



## **L'hypersexualisation L'image de l'enfant en question ?**

Les analyses de la FAPEO 2012  
Analyse 4/15 - mai

**Rédaction :**  
Desagher Christophe  
**Fédération des Associations de Parents de l'Enseignement Officiel**  
Avenue du Onze Novembre, 57 - 1040 Bruxelles  
02/527.25.75 - 02/525.25.70  
www.fapeo.be - [secretariat@fapeo.be](mailto:secretariat@fapeo.be)  
**Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles**

## Résumé

À la suite de la remise, en France, d'un rapport parlementaire sur le phénomène de l'hypersexualisation, des débats sur la notion d'hypersexualisation et sur les mesures à prendre pour éviter des dérives ont été relancés.

Quelles sont les conséquences d'un tel phénomène dans notre société ? Y a-t-il des dérives possibles ? Quelle est l'influence des médias sur les jeunes en matière d'hypersexualisation ? Autant de questions que l'on peut se poser au vu de ce qui saute aux yeux dans les différents médias à destination des plus jeunes.

## Mots-clefs

Hypersexualisation, comportements sexuels, médias, dimension sexuelle, pornographisation, stéréotypes sexistes, homme viril, femme-objet, hypervirilité, comportements violents, clips musicaux, concours de minimiss.

# Sommaire

1. L'hypersexualisation, c'est quoi ? .....	4
1.1. Définition de base .....	4
1.2. Un phénomène de société.....	4
2. Quand le corps devient hypersexualisé .....	5
2.1. Un corps, un regard, des valeurs et des façons d'agir.....	5
2.2. Quand l'hypersexualisation devient pornographisation.....	7
3. Les traces de l'hypersexualisation .....	8
3.1. Des stéréotypes sexistes .....	8
3.1.1. Homme viril .....	8
3.1.2. Femme-objet.....	10
3.2. Les concours de minimiss.....	12
3.2.1. Les concours de minimiss, vecteurs d'hypersexualisation ?.....	12
3.2.2. Concours de minimiss : tous pareils ? .....	14
3.2.3. Un concours qui juge la personnalité ? .....	15
4. Conclusion.....	15
Bibliographie.....	17

# 1. L'hypersexualisation, c'est quoi ?

## 1.1. Définition de base

L'hypersexualisation est un phénomène récent et sa définition ne fait pas encore consensus. Toutefois, en consultant la littérature sur le phénomène, on peut s'en faire une idée relativement précise.

Pour le CRIOC<sup>1</sup>, par exemple, « l'hypersexualisation consiste à donner un caractère sexuel à un comportement ou à un produit qui n'en a pas en soi. C'est un phénomène de société selon lequel des jeunes adolescents adoptent des attitudes et des comportements sexuels jugés trop précoces. Elle se caractérise par un usage excessif de stratégies axées sur le corps dans le but de séduire et apparaît comme un modèle de sexualité réducteur, diffusé par les industries à travers les médias, qui s'inspirent des stéréotypes véhiculés par la pornographie : homme dominateur, femme-objet séductrice et soumise ».

## 1.2. Un phénomène de société

L'hypersexualisation est donc, comme le spécifie l'auteure<sup>2</sup>, un phénomène de société qui concerne plus particulièrement les adolescents, mais aussi les jeunes adultes et les *tweens*<sup>3</sup>. Il concerne les garçons comme les filles bien que ces dernières soient plus touchées<sup>4</sup>.

Francine Duquet décortique ce phénomène sociétal et note dans son rapport de recherche que nos sociétés occidentales croulent sous les messages à caractère sexuel. Elle stipule également que ces messages sont véhiculés par les différents médias et que cela est lié au fait qu'aucune autre époque n'a rendu possible l'accès à du matériel sexuellement explicite à si grande échelle<sup>5</sup>.

Or, les médias contribuent à donner une image de ce que peut être la sexualité. De nombreux spécialistes soulignent les dérives possibles d'un « sexocentrisme » relayé

---

<sup>1</sup> CRIOC, *L'hypersexualisation*, CRIOC, Bruxelles, juin 2011, p. 2.

<sup>2</sup> *Idem*.

