexuels, elles seraient désormais détentrices d'un pouvoir pleinement assumé. ». Pour Jocelyne Robert, auteure de « Full sexuel », citée par Marie Allard dans la Presse. « Ce que les filles veulent, c'est d'être un bon instrument sexuel, ce qui est dramatique en cette ère de post-féminisme. Les garçons de leur côté, veulent être des bêtes de sexe. »[1]
En rendant les filles précocement soucieuses de leur apparence, avec comme seul pouvoir celui de la séduction à travers le « girl power », ne risque-t-on pas de mettre en branle une génération de femmes enclines à se soumettre aux rapports de domination?

C'est dans cette instrumentalisation de la sexualité que s'inscrit la socialisation des filles. Elles reçoivent comme message qu'il est normal de s'habiller sexy et d'être disponibles sexuellement à tout âge. On fait porter à des enfants un potentiel de séduction sexuelle et érotique qu'elles n'ont pas le moyen de gérer. Selon Pierrette Bouchard, elles représentent un potentiel érotique très vendeur dans un monde où toutes les expériences sexuelles permises ont été exploitées, où il ne reste, semble-t-il, qu'à « transgresser ce dernier tabou des relations sexuelles entre adultes et enfants ».

Elle ajoute que dans les revues destinées aux adolescentes : « la formation de l'identité "féminine" est réduite à une quête incessante du regard de l'autre et d'approbation. Dans sa forme réactualisée axée sur la soumission, le rapport prépondérant de dépendance aux garçons apparaît comme un recul par rapport aux actions d'émancipation des dernières décennies ».

[1] Allard, Marie, Le sexe et les ados, fleur bleu ou gang bang? , dans La Presse, 6 décembre 2003.

La sociologue Francine Descarrie quant à elle voit dans ce « girl power », **l'impossibilité de s'extraire de l'idéologie de la séduction et de l'objectivation du corps des femmes et le plus important échec du féminisme.**

- **Lolitas, un enjeu d'émancipation des femmes**

Malgré le malaise que peuvent susciter les lolitas, ces dernières semblent loin d'être des dévergondées. Elles sont en tout cas entourées d'instances qui, encourageant ou tolérant l'érotisation du corps, leur rappelle qu'elles restent soumises aux normes du bon goût, dessinant finalement une bien sage morale. Paradoxe ?

La philosophe Laurence Bernier-Renaud voit dans le phénomène de l'hypersexualisation autre chose « *qu'une perte de contrôle ou la manifestation de comportements problématiques. On peut y voir un mécanisme, ou plutôt un ensemble de mécanismes complexes* » [1]. Tout d'abord, elle se demande pourquoi lorsqu'il est question d'hypersexualisation, on parle presque exclusivement d'un phénomène féminin. Les garçons sont certes pris en considération, mais le discours les touche d'abord elles. Bien que ce ne soit plus la figure de la mère qui soit visée : « *on remarque une façon de présenter la sexualité féminine comme plus complexe et pathologisée … Comme s'il était encore difficile de considérer la femme comme être pouvant vivre ses désirs et sa sexualité de façon active… Et davantage encore si ce caractère sexué doit être montré à des âges de plus en plus précoces* ». Ainsi, la sexualité féminine, parce que c'est par elle que passe la reproduction de la société, est encore porteuse de plus grandes responsabilités sociales.
Son analyse la conduit à montrer que l'hypersexualisation repose sur l'idée du sexe récréatif. La libéralisation des moyens de contraception, de même que les avancées des années 1960 et 1970 en ce sens, ont permis de séparer la sexualité du seul acte de procréation : « *Seulement, l'hypersexualisation pousse l'idée encore plus loin dans le sens où il y aurait maintenant une dissociation entre rapports sexuels et amoureux* ». Pour plusieurs interlocuteurs, ce serait d'ailleurs là le cœur du phénomène. Les jeunes n'associent plus amour et sexe, mais seulement sexe et plaisir, sexe et désir de plaire.

Avant de véhiculer des stéréotypes sexistes, son analyse du phénomène de l'hypersexualisation démontre l'existence de normes sociales répressive visant à brider les expressions de la sexualité féminine et en particulier celle des jeunes filles. Ce contrôle social s'est transformé avec le temps et est passé d'une forme de socialisation des conduites procréatrices vers une socialisation des conduites sexuelles : Il n'est plus seulement question de la procréation, mais il y a encore une part de responsabilité sociale dans les pratiques sexuelles. Responsabilité de la part de ceux qui ont les comportements, mais aussi, responsabilité de la société face à ces comportements. C'est d'ailleurs dans ce sens, note la philosophe qu'on essaie de trouver des solutions « *On parle de sensibilisation, ou d'éducation dans le but de corriger des comportements, de les normaliser, ou plutôt de déplacer la norme vers une autre zone d'acceptabilité. La sexualité est encore une affaire sociale, comme elle l'est devenue au XIXe siècle. On tente encore de faire entrer les comportements sexuels dans une norme garante du contrôle des individus et des populations.* ». Des stéréotypes sexistes sont à l'oeuvre dans le phénomène de l'hypersexualisation des petites filles. Leur apprendre de plus en plus précocement à se définir dans leur identité sexuée principalement par leur apparence et leur « sex appeal » nous interroge en profondeur sur ce phénomène et les valeurs de notre société.

[1] Bernier-Renaud, Laurence « Hypersexualisation : relire Foucault pour aller au-delà des idées reçues », Sexe et Politique, numéro 12, septembre 2010

La partie suivante analysera en termes d'incidences et d'enjeux la surexposition des filles et des garçons à des messages sexualisés et sexistes.

D'ores et déjà, l'analyse de la presse, des publicités, et des programmes (clips, téléréalités, dessins animés, feuilletons) à destination des préadolescents nous enseigne plusieurs éléments :

- L'utilisation et le choix de ces supports sont marqués par une forte distinction entre les sexes. Des préférences sont nettement affichées par les filles pour la presse, les clips et les téléréalités.
- Les messages à caractère stéréotypé sont présents dans tous ces supports à plus ou moins forte dose. Les clips vidéo étant le support où ces codes sont surreprésentés.
- Les filles sont surexposées aux messages à caractère sexiste de par leur préférence pour les supports qui en véhiculent le plus.
- Dans la presse pour filles de 8-12 ans, les messages véhiculés, bien que présentant des stéréotypes, ne sont pas encore clairement dans le registre de la « sexualisation » explicite car un contrôle et une régulation des contenus et des images sont présents.
- Toutefois, à travers des messages implicites, les filles sont « *préparées* » à cette future « sexualisation » que l'on retrouve dans la presse pour adolescentes. Ces messages sous-jacents sont fortement centrés sur la « tyrannie du corps et de l'apparence » et prépare cette socialisation des jeunes filles sous l'égide du culte du corps.

Outre une représentation des femmes souvent près **d'une fois et demie supérieure à celles des hommes** (248 femmes pour 152 hommes dans les publicités et 92 femmes pour 72 hommes pour les clips), l'analyse de ces programmes met en avant ***une mise en scène morcelée du corps***. Le corps de la femme est présenté sous forme de « plans coupés », parties du corps anonymisées et sexualisées. Les plans courants étant ceux des fesses, des seins, de la bouche. Cette présentation des personnages féminins renforce donc l'idée de la femme en tant qu'objet sexuel.

Pub Nivéa anti-cellulite

Clip de Cassie

Clip de Justin Timberlake

L'analyse très poussée faite par l'Institut des Sciences humaines et sociales en Belgique des clips révèle qu'une grande majorité présentent des **stéréotypes : les femmes étant présentées comme des femmes « fétiches » : elles sont grandes, minces, élancées, habillées sexy, corps morcelés, postures du corps évoquant la sexualité.** Les Clips de R'n b et de Rap présentent ainsi à 80%, des images très clivées entre les femmes et les hommes. A l'inverse, les hommes sont présentés comme « cool » et décontractés, aucune fétichisation de leur corps n'est mise en avant généralement.

Une autre forme de présentation de clip met en scène des femmes qui se trouvent en position de force par rapport aux hommes. Ce sont les cas des vidéos de Madonna ou de Nadya. Toutefois, il apparaît que ces mises en scène fétichisent également les femmes car leur domination découle de leur sexualité et de leur corps, utilisés comme arme.

Les auteurs de ce rapport démontrent également comment les dessins animés véhiculent également des stéréotypes sexistes. Ils illustrent leur propos à partir des dessins animés tels que « Scooby-Doo » et « Totally Spies».

Les héroïnes de ces dessins animés sont semblables. Elles portent des vêtements sexy, ont les cheveux longs, le teint blanc et les traits fins. Les bras appuyés sur les hanches, fétichisent le personnage. Elles sont particulièrement attachées à leur apparence. Elles se regardent très souvent dans les miroirs ou les reflets de vitrine. Elles vouent toutes une passion dévorante au shopping. Les héroïnes sont donc liées par une certaine superficialité, leur apparence est très importante.

Dans « Totally Spies », l'importance du physique des filles passe également par les accessoires. En effet, tous les gadgets qu'elles utilisent pour se battre sont des accessoires de mode : leur moyen de communication est un poudrier, elles repèrent leur position respective par des tatouages traceurs, un outil est caché dans le talon de leurs bottes, une barrette à cheveux sert de balise ou un sèche-cheveux est en réalité un rayon laser. Ces accessoires, uniquement utilisés par les filles, connotent l'importance de l'apparence pour elles.

* *

Cet endoctrinement des préados par des messages sexualisés constamment répétés soulève des enjeux identitaires.
Séduites par ces artifices omniprésents de la commercialisation, les filles peuvent manquer de sens critique et d'emprise sur la situation. Leur formation identitaire se fonde ainsi sur l'apparence : ce que l'on « a l'air » importe beaucoup plus que ce que « l'on est » ou ce que l'on fait.
Avec le retour aux vieux stéréotypes masculin et féminin, on assiste à un déplacement des intérêts intellectuels vers les projets reliés au corps.
Le miroir masculin renvoie aux images de la virilité, de la performance, peu propices à un rapport égalitaire et apaisé entre les sexes.

PARTIE III
RECOMMANDATIONS

« Les enfants ne sont pas les personnes de demain ; ils sont des personnes dès aujourd'hui. Ils ont le droit d'être pris au sérieux ; ils ont le droit d'être traités avec tendresse et respect. Il faut leur donner les moyens de s'accomplir – quel qu'il soit, l'inconnu que chacun d'entre eux porte en lui est notre espoir pour l'avenir ».

Janusz KORCZAK

A – LE CADRE

1- Un cadre juridique complet aux fondements universels

En matière de protection de l'enfance et de respect des droits de l'enfant, notre doctrine repose en grande partie sur la Convention internationale des droits de l'enfant, qui est un outil fondateur. La dynamique du respect des droits de l'enfant, sans répondre dans tous les pays aux mêmes préoccupations, s'inscrit avant tout dans un cadre universel qui vise à reconnaître à l'enfant, un véritable statut.

Face à la problématique d'hypersexualisation des enfants, les principes juridiques d'intérêt supérieur de l'enfant, de dignité de la personne humaine peuvent être invoqués.

a/ La problématique universelle de l'intérêt supérieur de l'enfant

La France a toujours été un acteur important pour la promotion des droits de l'enfant sur la scène internationale.

- **La Convention internationale des droits de l'enfant**

Entrée en vigueur en France, le 2 septembre 1990, la Convention internationale des droits de l'enfants (CIDE), dans 54 articles et deux Protocoles facultatifs, énonce les droits fondamentaux qui sont ceux de tous les enfants du monde : le droit à la survie; le droit de se développer dans toute la mesure du possible**; le droit d'être protégé contre les influences nocives**, les mauvais traitements et l'exploitation; et de participer à part entière à la vie familiale, culturelle et sociale.

Les quatre principes fondamentaux de la Convention sont :

- la non-discrimination ;
- **la priorité donnée à l'intérêt supérieur de l'enfant** ;
- le droit de vivre, de survivre et de se développer ;
- le respect des opinions de l'enfant.

Tous les droits reconnus dans la Convention sont inhérents à la dignité humaine et au développement harmonieux de chaque enfant, jusqu'à 18 ans.
La Convention internationale des droits de l'enfant n'est pas intégralement et directement invocable devant les juridictions françaises. A cet égard, le COFRADE, regrette que ne soient intégrés dans notre législation nationale que 11 articles de la CIDE sur les 54 qui la composent. Pour autant, il est intéressant de constater que notre droit interne a fait de l'intérêt supérieur de l'enfant, un droit d'application directe.

Focus sur l'article 3-1 de la CIDE d'application directe en France
« Dans toutes les décisions qui concernent les enfants, qu'elles soient le fait des institutions publiques ou privées de protection sociale, des tribunaux, des autorités administratives ou des organes législatifs, l'intérêt supérieur de l'enfant doit être une considération primordiale. »

Dans un premier temps, le Conseil d'Etat a reconnu l'applicabilité directe de certains articles.

La Cour de cassation a pourtant rejeté cette applicabilité jusqu'en 2005. Dans trois arrêts successifs, la Cour de cassation a effectué un revirement (Cass.civ.1ère des 18 mai 2005 (2 arrêts) et 14 juin 2005) en admettant l'applicabilité de l'article 3-1 sur l'intérêt supérieur de l'enfant et de l'article 12 sur le droit de l'enfant à s'exprimer sur toute question l'intéressant et toute procédure le concernant.

Ainsi, les deux plus hautes juridictions françaises ont aujourd'hui une position commune sur l'applicabilité directe de la notion de l'intérêt supérieur de l'enfant.

Le principe juridique d'intérêt supérieur de l'enfant a été principalement invoqué dans les cas de contentieux d'entrée de séjour d'étrangers mineurs. Plus récemment, dans une ordonnance du 4 mai 2011[1], le juge du référé-liberté du Conseil d'Etat semble admettre que l'intérêt supérieur des enfants constitue une liberté fondamentale opposable. Ainsi, obligation est faite à l'administration, par les stipulations de l'article 3-1 de la convention relative aux droits de l'enfant, d'accorder une attention primordiale à l'intérêt supérieur des enfants dans toutes les décisions les concernant.

[1] Par ordonnance du 4 mai 2011, le Conseil d'Etat a considéré que le refus d'admettre sur le territoire français deux enfants nés à l'étranger d'un père français, mais à la suite d'une gestation pour autrui, constitue une atteinte grave et manifestement illégale à l'intérêt supérieur de l'enfant.
L'administration estimait que le refus de délivrance d'un passeport se justifiait par le fait que la pratique des gestations pour autrui est contraire à l'ordre public international français et au principe constitutionnel de la
dignité de la personne humaine ainsi qu'au droit au respect de la vie familiale de la mère. Pour le Conseil d'Etat, " la circonstance que la conception de ces enfants aurait pour origine un contrat entaché de nullité au regard de l'ordre public français serait, à la supposer établie, sans incidence sur l'obligation, faite à l'administration par les stipulations de l'article 3-1 de la convention relative aux droits de l'enfant, d'accorder une attention primordiale à l'intérêt supérieur des enfants dans toutes les décisions les concernant".
Le Conseil d'Etat reconnait que seule l'autorité judiciaire peut trancher la contestation portant sur le refus de transcription des actes de naissance des enfants sur les registres de l'état civil français et en conséquence sur le droit à bénéficier des dispositions de l'article 18 du Code Civil ("Est français l'enfant dont l'un des parents au moins est français").

Bien que sa définition reste encore évolutive au cas par cas, et que l'on sache en effet plus souvent dire ce qui est contraire à l'intérêt d'un enfant que ce qui lui est bénéfique, **cette notion se rapproche de celles du respect d'un être fragile, souvent au centre d'enjeux qu'ils n'a ni créés, ni compris, et qu'il ne connaît parfois pas**. En somme, l'intérêt supérieur de l'enfant pourrait se définir comme ce qui permet de ne pas se servir d'un enfant comme un instrument des rêves et désirs des adultes et de respecter, d'une façon adaptée à son âge, la construction de sa personnalité et l'environnement dans lequel il évolue en favorisant l'amour dont il a besoin pour se développer.

A l'évidence, la notion juridique d'intérêt supérieur de l'enfant répond aux enjeux posés par l'hypersexualisation.

Le législateur et le juge sont fondés à intervenir pour prévenir les influences néfastes à la construction psycho-affective de l'enfant.

Il appartient aux pouvoirs publics et à la société de donner corps à ce principe opposable, aux acteurs publics comme aux acteurs privés.

- **A l'échelle européenne**

Au niveau européen, les droits de l'enfant sont définis dans la Convention européenne sur l'exercice des droits de l'enfant et dans la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne.

-**La Convention européenne sur l'exercice des droits de l'enfant,** établie en 1996, n'évoque que les aspects procéduraux d'exercice des droits des enfants, dans le cadre notamment des litiges familiaux.

- En 2000, l**a Charte des droits fondamentaux de l'union européenne** réaffirme dans son article 24, la prééminence de l'intérêt supérieur de l'enfant.

Article 24
Droits de l'enfant

1. Les enfants ont droit à la protection et aux soins nécessaires à leur bien-être. Ils peuvent exprimer leur opinion librement. Celle-ci est prise en considération pour les sujets qui les concernent, en fonction de leur âge et de leur maturité.
2. Dans tous les actes relatifs aux enfants, qu'ils soient accomplis par des autorités publiques ou des institutions privées, l'intérêt supérieur de l'enfant doit être une considération primordiale.
3. Tout enfant a le droit d'entretenir régulièrement des relations personnelles et des contacts directs avec ses deux parents, sauf si cela est contraire à son intérêt.

La résolution « Vers une stratégie européenne sur les droits de l'enfant ». Le Parlement européen a adopté, le 16 janvier 2008, cette résolution qui souligne que *« toute stratégie sur les droits de l'enfant devrait se fonder sur les valeurs et les 4 principes fondamentaux inscrits dans la Convention internationale des droits de l'enfant : protection contre toutes les formes de discrimination, intérêt supérieur de l'enfant comme considération primordiale, droit à la vie et au développement et droit d'exprimer une opinion, qui soit prise en considération, sur toute question ou dans toute procédure l'intéressant ».*

La recommandation 26 de la résolution estime qu'il est indispensable de prendre en compte de façon différenciée les besoins des enfants. Elle nomme comme exemple de « bonne pratique » l'approche développée par le centre de recherche *Innocenti* de l'UNICEF qui évalue le bien-être des enfants à travers six dimensions : matérielle, santé et sécurité, éducation, relations avec la famille, comportement et risques, et bien-être subjectif.

La Cour européenne des droits de l'Homme utilise également le critère d'intérêt supérieur de l'enfant depuis 1996. Dans une décision rendue le 6/12/2007[1], la CEDH a notamment pu dire que *« les juridictions nationales ont procédé à une appréciation équilibrée et raisonnable des intérêts respectifs de chacun avec le souci constant de déterminer quelle était la meilleure solution pour l'enfant ».*

Le constat est fait d'une difficulté d'interprétation de la notion d'intérêt supérieur de l'enfant. Il existe en effet une référence commune consistant à apprécier l'intérêt de l'enfant au regard de sa situation propre, mais il y a une réelle difficulté pour faire de cette notion un critère absolu et général.

En France, la notion d'intérêt de l'enfant a été codifiée en 2007 dans le cadre de la loi réformant la protection de l'enfance. Ainsi, il doit être tenu compte de l'intérêt de l'enfant (article L.112-4 du code de l'action sociale et de la famille) pour toutes les décisions le concernant. *« L'intérêt de l'enfant, la prise en compte de ses besoins fondamentaux, physiques, intellectuels, sociaux et affectifs, ainsi que le respect de ses droits, doivent guider toutes les décisions le concernant ».*

On perçoit ici la nécessaire interprétation de l'intérêt de l'enfant, qui est associé dans la rédaction de l'article L112-4 à la notion de besoins - qui laisse une certaine place à la subjectivité - et avec la notion de droits, qui, elle, est objective.

Lors de son audition, le Président de la section contentieux du Conseil d'Etat, Bernard STIRN, a considéré que le principe juridique de « l'intérêt supérieur de l'enfant » pourrait voir son champ d'application utilement étendu à d'autres champs, sous réserve que le juge puisse s'appuyer sur une conception partagée de l'intérêt supérieur de l'enfant. Ce principe ne pourrait-il pas être invoqué pour interdire des produits manifestement contraires au bon développement de l'enfant ? Il conviendra donc de réfléchir aux contours que peut revêtir cette notion et son applicabilité.

[1] CEDH Maumousseau and Washington / France

b/ L'atteinte à la dignité humaine

Si un périmètre juridique doit être envisagé pour prévenir les risques liés à l'hypersexualisation, en complément du principe d'intérêt supérieur de l'enfant, l'atteinte à la dignité humaine est également une référence pertinence.

La notion d'atteinte à la dignité humaine apparaît, en effet, dans de nombreux textes administratifs, civils ou pénaux et a été évoquée par le Défenseur des droits comme par Bernard Stirn, Président de la section du contentieux au Conseil d'Etat.

La dignité humaine constitue un principe juridique fort. La Cour européenne des droits de l'homme a jugé que « l'un des buts principaux de l'article 3 de la Convention européenne des droits de l'homme est la dignité et l'intégrité physique de la personne » (CEDH, 25 avril 1978, Tyrer).

Le Conseil constitutionnel a affirmé la valeur constitutionnelle de la dignité humaine dans une décision du 27 juillet 1994. La loi de 1994 sur la bioéthique en a fait également un principe du code civil énoncé dans l'article 16 : « la loi assure la primauté de la personne, interdit toute atteinte à la dignité de celle-ci et garantit le respect de l'être humain dès le commencement de la vie ».

Les juridictions nationales font souvent référence à ce principe depuis l'arrêt du Conseil d'Etat relatif au « lancer de nain ». Le Conseil d'Etat a ainsi jugé que le respect de la dignité de la personne humaine pouvait justifier une mesure d'interdiction d'un spectacle (CE, 27 octobre 1995) de « lancer de nains », alors même que des mesures de protection avaient été prises pour assurer la sécurité de la personne en cause et que celle-ci se prêtait librement à cette exhibition contre rémunération. Il a été considéré que l'accord de la personne ne fait nullement cesser l'atteinte à sa dignité parce que le principe ici en jeu présente un caractère d'ordre public.

La jurisprudence comme la doctrine tendent à définir le respect de la dignité humaine comme un principe qui interdit de soumettre un être humain à toute forme d'asservissement et de dégradation, de le considérer comme un objet dans la totale dépendance du pouvoir d'autrui.

Plus précisément, ce sont les actes humiliants qui sont visés par ce principe. L'atteinte à la dignité humaine consiste à conduire « la victime à subir ou commettre même de son plein gré, des actes humiliants, de lui avoir, en somme, fait perdre le respect de soi-même, **l'instrument en étant l'humiliation, cette émotion indéfinissable qui rabaisse l'homme au niveau de l'humus »,** selon Jean Carbonnier, professeur de droit.

Ce principe de la dignité de la personne, bien qu'il concerne l'ensemble du public, est particulièrement efficient en matière de protection des mineurs. La construction de l'autonomie de ces derniers suppose qu'ils ne soient pas confrontés à des scènes qui représentent l'homme comme un objet aux mains d'autrui, surtout lorsque autrui prétexte du consentement de l'intéressé pour justifier son humiliation.

Ces fondements posés, il convient également de s'intéresser au cadre français, qu'il soit juridique, institutionnel ou associatif, dans lequel s'exerce ces doits. La connaissance la plus exhaustive possible du paysage français en matière des droits des enfants permettra de convenir de son foisonnement et de sa richesse, et d'en déceler également les points à améliorer.

2- Le cadre d'exercice des droits de l'enfant en France

L'enjeu de l'image des enfants est une des préoccupations majeures de l'hypersexualisation. Même si le consensus social condamne les représentations des enfants dans des postures inappropriées, qu'en est-il du cadre juridique ?

En France, nous bénéficions d'un cadre juridique plutôt complet, que ce soit en matière de droits et de protection de l'enfance, mais également d'égalité entre les filles et les garçons, enjeu majeur sous-jacent à l'hypersexualisation de la société.

Trois angles d'analyse qui nous intéressent plus particulièrement dans le cadre de la mission parlementaire sur l'hypersexualisation des enfants, nous permettront de mieux en cerner les contours : l'image pour les enfants (ceux qui la font et ceux qui la reçoivent), la protection de l'enfance, la promotion de l'égalité entre les sexes.

a/ La question de l'image pour les enfants : « Les filles et fils de pub »

- **Ceux qui font l'image… L'image des enfants**

L'image des enfants est, en France, clairement réglementée.

Dans la publicité, cette image a été encadrée par la loi du 12 juillet 1990 ; cette loi a entendu protéger particulièrement les enfants mannequins.

Ainsi, dans le code du travail, la réglementation est codifiée dans les articles L7124-1 et suivants, dans un souci de respect de l'obligation de scolarité jusqu'à 16 ans et de la protection de la santé physique et morale des enfants.

Les enfants de moins de 16 ans ne peuvent être légalement engagés ou produits dans une entreprise de spectacle (sédentaire ou itinérante), une entreprise de cinéma, de radiophonie, de télévision ou en tant que mannequins qu'à la condition de bénéficier d'une autorisation individuelle parentale préalable (article L.7124-1).

Le 1e de l'article L7124-16 dispose qu' « il est interdit à toute personne de faire exécuter par des enfants de moins de seize ans des tours de force périlleux ou des exercices de dislocation, ou de leur confier des emplois dangereux pour leur vie, leur santé ou leur moralité (…) ».

Divers pays européens ont sur le plan national, des règlementations plus ou moins strictes. En règle générale, la présence des enfants dans la publicité est admise, cependant de nombreux Etats-membres de l'Europe ont choisi de limiter voire d'interdire cette présence.

Au Danemark**,** depuis 1997, une loi prise en application de la directive « Télévision sans frontière » précise que "les enfants de moins de 14 ans ne peuvent figurer dans les publicités télévisuelles que s'ils y apparaissent en tant qu'éléments naturels de décors ou si leur présence est indispensable pour expliquer ou démontrer l'utilisation d'un produit spécifique à l'enfant". De la même façon, les enfants ne peuvent pas donner des arguments au bénéfice d'un produit ou d'un service dans une publicité.

Au Royaume-Uni, "les enfants ne peuvent pas être utilisés pour présenter des produits ou des services qu'ils ne pourraient pas acheter eux-mêmes".

La législation espagnole a introduit une disposition similaire, quoique plus souple. "Les enfants ne peuvent pas incarner les personnages principaux des produits sauf pour des produits les concernant."

En Finlande, "l'enfant ne peut être acteur principal d'une publicité, que si celle-ci traite de santé et d'éducation".

Au Pays-Bas, les publicités de confiseries ne peuvent pas comporter des enfants de moins de 14 ans.

Certains pays européens ont donc décidé de limiter la pression publicitaire à l'égard des enfants en complétant la directive européenne « télévision sans frontière » par des dispositions spécifiques.

On peut noter qu'il est légalement interdit en France de faire de la publicité abusive tendant à attirer les mineurs vers des professions artistiques dont le caractère lucratif serait souligné (article L.7124-13 à 15 du code du travail).

Pour autant, les auteurs et signataires de la pétition, « contre l'érotisation des images d'enfants dans toutes les formes de publicités », (médecins, professionnels de l'enfance, parents, associations ou simples citoyens…), **demandent que des limites claires soient posées quant à l'utilisation de l'image des enfants** dans les rapports marchands. Le Docteur Elisabeth Pino souligne « qu'il ne s'agit pas de vouloir moraliser toute la publicité. Il s'agit de rappeler que l'enfant ne peut être un mannequin comme les autres, du fait même de sa sujétion à l'adulte ».

Le cadre juridique existant, la possibilité d'interdire toute utilisation d'image d'enfants présentés dans des tenues ou postures inappropriées, réalisée au titre de la création artistique.

Pour autant, Madame Christine REICHENBACH, Directrice de l'Union des annonceurs soulignait, en 2007, lors d'une audition devant la Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes du Sénat en 2007, qu' « on ne compte qu'un nombre très réduit de décisions de justice portant sur des atteintes à la pudeur ou à la bienséance dans la publicité, en raison d'une grande tolérance des tribunaux à l'égard de la création artistique et de la difficulté pour le juge de se prononcer sur ce type de dossiers ».

Le travail remarquable effectué par le groupe de travail sur la charte de protection de l'enfant dans les médias, sous la présidence de Jacques HINTZY, a permis de poser clairement le principe que les enfants ne devaient pas être présentés dans des tenues ou des postures inappropriées, avec les trois articles suivants :

> ***Article 7 :***
> *Ne pas diffuser, y compris dans les espaces publicitaires, d'images hypersexualisées d'enfants, filles comme garçons, notamment :*
> - *dans une mise en scène érotisée,*
> - *ou portant des vêtements, accessoires ou maquillage à forte connotation érotique.*
>
> ***Article 8 :***
>
> *Ne pas diffuser de stéréotypes comportementaux violents ou sexistes.*
> ***Article 9 :***
> *Ne pas présenter de manière complaisante les manifestations de l'hypersexualisation.*

Ces trois articles ont été adoptés sans débats sur le fond puisque l'ensemble des acteurs présents était sensibilisé. La plupart (CSA, La Croix, SNJ) ont souligné que les cas d'hypersexualisation des enfants étaient rarissimes et qu'ils veillaient à ne pas mettre un focus sur les produits ou sujets qui contribueraient à leur publicité. Cet engagement partagé des médias permettra au juge de s'appuyer sur un consensus plus favorable à la protection de l'enfant qu'à la liberté de création.

Au-delà du caractère inopportun de la sexualisation excessive des enfants, la question de leur instrumentalisation dans une perspective marchande pose question puisqu'elle ne répond en rien à son intérêt supérieur et invite au contraire les enfants spectateurs à s'inscrire dans une logique de consommation plus pertinente.

- **Les cas des petites filles qui participent à des concours de mini-miss**

La forme la plus débattue de l'image des enfants, sans doute plus significative reste l'organisation des concours de beauté qui s'adressent maintenant aux plus jeunes. Ces manifestations sont contestées au titre de l'intérêt supérieur de l'enfant et du respect de leur dignité.

Originaire des Etats-Unis, la pratique des concours de Mini-Miss se répand de plus en plus en France. Non encadrés, il est impossible de donner des statistiques. Alors que cette pratique met en scène des petites filles souvent poussées par leur mère, elle est plébiscitée par certains, condamnée par d'autres.

Le comité Mini-Miss France, dont la marque a été déposée, regrette l'apparition de concours sauvages qui ne seraient pas respectueux du cadre légal de la loi sur le mannequinat des enfants. En effet, M. Le Parmentier, Président du Comité Mini-miss France nous a fait part du cahier des charges qu'il cherche à imposer aux organisateurs de concours qui utilisent l'appellation « Mini-Miss », à savoir ; interdiction de maquillage, de port de tenues provocantes ou inappropriées, de sponsoring Dans ses propos, le comité mini miss France souhaite voir apparentés les concours de mini-miss à des jeux et des concours de déguisement.

En dehors de l'image dégradée de la femme reprochée à ce type de concours qui valorisent une vision stéréotypée de la fillette qui se construit principalement sur son apparence, il n'existe, en outre, aucun cadre légal sur lequel les élus locaux pourraient s'appuyer.

Une telle manifestation a connu un cas de litige à Auch, en février 2011. A la suite d'objections formulées notamment par le planning familial, la mairie a demandé à l'école d'esthétique organisatrice de la soirée de gala de retirer du programme le concours « Mini miss séduction » prévu. Le dit concours n'ayant pas eu lieu, l'Espace de formation esthétique a intenté une action en justice, estimant avoir subi un préjudice moral et financier. Selon l'avocate du planning familial, Maître Lageyre, l'affiche sur laquelle était proposé le concours était particulièrement choquante, une fillette blonde vêtue d'une robe et d'un diadème avec la mention « mini-miss séduction ». « On la fait jouer sur le regard, sur la position, donc sur la séduction aux autres, aux hommes ».

L'organisation « mini-miss France », dont le concept est déposé et qui existe depuis 1993, tient à disposition des communes qui le souhaiteraient un cahier des charges édictant un certain nombre de principes, comme ceux de l'absence de maquillage, de l'interdiction de port de tenues inappropriées et de défilé en maillot de bain pour les petites filles.

Pour autant, ces adaptations de forme ne changent pas la philosophie de ces manifestations qui reposent sur les talents de séduction, de concours d'apparence auxquels les garçons ne veulent pas « se rabaisser », selon les propres termes de l'organisateur des concours officiels.

RECOMMANDATION 1 : INTERDIRE LA PROMOTION D'IMAGES SEXUALISEES DES ENFANTS.

CONSTAT :
L'utilisation marchande de l'image des enfants et les concours d'apparence cautionnent implicitement les normes de l'hypersexualisation : sexualisation des enfants, primat de l'apparence.

L'utilisation marchande des enfants en qualité d'égérie de marques ne répond pas au principe selon lequel « l'intérêt supérieur de l'enfant est une considération primordiale ».

Les concours de mini miss pour des enfants sont peu conformes au principe de respect de la dignité de la personne humaine telle que défini par le Conseil d'Etat.

RECOMMANDATIONS :

1/ Interdire, comme au Royaume-Uni, que les enfants puissent être l'égérie des marques avant 16 ans.

2/ Interdire l'organisation de concours de beauté, quelle que soit leur dénomination, avant 16 ou 18 ans. A défaut de consensus, réglementer ces concours afin d'interdire leur utilisation à des fins commerciales sous quelque forme, et la sexualisation des enfants. Nous pourrions ajouter l'exigence d'organiser des concours pour les garçons en parallèle.

*

- **Ceux qui reçoivent l'image… Les enfants de l'image**

Après la question des enfants qui font l'image, il faut étudier ceux qui la reçoivent, qu'ils soient dans un caractère passif ou volontaire.

En effet, si les cas d'images publiques d'hypersexualisation des enfants restent minoritaires, notre mission a montré que le problème principal est lié à la diffusion d'images hypersexualisées auprès des enfants.

Les enfants représentant de plus en plus un segment commercial, la question de leur instrumentalisation par la publicité se pose nettement.

Certains pays ont choisi de restreindre l'accès des enfants à la publicité en établissant une limite d'âge ou en limitant la durée des spots publicitaires pendant la diffusion des programmes destinés aux enfants. Les enfants sont très sensibles au pouvoir des images et perméables aux stratégies marketing. Les enfants de moins de 8 ans ne saisissent pas l'intention commerciale de la publicité.

Faut-il continuer à autoriser la publicité à destination des enfants ? Au Québec, les articles 248 et 249 de la Loi de protection du consommateur interdisent la publicité télévisée destinée aux enfants de moins de 13 ans. En Suisse, la publicité est interdite aux enfants de moins de 12 ans.

⇒ **Notre législation fixe un cadre clair à la diffusion d'images violentes ou pornographiques**

Ainsi, l'article R624-2 du code pénal prévoit que « le fait de diffuser sur la voie publique ou dans les lieux publics des messages contraires à la décence » est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4è classe. Le code pénal, dans son article 227-24 prévoit une sanction pour diffusion de message à caractère violent ou pornographique ou de nature à porter atteinte à la dignité humaine lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par des mineurs.

Marie DERAIN, Adjointe au Défenseur des Droits, a relevé l'importance du décalage de perception qui existe entre les adultes et les enfants. Elle travaille notamment avec le Centre national du cinéma (CNC) sur la classification des œuvres cinématographiques afin de sensibiliser les professionnels à la difficulté d'accès ou de compréhension pour un enfant face à l'intimité d'adultes dans un film. L'impact d'une image sera plus ou moins violent en fonction de l'âge et, à ce titre, il ne peut être complètement laissé libre cours à la diffusion d'images choquantes au nom de la liberté artistique, sans se prémunir de dispositions conservatoires.