<sup>3</sup> Concept issu de la contraction des mots *teenager* et *between* et qui regroupe, dans sa définition la plus large, les enfants de 5 à 13 ans. Le fait que la littérature ne s'accorde pas sur une tranche d'âge déterminée n'est pas handicapant pour l'analyse. Le principal attrait du concept de *tween* est de mettre en avant un brouillage des âges : il montre que des qualités, des spécificités de l'âge adolescent pourraient être déjà présentes chez les enfants qui ne sont pas encore adolescents.

<sup>4</sup> DOUTREPONT E., *Hypersexualisation et construction identitaire*, Bruxelles, Service Etudes du Secrétariat national des FPS, 2008, p.3.

<sup>5</sup> DUQUET F., *Projet : « Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation » - Perceptions et pratiques de jeunes du secondaire face à l'hypersexualisation et à la sexualisation précoce*, YWCA / UQAM / Forum jeunesse de l'île de Montréal, mai 2009, p. 13.

par les médias qui véhiculent une image du corps à travers le culte de la performance sexuelle<sup>6</sup> et de l'apparence physique.

## 2. Quand le corps devient hypersexualisé

### 2.1. Un corps, un regard, des valeurs et des façons d'agir

Selon les définitions de l'hypersexualisation, celle-ci est donc un phénomène de société qui se marque sur le corps. Les recherches dans ce domaine font souvent référence aux recherches menées par Sylvie Richard-Bessette qui précise que l'hypersexualisation est un « usage excessif de stratégies axées sur le corps dans le but de séduire<sup>7</sup> ».

Richard-Bessette, chargée de cours au département de psychologie et sexologie de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), complète sa définition en décrivant les diverses manifestations que peut prendre l'hypersexualisation du corps<sup>8</sup> :

- une tenue vestimentaire qui met en évidence des parties du corps (décolleté, gilet-bedaine, pantalon taille basse, chandail 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'auteure met en avant la mise en scène sociale du corps de la personne par le phénomène d'hypersexualisation<sup>9</sup>. Cette mise en scène est consciente et a pour fin la séduction.

À cette idée de mise en scène sociale du corps, l'Association Américaine de Psychologie (APA) ajoute le fait que l'hypersexualisation ne dépend pas que de la

---

<sup>6</sup> JOUANNO C., *Contre l'hypersexualisation, un nouveau combat pour l'égalité* – Rapport parlementaire, Paris, 5 mai 2012, p. 24.

<sup>7</sup> RICHARD-BESSETTE S., « Lexique sur les différences sexuelles, le féminisme et la sexualité », disponible en ligne sur : <http://www.er.uqam.ca/nobel/k31610/DIVERS/lexique-differences-sexuelles.htm>

<sup>8</sup> *Idem.*

<sup>9</sup> JOUANNO C., *op. cit.*, p. 16.

personne hypersexualisée, mais aussi du regard qu'une tierce personne porte sur elle. Aussi, pour l'APA, y a-t-il [hyper]sexualisation<sup>10</sup> lorsqu'un des quatre critères suivants est rempli<sup>11</sup> :

- 1/ « a person's value comes only from his or her sexual appeal or behavior, to the exclusion of other characteristics;
  - 2/ a person is held to a standard that equates physical attractiveness (narrowly defined) with being sexy;
  - 3/ a person is sexually objectified – that is, made into a thing for others' sexual use, rather than seen as a person with the capacity for independent action and decision making;
  - 4/ and/or sexuality is inappropriately imposed upon a person ».
- 
- 1/ « la valeur d'une personne dépend uniquement de son comportement sexuel ou de l'attraction sexuelle qu'elle dégage, excluant d'autres caractéristiques ;
  - 2/ une personne est assujettie à une norme qui assimile l'attraction physique (strictement définie) au fait d'être sexy ;
  - 3/ une personne est sexuellement dépersonnalisée - elle est davantage considérée comme un objet sexuel que comme une personne apte à agir de façon indépendante et à prendre des décisions ;
  - 4/ la sexualité est imposée à une personne de façon inappropriée<sup>12</sup> ».

---

<sup>10</sup> Le terme anglais pour désigner ce que nous nommons en français « hypersexualisation » est « *sexualization* ».