Si l'article XI de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789 consacre la liberté d'expression, il est équilibré par le principe de dignité de la personne humaine, développé en amont. Ce principe de respect de la dignité humaine a comme corolaires, la lutte contre l'incitation aux violences et la répression des pratiques discriminatoires. En France, plusieurs instances de contrôle et de régulation veillent au respect de cet équilibre.

- **Des autorités de contrôle et de régulation**

  ⇒ **Le défenseur des droits**

Le Défenseur des droits est une autorité constitutionnelle indépendante qui veille à la protection des droits et des libertés. Inscrite dans la Constitution depuis le 23 juillet 2008, cette institution regroupe les missions du Médiateur de la République, du Défenseur des enfants, de la Haute Autorité de Lutte contre les Discriminations et pour l'Egalité (HALDE) et de la Commission Nationale de Déontologie de la Sécurité (CNDS).

S'agissant de la protection des enfants, le Défenseur des droits est assisté par son adjointe, la Défenseure des enfants, pour défendre et promouvoir l'intérêt supérieur et les droits des enfants.

Le Défenseur des droits présente chaque année au Président de la République, au Président de l'Assemblée Nationale et au Président du Sénat, un rapport consacré aux droits de l'enfant, à l'occasion de la journée internationale des droits de l'enfant, le 20 novembre.

Le Défenseur des droits peut être saisi directement et gratuitement par toute personne privée ou publique s'estimant lésée dans ses droits et libertés.

Dans son rôle, **le Défenseur des droits a été finalement assez peu saisi de dérives liées au sujet de l'hypersexualisation (2 fois) :**
-Ils ont été saisis consécutivement aux photos parues dans le numéro de décembre 2010 de Vogue ;
-Ainsi que pour une publicité pour des sites pour adultes dans TV magazine (magazine gratuit).

L'article 4 de la loi organique n°2011-333 du 29 mars 2011 relative au Défenseur des droits lui a confié pour mission de « défendre et de promouvoir non seulement les droits de l'enfant consacrés par la loi ou par un engagement international régulièrement ratifié ou approuvé par la France » mais également son intérêt supérieur. Ce qui est une nouveauté juridique importante.

La loi du 6 mars 2000 qui avait créé le Défenseur des enfants n'utilisait pas spécifiquement cette notion de « l'intérêt supérieur de l'enfant ». Selon l'article 1er, alinéa 2 de cette loi, le défenseur des enfants était chargé seulement de « défendre et de promouvoir les droits de l'enfant consacrés par la loi ou par un engagement international régulièrement ratifié ou approuvé ».

La mention de « l'intérêt supérieur de l'enfant » dans la loi organique créant le Défenseur des droits est donc une première et confère à cette notion une portée particulière. Un groupe de travail vient d'être institué sur l'intérêt supérieur de l'enfant pour créer des repères qui permettent à tous de prendre en compte cette notion.

Le groupe de travail mis en place par Marie Derain, Défenseur des enfants, adjointe du Défenseur des droits, présidé par Hugues Feltesse, ancien délégué général du Défenseur des enfants, aujourd'hui délégué thématique du Défenseur des droits, réunit depuis janvier 2012 différents experts du sujet (magistrats, avocats, universitaires, psychologues, professionnels de l'enfance,…). Il a pour vocation, en se basant sur des

situations concrètes, autour notamment de la thématique du maintien des liens familiaux, de mieux définir l'approche méthodologique et les principaux critères à prendre en considération pour appréhender au mieux cette notion fondamentale.

Les travaux du défenseur des droits pourront guider la rédaction d'une charte de l'enfant.

⇒ **Le CSA**

Les principes énoncés aux articles 1er et 15 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, qui confient au Conseil supérieur de l'audiovisuel, la mission de veiller à la protection de l'enfance et de l'adolescence, imposent d'assurer la protection du jeune public contre les programmes susceptibles d'avoir sur lui des effets nocifs[1].

Le CSA intervient sur saisine ou sur autosaisine. Toute personne peut saisir le CSA (téléspectateur, association, élu etc.) par tout moyen (courrier, courriel, appel téléphonique). Un formulaire de saisine est disponible sur le site internet en fonction du sujet traité (protection du jeune public, publicité, déontologie etc.). Ces plaintes font l'objet d'un suivi régulier et leur permettent de prendre la mesure des attentes du public. Elles justifient parfois des interventions du Conseil auprès des éditeurs, ce qui atteste de leur utilité. Sans remettre en cause la qualité d'expertise des membres du CSA, **on peut, néanmoins, regretter le manque de pluralisme qui existe au sein du collège, comptant exclusivement des journalistes, des politiques et des fonctionnaires.**
Les sujets de société qui reposent sur un consensus social ne peuvent être tranchés de manière purement technique.

La directive « Télévisions sans frontières » du Conseil de l'Europe[2] , de 1989, en son article 22 prévoit que :

« Les États membres prennent les mesures appropriées pour assurer que les émissions des organismes de radiodiffusion télévisuelle qui relèvent de leur compétence ne comportent pas de programmes susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment des programmes comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuite. Cette disposition s'étend aux autres programmes qui sont susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, sauf s'il est assuré, par le choix de l'heure de l'émission ou par toutes mesures techniques, que les mineurs se trouvant dans le champ de diffusion ne voient pas ou n'écoutent pas normalement ces émissions.

Les États membres veillent de même à ce que les émissions ne contiennent aucune incitation à la haine pour des raisons de race, de sexe, de religion ou de nationalité. »

Aussi, en France, des dispositions ont été prises concernant les messages à caractère violent ou pornographique.

[1] Voir Annexe4 Recommandation du 7 juin 2005 aux éditeurs de service de télévision concernant la signalétique et la classification des programmes
[2] Directive « Télévisions sans frontières »

A la suite de la directive européenne, Télévision sans frontière, la loi du 1er août 2000 est venue modifier la loi de 1986 pour donner une base légale à la signalétique qui avait été mise en place entre 1996 et 1998. L'article 15 de la loi prévoit dans son alinéa 3 que « lorsque des programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs sont mis à disposition du public par des services de télévision, le CSA veille à ce qu'ils soient précédés d'un avertissement au public et qu'ils soient identifiés par la présence d'un symbole visuel tout au long de leur durée ». Une signalisation par âge a été actée en juin 2002[1].

Certaines associations de protection de l'enfance regrettent l'apparition rapide de la signalétique en début de diffusion et souhaitent que celle-ci puisse être visible durant toute la durée de diffusion de l'œuvre. Ces mêmes associations, regroupées au sein du CIEME (collectif interassociatif enfants, médias, éducation) se sont plaintes d'une moindre exigence quant à la classification des œuvres par rapport à nos voisins européens.

La législation est claire et la régulation par le CSA a posteriori paraît relativement efficace. Sachant qu'il dispose d'un pouvoir de recommandations et de sanctions à l'égard des chaînes ou radio contrevenantes.

Les points noirs évoqués par nos interlocuteurs sont les vidéos-clips, la téléréalité et l'absence de régulation du média internet.

La question de la diffusion de vidéo musiques à contenu fortement sexualisé, évoquée à plusieurs reprises dans ce rapport est un point noir contre lequel le CSA essaie de lutter en instaurant un dialogue avec les producteurs de musique incités pour une diffusion en journée d'un clip « allégé » de toute image choquante.

De plus, la compétence du CSA se cantonne aux médias dits classiques (à savoir la télévision et la radio), or, le développement de l'économie numérique conduit de plus en plus à l'utilisation d'internet comme vecteur d'images. Aussi, un clip censuré, ou pour lequel certaines mesures d'horaires de diffusion auraient été prises, sera téléchargé sur le Net, légalement ou illégalement, sans indication d'âge par exemple.

La question de la pornographie illustre d'ailleurs parfaitement cette question. Interdite de diffusion à la télévision sur les chaînes hertziennes en 2002, conformément à l'article 22 de la Directive « télévision sans frontières ». La pornographie est aujourd'hui consommée en très grande partie sur internet[2]. La question ici n'est pas celle de l'interdiction de la pornographie mais de son accès aux mineurs, car selon un sondage mené dans 1 132 collèges par l'association Calysto, 82% des 11-13 ans ont déjà été confrontés à une image pornographique via internet. Le constat qu'un enfant ne doit pas avoir accès aux programmes pornographiques est d'ailleurs partagé par les responsables de chaînes et par tous les experts de l'enfance. Il ne s'agit pas d'interdire la pornographie aux adultes mais d'éviter que celle-ci n'entraîne des conséquences dommageables sur la construction des enfants et des adolescents.

[2] 70% du contenu web sont des pages liées au sexe.

On se rend compte à quel point, il pourrait être utile que le CSA dispose d'une compétence internet, comme cela est évoqué dans son rapport d'activité 2010 : "*Au-delà des services de médias audiovisuels à la demande, il existe tout un univers des contenus audiovisuels diffusés sur internet qui* ***n'est pas, jusqu'à présent****, concerné par la régulation du Conseil*", regrette-t-il. Mais il estime qu'en régulant déjà les services de radio et de télévision en ligne, et de VOD, le Conseil a "*apporté la preuve qu'il savait adapter sa régulation au nouveau contexte technologique et économique en favorisant des formes plus souples de régulation*".

La demande de régulation des contenus audiovisuels en ligne est croissante et constituerait un levier essentiel de lutte contre la pornographisation au titre de la protection de la jeunesse.

Comme évoqué plus haut, il y a une réelle facilité d'accès à la pornographie sur internet. Le visionnage de contenu à caractère pornographique se faisant sur simple formulaire déclaratif.

- **Le Centre national du cinéma et de l'image animée**

Le cas des images diffusées au cinéma est un peu différent. Il y a, en effet, une démarche à aller au cinéma qui relève d'un choix et d'une responsabilité individuelle. Contrairement à la télévision ou à Internet, où il y a un caractère plus passif à subir les images.

Le cadre juridique applicable au cinéma a pour fondement l'ordonnance du 3 juillet 1945, qui a subordonné la représentation et l'exportation des films cinématographiques à un visa ministériel. Le Ministre de la culture est chargé, selon le code de l'industrie cinématographique, de délivrer un visa d'exploitation à l'œuvre cinématographique, valant autorisation de représentation publique de l'œuvre cinématographique sur tout le territoire de la République française. Cette décision administrative peut être assortie d'une interdiction à certaines catégories de mineurs. L'interdiction d'accès à une œuvre cinématographique peut concerner les moins de 12 ans, les moins de 16 ans, les moins de 18 ans. Il existe également la possibilité de classer les films dans la catégorie des films X, pour leur caractère pornographique ou d'incitation à la violence. Le visa d'exploitation n'est délivré par le Ministre chargé de la culture qu'après avis de la commission de classification des œuvres cinématographiques du Centre national du cinéma, associant des professionnels du cinéma, des administrations chargées de la jeunesse, des personnalités qualifiées dans le domaine de la protection de l'enfance, le Défenseur des enfants….

Ce régime de protection « préventif » (visionnage préalable à la diffusion pour classification des œuvres cinématographiques) représente la volonté que puisse être constitué un lieu de dialogue positif entre représentants de la profession cinématographique et de la protection des mineurs, dans un esprit d'équilibre.

L'impact des images sur les enfants peut être très mal appréhendé par les adultes. A cette fin, Marie DERAIN, Défenseur des enfants, assiste les professionnels du cinéma pour la classification des œuvres cinématographiques. Deux problèmes sous-tendent cette classification, celui de la représentation des enfants et celui de l'accessibilité des enfants à l'intimité des adultes. Marie DERAIN a évoqué l'importance de l'impact de l'image sur les enfants et la difficulté pour les adultes d'intégrer cette problématique.

En outre, le CNC n'a pas développé tout à fait la même classification des œuvres que le CSA.

⇒ L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)

La profession des annonceurs publicitaires est régie par un dispositif de régulation professionnelle, le Code de pratiques loyales de la Chambre de commerce Internationale (CCI).

Les dispositions qu'il contient sont reconnues par l'ensemble des professionnels, et certaines s'appliquent directement à la publicité qui s'adresse aux enfants.

C'est ainsi que, selon l'article 18 du code CCI, **la communication de marketing ne doit pas exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants ou des adolescents et ne doit comporter aucune déclaration ou aucun traitement visuel qui risquerait de leur causer un dommage sur le plan mental, moral ou physique**.

Ainsi, est notamment édictée une règle déontologique d'interdiction de mettre en scène des enfants prescripteurs dans les messages publicitaires, qu'il conviendrait sans doute de renforcer.

Depuis 2003, la déclaration commune signée avec le Ministre de la parité engage la profession à la protection de la dignité de la personne humaine. La recommandation « image de la personne humaine » établie en octobre 2001 ne comprend pas de principe spécifique à l'hypersexualisation mais stipule qu'il est interdit de présenter ou induire des « stéréotypes dénigrants », de porter atteinte à la « dignité » ou la « décence »[1].

L'article 2 de la CCI dispose que la **« publicité doit proscrire toute déclaration ou présentation visuelle contraire aux convenances selon les normes couramment admises ».**

L'ARPP publie chaque année son bilan de la recommandation *Image de la Personne Humaine* en publicité comprenant une vigilance particulière pour les enfants.

La profession travaille actuellement à l'actualisation de leur déclaration commune, en envisageant la rédaction d'une charte d'engagement qui devrait revêtir un caractère plus incitatif que la déclaration.

Le double dispositif de l'ARPP et du jury de déontologie publicitaire est une garantie contre toute dérive. L'ARPP dispose d'un jury de déontologie publicitaire qui a pour mission de statuer sur les plaintes du public à l'encontre de publicités diffusées. Toute personne en France peut agir, en tant que récepteur des messages, pour contribuer à une publicité toujours plus loyale, plus véridique et plus respectueuse du public.

Les cas d'utilisation « abusive » d'enfants dans des publicités sont de façon générale, peu nombreux en Europe : un cas en Espagne, et quelques-uns au Royaume-Uni.

[1] Annexe 6

En France, sur les 103 803 publicités (y compris Internet) et 21 000 spots TV, il n'y a eu aucune identification de ce problème dans le monde publicitaire, en 2010.

Pour autant, le « scandale Vogue » révèle les failles de ce dispositif. En effet, ces photographies ne relevaient pas du contenu publicitaire mais éditorial sur lequel ni l'ARPP, ni d'autres instances publiques de régulation n'ont de compétence. A cet égard, il est significatif de constater que l'affaire ne fut révéler qu'après plusieurs semaines de diffusion. Sans doute eut-il été préférable qu'un dialogue avec une instance de régulation ait prévenu cette publication.

De par les contacts que le service de conseil préalable a avec les agences de publicités ou les marques, ils n'ont constaté aucune tentative de dérive ou même de pression en ce sens. La représentation de l'enfant de façon inappropriée est un terrain peu porteur pour les marques.

Par contre, l'ARPP n'exclut pas que les enfants puissent constituer un segment commercial.

Aussi sont-ils particulièrement vigilants à ce type de phénomène. L'expérience du porno chic autour des années 2000, représentant la femme, et même l'homme, comme objet, rappelle que la transgression des codes sociaux est parfois revendiquée par l'industrie du luxe. La mode américaine de « mini me » et « it girls » peut créer des tentations en ce sens.

Il y a de façon générale un respect du code de la chambre de commerce international, (aujourd'hui 9ème version). Ce code pose le principe qu'il ne faut pas montrer d'enfants ou d'adolescents dans des postures inappropriées et qu'il n'est pas envisageable qu'ils soient destinataires d'un tel message.

L'hypersexualisation des enfants dans la publicité reste rarissime, par contre l'image de la femme est un vrai sujet.

Sur le phénomène du pornochic, l'ARPP a eu à connaître de 7 cas sur les 100 000 publicités en 2010, contre 30 en 2007, il y a donc un net recul. Ils ont, de plus, une capacité d'intervention rapide pour interdire la diffusion. Le Jury a compétence pour contrôler tous types de médias, y compris l'internet ; il peut se saisir d'une seule plainte et mettre en place une procédure d'urgence.

Sur la question de l'image des femmes, la préoccupation reste constante. La diffusion de symboles sexistes et de stéréotypes est toujours d'actualité. La principale difficulté semble être la représentation de la femme dans la société. Il suffit pour cela, face à un message publicitaire jugé non conforme à ces principes, d'adresser une plainte au Jury qui statuera sur son bien-fondé au regard des règles déontologiques que la profession s'est fixées.

En 2011, sur les 606 plaintes adressées au JDP, 438[1] ont été considérées comme recevables.

[1] 168 plaintes ont, en revanche, dû être rejetées comme non recevables car elles émanaient de demandeurs anonymes ou concernaient soit des publicités non identifiées, soit l'application de la Loi pour laquelle le Jury n'est pas compétent, soit des différends d'ordre contractuel.

En 2011, le Jury s'est réuni 12 fois en séances plénières, au cours desquelles 81 campagnes ont été examinées.

Les principaux sujets sur lesquels le Jury s'est prononcé dans le cadre de ces affaires sont le respect des dispositions relatives à l'Image de la personne humaine (36 cas) et le développement durable pour 26 campagnes.
La déontologie publicitaire, située à la croisée de l'intérêt général et d'intérêts économiques lourds, est d'autant plus difficile à établir qu'elle se voit confrontée à des positions passionnées, opposant, d'une part, liberté d'expression et créativité artistique et, d'autre part, protection du public, de la société, voire de la planète.

Ce dispositif de réclamations publiques semble extrêmement pertinent face au sujet de l'hypersexualisation. Les 65 millions de Françaises et de Français restent les meilleurs garants de l'acceptable et de l'intérêt des enfants.

S'agissant de l'image des enfants, on se rend compte que la régulation, en France, impose une logique de dialogue avec les professionnels concernés par le biais de charte comme celle du CSA relative à la participation des mineurs à des émissions de télévisions.

Si cela va plutôt dans le sens d'une responsabilisation des acteurs, pour autant, nous devons rester vigilants pour garantir l'efficience du contrôle. Aussi de façon commune à toutes les instances de régulations, je souhaite que l'on renforce le caractère pluraliste des instances et que puisse être favorisée la vigilance citoyenne en assurant au mieux les remontées.

RECOMMANDATION 2 : DEFINIR UNE DOCTRINE PUBLIQUE CONTRE L'HYPERSEXUALISATION

CONSTAT :

Les dispositions légales offrent un cadre précis pour prévenir la vision d'images choquantes, pornographiques ou inappropriées par les mineurs.

Les doctrines des autorités de régulation ne sont pas harmonisées et peuvent aboutir à des exigences moindres que nos voisins notamment quant à l'hypersexualisation, sujet pour lequel notre pays a la réputation d'une certaine tolérance.

Les représentants des familles ou professionnels de l'enfance ne sont pas systématiquement présents dans les collèges ou jury des organes de régulation. La pluralité des avis est la garantie de leur acceptabilité.

Le champ de régulation ne couvre pas suffisamment Internet et devrait être défini selon les contenus, pas selon les supports.

L'accessibilité des images pornographiques notamment via leur promotion entraine une confusion chez les plus jeunes entre la norme de la sexualité et la pornographie.

RECOMMANDATIONS :

1/ **Harmoniser les doctrines de régulation contre l'hypersexualisation**, qui pourront être débattues entre les autorités de régulation et les pouvoirs publics lors d'un bilan – défenseur des droits, CSA, ARPP, CNC, ministère en charge de la culture, ministère en charge de la famille, ONED/GIPED.

2/ A l'image de la réforme de l'ARPP en 2007, **veiller à ce que tous les organes de régulation aient une composition paritaire et pluraliste**, notamment les jurys, qui intègre des représentants des familles et/ou des professionnels de l'enfance.

3/ **Renforcer notre niveau d'exigence sur la diffusion d'images « hypersexualisées »,** comme cela fut fait pour les images violentes, et veiller à ce que le pictogramme de classification des œuvres – quel que soit l'âge – soit visible en permanence. Ce qui permettra de faciliter le contrôle parental sur internet.

4/ **Etablir une « recommandation enfants » commune au CSA, CNC et ARPP. Elargir la compétence du** CSA au champ numérique.

5/ Interdire toute publicité pornographique et pop-up pornographiques librement accessibles et gratuits afin que les mineurs ne puissent « tomber » sur les images pornographiques. Engager la responsabilité des diffuseurs et des FAI sur les images pornographiques violentes librement accessibles au nom de la protection de l'enfance.

*

Si l'impact des images auprès des enfants et surtout la facilité d'accès aux images violentes semblent pris en compte dans le paysage juridique français, pour autant la question de l'hypersexualisation qui en découle, n'entre a priori pas dans le champ de la protection de l'enfance. Ceci étant sans doute lié au fait que la notion d'intérêt de l'enfant n'est pas définie en France en dehors d'un usage concret, étroitement lié au concept de danger, cœur de notre doctrine en matière de protection de l'enfant.

b/La protection de l'enfance

La loi n°2007-293 du 5 mars 2007 réformant la protection de l'enfance précise que « l'intérêt de l'enfant, la prise en compte de ses besoins fondamentaux, physiques, intellectuels, sociaux et affectifs, ainsi que le respect de ses droits doivent guider toutes décisions les concernant ».

- **Un arsenal juridique français plutôt complet**

La reconnaissance du respect de l'enfance est récente puisqu'elle date de la seconde moitié du XXème siècle. Pour les pouvoirs publics et les associations de protection de l'enfance, la prévention des crimes sexuels est, avec la maltraitance, le principal aspect de mise en danger de l'enfant. Nous disposons d'un arsenal juridique complet particulièrement dans le domaine de la **lutte contre la pédopornographie et les abus sexuels.**

L'arsenal législatif français incrimine :

Le producteur d'images pédopornographiques

- fixation, enregistrement ou transmission d'image à caractère pornographique d'un mineur en vue de sa diffusion (227-3 du code pénal)
- diffusion de messages pornographiques dès lors qu'ils sont susceptibles d'être perçus par un mineur (227-4 du code pénal)
-

Le consommateur d'images pédopornographiques

- consultation habituelle d'images pédopornographiques (227-23 du code pénal)
- détention d'images pédopornographiques (227-23 du code pénal)

L'auteur de délits ou crimes qui utilise internet pour la commission d'une infraction « classique »

- proxénétisme (225-7 du code pénal)
- proposition sexuelle faite à un mineur par internet (227-22-1 du code pénal)
- et toute infraction classique (viol, agression sexuelle, traite des êtres humains, corruption de mineur)

Focus sur l'article 227-4 du code pénal

Article 227-24 : Le fait soit de fabriquer, de transporter, de diffuser par quelque moyen que ce soit et quel qu'en soit le support un message à caractère violent ou pornographique ou de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine ou à inciter des mineurs à se livrer à des jeux les mettant physiquement en danger, soit de faire commerce d'un tel message, est puni de trois ans d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur.

Lorsque les infractions prévues au présent article sont soumises par la voie de la presse écrite ou audiovisuelle ou de la communication au public en ligne, les dispositions particulières des lois qui régissent ces matières sont applicables en ce qui concerne la détermination des personnes responsables.

La question de l'accès à des images pornographiques se pose au quotidien avec l'affichage notamment de publicités sur les kiosques.

Le principe de l'affichage des titres de presse en France est celui de la liberté d'expression, de distribution et de vente, contrebalancé par l'article 227-24 du Code pénal. MédiaKiosk, concessionnaire du réseau des kiosques de presse en France se doit de respecter cette réglementation. Aussi, se sont-ils engagés à respecter l'obligation déontologique de réserver aux publications classées X (mais non interdites à la vente et à l'affichage) une exposition en hauteur, hors de portée du regard des plus jeunes. Il existe également le cas de certaines publications à caractère pornographique non interdites à la vente mais interdites à l'affichage, il existe un traitement spécial qui consiste à les positionner à l'intérieur des kiosques de manière non directement accessibles, et à les recouvrir d'un blister.

En vertu de l'article 227-24 du code pénal, les sites pornographiques, dans la mesure où des mineurs pourraient y accéder sont illégaux, de même pour les bandeaux publicitaires qui en font la promotion, cependant la pornographie en France n'étant pas une infraction, ces sites donnent très peu lieu à des investigations de la part des services de police, comme l'a soulevé l'Office central de lutte contre la cybercriminalité.

L'article 227-24 du code pénal tel qu'il est ainsi rédigé, est difficilement applicable, s'agissant de la sphère internet. Cet article laisse sous-entendre que les contenus internet pornographiques devraient tous faire l'objet de signalement par les fournisseurs d'accès à internet. L'office centrale de lutte contre la cybercriminalité insiste pour une révision de cet article qui ne soit pas qu'un article de principe afin qu'il puisse trouver une application réaliste[1].

Dans cette problématique se pose également la question de la responsabilité des hébergeurs de vidéos sur Internet. La loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 a fondé à la fois internet et le commerce électronique dans la législation française. La responsabilité des prestataires de services sur internet, fournisseurs d'accès et fournisseurs d'hébergement, repose sur une faute caractérisée en matière de responsabilité délictuelle et sur une obligation minimum de surveillance par les prestataires, de la commission de certaines infractions. Si les hébergeurs, pas plus que les fournisseurs d'accès, ne sont des producteurs au sens de la loi sur la responsabilité du directeur de la publication (loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique), ils sont, en vertu de l'article 4 de la LOPPSI 2[2] tenus de signaler et bloquer tout contenu à caractère pédopornographique.

[2] Loi n°2011-267 du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure.

L'actualité nous fait découvrir régulièrement des cas de harcèlement sur internet via la diffusion de photos intimes. Ainsi, les réseaux sociaux, aujourd'hui, sont souvent montrés du doigt. Facebook, interdit aux mineurs de moins de 13 ans sur simple formulaire déclaratif s'est associé aux pouvoirs publics dans le cadre notamment de la table ronde sur le harcèlement à l'école avec le Ministère de l'éducation nationale. Dans cette optique, un travail de coopération doit se poursuivre pour rendre plus lisible l'accès des centres de sécurité des plateformes des réseaux sociaux.

La répression est assurée notamment par l'office central de lutte contre la cybercriminalité sur les TIC (OCLCTIC), créée en 2000. Structure interministérielle, centralisée et opérationnelle à compétence nationale, elle gère notamment la plate-forme de signalement « internet-signalement.gouv.fr ». Les responsables font face à une hausse de 20% des signalements chaque année, et gèrent 10 000 signalements par an. Madame Adeline CHAMPAGNAT, adjointe au chef de l'OCLCTIC, considère que la France a un arsenal juridique plus complet que ses homologues européens et, à ce jour, des moyens correspondant à la demande. Des moyens nouveaux et adaptés ont été donnés à la police pour permettre la recherche de ce type d'infractions, telle la participation sous un pseudonyme aux échanges électroniques (706-27-1 du code de procédure pénale).
Elle note, comme nombre de nos interlocuteurs que la mise en scène des adolescentes est moins fréquente ; par contre, le problème se déplace vers les plus jeunes, dès 8 ans, alors que les parents français sont moins enclins au contrôle parental.

A l'évidence, ne pas s'exhiber dans des tenues ou postures trop érotiques sur le Net, comme dans la rue, est un conseil de base à partager pour éviter l'hypersexualisation numérique, comme le fait d'installer l'ordinateur dans un lieu commun au sein du domicile, ainsi que la mise en place de logiciels de contrôle parental.

Le contrôle parental doit être un outil majeur de la protection des enfants sur Internet, qui doit être considéré davantage comme un outil d'aide à l'éducation d'internet. Le gouvernement a obtenu en 2005, en concertation avec les FAI, que ces derniers mettent à disposition de leurs abonnés de tels systèmes.

Mais, selon une étude de l'INSEE d'avril 2010 [1], 26,5% des ménages ayant au moins un enfant utilisent un logiciel de contrôle parental. Or ces logiciels de contrôle parental sont disponibles gratuitement auprès de tous les Fournisseurs d'Accès à Internet et sont simples à installer.

Deuxième constat, au-delà du contrôle parental, les réseaux sont des espaces publics sur lesquels il convient de donner des règles de « circulation » aux enfants, comme nous le faisons pour leur déplacement dans la rue. L'OCLCTIC diffuse à cette fin quelques conseils pratiques aux parents et enfants.

Troisième constat, la connexion à Internet via un téléphone portable est désormais chose courante chez les enfants et les adolescents. D'après le baromètre 2010-2011 « Enfants et Internet », l'entrée au collège marque une étape en terme d'équipement puisque chez les 11-13 ans le taux d'équipement en téléphone mobile explose passant sur un an de 47% à 75%. Le nombre de ceux qui utilisent leur téléphone pour se connecter à Internet croît dans toutes les classes d'âge et double chez les plus jeunes passant de 14% en 2010 à 27% en 2011.

[1] Enquête Technologies de l'information et de la communication, avril 2010

Il semblerait qu'un parent sur dix installe le contrôle parental sur le mobile de son enfant. Comme sur l'ordinateur, des logiciels de protection existent effectivement sur ces terminaux. Il faut savoir que l'activation du contrôle parental devrait normalement être proposée lors de toute ouverture de ligne destinée à un mineur. Il est également possible de le mettre en place gratuitement sur simple appel à l'opérateur.

Les logiciels de contrôle parental sur les smartphones n'agissent que sur les accès Internet via les réseaux téléphoniques 3G/4G, mais aucun filtrage n'apparaît possible pour les accès Internet via wifi.
Il existe de nombreuses structures associatives, notamment pour la promotion des droits de l'enfant dans le contexte du développement de l'internet et des NTIC. Les associations qui interviennent[1] régulièrement dans le milieu scolaire, cherchent à sensibiliser les jeunes aux nouveaux médias pour leur faire comprendre la portée de certains de leurs actes même « virtuels ».
De même le programme national de sensibilisation des jeunes aux bons usages de l'Internet, depuis son site Internet Sans Crainte, est une émanation du programme européen "Safer internet" qui mène des campagnes de prévention et de sensibilisation des parents et adolescents autour de l'utilisation du numérique.

- **Un foisonnement de structures en charge de la protection de l'enfance**

En outre, d'un point de vue institutionnel, la protection de l'enfance est également organisée. Le champ des signalements de maltraitance et d'abus sexuels est investi par les pouvoirs publics.

⇒ **La direction de la Protection judiciaire de la Jeunesse**

La direction de la Protection judiciaire de la Jeunesse (DPJJ) *« est chargée, dans le cadre de la compétence du ministère de la Justice et des Libertés, de l'ensemble des questions intéressant la justice des mineurs et de la concertation entre les institutions intervenant à ce titre »* (décret du 9 juillet 2008 relatif à l'organisation du ministère de la justice).
Le champ d'action de la DPJJ s'étend de la conception des normes et des cadres d'organisation, à la mise en œuvre et à la vérification de la qualité de ces mises en œuvre. La DPJJ est également en charge de la politique et gestion des ressources humaines, la politique de formation, du pilotage opérationnel et budgétaire (missions "support" décrites dans le décret 2008-689).
Au quotidien, les professionnels de la Protection judiciaire de la Jeunesse mènent des actions d'éducation, d'insertion sociale, scolaire et professionnelle au bénéfice des jeunes sous mandat judiciaire, pénal ou civil, et de leur famille.

[1] Voir Annexe 2

⇒ Les observatoires départementaux de la protection de l'enfance (ODPE).

La loi du 5 mars 2007 a créé un observatoire départemental dans chaque département, qui est placé sous l'autorité du Président du conseil général, chef de file de la protection de l'enfance, depuis la loi du 5 mars 2007. Ses missions sont les suivantes :

- recueillir, d'examiner et d'analyser les données relatives à l'enfance en danger dans le département, au regard notamment des informations anonymes transmises dans les conditions prévues à l'article L. 226-3. Ces données sont ensuite adressées par chaque département à l'Observatoire national de l'enfance en danger ;
- être informé de toute évaluation des services et établissements intervenant dans le domaine de la protection de l'enfance et assurée en application de l'article L. 312-8 ;
- suivre la mise en œuvre du schéma départemental prévu à l'article L. 312-5 en tant qu'il concerne les établissements et services mentionnés aux 1° et 4° du I de l'article L. 312-1, et de formuler des avis ;
- formuler des propositions et avis sur la mise en œuvre de la politique de protection de l'enfance dans le département.

Ces observatoires associent différents professionnels de la protection de l'enfance : représentants des services du conseil général, de l'autorité judiciaire dans le département et des autres services de l'Etat ainsi que des représentants de tout service et établissement dans ce département qui participe ou apporte son concours à la protection de l'enfance, et des représentants des associations concourant à la protection de l'enfance et de la famille.

Conformément aux dispositions prévues par la loi du 5 mars 2007, les informations anonymes concernant des enfants en danger collectées par le président du conseil général sont transmises sous forme anonyme à l'observatoire départemental de la protection de l'enfance et à l'Observatoire national de l'enfance en danger selon des modalités fixées par le décret n°2001-222 du 28 février 2011.
L'observatoire établit ensuite des statistiques qui sont portées à la connaissance de l'assemblée départementale et transmises aux représentants de l'Etat et de l'autorité judiciaire.

⇒ Le Groupement d'intérêt public « Enfance en danger »

Le groupement d'intérêt public « Enfance en danger », communément appelé «GIPED », regroupe deux instances. D'une part, l'Observatoire national de l'enfance en danger (ONED), chargé du suivi statistique ; et d'autre part, le Service national d'Accueil Téléphonique pour l'Enfance en Danger (Snated), ou 119, créé par la loi du 10 juillet 1989, relatif à la prévention des mauvais traitements à l'égard des mineurs et à la protection de l'enfance.

⇒ L'Observatoire national de l'enfance en danger

Hebergé par le GIPED, l'ONED a été créé par la loi du 2 janvier 2004 relative à l'accueil et à la protection de l'enfance. Ses missions ont été renforcées par la loi du 5 mars 2007 réformant la protection de l'enfance. Cet observatoire doit permettre de mieux connaître le champ de l'enfance en danger pour mieux prévenir et mieux prendre en charge les usagers. Pour ce faire, il conduit et impulse des études, émet des recommandations à l'attention des acteurs de la protection de l'enfance : l'Etat, les départements ou encore les fondations et associations. Il s'est vu confier cinq missions principales :

- **La mise en cohérence des données chiffrées en vue d'une meilleure coordination des interventions concernant l'enfance en danger :**
  - Recenser, promouvoir et analyser les sources existantes en France concernant les enfants susceptibles de bénéficier d'une prise en charge en protection de l'enfance mais aussi, notamment par le biais des enquêtes rétrospectives, les personnes ayant été maltraitées sans avoir bénéficié d'aide.
  - Remontée des données recueillies sur les enfants et leur famille (décret observatoire)
  - Etre à l'initiative d'autres études et enquêtes observant la population des enfants en danger, les phénomènes de mise en danger ou de protection et le devenir des enfants pris en charge.
  - Dans le cadre de coopérations européennes et internationales, recueillir des données, analyser des systèmes d'observations et confronter des méthodologies.

- **Le recensement et l'évaluation des pratiques de prévention, de dépistage et de prise en charge** : dispositifs et pratiques dans le champ de la protection de l'enfance analysés par ses chargés d'études à partir de documents officiels et de visites de terrain.

- le développement d'études et de recherches : chaque début d'année, l'ONED lance deux appels d'offres, l'un ouvert, l'autre thématique. Le calendrier est identique tous les ans : clôture des candidatures en mai, réponse courant juillet. Les équipes doivent être rattachées soit à un laboratoire de recherche, soit à une association ou une fondation. La durée des projets ne peut excéder 18 mois. Le Conseil scientifique de l'ONED, constitué de chercheurs et chargés de mission (professionnels de la protection de l'enfance, pédopsychiatre, juriste, démographe,..) établit un classement qui est ensuite soumis au Conseil d'administration du GIP. Enfin, l'ONED accueille des chercheurs français et étrangers qui contribuent à ses travaux.

- **La participation au réseau des observatoires européens ChildONEurope.**

- **La diffusion et la circulation des informations** (www.oned.fr , Lettre de l'ONED, journées thématiques...)