<sup>11</sup> American Psychological Association, « Sexualization of girls », Washington, American Psychological Association, 2007.

Disponible en ligne (en anglais) : <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report.aspx>

<sup>12</sup> Traduction personnelle.

## 2.2. Quand l'hypersexualisation devient pornographisation

À l'instar de Sylvie Richard-Bessette, Alain Desharnais, professeur et sexologue au collège d'enseignement général et professionnel (CEGEP) de Sherbrooke au Canada abonde dans le sens d'une corrélation entre hypersexualisation et agir sexuel<sup>13</sup> : «L'hypersexualisation est une tendance lourde à ramener l'identité des individus à leur seule dimension sexuelle, c'est-à-dire au fait d'avoir un sexe et de copuler<sup>14</sup>».

Cette « tendance lourde » est appelée chez Alain McNair, la *pornographisation* :

« The incorporation of pornographic imagery and iconography into a variety of popular cultural forms, such as advertising, popular fiction, and Hollywood cinema... To the extent that pornography has codes and conventions, these have become part of the armoury of popular cultural production<sup>15</sup>».

« L'incorporation de l'imagerie et de l'iconographie de la pornographie s'effectue sous plusieurs formes culturelles populaires, comme la publicité, la fiction populaire, et le cinéma hollywoodien... Dans la mesure où la pornographie jouit de ses propres codes, ceux-ci sont devenus partie intégrante de la production culturelle populaire<sup>16</sup> ».

La pornographisation peut donc se comprendre comme un processus qui a permis de transférer certaines valeurs<sup>17</sup> et pratiques<sup>18</sup> du monde de la pornographie vers la société en général par l'intermédiaire des médias.

Aussi, sachant que les médias occupent une place importante dans la vie quotidienne, on peut se poser la question de l'impact sur le jeune public des représentations des genres incluant les codes de la pornographie.

---

<sup>13</sup> Sur ce dernier point, les spécialistes de la question de l'hypersexualisation ne sont pas tous d'accord.

<sup>14</sup> Bien que souvent cité, Alain Desharnais n'a pas de référence écrite à son nom pour la définition de l'hypersexualisation. Toutefois, il définit le concept lors d'un colloque : ANCTIL J., *Journée de réflexion sur le phénomène de la sexualisation – Phénomène de la sexualisation : Guide des pistes d'action*, Sherbrooke (Québec), CALACS de l'Estrie, 24 mai 2007, p. 15.

<sup>15</sup> MCNAIR B., *Mediated Sex: Pornography and Postmodern Culture*, London & New York: Arnold, 1996, p.137.

<sup>16</sup> Traduction personnelle.

<sup>17</sup> Entre autres : le culte de la performance (sexuelle), l'importance donnée à l'apparence physique, les stéréotypes de l'homme viril et de la femme-objet, etc.

<sup>18</sup> Par exemple : la dissociation entre l'agir sexuel et les sentiments, les danses lascives, les mimiques faciales et positions corporelles suggestives, une grande diversité de pratiques sexuelles avec un grand nombre de partenaires différents, des façons de s'habiller, etc.

## 3. Les traces de l'hypersexualisation

### 3.1. Des stéréotypes sexistes

Une relation de va-et-vient existe entre les stéréotypes sexistes et le phénomène d'hypersexualisation. Pour l'un comme pour l'autre, il s'agit d'imputer des comportements spécifiques aux individus en fonction du genre. Dans le cadre de l'hypersexualisation, ces attitudes comprendront des caractéristiques sexuelles dont les codes seront issus du monde de la pornographie et seront clairement identifiables grâce aux stéréotypes sexistes mis en œuvre. Par conséquent, ces comportements hypersexualisés enferment les genres dans les gammes de comportements que leur prescrivent les stéréotypes sexistes.

En outre, de nombreuses études mettent en évidence que les représentations des individus à travers les médias confinent au stéréotype :

« Elles [NDLR les études] 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<sup>19</sup> ».

Parmi les stéréotypes sexistes les plus prégnants et véhiculés dans les médias, on retrouve les modèles de « l'homme viril » et de la « femme objet ».