Chaque année, l'ONED publie un rapport dans lequel il émet des recommandations en matière de politique publique à l'attention de l'Etat et des départements. Il est en grande partie inspiré des visites de terrain réalisées par les chargés d'études tout au long de l'année.

Si l'intérêt supérieur est une notion dynamique qui fait partie depuis 2007 de la législation sur la protection de l'enfant qui tend de plus en plus à être reconnue, il manque à l'hypersexualistaion, un recueil de données qui identifierait ce phénomène comme une mise en danger de l'enfant. L'ONED sollicité, dans le cadre des travaux sur la charte de protection des enfants dans les médias et de ce rapport souhaite investir ce sujet et mener une observation du phénomène.

* *

La protection des mineurs dispose d'un socle juridique solide qui place la France parmi les pays, les plus soucieux du respect des enfants.

La protection des mineurs recouvre principalement les cas de maltraitance, de violence et d'abus sexuels.

Le phénomène de l'hypersexualisation, relativement récent, entre finalement très peu dans le champ de la protection des mineurs. Il est, en effet, intéressant de relever que tant du point de vue institutionnel que juridique, l'hypersexualisation n'est pas identifiée comme un facteur de mise en danger et ne figure pas au cœur des priorités des structures en charge de l'enfance. Le sujet de l'hypersexualistaion se trouve finalement être connexe à une multitude d'autres et se trouve de fait appréhendé par des biais multiples : pression marketing, usage des NTIC, représentation de l'image des enfants, apprentissage de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Comme cela a été soulevé dans le rapport, derrière le phénomène de l'hypersexualisation des enfants, se jouent également des enjeux sociétaux de parité et d'égalité entre les sexes, dont il convient d'aborder quelques aspects d'apprentissage auprès des enfants.

c/ La promotion et l'éducation à l'égalité des sexes auprès des enfants : la problématique du respect mutuel

- **La lutte contre les stéréotypes**

En termes d'image, les stéréotypes véhiculés par les médias et les stratégies marketing sont nombreux, mais le cadre juridique paraît là encore plutôt complet.

Le Parlement européen a adopté une proposition de résolution, le 3 septembre 2008, sur l'impact du marketing et de la publicité sur l'égalité des genres (2008/2038(INI))[1] qui à travers 26 préconisations, donne des pistes pour éliminer les stéréotypes de genre véhiculés par le marketing et la publicité.

Cette proposition de résolution part du constat que les stéréotypes de genre demeurent largement répandus malgré les divers programmes communautaires visant à promouvoir l'égalité des genres. Elle souligne notamment que les stéréotypes véhiculés par la publicité diffusée lors des émissions de télévision pour enfants pose un problème particulier en raison de leur incidence potentielle sur la socialisation par genre et, partant, sur le regard que les enfants portent sur eux-mêmes, les membres de la famille et le monde extérieur.

Notre société est basée sur le respect de soi et des autres. Depuis la loi du 30 décembre 2004 (articles 225-1 et 225-2 du code pénal), sont désormais sanctionnées de la même manière les injures raciales et les injures proférées envers une personne ou un groupe de personnes en raison de leur sexe ou de leur orientation sexuelle.

Il est reconnu que les stéréotypes s'ancrent dès le plus jeune âge, notamment par le biais des outils d'apprentissage des enfants comme la lecture. Aussi, l'article 27 de la loi n° 2010-769 du 9 juillet 2010 relative aux violences faites spécifiquement aux femmes, aux violences au sein des couples et aux incidences de ces dernières sur les enfants, a modifié la législation encadrant les publications destinées à la jeunesse pour y inscrire l'objectif de lutte contre les préjugés sexistes.

L'école est un vecteur important dans l'apprentissage de l'égalité entre les filles et les garçons, par les enfants eux-mêmes. La notion de respect mutuel est essentielle pour une éducation à la sexualité. Les représentantes du planning familial relèvent ce paramètre important prônant une sexualité choisie et non subie, comme certains clivages filles / garçons l'envisagent. Ainsi, on peut considérer que l'éducation à la sexualité à l'école a une place primordiale pour l'apprentissage de l'égalité entre les sexes.

[1] Annexe 5

- **L'éducation à la sexualité à l'école et apprentissage de l'altérité**

L'égalité entre les filles et les garçons constitue une des missions fondamentales de l'école, mentionnée dans l'article L 121-1 du code de l'éducation. Cette exigence d'égalité et de prévention des discriminations et des violences est rappelée chaque année dans les circulaires de préparation de la rentrée.

La Direction générale de l'enseignement scolaire nous a réaffirmé que le socle commun des connaissances intègre le respect des autres et de l'autre sexe. Les nouveaux programmes d'histoire et d'éducation civique intègrent la problématique de l'égalité entre les femmes et les hommes, problématique qui est abordée sous différents angles en éducation civique juridique et sociale au lycée et dans différentes disciplines.

L'Education à la sexualité dans le milieu scolaire est prévue dans les textes. Même si certains acteurs regrettent encore la diffusion d'une vision encore trop biologique, il est indéniable que des progrès en terme d'apprentissage du respect mutuel et d'intégration de la dimension psychoaffective de la sexualité ont été réalisés. Comme en témoigne la **circulaire n° 2003-027 du 17 février 2003 et celle, plus récente, du 2 décembre 2011** qui réaffirment la volonté des pouvoirs publics d'une mise en œuvre effective de l'éducation à la sexualité en milieu scolaire.

La circulaire n°2003-027 du 17 février 2003 stipule « l'évolution des mentalités, des comportements, du contexte social, juridique et médiatique dans le domaine de la sexualité, ainsi que des connaissances scientifiques liées à la maîtrise de la reproduction humaine a conduit les pouvoirs publics à développer **l'éducation à la sexualité en milieu scolaire comme une composante essentielle de la construction de la personne et de l'éducation du citoyen**. (…) L'éducation à la sexualité à l'école est inséparable des connaissances biologiques sur le développement et le fonctionnement du corps humain, mais elle intègre tout autant, sinon plus, une réflexion sur les dimensions psychologiques, affectives, sociales, culturelles et éthiques. »

L'éducation à la sexualité, prévoit une formation à destination de l'ensemble des élèves dans les écoles, les collèges et les lycées, avec trois séances d'information et d'éducation à la sexualité, organisées dans le courant de chaque année scolaire.

La circulaire n°2011-216 du 2 décembre 2011 réaffirme quant à elle dans les sept objectifs prioritaires qui doivent être intégrés dans le projet éducatif de chaque école ou établissement, la généralisation de l'éducation à la sexualité. Inscrite dans le code de l'éducation (articles L121-1, L312-16, R421-46, R421-47), **l'éducation à la sexualité est intégrée dans les compétences sociales et civiques du socle commun de connaissances et de compétences.**
Conçue comme une composante de la construction de la personne, elle intègre en particulier, l'apprentissage du respect mutuel, l'égalité entre les garçons et les filles et l'acceptation des différences.

L'éducation nationale a clairement investi ce sujet, chaque plan académique a une formation sur l'égalité entre les hommes et les femmes. Beaucoup d'efforts sont faits pour mettre en avant les femmes**. Si la circulaire de l'éducation nationale sur l'éducation à la sexualité dans le milieu scolaire, évoquée plus haut, est appropriée, reste qu'à ce jour plusieurs associations regrettent qu'elle soit encore peu appliquée dans ces termes.**

- **Structure en charge de la parité**

En France, il existe une multitude d'acteurs investis dans le champ de la parité. Aussi, est-il difficile d'être exhaustif en citant l'ensemble acteurs dont le champ de compétence a trait à la parité. A ce titre, les associations féministes sont une vigie citoyenne, encore indispensable de nos jours. Dans le champ des pouvoirs publics, l'Observatoire national de la parité est l'organe d'observation et de vigilance référent.

⇒ **L'observatoire national de la parité**

En France, la question de la parité semble être une préoccupation majeure des pouvoirs publics, avec la mise en place notamment de l'Observatoire national de la parité.
L'Observatoire de la parité entre les femmes et les hommes (OPFH), créé en 1995 est institué auprès du Premier ministre et, par délégation, auprès du ministre en charge des droits des femmes. Ce service assure **une fonction d'expertise et d'évaluation des politiques publiques** visant à favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes dans les domaines politique, économique et social.
L'Observatoire de la parité entre les femmes et les hommes a été institué par le décret n°95-1114 du 18 octobre 1995. Ses missions initiales de pôle d'information sur la situation des femmes étaient associées à une fonction de promotion de l'égalité entre représentants des deux sexes en amont de la législation, au travers de "programmes d'actions spécifiques" et de l'élaboration de "recommandations et propositions de réformes".
Ces dispositions réglementaires ont été complétées par le décret n°98-922 du 14 octobre 1998. Tandis que les statuts de 1995 lui conféraient la mission d' "éclairer les pouvoirs publics ainsi que les acteurs politiques, économiques et sociaux dans leur décision", le décret de 1998 est plus explicite : l'Observatoire est dorénavant chargé sur saisine du Premier ministre de se prononcer, au regard des principes dont il assure la défense, sur les textes qui lui sont soumis. Lesdits principes directeurs ont également été précisés ; ils englobent désormais la prévention et la lutte à l'encontre des inégalités entre hommes et femmes à tous les niveaux de la vie en société.
L'article 2 complété du décret du 18 octobre 1995 définit les missions de l'Observatoire de la parité entre les femmes et les hommes comme suit :

- **centraliser, faire produire et diffuser**, au besoin par des programmes d'actions spécifiques, les données, analyses, études et recherches sur la situation des femmes aux niveaux national et international ;
- **évaluer la persistance des inégalités entre les sexes** et identifier les obstacles à la parité, notamment dans les domaines politique, économique et social ;
- **émettre des avis** sur les projets de textes législatifs et réglementaires dont il est saisi par le Premier ministre ;
- **faire toutes recommandations et propositions de réformes au Premier ministre** afin de prévenir et de résorber les inégalités entre les sexes et promouvoir l'accès à la parité.

Par conséquent, l'observatoire de la parité est fondé à intervenir dès le plus jeune âge et doit être un acteur central de la lutte contre l'hypersexualisation des enfants.

De même a été créée au sein du Parlement européen, une **commission des droits de la femme et d'égalité de genres** qui a compétence compétente pour les questions ayant trait:

- à la définition, à la promotion et à la défense des droits de la femme dans l'Union et aux mesures prises à cet égard par la Communauté;
- à la promotion des droits de la femme dans les pays tiers;
- à la politique d'égalité des chances, incluant l'égalité entre les hommes et les femmes en ce qui concerne leurs chances sur le marché de l'emploi et le traitement dans le travail;
- à l'élimination de toutes formes de discrimination fondées sur le sexe;
- à la mise en œuvre et à la poursuite de l'intégration de la dimension de l'égalité des chances dans tous les secteurs;
- au suivi et à la mise en œuvre des accords et conventions internationaux touchant les droits de la femme;
- à la politique d'information concernant les femmes.

L'analyse juridique des dispositifs de protection de l'enfance et du respect de l'égalité entre les sexes conclut que l'hypersexualisation des enfants ou l'incitation à l'hypersexualisation des enfants ou l'incitation à l'hypersexualisation n'est pas identifiée comme une « mise en danger » de l'enfant, ni un sujet central de la parité.

Ce constat renvoie à la nécessité d'approfondir nos connaissances et plus encore de donner corps aux principes juridiques fondamentaux.

RECOMMANDATION 3 : CHARTE DE L'ENFANT

CONSTAT :

L'analyse des principes universels qui peuvent participer à encadrer les risques liés à l'hypersexualisation conclut à leur pertinence.

L'intérêt supérieur de l'enfant exige de le préserver des influences néfastes et le respect de la dignité de la personne humaine impliquant de ne pas le représenter comme un objet sexuel.

Pour autant, ces principes n'ont eu que deux rares traductions juridiques ou judiciaires et n'ont jamais été invoquées face à l'hypersexualisation.

Les pouvoirs publics sont fondés à donner corps à ces principes en précisant leur signification.

RECOMMANDATION :

Objectif : **donner un corpus concret aux principes juridiques d'intérêt supérieur de l'enfant et de respect de la dignité de la personne humaine**, plus particulièrement des enfants afin que les juges puissent fonder leurs décisions et veiller à équilibrer ces principes avec d'autres principes juridiques fondamentaux (liberté d'expression, liberté de création ou encore liberté du commerce).

Modalités :

1/ Rédiger une « charte de l'enfant » juridiquement opposable qui traduise les principes de l'intérêt supérieur de l'enfant dans les domaines de l'éducation, de la production et de la consommation ou encore des médias.

2/Associer à sa rédaction :

- professionnels de l'enfance ;
- experts juridiques : Conseil d'Etat, Cour de Cassation, avocats, juristes ;
- associations familiales.

*

B – COMPRENDRE ET OBSERVER

Importé directement des Etats-Unis via les stars, l'hypersexualisation s'installe dans les sociétés occidentales et influence notablement les manières de penser le corps et la sexualité des individus et en particulier des jeunes. Nous sommes face à un phénomène majeur de société qui touche l'ensemble des sociétés occidentales à des degrés divers ; la France n'étant pas épargnée par ce phénomène. Nous avons mis en évidence des signes objectifs de cette hypersexualisation de la société française.

Or, bien que nous ayons mis en évidence des faisceaux d'indices qui nous mènent à la conclusion d'un phénomène prégnant, nous ne pouvons à l'heure actuelle mesurer l'ampleur de ce phénomène.

Pour faire la démonstration de cette hypersexualisation de la société, nous n'avons pas pu nous appuyer sur des recherches et études françaises, le phénomène n'ayant pas encore été « observé scientifiquement » comme il l'a été aux Etats-Unis ou au Québec.
Tout au long de l'écriture de ce rapport parlementaire, nous nous sommes trouvés confrontés à un manque évident de recherches et d'observations sur le phénomène de l'hypersexualisation en France. Nous avons dû nous appuyer sur des études menées Outre-Atlantique, (au Canada et aux Etats-Unis) et également en Europe (Belgique et en Grande-Bretagne) pour réunir des observations.

Nous ne pouvons que regretter cette lacune dans la recherche et ceci pour plusieurs raisons. **Nous sommes face à un phénomène social qui touche directement notre rapport au corps et à la sexualité et modifie considérablement notre rapport à l'autre**.

On peut légitimement se demander si le caractère tabou de la sexualité (en France, quasiment aucune chaire en sciences sociales n'est consacrée au sujet de la sexualité) n'est pas un frein pour mener ce genre de travaux.

De plus, il paraît quelque part inquiétant que notre société ne soit pas davantage interpellée par cette « effraction » du sexe à tout va, cette marchandisation du sexe, et la pornographisation de la culture notamment véhiculée par les idoles. Est-ce là l'unique vision de la sexualité et du rapport à l'autre que l'on veut transmettre à nos enfants et à nos adolescents ?

Les constats majeurs que nous avons posés sans que nous puissions réellement les étayer « scientifiquement » sont les suivants et nous amènent à penser qu'une observation approfondie du phénomène est indispensable :

- Le premier point le plus important est que **l'ensemble des experts auditionnés lors de ce rapport parlementaire fait le même constat : notre société présente des signes évidents d'hypersexualisation**. Ils regrettent tous l'absence d'études et d'observations sur le phénomène.
- **Ce phénomène n'est pas récent**. Des faisceaux d'indices (constats faits en partant de la mode, de la publicité et des stars) nous conduisent à penser qu'il a débuté autour des années 2000. Or, force est de constater -et notre rapport l'a mis en évidence,-qu'en 2012, le phénomène est toujours prégnant.

- Il prend ses racines **dans la pornographisation de la société : il interroge la libération sexuelle** et ses limites.
- Il interroge **la relation des jeunes à la sexualité et à leur corps**.
- Il n'a **pas les mêmes incidences en fonction de l'âge des enfants et en fonction des sexes.**
- Ce phénomène **touche plus particulièrement les femmes** et impose une dictature du corps basée sur l'apparence, l'exhibitionnisme et le sex-appeal
- Il **remet en cause les valeurs d'égalité** entre les femmes et les hommes
- Il **renforce les stéréotypes sexistes.**
- Il **génère des troubles chez les adolescents** dans leur rapport au corps et à la sexualité.
- Ce phénomène **ne se manifeste pas avec la même ampleur en fonction des catégories sociales** : les catégories sociales plus aisées semblent mieux résister au phénomène.
- Ce phénomène **n'a pas la même ampleur en Europe** : certains pays européens semblent mieux résister au phénomène sans que l'on ne puisse le mesurer.

Un phénomène aussi majeur et qui touche en profondeur notre société ne peut rester sans observation et étude scientifique. **Ceci est d'autant plus important qu'il a des incidences sur la perception qu'ont les enfants et les adolescent(e)s de leur identité sexuée, de leur rapport au corps et à la sexualité.**
L'ensemble des professionnels de la santé font le constat de troubles psychiques certains chez les adolescent(e)s qui seraient en lien avec cette hypersexualisation de la société. Or, on ne peut encore en mesurer la causalité. Cette question de l'intérêt supérieur de l'enfant et de sa protection doit guider notre souci de conduire des recherches sur ce phénomène et son impact auprès des jeunes.

RECOMMANDATION 4 : MENER DES RECHERCHES POUR COMPRENDRE L'HYPERSEXUALISATION DES ENFANTS

Mener des recherches en privilégiant deux axes :

Axe 1 : Comprendre les ressorts de l'hypersexualisation des enfants :

- Outre l'observation du phénomène sur les petites filles, une observation particulière doit être conduite sur l'hypervirilité.
- Nécessité d'études sociologiques sur les choix vestimentaires et l'influence de l'hypersexualisation auprès des filles mais aussi des garçons.
- Observer l'influence de l'hypersexualisation sur les choix des jouets ou encore des choix musicaux.

Axe 2 : Comprendre les conséquences de l'hypersexualisation des enfants :

- Nécessité de mener des études longitudinales sur l'impact de l'hypersexualisation chez les filles et garçons

Ces deux sujets pourraient être confiés au CNRS compte tenu de leur approche transversale et pluridisciplinaire.

Comprendre l'hypersexualisation de la société et son impact sur les enfants et les adolescents.

Axe 1 : Séparer l'observation de l'hypersexualisation des jeunes enfants de celle des adolescents afin mesurer les incidences notamment lors de la période de latence**.**

Axe 2 : Conduire en priorité une étude sur l'impact psychologique d'une sexualité trop précoce :

- La méthode **d'observation qualitative et quantitative** doit reposer sur une étude longitudinale des enfants et adolescents.
- Il s'agit notamment de mesurer l'impact du visionnage d'images pornographiques chez les enfants.
- De mesurer la corrélation entre l'exposition à la pornographie et l'observation des phénomènes de violence entre genres à l'école, de relations sexuelles non consenties entre autre.

*

RECOMMANDATION 5 : CREER UNE MISSION QUINQUENNALE D'OBSERVATION DE L'HYPERSEXUALISATION ET DU SEXISME

La mise en place d'un groupe de travail d'experts afin de définir des indicateurs de suivi de l'hypersexualisation et du sexisme

L'observation du phénomène de l'hypersexualisation n'est pas aisée car c'est un phénomène social polymorphe qui a trait à plusieurs domaines d'observation : l'éducation, le rapport au corps, la santé, la mode vestimentaire, les médias, la publicité…

Ces observations doivent être collectées auprès des professionnels en charge des jeunes au sein de la société. Nous recommandons que ce groupe de travail soit également en charge de l'évaluation annuelle des chartes de responsabilité des médias et du monde économique (Recommandation 12)

Ces remontées d'informations ne doivent pas être réalisées de manière anarchiques mais elles doivent s'établir selon des grilles d'indicateurs fiables, stables et éprouvées tels que : la CSP, sexe, âges, régions…

Pour suivre ce phénomène : enquêtes de l'éducation nationale (CIVIS), statistiques sur le harcèlement (ONDRP), plaintes auprès des organes de régulation (défenseur des droits, CSA, ARPP), saisines des élus, plaintes des consommateurs ou encore observateurs des pédopsychiatres.

La mise en place d'une observation quinquennale

Notre analyse du phénomène de l'hypersexualisation nous a conduit à mettre en avant deux problématiques fortes et donc deux enjeux à relever dans les propositions d'actions à mener :

- **Celle de la mise en danger de l'enfant et de l'adolescent et au-delà de sa protection**. En effet, l'hypersexualisation influence les pratiques sexuelles des jeunes et leur représentation du corps et de la sexualité. Le culte de l'apparence « parfaite et sexy » ainsi que de la « performance sexuelle » valorisée à travers la filmographie « pornographique » pousse les enfants et les adolescents à dériver vers des pratiques sexuelles subies ou imposées ou encore générer des troubles psychiques graves (anorexie, dépression…). L'impact de cette hypersexualisation est que les enfants et les adolescents sont confrontés de manière précoce à des images pornographiques souvent violentes qui, parce qu'elles agissent comme « traumatisme » sont des formes de mise en danger. Ces dernières peuvent également prendre la forme de pratiques sexuelles addictives déviantes.

- **Celle du renforcement de stéréotypes sexistes et d'un clivage plus marqué entre les sexes**. Les jeunes influencés par la pornographie sont tentés de reproduire les actes sexuels tels qu'ils les ont vu mis en scène et à instaurer dans la réalité un rapport de domination voire de violence avec les filles. Ce « sexe désenchanté » et sans affect peut nuire aux relations entre garçons et filles et être à l'origine de violences verbales, physiques ou sexuelles.

- Nous préconisons aux fins d'observation, la mise en place d'une mission d'observation quinquennale de l'hypersexualisation et du sexisme qui soit copiloté par **l'ONED** (Observatoire de l'enfance en danger), **l'Observatoire de la parité** pour le volet « suivi des stéréotypes », en associant les données issues de **l'ONDRP** (Observatoire national de la délinquance et des réponses pénales) pour les aspects de violence sexuelle. Il ne nous semble pas pertinent de créer un nouvel observatoire pour un enjeu de société qui doit être couvert par ces deux structures existantes.

- Cette observation d'un **phénomène de société**, ne pouvant révéler à court terme d'évolution marquante, ne peut être pertinente que sur une période plus large de 5 ans. Ainsi, sur la base du cahier des charges défini collectivement, l'ONED et l'Observatoire de la parité pourraient commander une évaluation complète. Il serait d'ailleurs intéressant qu'elle intègre systématiquement une évaluation de la sexualisation des rôles dans les livres scolaires.

*

RECOMMANDATION 6 : COMPRENDRE LA SEXUALITE DES ADOLESCENT(ES)

Ce rapport parlementaire a constaté l'absence de recherches et d'observations sur un point important soulevé par l'étude de l'hypersexualisation : il s'agit des pratiques sexuelles des adolescent(es). Finalement, peu de professionnels peuvent décrire les rapports des jeunes à la sexualité. Certes des études sur le rapport des jeunes à la pornographie ont été menées mais sans pouvoir mesurer l'impact et l'influence sur leur manière de vivre leur sexualité.

Nous préconisons **la conduite de recherches et d'observation des pratiques sexuelles des adolescents en ne restreignant pas cette observation à une approche médicale et technique des rapports sexuels**.
L'enjeu est bien celui de la protection des adolescents par leur éducation, une observation qui relève essentiellement de l'Education nationale et des acteurs de la santé pourrait être pilotée, par exemple, **par l'INSERM.**

*

C– INFORMER ET EDUQUER

La prise de conscience du phénomène de l'hypersexualisation est très récente. Elle émane essentiellement des professionnels de la santé, des associations familiales et de protection de l'enfance qui sont amenées au quotidien à travailler avec les jeunes. D'ailleurs, ce sont eux qui ont sonné l'alerte au moment de la parution des photos dans le magazine Vogue. Ils ont alerté les acteurs publics sur cette sexualisation précoce des petites filles, en pointant les dangers autour la présentation des petites filles comme « objet sexuel ».
Ce sont également les associations de protection de l'enfance et les professionnels éducatifs qui ont alerté sur les dangers via Internet de la surexposition des enfants et adolescents aux contenus à caractère sexuel et pornographique et des risques encourus notamment en termes d'addictions, de pratiques sexuelles déviantes, de cyber harcèlement sexuel etc.

L'ensemble de ces professionnels constate un manque évident d'information des enfants, adolescents et des parents sur le phénomène de l'hypersexualisation et de son influence sur les comportements des jeunes. Sans vouloir responsabiliser à outrance, ni diaboliser les adolescents, les associations et professionnels pensent qu'il est crucial :

- D'informer mais aussi de sensibiliser sur les risques encourus par les adolescents en termes de santé notamment.
- De réfléchir à **un vrai projet de société autour de l'éducation à la sexualité (sexualité pris dans son acception large et comme forme de relation d'épanouissement entre les sexes), et par extension de valoriser l'égalité des sexes, le respect entre les filles et les garçons.**
- De développer des programmes d'actions autour **de l'éducation à l'image et au numérique** avec comme objectif de développer le sens critique et la distanciation avec les images vues.

Quant aux parents, ils ne semblent pas toujours mesurer les impacts de cette hypersexualisation. Ils estiment souvent que l'adolescence s'est toujours manifestée à peu près de la même façon chez les 12-17 ans, par un habillement plus provocateur, par le maquillage et par cette envie de plaire au sexe opposé.
Certains parents, bien souvent sans en être conscients, sont complices de cette mode « hypersexy » des adolescentes, souvent aussi à cause de la pression sociale : « C'est la mode, qu'est-ce qu'on peut faire? ». Il y a des parents qui se sentent très isolés, impuissants ou dépourvus face à ce phénomène qui n'est que l'écho d'un courant social beaucoup plus vaste et qui se traduit par une invite sexuelle omniprésente dans les médias et sur le marché de la consommation.

D'autres parents abandonnent face à cette « mode hypersexy » portée par leurs filles pour ne pas perdre l'amour ou la complicité de leurs enfants. Les professionnels associatifs constatent que beaucoup d'adultes aujourd'hui ont de la difficulté à mettre des limites et beaucoup de jeunes s'épuisent à chercher des limites. Ils constatent que les parents n'osent plus interdire ou délimiter ce qui est négociable ou non.
Selon les professionnels éducatifs, **c'est la société de l'enfant-roi :** de plus en plus désiré, l'enfant est devenu omnipotent.

Ce qui inquiète également, c'est le phénomène croisé de l'infantilisation des adultes et la « parentalisation » des enfants ou ce décalage des générations : les mères complices qui accompagnent leurs filles lors de leurs achats et semblent projeter sur elles une réparation narcissique : « mon enfant, ma poupée sera celle que je n'ai pu être », ou bien sont dans une course folle à la jeunesse éternelle ». L'obsession de la jeunesse et de la minceur fait déjà des ravages auprès des mères depuis quelques générations et risque de faire encore bien des victimes. Les difficultés pour les mères sont d'expliquer à une fillette de 8 ou 9 ans qu'on refuse qu'elle porte tel vêtement car on ne veut pas qu'elle soit trop sexuelle tout en souhaitant qu'elle porte des vêtements à la mode et « de son temps »…

L'enquête menée par le site « Magic.maman » en janvier 2012 montre que les mères se sentent fortement concernées par le phénomène mais peu ont abordé directement le sujet avec leurs filles. Si les parents ont leur part de responsabilité dans la transmission de l'hypersexualisation, ils sont aussi, pour les mamans répondantes, les premiers à pouvoir agir face à ce phénomène. Ainsi, **pour plus de 77 % des sondées, les parents sont les mieux placés pour (ré)agir, loin devant les pouvoirs publics (près de 10%) et les acteurs économiques (environ 9 %).**

La première des mesures selon les mères interrogées serait d'instaurer un dialogue spécifique entre parents et enfants (pour 65% des répondantes), visant à sensibiliser fillettes et garçons aux excès de l'hypersexualisation.

L'ensemble de ces constats montre à la fois :

- **Le manque d'information de tous les acteurs sur le phénomène : associations, acteurs éducatifs, parents, enfants.**
- **Les difficultés à mettre en place des programmes d'action adhoc et dans la durée par les professionnels éducatifs et associatifs.**
- **Les difficultés pour les parents à aborder la question de la sexualité de leurs enfants et leur impuissance à agir face à ce phénomène.**

Le rôle des parents est central en tant que premiers éducateurs des enfants dans la sensibilisation au phénomène de l'hypersexualisation. Ils sont les premiers juges de ce qui est « convenable » pour leurs enfants.

Toute la difficulté pour les parents à propos de la socialisation vestimentaire est que les normes qu'ils posent sont concurrencées par la mode « hypersexy » véhiculée par les stars. De plus, au début de la puberté, les jeunes se dégagent progressivement de l'autorité parentale.

L'autre facette du débat renvoie également à ce qu'est l'éducation d'un enfant en pleine puberté ?

Il semble en tout état de cause qu'il est nécessaire de **rappeler la référence à la loi symbolique** qui régit les relations entre les individus et en particulier la famille. Cette loi symbolique rappelle qu'il existe un cadre de référence dans le fonctionnement social de tout groupe humain. **Ce cadre est porté par les parents** : **l'objectif principal est de protéger l'enfant et lui fournir un espace d'épanouissement personnel**. Ce sont les parents qui définissent les règles de vie, les normes, les codes à suivre au sein de la famille.

Parce qu'il est instauré dans un dialogue permanent avec l'enfant, ce cadre est structurant. Structurant également parce qu'il pose la limite. Or, tous les pédopsychiatres et psychanalystes s'accordent pour dire que poser la limite, notamment la limite à travers l'interdit est « structurant » pour l'enfant. C'est l'absence de limite qui déstabilise l'enfant et peut le plonger dans la dépression.

RECOMMANDATION 7 : INFORMATION DES PARENTS SUR LES ENJEUX DE L'HYPERSEXUALISATION

Nous préconisons la mise en place d'un plan **d'information et de sensibilisation des parents sur les enjeux de l'hypersexualisation et les incidences sur le développement psychologique des enfants, qui légitime leur rôle d'autorité.**

Axe 1 : Accompagner les parents dans leur rôle d'éducateur et notamment :

- Comprendre les différentes phases traversées par les enfants jusqu'à l'adolescence : aborder la question de la puberté, de la période de latence, de l'adolescence, du besoin d'autonomie…
- La sexualité des enfants et des adolescents.

Axe 2 : Informer les parents sur le phénomène de l'hypersexualisation :

- Les enjeux de l'hypersexualisation de l'enfant.
- la mode vestimentaire : comment dialoguer avec les enfants sur les codes vestimentaires, comment avancer les arguments autour d'une socialisation de l'habillement…

Cette information ne doit pas être conçue dans la logique d'aide aux parents en difficulté face à l'éducation de leurs enfants mais bien dans une **information quotidienne** qui vise à les accompagner en tant **qu'éducateur**. Il est nécessaire de rappeler que l'autorité parentale doit s'exercer autant par les deux parents.

Cette information pratique délivrée aux parents pourra s'inspirer des exemples québecois par une information non culpabilisante qui soit labellisée par le ministère en charge de la famille.

Cette information des parents pourra prendre plusieurs formes :

- **une campagne d'information télévisuelle sur l'impact de la pornographie qui peut s'inscrire dans les programmes de qualité développés par le CSA**

- un **débat autour des résultats du rapport** délivré par la mission quinquennale d'observation de l'hypersexualisation.

- **Un site internet dédié aux parents et qui répond à leurs questions sur le phénomène.** Il serait placé sous la responsabilité du ministère chargé de la famille avec l'aide de l'observatoire de la parité et de l'ONED.

- **Une information « de proximité »** délivrée par les CAF, les écoles et les collèges, dans le cadre de la mallette des parents, les acteurs de la santé, associations familiales et de parents d'élèves. Les professionnels peuvent s'appuyer sur des structures d'aide à la parentalité : les REAAP, le site « Info famille » ou « Interventions précoces ».

- Plus encore, **une information grand public dont les parents sont les acteurs via les réseaux numériques.** Les réseaux de mères, ceux modernes de celles que l'on nomme communément les « bloggeuses », pourront utilement servir dans ce cadre. Les sites et forums de discussion tels qu'AuFeminin.com et Magic Maman, qui nous ont permis d'avoir de réelles remontées du terrain, constituent des relais de diffusion importants et grand public.

Le groupe de travail chargé de définir les contours de la mission d'observation doit être également l'auteur de ce plan d'action.

*

RECOMMANDATION 8 : POURSUIVRE L'INFORMATION DES PARENTS SUR L'USAGE DU NUMERIQUE PAR LEURS ENFANTS

Le numérique est un formidable accélérateur d'intelligence. Le danger n'est pas lié à l'existence du numérique mais à l'usage qui en est fait dans une société qui n'a pas fixé clairement les règles publiques de partage.

Les parents doivent intégrer le caractère public de ce réseau, et transmettre les règles de prudence. L'éducation au numérique s'apparente à l'éducation à l'utilisation de tout espace public.

Nous ne développerons pas ces recommandations abordées à de multiples reprises dans d'innombrables rapports. Quelques points à mentionner :

- **Rediffuser aux parents les conseils de base du numérique** qui se trouvent aujourd'hui sur la plupart des sites publics. Ces informations peuvent s'intégrer **dans la campagne de sensibilisation à l'hypersexualisation** en rappelant aux parents que la pornographie sur internet est la première source d'éducation à la sexualité**.**

- L'enjeu fondamental est aujourd'hui celui de l'usage des **smartphones** : nous serions favorables à ce que **les systèmes de contrôle parental, et notamment le blocage des sites pornographiques ou violents soient systématiquement intégrés et activés à la vente -** non plus simplement à la demande**.**

*

RECOMMANDATION 9 : ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DE L'ENFANCE AUTOUR DES ENJEUX LIES A L'HYPERSEXUALISATION

Les équipes éducatives au sein des écoles et des établissements scolaires sont quotidiennement confrontées à cette mode vestimentaire « hypersexy » portées par les jeunes filles de plus en plus tôt. Les fédérations de parents d'élèves que nous avons rencontrées se montrent inquiètes face à ce phénomène.
Nous remarquons en tous les cas que les professionnels éducatifs au sein de l'Education nationale ont développé une très forte implication sur ce sujet et notamment autour de l'éducation à la sexualité, la prévention du harcèlement (dont le harcèlement sexuel), l'éducation à l'égalité entre les sexes.

La dernière circulaire correspond tout à fait à cet esprit : l'éducation à la sexualité est intégrée dans les compétences sociales et civiques du socle commun de connaissances et de compétence

Notre proposition s'adresse donc aux professionnels éducatifs afin de les accompagner.

Axe 1 : **La mise en place d'un outil pédagogique corédigé** par les associations et les équipes éducatives de l'Education nationale **sur le phénomène de l'hypersexualisation** et plus généralement la question de l'image. Cet outil doit s'inscrire **dans un projet d'éducation à l'égalité entre les sexes et d'éducation à l'image dans un esprit critique.**

- La nature du phénomène d'hypersexualisation et la prise de conscience de ses enjeux individuels et collectifs (comportements à risque et sexisme).
- L'incitation à développer une contre-culture face à l'image et à la mode dite « hypersexy ».
- **Nous recommandons que ce débat soit abordé dès la sixième.**

Axe 2 : Harmoniser les principes sur les tenues vestimentaires « respectueuses » de l'institution scolaire

- Poser dans le cadre d'une **réflexion nationale, un socle commun de principes quant aux tenues vestimentaires et accessoires** au sein de l'institution scolaire. Le débat ne doit pas porter sur la prévention de l'hypersexualisation mais le respect dû à l'institution. Cette réflexion commune nationale, qui doit être menée avec les élèves, préviendrait utilement la critique de l'arbitraire et apporterait une "boite à outils" aux responsables d'établissements.
  La définition d'un socle commun quant à une tenue « respectable » de l'institution scolaire permettrait aux chefs d'établissements de conserver leur liberté d'appréciation quant aux contextes locaux tout en préservant la critique de l'arbitraire.