#### 3.1.1. Homme viril

Exercice : en faisant une recherche de synonymes dans l'éditeur de texte *Word 2010*, on obtient comme équivalent au mot « masculin » : mâle, reproducteur, viril, vigoureux, fort, énergique, courageux, ferme. Une certaine idée de la notion « masculin » transparaît à travers les qualités qui lui sont attribuées comme synonymes. Aucun antonyme n'est relevé.

Peu d'études se sont arrêtées sur l'hypersexualisation masculine. Une notion particulière apparaît toutefois : l'hypervirilité. C'est le volet masculin du phénomène d'hypersexualisation. Il s'agit de « 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<sup>20</sup> ».

Ce phénomène s'inscrit sur le corps. Selon les canons de l'hypersexualisation, un corps beau est un corps musclé, endurant, ferme, épilé, entretenu grâce au sport. Ces

---

<sup>19</sup> JOUANNO C., *op. cit.*, p. 43.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 19.



représentations du corps masculin se retrouvent dans les différents médias comme la publicité<sup>21</sup>.



Si ces modèles mis en avant ont les caractéristiques types de l'hypersexualisation, ils ne brillent généralement pas par leur intelligence<sup>22</sup>. On retrouve ce genre de stéréotypes dans certains dessins animés. Par exemple :

- Dans Dragon Ball, la quasi-totalité des personnages principaux (et musclés) ont été mis en scène dans des séquences qui tendent à montrer qu'en dehors du combat, ils sont inaptes intellectuellement (par exemple, quand Sangoku et Picolo apprennent à conduire – voir illustration ci-dessous).
- Dans Nicky Larson, le personnage principal bien que très doué pour son métier de garde du corps, perd tous ses moyens (intellectuels) lorsqu'il est en présence de jolies femmes.



Ils sont également présents dans des émissions de téléréalité. À titre d'exemple, on peut citer « La belle et ses princes presque charmants » dans laquelle « la belle » doit choisir l'homme avec qui elle veut partager sa vie. Deux groupes d'hommes sont constitués selon des caractéristiques qui sont présentées comme allant de pair : les « beaux/cons » et les « intellos/moches ».

<sup>21</sup> Publicité de Gucci dans Fincher D., *Fight Club*, 1999.

<sup>22</sup> DIZIER C., NIBONA M., WILLEMS I., *L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les médias – La télévision, le sexisme, les jeunes : une relation complète*, Université de Liège, Institut des Sciences humaines et sociales, 2007, p. 56.

Alors que ces émissions sont regardées par les *tweens*, celles-ci mettent en avant des modèles très peu représentatifs (les dessins animés) de la réalité et créant une dichotomie entre l'intellect et le paraître qui n'a pas lieu d'être.

Les codes et attitudes inhérents à l'hypersexualisation se marquent également dans les comportements. La sexualité y est vue par le prisme de la pornographie : centrée sur le plaisir masculin, le monde de la pornographie met aussi en exergue (de manière régulière) une sexualité violente<sup>23</sup>. Aussi, le jeu vidéo *rapelay* a-t-il été commercialisé reprenant ses codes.



Le but de ce jeu est de violer, mettre enceinte et faire avorter le plus de femmes possible. Ce jeu, initialement commercialisé sur le site d'*amazon*<sup>24</sup>, a été retiré de la vente.

La violence est un mode de communication par le prisme de l'hypersexualisation. Par exemple, une émission comme le catch met en avant ce vecteur puisque les protagonistes ne peuvent arriver à la résolution de leur conflit qu'en se battant.

### 3.1.2. Femme-objet

Exercice : en faisant une recherche de synonymes dans l'éditeur de texte *Word 2010*, on obtient comme équivalent au mot « féminin » : femelle. Il est indiqué que les antonymes sont : mâle, masculin. Si ce n'est son genre, aucune qualité n'est définie comme synonyme au mot féminin. Le genre féminin se détermine (dans l'éditeur de texte) par le genre masculin en tant qu'antonyme.

On peut parler de représentation sexiste dans les médias quand celle-ci réduit la femme à l'état d'objet ou exploite son image pour passer un message ou vendre un produit<sup>25</sup>.

On retrouve le stéréotype sexiste de la femme objet dans des films, des chansons, des vidéoclips, des livres, des magazines, des produits de beauté, des produits nettoyants, des parfums, des montres, des valises, des voitures, de la bière, etc.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Une violence qui se marque avant, pendant et après l'acte.

<sup>24</sup> Plate-forme d'achat en ligne.

<sup>25</sup> POIRIER L., GARON J., *Hypersexualisation ? Guide pratique d'information et d'action*, Québec, Calacs, 2009, p. 12.

Quelques exemples de clichés sexistes qui véhiculent une représentation de la femme-objet, et ce à des fins commerciales :



- À gauche : une pub pour Suit Supply, une marque de vêtement hollandaise. Dans le cadre d'une campagne de publicité intitulée *shameless* (sans honte), les clichés montraient des femmes en position de soumission et de désir sexuel et des hommes en position dominante.
- Au milieu : une publicité de Natan, une marque de bijou. Le slogan « the first control ever invented » soit en français « la première télécommande jamais inventée » met en avant que les femmes sont facilement manipulables et prêtes à coucher pour une bague (ou pour le mariage).
- À droite : les Girlicious. Il s'agit d'un groupe de chanteuses dont le public cible est les adolescentes. Elles mettent en avant leur physique dans des tenues (très légères) d'écolières.

Dans les trois cas présentés, une mise en scène type *porno-chic* sert de toile de fond. Aussi, peut-on remarquer que ces représentations affichant ouvertement des codes sexistes mettent en scène des femmes dévalorisées réduites à l'état d'objet<sup>27</sup>.

Ce dispositif est très présent dans les clips musicaux. Des chanteuses comme les Girlicious, Pussycat Dolls, Britney Spears, Shakira, etc. mettent en scène leur sexualité dans des chansons au titre généralement évocateur : *I'm slave for you*, *Fuck you*, *Whenever wherever*, etc. Nombre de ces clips mettent en scène des comportements dont les codes sont issus du monde de la pornographie : les danses lascives, les danses sandwiches, mimer l'acte sexuel, etc.

Un cas parmi d'autres, les chanteuses du groupe Girlicious reprennent dans leurs clips vidéo tous les stéréotypes de la pornographie infantile<sup>28</sup>. Ainsi, dans leur clip de 2008, *Stupid sheet*, les girlicious habillées en tenue d'écolière (comme sur la photo de droite) dansent en rue et chantent « qu'elles sont vicieuses et que tous les mecs veulent les goûter » tout en spécifiant qu'elles « font tourner les bouteilles et qu'elles ne se rappelleront de rien ». Après un *strip-tease* en rue, ce clip se termine dans une chambre d'enfant, où les Girlicious sont en sous-vêtements et s'adonnent à une bataille d'oreillers.

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 11.

<sup>27</sup> JOUANNO C., *op. cit.*, p. 46.

<sup>28</sup> *Ibidem*, p. 25.

Le corps féminin est dans ces différents exemples fortement sexualisé. Le rôle de la femme, mais aussi des adolescentes y est réduit à celui que peut leur offrir leur sexualité. Dans ce contexte, les femmes sont présentées comme des objets sexuels devant susciter et satisfaire le désir de l'homme, et ce, à un âge toujours plus jeune<sup>29</sup>.

## 3.2. Les concours de minimiss

Les concours de minimiss mettent en scène des enfants<sup>30</sup> qui sont jugés sur certains critères. Peut-on parler dans ce genre de concours d'hypersexualisation ? Peut-on aussi rapprocher ces concours d'autres manifestations qui tendent à hypersexualiser les enfants ?

### 3.2.1. Les concours de minimiss, vecteurs d'hypersexualisation ?

Originaires des États-Unis<sup>31</sup>, les concours de minimiss sont aussi présents en Europe. Les organisateurs(trices) de ce genre de concours se défendent (en Europe généralement) d'hypersexualiser les enfants qui y participent. À cet égard, en Belgique, on trouve une note sur le site officiel de l'élection des minimiss : « notre concours est basé plus particulièrement sur la personnalité des candidates et pas spécialement sur leur physique ». Dans ce contexte, on comprend l'appellation officielle du concours de minimiss en Belgique (Wallonie) : Mini Miss & Miss Personality<sup>32</sup>.