- Le débat sur **l'opportunité de l'uniforme à l'école** n'est pas directement une réponse à l'hypersexualisation. Il suffit d'observer que les pays les plus confrontés à ce problème ont gardé le principe de l'uniforme à l'école.

Pour autant, nous y serions favorables à l'école primaire dans la mesure où il peut constituer une barrière à la « concurrence des marques » et aux fractures sociales qu'elle génère.

RECOMMANDATION 10 : DEVELOPPER L'ESPRIT CRITIQUE DES JEUNES FILLES ET JEUNES GARÇONS FACE A L'HYPERSEXUALISATION

Tout au long de ce rapport parlementaire, nous avons constaté qu'aucune étude et enquête n'ont été réalisées afin de connaître la perception des jeunes sur le phénomène de l'hypersexualisation. Notre inconscience n'est pas le signe de l'absence de problème.

Il est nécessaire de construire une pédagogie adaptée et co-construite avec les jeunes eux-mêmes et les équipes éducatives afin de les accompagner dans cette période de latence puis de la puberté et de l'adolescence.

Cette pédagogie ne doit pas se fonder sur un discours moralisateur basé sur l'interdiction et la condamnation. Un discours inutile qui ne serait pas dénué d'hypocrisie dès lors que l'ensemble de notre société véhicule les codes de la pornographie**.**

Il est nécessaire de générer l'adhésion des jeunes et de faire appel à leur sens critique. Cette action à mener en direction des jeunes doit être construite dans la perspective d'un accompagnement éducatif. Les exemples de brochures éditées par les québécois pourront nous servir d'exemple :

Brochure « Oser être soi-même », projet « outiller les jeunes faces à l'hypersexualisation, éditée par l'UQAM, Université du Québec à Montréal, Francine DUQUET, Geneviève GAGNON, Mylène FAUCHER.

Favoriser l'adhésion des jeunes et des adolescents sur les risques de dérives dans l'hypersexualisation

Axe 1 : Elaborer un outil didactique à destination des jeunes

L'enjeu est de proposer **un accompagnement éducatif sur 4 volets**:

- **Favoriser la réflexion sur la question de l'égalité entre les sexes (une éducation dès le primaire) et le rapport à la sexualité**.

- **Favoriser le développement d'un esprit critique face à la commercialisation de la sexualité** et à ses impacts sur la construction de l'identité des jeunes, sur leurs perceptions des relations filles-garçons, et sur l'intimité amoureuse et sexuelle.

- **Favoriser le développement de l'esprit critique et l'affirmation de soi** : évoquer la question de l'affirmation de soi dans les activités sexuelles, le respect du corps et de l'intimité, savoir poser des limites.

- **L'information autour du numérique en tant qu'espace public** : apprendre à distinguer l'intimité de la sphère publique. Apprendre à protéger son intimité sur le numérique (cf les réseaux sociaux), apprendre la sélectivité dans la diffusion d'informations sur le numérique.

A l'instar de la brochure « Oser être soi-même », une série de thèmes pourront être abordés :

- Le rapport au corps
- Les relations amicales et la pression des pairs
- Les rumeurs et l'intimidation
- La séduction
- L'intimité
- Les modèles médiatiques
- Les relations amoureuses
- Le consentement et les relations où un écart d'âge est important
- La sexualité et internet
- Les conduites sexualisées, les activités sociales sexualisées et l'agir sexuel
- Le désir et le plaisir : l'érotisme versus la consommation sexuelle
- Le rôle des adolescents plus âgés face aux plus jeunes.

Axe 2 : à partir de la brochure pédagogique, susciter des débats avec les jeunes à l'école autour de l'hypersexualisation.

L'idée est de libérer la parole sur le sujet et notamment la mode vestimentaire, le rapport au corps et à la sexualité, les relations entre filles et garçons, les pratiques sexuelles sur le numérique.
Les parents ne peuvent assumer pleinement cette éducation (Boris CYRULNICK rappelle que la barrière inconsciente de l'inceste s'oppose à ce dialogue), de même que les enseignants qui ne peuvent aller très loin dans ce dialogue compte tenu de leur rôle d'autorité.

- **Le rôle de l'éducation nationale est d'éduquer aux principes d'égalité entre les sexes, de respect mutuel dans le cadre d'une instruction civique dès le plus jeune âge en primaire,** puis ultérieurement aux aspects « biologiques » de la sexualité. Mais, la dimension affective et la question de la pornographie ne se prêtent pas au cadre scolaire.

- Notre analyse préconise des intervenants **proches de l'éducation nationale** : les infirmières scolaires, le Planning familial, les mouvements d'éducation populaire **pour traiter la question de la sexualité des adolescents dans sa dimension affective ou du rapport à la pornographie.**

- Pour prévenir le harcèlement sexuel entre pairs et notamment entre filles et garçons : **élaborer une charte type par classe sur le numérique dès le début de l'année**, dès le collège. Une charte type permettrait de mettre en place une forme de déontologie aux relations entre jeunes via les réseaux sociaux et prévenir le harcèlement sexuel.

<u>Eduquer à l'image dans un esprit critique dès la 6ème</u>

Nous avons montré tout au long de ce rapport parlementaire comment l'hypersexualisation de la société utilise comme principal vecteur l'image.

Nous préconisons donc une action autour de l'éducation à l'image et ceci dès le plus jeune âge, compte tenu des statistiques sur les âges auxquels sont exposés les jeunes aux images pornographiques.

Les partenariats potentiels :

- Le ministère de l'Education Nationale
- les radios et la presse
- les agences de régulation des médias : CSA, ARPP, le CLEMI

On peut citer en exemple une action mise en place par le réseau de la publicité (ARPP et l'Union des annonceurs) qui a lancé « Médiasmart », un programme éducatif sous forme d'un kit pédagogique de formation à l'image : savoir décrypter l'image, disposer des bons codes pour une meilleure appréhension de l'image et du monde virtuel dans son ensemble.

- Le premier volet de ce programme, "Comment être pubmalin", est destiné aux enfants de 8-11 ans (cycle 3 du primaire) et a été lancé en 2009. Il est constitué d'un kit pédagogique et d'un site internet : http://www.pubmalin.fr/.
- La deuxième étape de ce programme est destinée aux collégiens et à leurs professeurs. Sous le nom de "Media Smart Plus", il comporte de nombreux développements sur l'internet et la communication numérique. Il vient d'être lancé dans les premiers jours de janvier 2012, également sous la double forme d'un kit et d'un site internet : http://www.mediasmartplus.fr/.

Le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information est chargé de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif français depuis 1983. Il a pour mission d'apprendre aux élèves une pratique citoyenne des médias. Cet objectif s'appuie sur des partenariats dynamiques entre enseignants et professionnels de l'information. Tous les enseignants, quels que soient leur niveau et leur discipline peuvent avoir recours au CLEMI, tant au plan national que régional, pour se former, obtenir des conseils ou des ressources.

L'éducation à l'image constitue un enjeu central de cette nouvelle civilisation, une génération de l'image qui n'a pas reçu le bagage culturel lui permettant de conserver sa liberté de jugement et son regard critique.

Ce débat concerne prioritairement l'Education Nationale et s'inscrit dans la définition des fondamentaux.

<u>Développement de l'éducation critique à la consommation</u>

La mise en avant et la valorisation de l'esprit critique chez les jeunes leur donneront les moyens de se prémunir contre les stratégies marketing dont ils sont de plus en plus les cibles (ou bien de les accepter librement).
Cela pourrait passer par le développement d'une contre-culture sur le modèle de la brochure diffusée au Québec « Osez être soi-même ». La pensée unique que semble nous imposer la société de consommation, doit pouvoir être décryptée par les enfants et les jeunes afin qu'ils puissent exercer librement leur propre choix de consommation.

Dans l'idée que l'enfant subit des pressions économique et médiatiques, s'il reste bien entendu sous la responsabilité de ses parents et du "village social" qui l'entourent, pour autant, les acteurs économiques et médiatiques doivent s'engager pour garantir son intégrité et son intérêt supérieur.

D – ACTEURS ECONOMIQUES ET MEDIATIQUES RESPONSABLES DEVANT LES PARENTS

Le rapport de Reg Bailey, « *letting children be children* » conclut son rapport sur deux idées fortes pour prévenir l'hypersexualisation des enfants :

- la société ne doit pas se substituer aux parents dans l'éducation des enfants ;
- mais elle a le devoir de créer un environnement propice à leur développement, un environnement "family friend".

`

Au-delà des infractions manifestes aux principes juridiques fondamentaux d'égalité et de respect de la dignité de la personne humaine, la création d'un contexte socio-économique propice au respect du « temps de l'enfant » relève de la régulation tant économique que médiatique.

Nous avons régulièrement été interrogés sur la pertinence d'un rapport du législateur sur cet enjeu de l'hypersexualisation des enfants qui relèverait de la libre appréciation individuelle.
Refuser l'intervention de la loi au motif qu'elle induirait un contrôle social est contestable. A mesure que l'Etat a acquis le « monopole de la violence » (M.Weber) ou plus exactement du pouvoir de coercition, la norme sociale a été remplacée par la loi. Le droit est fondamentalement un système de contrôle social (théorie de Bentham).
En deuxième lieu, le contrôle social le plus puissant et potentiellement le plus injuste est « interiorisé », lorsqu'il a été transmis par la famille ou les cercles de socialisation. Aussi, peut-on considérer que la loi évite l'arbitraire et reste le meilleur garant de l'égalité.

Pour autant, le principe de la démocratie est de préserver l'espace de la liberté individuelle tant qu'elle ne nuit pas à la société. Or, nous disposons des outils juridiques afin d'éviter que l'hypersexualisation ne nuise à la société dans son ensemble.

Nos réserves quant à une législation spécifique sur le caractère « convenable » des tenues et accessoires s'appuient sur les fondements suivants :

En premier lieu, des raisons de fond :

- La norme du convenable n'est pas universelle et intangible ; elle varie selon les contextes sociaux et les périodes de l'histoire. Toute tentative de normalisation serait assimilée à du contrôle social et de la moralisation étatique. Nous ne voulons pas revenir sur le principe du libre arbitre des individus et de leur responsabilisation.
- La loi fixe les bornes de la liberté individuelle au nom de l'ordre public et de la sécurité ; ainsi les normes vestimentaires ont-elles été motivées par le principe de laïcité ou de sécurité notamment au travail.

En deuxième lieu, une raison pragmatique : force est de constater que ces normes aux frontières floues font le jeu des juristes et cabinets de conseil prompts à en trouver les failles et contournements. L'appréciation du juge et plus encore la condamnation publique ont un impact plus puissant.

Plus encore, notre droit comporte un principe général d'interdiction d'atteintes aux bonnes mœurs. Ainsi, en est-il de l'article 6 du code civil disposant qu'on « ne peut déroger par des conventions particulières aux lois qui intéressent l'ordre public et les bonnes mœurs. » Cette notion de bonnes mœurs est laissée à l'appréciation souveraine des juges.

Ainsi la Cour de Cassation dans son arrêt du 18 février 1998, « Puta Madre » indique que « la notion de contrariété à l'ordre public et aux bonnes mœurs ne se limite pas à un signe interdit par la loi mais à ce qui est perçu comme socialement acceptable et un temps donné dans un pays. »
Aussi est-il possible pour le juge de se prononcer sur des produits mis sur le marché qui contreviendraient aux bonnes mœurs notamment parce qu'ils seraient manifestement contraire à la dignité humaine.

Encore faut-il que le juge puisse s'appuyer sur une charte éclairant ce consensus dans la mesure où il doit souvent proportionner son atteinte à la liberté individuelle en balançant le principe d'atteinte aux bonnes mœurs avec celui de liberté de création.

Aussi, avec la charte sur les droits de l'enfant, serait-il utile d'instaurer une charte et un système de régulation avec les acteurs économiques et médiatiques.

Notre recommandation n'est pas une simple charte laissée à la libre appréciation de ses signataires, mais un système volontaire contraignant de régulation qui permette à tout particulier d'intervenir.

RECOMMANDATION 11 : CHARTE DES ACTEURS ECONOMIQUES CONTRE L'HYPERSEXUALISATION

La norme sociale fait encore barrière en France, et malgré une pression marketing croissante, les produits inappropriés à destination des enfants sont peu commercialisés, et sont souvent le fait de micro-marques. Pour autant, il n'existe aucun moyen d'empêcher la commercialisation de tels produits en France. Les associations de consommateurs n'ont d'ailleurs pas encore investi ce champ. Dans d'autres pays, c'est une préoccupation partagée des pouvoirs publics et de la société civile. Ainsi, en Norvège, le Ministère de la famille a pu faire retirer de la vente des soutiens gorges ampliformes pour petites filles.

En France, si l'on peut se réjouir du consensus social qui existe pour condamner globalement ces produits, nous pouvons, néanmoins, nous inquiéter du manque de réglementation, qui, allié à une prise de conscience collective trop tardive, pourrait rendre notre société de plus en plus perméable à la commercialisation de ces produits, voire même à leur normalisation.

Il est proposé de s'inspirer du dispositif mis en place au Royaume Uni qui repose sur deux étages :

- une charte d'engagement signée entre les pouvoirs publics et les acteurs économiques fixant les frontières des produits hypersexualisés qui seraient contraire à l'intérêt supérieur de l'enfant,
- un système de réclamation et de dénonciation publique, « *name and shame »,* accessible à tous.

Axe 1 : Une charte de respect des enfants par les acteurs économiques

L'objectif de cette charte est de **recommander les caractéristiques des produits à destination des enfants**. Cette définition par consensus de normes et de pratiques minimales acceptables engage la responsabilité des acteurs économiques à mettre sur le marché des types de vêtements et à utiliser des stratégies marketing qui ne sexualisent pas ou ne contribuent pas à renforcer les stéréotypes de genre. Il est indispensable de faire le lien entre l'hypersexualisation et les stéréotypes de genre.

Le consortium britannique pour le commerce de détail, *British retail consortium,* qui rassemble plus de 80 % des grandes marques de prêt à porter s'est ainsi engagé avec la Ministre d'Etat pour les enfants et la famille dans la rédaction d'une charte d'engagement : un commerce responsable, les principes de BRC pour les vêtements pour enfants, *Responsible Retailing : BRC childrenswears guidelines.*

Ce document cible spécifiquement les enfants de moins de 12 ans en reconnaissant la responsabilité des industries de prêt à porter dans la mise sur le marché de vêtements appropriés pour les enfants qui ne les « sexualisent » pas indûment ou ne véhiculent pas des stéréotypes sexués excessifs.

Le BRC est parvenu à un consensus sur l'existence de normes et pratiques de base. A titre d'exemple, ce document préconise :

- que les tailleurs élaborent des vêtements moins ostentatoires,
- que les slogans soient appropriés à chaque âge et ne véhiculent pas de suggestions indésirables, notamment sexuelles,
- que les vêtements sexués soient envisagés avec prudence, aussi recommandent-ils une coupe unique garçon-fille pour les pantalons jusqu'à douze ans,
- que les couleurs soient appropriées aux types de vêtements, ainsi déconseillent-ils la couleur noire pour les sous-vêtements des petites filles,
- que les coupes soient adaptées à la vie de l'enfant, ainsi demandent-ils de renoncer aux soutien-gorges ampliformes.

Le marketing et la publicité sont visés par cette Charte. Par exemple, les photographies d'enfants doivent les présenter dans un environnement adapté et avec un maquillage naturel.

Enfin, le document comporte un engagement des distributeurs à répondre aux commentaires et réclamations des consommateurs.

Si nos amis britanniques ont fait le choix de se centrer sur les vêtements, cette charte peut être étendue aux accessoires, cosmétiques, et même aux jouets.

Les modalités d'élaboration sont relativement simples. Au Royaume Uni, le consortium représentant 80 % du marché des vêtements a cosigné cette charte avec la ministre en charge de la famille et l'auteur du rapport sur l'hypersexualisation.
En France, outre les ministères chargés de la famille et des droits de la femme, l'implication du ministre chargé du commerce est nécessaire. Quant aux secteurs économiques, cette charte doit être prioritairement portée par la fédération du prêt à porter qui a déjà témoigné par écrit son engagement sur le sujet et les 10 sociétés « enfants » qui représentent 80% du marché. Au-delà, doivent être associés le luxe, la cosmétique mais également la fédération français des industries jouet-puériculture, afin de représenter les producteurs et les distributeurs.

Axe 2 : Les acteurs économiques responsables devant les parents

Le dispositif de contrôle repose sur la possibilité pour chaque citoyen de signaler sur un site internet public unique, les produits qu'ils jugent inappropriés. La multiplication de signalements pour une même marque peut entrainer sa « dénonciation » sur les chaines de télévision.

Il nous semble souhaitable qu'un tel dispositif puisse être mis en place en France, dès lors qu'aucune marque de prêt à porter dont l'objectif est d'augmenter son volume de vente vise une « convenance moyenne » de ses produits.

A minima **la mise en place d'un site public unique de réclamation** permettrait d'avoir une approche plus précise de ce sujet et de mobiliser les familles. A charge pour les entreprises d'apporter des éléments de réponse sur ce site.

L'idéal étant qu'en cas de carence de réponse ou de réclamations trop fréquentes, la marque puisse être **présentée publiquement comme en inadéquation avec l'intérêt des enfants**. La force du dispositif repose sur cette possibilité de « dénonciation publique ».

Cette décision devrait relever d'un comité de suivi annuel pluraliste conjoint avec le suivi de la charte des médias.

*

RECOMMANDATION 12 : EVALUATION PLURALISTE, CONTRADICTOIRE ET ANNUELLE DE LA PREVENTION DE L'HYPERSEXUALISATION

Comme nous l'avons observé, plusieurs dispositifs d'autorégulation ont été mis en place avec l'ARPP pour la publicité, le CSA pour les médias télévisuels et audio visuels et le CNC pour le cinéma.

Les auditions ont clairement identifié deux champs non couverts par ces systèmes de régulation, le rédactionnel de la presse dont a relevé l'exemple de Vogue et l'utilisation d'internet comme outils de la diffusion de la publicité et d'images.

D'ores et déjà, Claude Greff, Secrétaire d'Etat chargée de la famille, a confié une mission au CSA visant à analyser le phénomène des contenus des télévisions connectées à Internet pour protéger les enfants et les adolescents. Il nous semble, en effet, souhaitable que la compétence du CSA sur les diffusions audio-visuelles soit générale et non définie selon les supports.

Nous avons fait des recommandations sur le contrôle et la régulation des médias, ainsi que l'engagement des acteurs économiques.

Les stipulations des chartes sur l'image des enfants et sur la prévention de l'hypersexualisation par les acteurs économiques n'ont de sens que si elles sont soumises à un dispositif de contrôle et d'évaluation.

Axe 1
Le dispositif de contrôle par la vigilance citoyenne des parents et des associations peut être commun aux deux chartes.

Le site internet public unique de réclamation doit couvrir le champ de l'image comme des produits mis sur le marché, les deux étant souvent liés.

A charge aux organismes de régulation des médias de répondre pour les questions concernant la charte de l'image de l'enfant et de demander des éléments aux médias concernés.

A charge aux entreprises concernées d'apporter des éléments de réponse aux consommateurs qui pourraient également saisir le Conseil national de la consommation ou la DGCCRF en cas d'atteinte aux bonnes mœurs.

Le ministère en charge de la famille et le ministère en charge de la consommation doivent informer plus clairement, notamment via leurs sites internet, sur les modalités de réclamation et de saisine.

Axe 2
Créer un groupe de suivi et d'évaluation conjoint aux chartes, un groupe qui puisse également définir les indicateurs de suivi de la mission d'observation quinquennale.

Un groupe d'évaluation unique permet un lieu de débat harmonisé sur la question de l'hypersexualisation et de la protection de l'enfance.

Ce groupe doit être pluraliste afin de croiser les points de vue et paritaire pour prévenir les « dominations ». Nous recommandons d'y associer les représentants suivants :

1- Les pouvoirs publics, sous l'égide du ministère en charge de la famille
2- Les médias (audiovisuel, presse écrite et internet) et leurs organes de régulation
3- Les acteurs économiques (Fédération du prêt à porter, jouets…)
4- Les associations, notamment de protection de l'enfance, familiale et de consommateurs
5- Les experts, notamment pédopsychiatres et juristes

Ce groupe d'évaluation peut être présidé par une personnalité indépendante reconnue comme le fut celui de la charte de l'image des enfants mais son indépendance est garantie par le caractère pluraliste et contradictoire des évaluations.

*

RAPPEL DES RECOMMANDATIONS

RECOMMANDATION 1 :
Interdire la promotion d'images hypersexualisées des enfants

RECOMMANDATION 2 :
Définir une doctrine publique contre l'hypersexualisation

RECOMMANDATION 3 :
Une charte de l'enfant

RECOMMANDATION 4:
Mener des recherches pour comprendre l'hypersexusalisation des enfants

RECOMMANDATION 5 :
Créer une mission quinquennale d'observation de l'hypersexualisation et du sexisme

RECOMMANDATION 6 :
Comprendre la sexualité des adolescent (e) s

RECOMMANDATION 7 :
Information des parents sur les enjeux de l'hypersexualisation

RECOMMANDATION 8:
Poursuivre l'information des parents sur l'usage du numérique par leurs enfants

RECOMMANDATION 9 :
Accompagner les professionnels de l'enfance autour des enjeux liés à l'hypersexualisation

RECOMMANDATION 10 :
Développer l'esprit critique des jeunes filles et jeunes garçons face à l'hypersexualisation

RECOMMANDATION 11 :
Créer une charte des acteurs économiques contre l'hypersexualisation

RECOMMANDATION 12 :
Faire une évaluation pluraliste, contradictoire et annuelle de la prévention contre l'hypersexualisation

CONCLUSION ET REMERCIEMENTS

Cette mission nous renvoie à nos propres réalités, nos propres dérives. J'espère ne pas avoir choqué par les images utilisées, par l'absence de tabous, par un regard critique et parfois féministe. J'espère avoir évité les écueils de l'infini débat sur la théorie des genres et de l'incontournable accusation de moralisation.

La logique veut que ce travail soit critiqué – trop féministe pour les uns, trop laxiste pour les autres - une critique dont la vertu est d'engager la réflexion collective sur ce sujet.

Le hasard nous a conduit à 12 recommandations – ma superstition m'incite à éviter le chiffre 13 – cela aurait donc pu ressembler à une interpellation des candidats aux élections futures. Mais « toute ressemblance serait le pur fruit du hasard….. »
Je souhaite simplement que nous parvenions à rompre le silence de la complaisance, car les mesures de prévention ne sont pas d'une complexité redoutable.

Je veux tout particulièrement remercier Julie Le Magueresse, Sèverine Nitkowski et Ouarda Nutte pour leur aide précieuse, leur patience face à mes interminables corrections et leur intérêt pour ce sujet. Je n'aurais pas réussi seule le défi de creuser un tel sujet de société.

Les équipes du Ministère ont été une aide précieuse, notamment le Cabinet de la Ministre et la Direction Générale de la Cohésion sociale. Les services de la protection de l'enfance et l'ensemble des associations de protection de l'enfance effectuent un travail exceptionnel, avec une notion de l'intérêt général et de l'engagement qui invite au plus grand respect. J'ai été très touchée par l'engagement du Conseil d'Analyse Stratégique avec qui nous avons pu partager le travail, et qui m'a avoué souhaiter depuis plusieurs mois engager cette réflexion.

J'ai été sensible à toutes mes auditions, à l'engagement de chacun, à la diversité de leurs visions. Mais je veux tout particulièrement remercier les sites Au Féminin.com et MagicMaman qui nous ont aidé par les enquêtes effectuées pour éclairer notre rapport. Je veux remercier la Fondation pour l'enfance, et plus particulièrement sa présidente, qui a organisé une rencontre avec le jury du « prix média ». Je veux remercier l'association Zy'Va à Nanterre, à qui je voue une affection particulière, grâce à laquelle nous avons pu échanger avec des enfants du Petit Nanterre sur leur perception de cet enjeu.

Je ne remercierai jamais assez Roselyne Bachelot de m'avoir confié cette mission passionnante – dans la continuité du travail remarquable conduit par M. Hintzy - qui me renvoie à mon propre rôle de mère et de m'avoir transmis sa fibre féministe.

BIBLIOGRAPHIE

- ANGELO Johanne, « L'hypersexualisation des filles - Une angoisse à relativiser », Le Devoir, Montréal, édition mars 2006.
- BAILEY Reg, *Letting children be children,* report of an independent review of the commercialization and sexualisation of childhood, juin 2011.
- BEGLE, Jérôme, *Célébrièveté*. Plon, 179 p, 2003.
- BERNIER-RENAUD, Laurence*, «* Hypersexualisation : relire Foucault pour aller au-delà des idées reçues », Sexe et Politique, numéro 12, septembre 2010.
- BOUCHARD, Pierrette ; BOUCHARD, Natasha ; BOILY, Isabelle, La sexualisation précoce des filles, Montréal, 2005.
- BOUCHARD, Pierrette et Natasha BOUCHARD, « Miroir, Miroir... La précocité provoquée de l'adolescence et les effets sur la vulnérabilité des filles ». Université Laval/Groupe de recherche multidisciplinaire féministe : Québec. 74 p. « Les cahiers de recherches du GREMF », no 87, 2003.
- BRISSET Claire, Défenseur des Enfants, Les enfants face aux images et aux messages violents diffusés par les différents supports de communication, décembre 2002.
- CAILLON Roxane, Les adolescents et la lecture, dossier de sociologie, Université Paris 13, master 1, Commercialisation du livre, 2011.
- CARON, Caroline, « Les adolescentes dans le discours médiatique québécois : une présence paradoxale », dans Interrelation femmes-médias dans l'Amérique française, Presses de l'Université Laval (Ed.), 2009.
- CARON, Caroline, « Que lisent les jeunes filles- Une analyse thématique de la presse ados au Québec », revue Pratiques psychologiques, la revue européenne des praticiens en psychologie, publiée sous l'égide de la Société Française de Psychologie (Paris), 2003.
- CHOUINARD, Marie-Andrée, « Petit lexique cochon pour parents avertis », Le Devoir, éditions du samedi 16 et dimanche 17 avril 2005.
- DEBARBIEUX Eric, *Journal du Droit des Jeunes,* n°308, octobre 2011
- DE MUELENAERE, MICHEL; DORZEE Hugues, Les adolescents face au « vacarme sexuel » décembre 2008.
- DE SUTTER, Pascal, La sexualité des gens heureux, éditions les Arènes, 2009.
- DESTAL Corinne, La presse pour fillette, Université de Bordeaux 3, mars 2004
- DESTAL, Corinne, « Hypersexualisation des filles et troubles des frontières de l'âge », Actes du colloque international, Ministère de la Culture et de la Communication – Association internationale des sociologues de langue française – Université Paris Descartes, 9es Journées de sociologie de l'enfance, Paris, 2010.
- DOUTREPONT, Emilie, « Hypersexualisation et construction identitaire », Femmes prévoyantes socialistes, FPS, 2008.
- DUQUET, Francine, « L'empire du sexe dans les médias », École branchée, vol. 6, janvier, no 5, p. 11, 2004.
- DUQUET, Francine, « Perceptions et pratiques de jeunes du secondaire face à l'hypersexualisation et à la sexualisation précoce », rapport de recherche, projet : « Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation », mai 2009.

- DUQUET, Francine, « L'éducation à la sexualité dans le contexte de la réforme de l'éducation. Outils pour l'intégration de l'éducation à la sexualité dans la réforme de l'éducation ». Gouvernement du Québec/Ministère de l'Éducation du Québec, Direction de l'adaptation scolaire et des services complémentaires, 56 p, 2003.
- DUQUET, Francine, « Qui trop embrasse,mal étreint? Réagir au souci de performance sexuelle des jeunes adolescent(e)s », *Les cahiers de l'adolescence*, no 14, décembre 1997.
- EHRENBERG, Alain, *Le culte de la performance*. Hachette Littératures, 323 p, 2005.
- ENDRES, William ; HUG, Christophe, Publicité et Sexe : Enjeux psychologiques, culturels et éthiques, Institut des Hautes Etudes Commerciales, Faculté des Sciences Economiques et Sociales, Université de Genève, juin 2004.
- ENRIQUEZ, Eugène, « L'idéal type de l'individu hypermoderne : l'individu pervers? » L'individu postmoderne, Sociologie Clinique, Érès, p. 39-57, 2005.
- GERARD, José, Etat des lieux en Belgique, la sexualité surexposée, Association ASBL Couples et Familles, 2008.
- HAYEZ, Jean-Yves, « A propos des petites Lolitas, Il ne faut pas confondre attitudes séductrices et désirs de rapports sexuels », publiés dans le journal de l'Animation, Belgique, Louvain, octobre 2011.
- HAYEZ, Jean-Yves, La confrontation des enfants et des adolescents à la pornographie, paru dans Archives. Pédiatriques, Editions scientifiques et médicales Elsevier, 2002.
- HAYEZ, Jean-Yves, « Pratiques et intérêts sexuels des jeunes sur Internet and co », publié dans la revue Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence, pp. 231-239, 2009.
- JULIEN, Mariette (2007). « La mode hypersexy mise à nu ». *Médiane*. Vol. 2, Nº 1, p. 27-32.
- JULIEN, Mariette, Conférence « Tout ce qu'il faut savoir sur la mode hypersexualisée », février 2010, cycle des conférences-midi organisées par l'IREF.
- JULIEN, Mariette, La mode hypersexualisée, collection Contrepoint aux éditions Sisyphe, 2010.
- JULIEN, Mariette, « Pourquoi une mode hyper sexy ? », Conférence internationale, Jeunes, Médias et Sexualisation, YWCA, 29 mai 2009, p.10
- JULIEN, Mariette, « La mode hypersexy mise à nu », Médiane. Vol. 2, Nº 1, p. 27-32, 2007.
- LAURU Didier et DELPIERRE Laurence, La sexualité des enfants n'est pas l'affaire des grands, Hachette Littérature, 2008.
- LEGUAY, Damien, L'empire de la télé-réalité. Ou comment accroître le temps de cerveau humain disponible. Presses de la Renaissance, 306 p, 2005.
- LIOTARD, Philippe et Sandrine JAMAIN-SAMSON**,** « La « lolita » et la « sex bomb », figures de socialisation des jeunes filles. L'hypersexualisation en question », Sociologie et sociétés, Vol. XLIII, n°1, printemps 2010.
- LIPOVETSKY, Gilles, Le Bonheur paradoxal : essai sur la société d'hyperconsommation, Gallimard, 377 p, 2006.

- MANACH Jean-Marc, *Vie privée : le point de vue des « petits cons »*, Le Monde,8 janvier 2010.
- MARDON, Aurélia, **«** Pratiques culturelles et sexualisation du corps des filles au moment de l'entrée dans l'adolescence », Actes du colloque international, Ministère de la Culture et de la Communication – Association internationale des sociologues de langue française – Université Paris Descartes, 9es Journées de sociologie de l'enfance, Paris, 2010.
- MARDON, Aurélia, La génération lolita, Stratégies de contrôle et de contournement, Ed La Découverte, Réseaux, 11/4 - n° 168-169, 2011.
- MARIER, Geneviève, Rapport de présentation « hypersexualisation, constats, réflexions et pistes d'intervention », 2006.
- MARZANO, Michela et ROZIER Claude, *Alice au pays du porno.* Éditions Ramsay, Paris, 250 p, 2005.
- MONNEYRON, Frédéric, La frivolité essentielle du vêtement et de la mode, PUF, 215 p, 2005.
- MONNOT Catherine, Petites filles d'aujourd'hui, l'apprentissage de la féminité, Paris Autrement.
- NISAND Israël, Et si on parlait de sexe à nos ados ?, Odile Jacob, février 2012.
- PINO Elisabeth, Médecin de l'éducation nationale, *Erotisation des images d'enfants dans la publicité*, Pont Labbé, 3 février 2011.
- POULIN, Richard et LAPRADE Amélie, « Hypersexualisation, érotisation et pornographie chez les jeunes » sur sisyphe.org, 2008.
- POULIN, Richard, « La mondialisation des industries du sexe : prostitution, pornographie, traite des femmes et des enfants ». L'Interligne, Collection Amarres, 2004.
- POULIN, Richard, « La pornographie, les jeunes, l'adocentrisme », Les Cahiers Dynamiques, /1 - n° 50, p 31 à 39, 2011.
- POULIN, Richard, "Apparence, hypersexualisation et pornographie", "Les classiques des sciences sociales", 2009.
- ROBERT, Jocelyne, Le sexe en mal d'amour : de la révolution sexuelle à la régression érotique, Éditions de l'Homme , Montréal, 240 p, 2005.
- ROUÉ, Marie, «La punkitude, ou un certain dandysme». *Anthropologie et Sociétés*, Vol. 10,N°.2, p.37-55, 1986.
- TISSERON, Serge, L'intimité surexposée. Ramsay, 179 p, 2001.
- WADE Lisa, *Adultification and sexualisation of girls in french Voque*, Sociological Images, 8 janvier 2011.
- Etude de l'INSEE, Enquête Technologies de l'information et de la communication, avril 2010.
- «Enfants et internet », Baromètre 2010-2011 de l'opération Génération Numérique, réalisé par Calysto avec le soutien de la Voix de l'Enfant.

Rapports / colloques

- « Jeunes, Médias et Sexualisation », Conférence internationale, YWCA, 29 mai 2009.
- « Actes de la journée de réflexion sur la sexualisation précoce des filles », YWCA, Y des femmes de Montréal, 20 mai 2005, Montréal. http://www.ydesfemmesmtl.org.
- « Hypersexualisation », rapport du CRIOC, Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs, Belgique, juin 2011
- « Hypersexualisation des jeunes filles : conséquences et pistes d'action », Actes du Colloque du RQASF, 2009.
- « Avis sur la sexualisation précoce des filles et impact sur leur santé », avril 2005.
- Rapport remis par le Comité aviseur sur les conditions de vie des femmes auprès de l'Agence de développement de réseaux locaux de services de santé et de services sociaux du Bas-Saint-Laurent.
- « L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les médias : « La télévision, le sexisme, les jeunes : une relation complexe». Rapport final Recherche commanditée par la Direction de l'Égalité des Chances du Ministère de la Communauté française en Belgique, 2006.
- Education à la sexualité, Actes du colloques, Université d'été 210 du Planning familial.
- Quelle place pour les femmes dans les médias ? Rapport d'activité 2006-2007 de la Délégation aux droits des femmes et à l'égalité entre les hommes et les femmes, novembre 2006.
- Le sexe dans les médias : obstacle aux rapports égalitaires, Avis du Conseil du Statut de la Femme au Québec, Mai 2008
- Rapport de l'UNICEF, Child Safety Online, Global challenges and strategies, décembre 2011.

Guides pratiques et Chartes

- Responsible Retailing : BRC Childrebswear Guidelines, 2011.
- Les relations entre les filles et les garçons, un véritable enjeu pour l'éducation à la sexualité, 14 propositions pour prévenir les comportements sexistes dans le cadre d'une éducation à la mixité et à l'égalité entre les hommes et les femmes, novembre 2006.
- Hypersexualisation ? Guide pratique d'information et d'action, Québec.
- Comportements sexistes et violences sexuelles : Prévenir, Repérer, Agir : Guide d'intervention en milieu scolaire, Repères Vie scolaire

Sites

- Réseau Éducation-Médias : ressources en éducation aux médias et à Internet http://www.media-awareness.ca/

- BOUCHARD, Pierrette et BOILY Isabelle. 2005. *Hé! Les filles! Qui aura le derniermot?* Université Laval : Québec. (Dépliant sur l'hypersexualisation des filles) http://www.travail.csq.qc.net/sites/1679/documents/condition/he_les_filles.pdf

ANNEXES