Mais un tel concours peut aussi s'analyser sur les fins qu'il suscite. Aussi, peut-on relever l'accroche dans la section inscription :

« Envie de faire vos premiers défilés sur un podium, de faire des publicités, d'apprendre à défiler, de participer à des shooting photos,... Envie de devenir l'égérie d'un grand styliste, comme nos Miss 2009 & 2010... Et de vivre une expérience exceptionnelle tout en remportant des cadeaux<sup>33</sup> ».

Des éléments comme être l'égérie d'un grand styliste, le fait de défiler ou encore participer à des shooting photos semblent peu compatibles avec la seule dimension de la personnalité.

Aussi, les mots choisis dans cette accroche sont-ils intéressants. Le mot « égérie » notamment : si au niveau littéraire, le dictionnaire informe qu'une égérie est

---

<sup>29</sup> CONSEIL DU STATUT DES FEMMES, *AVIS – Le sexe dans les médias : obstacles aux rapports égaux*, Québec, mai 2008, p. 91.

<sup>30</sup> En Belgique, à partir de 5 ans.

<sup>31</sup> JOUANNO C., *op. cit.*, p. 100.

<sup>32</sup> Site officiel de l'Élection Mini Miss & Miss Personality Belgium Wallonie en ligne sur : <http://www.web-xperience.be/MISSPERSONALITYBELGIUMWALLONIE/accueil.asp>

<sup>33</sup> <http://www.web-xperience.be/MISSPERSONALITYBELGIUMWALLONIE/inscription.asp>



l'inspiratrice de quelqu'un ou d'un groupe, son origine mythologique renseigne sur sa dimension sexuelle<sup>34</sup>.

Bien qu'il existe des catégories d'âge<sup>35</sup>, il apparaît que tous les concours d'âge soient soumis principalement au principe de l'apparence. En l'occurrence, les propositions 1 et 4 telles que définies par l'APA en page 6, peuvent être appliquées dans le cadre des concours de minimiss. Effectivement, dans ce genre de concours, la valeur de « minimiss » dépend de l'attrait physique qu'elle dégage. Pour ce faire, une sexualité leur est imposée de façon inappropriée<sup>36</sup>, comme l'illustrent les quelques photos ci-dessous :



Dans les photos présentées, de gauche à droite, il y a :

- Une petite fille (entre 4 et 5 ans sur la photo numéro 1 et entre 8 et 9 ans sur la photo 2) française habituée des concours de minimiss et qui pose en top et en corset (les 2 photos de gauche)<sup>37</sup>.
- Une petite fille de 10 ans qui pose pour le magazine Vogue. Le journal 20 minutes qualifie de « glamour<sup>38</sup>» les photos prises dans un shooting<sup>39</sup>.
- Une petite fille de 3 ans habillée, dans le cadre d'un concours de minimiss aux USA, en Viviane Ward. Il s'agit de l'héroïne du film *Pretty woman*, interprétée par Julia Robert qui pour l'occasion, joue un rôle de prostituée.

---

<sup>34</sup> La nymphe Égérie vivait dans le bois d'Aricie (près de Rome). Alors que le roi légendaire Numa Pompilius (2e roi de Rome, 715 à 673 avant notre ère) venait (la nuit) fréquemment la consulter dans les bois, elle devint sa maîtresse et conseillère. Aussi, comme toutes les nymphes, Égérie se distinguait-elle par son exceptionnelle beauté, par le fait qu'elle était naïve et tombait vite amoureuse. Le mot nymphomane dérive du terme de nymphe.

<sup>35</sup> En Belgique: mini miss (5-9 ans) – mini teenager (10-12 ans) – teenager (12-16 ans) – miss (17-27 ans).

<sup>36</sup> De manière commune, il est admis qu'il est inapproprié d'imposer une sexualité à des enfants.

<sup>37</sup> <http://minimisschloe62.skyrock.com/2833194648-mes-tittres.html>

<sup>38</sup> VIGNAUD O., « A 10 ans, elle fait des photos glamour dans Vogue », Paris, 20 minutes, 5 août 2011.

En ligne sur : <http://www.20minutes.fr/societe/766836-10-ans-fait-photos-glamour-vogue>

<sup>39</sup> Rappelons que dans le cadre de l'élection Mini Miss & Miss Personality, sur la page du site officiel, est mis en avant la possibilité de participer à des publicités ou encore de participer à des shooting photos.

### 3.2.2. Concours de minimiss : tous pareils ?

Peut-on comparer les situations de concours de minimiss de pays en pays<sup>40</sup> ? Peut-on aussi comparer le phénomène avec les enfants-modèles ?

Pour Michel Le Parmentier, président et fondateur du concours officiel de minimiss France, qui à la suite de la remise du rapport de la parlementaire Chantal Jouanno accordait des interviews afin de défendre le concours qu'il a créé, répondait qu'il ne faut pas faire d'amalgame<sup>41</sup>.

Certes, il ne peut y avoir d'amalgame entre les pays, ni même entre concours d'un même pays. Effectivement, en Belgique comme en France, chaque concours jouit de son propre règlement. Pour le concours minimiss officiel en France, il existe une charte depuis sa création, interdisant aux petites filles (entre 7 et 12 ans) d'être maquillées et de porter des vêtements d'adultes ou qui mettraient en avant un caractère sexuel.

Cependant, tous les concours ne suivent pas ces règles. Il est à noter que le cadre juridique national ou international est inexistant pour ce genre de manifestation<sup>42</sup>. Ce vide juridique facilite l'apparition de concours sauvages fonctionnant sans règles en matière de protection de l'image de l'enfant.

Mais l'analyse des fins que suscite ce genre de concours montre que toutes ces manifestations sont mues par bien d'autres éléments<sup>43</sup> : la primauté à l'apparence physique et l'attrait que cela suscite.

De toute évidence, les concours de minimiss en Belgique comme en France (du moins les officiels) n'ont pas les traits stéréotypés de l'hypersexualisation tels qu'ils existent aux USA. Mais le fait qu'ils reposent sur des logiques d'apparence et d'attrance physique<sup>44</sup> n'est pas conforme avec les formes d'éducation faisant prévaloir (ou concilier) l'être sur le paraître<sup>45</sup>.

---

<sup>40</sup> Plus spécifiquement avec les États-Unis où ils sont très ancrés culturellement.

<sup>41</sup> Dont une au journal 20 minutes, disponible en ligne sur :

<http://www.20minutes.fr/societe/892045-concours-mini-miss-on-tres-stricts-va-devenir-encore-plus>

<sup>42</sup> En Belgique comme en France.

<sup>43</sup> Que ceux qui ont trait au règlement.

<sup>44</sup> Ce sont des traits de l'hypersexualisation tels que le définit l'APA.

<sup>45</sup> JOUANNO C., *op. cit.*, p. 40.

### 3.2.3. Un concours qui juge la personnalité ?

Le fait que les juges de ces concours puissent axer leur choix sur la personnalité des participantes peut valablement être remis en question (pour les plus jeunes). Effectivement, aux environs de 5 ou 6 ans, l'enfant entre dans une phase de latence qui se caractérise entre autres par : une désexualisation des pulsions, le développement de la logique et de la personnalité.

Aussi, si la désexualisation des pulsions est nécessaire au développement de la personnalité pendant les 5 ou 6 années de cette phase, le caractère sexuel des pulsions est réactivé lors de l'adolescence débouchant sur une remise en question (une crise) de la personnalité. Par conséquent, si l'on suit les théories du développement de la personnalité, non seulement ces concours jugent un édifice en construction (et loin d'être achevé) mais ils contribuent à réactiver un caractère sexuel qui dans le processus du développement psychoaffectif de l'enfant est normalement en état de veille.

## 4. Conclusion

Le phénomène d'hypersexualisation tend à exacerber les différences entre les hommes et les femmes et à enfermer les comportements des uns et des autres dans des comportements et attitudes qui relèvent du stéréotype, et ce dès les plus jeunes âges.

Le regard que les enfants et les adolescents peuvent porter sur l'autre sexe peut être teinté de jugements moraux au regard de ce qui leur est offert comme image dans les médias. À cet égard, il est intéressant de relever les représentations que se font ces enfants ou adolescents des chanteurs et chanteuses qui se mettent en scène dans leur clip vidéo :

« À l'une de ces questions visant à décrire en deux mots l'image des filles véhiculée par les vidéoclips, la totalité des réponses obtenues se rapportait au sexe ou au corps des femmes. Les mots cités le plus souvent étaient en effet : objets, prostituées, salopes, sexe, filles faciles, presque nues, *sexy*, vulgaires. De plus, tous les répondants estimaient que l'image des filles dans les vidéoclips est dévalorisante, voire dégradante. Par contre, les images de garçons apparaissaient plus variées et moins réductrices puisque ceux-ci étaient dépeints comme musclés, *pimps*, OK, machos, dominateurs, gangsters, riches, beaux<sup>46</sup> ».

Les exercices effectués en pages 8 et 10 sur « l'homme viril » et « la femme-objet » montrent dans quelle mesure ces représentations très divergentes n'existent pas que

---

<sup>46</sup> CONSEIL DU STATUT DES FEMMES, *op. cit.*, p. 60.

chez les enfants et adolescents et peuvent être consacrées par un outil comme un dictionnaire.

Si ces mêmes enfants ou adolescents comprennent bien qu'il ne s'agit pas d'une représentation réelle, il n'en reste pas moins qu'une partie des enfants et des adolescents<sup>47</sup> ont un corps et des attitudes hypersexualisés. On peut penser, comme le soulignent Dizier, Nibona et Willems dans leur mémoire, qu'il existe une corrélation entre certaines pratiques de consommation médiatique et la prégnance de stéréotypes. Certes, l'influence des médias est grande, mais ces stéréotypes se trouvent aussi renforcés par un phénomène de sélection chez les jeunes qui regardent spécifiquement des émissions où l'hypersexualisation est très présente, et ce, dans le but de les conforter dans leurs représentations<sup>48</sup>.

À l'instar de beaucoup d'études menées sur le sujet, on ne peut qu'encourager la mise en place d'une éducation aux médias qui décrypte les émissions et autres programmes à destination des enfants et adolescents.

Enfin, sur certaines pratiques hypersexualisantes, comme les concours de *minimiss*, s'ils ne peuvent être interdits par la loi, ils pourraient y trouver un cadre strict d'action. C'est plus que souhaitable à l'aune de ce qui se passe déjà chez nous, chez nos voisins ou outre-Atlantique, et ce tant pour l'image de l'enfant que pour son bon développement psychoaffectif.

---

<sup>47</sup> Il n'est pas possible de chiffrer le phénomène, aucune étude quantitative n'a été menée en la matière.

<sup>48</sup> DIZIER C., NIBONA M., WILLEMS I., *op. cit.*, p. 9.



## Bibliographie

ANCTIL J., *Journée de réflexion sur le phénomène de la sexualisation – Phénomène de la sexualisation : Guide des pistes d'action*, Sherbrooke (Québec), CALACS de l'Estrie, 24 mai 2007.

CONSEIL DU STATUT DES FEMMES, *Avis – Le sexe dans les médias : obstacles aux rapports égalitaires*, Québec, mai 2008.

CRIOC, *L'hypersexualisation*, CRIOC, Bruxelles, juin 2011.

DIZIER C., NIBONA M., WILLEMS I., *L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les médias – La télévision, le sexisme, les jeunes : une relation complète*, Université de Liège, Institut des Sciences humaines et sociales, 2007.

DOUTREPONT E., *Hypersexualisation et construction identitaire*, Bruxelles, Service Etudes du Secrétariat national des FPS, 2008.

DUQUET F., *Projet : « Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation » - Perceptions et pratiques de jeunes du secondaire face à l'hypersexualisation et à la sexualisation précoce*, YWCA / UQAM / Forum jeunesse de l'île de Montréal, mai 2009.

JOUANNO C., *Contre l'hypersexualisation, un nouveau combat pour l'égalité – Rapport parlementaire*, Paris, 5 mai 2012.

MCNAIR B., *Mediated Sex: Pornography and Postmodern Culture*, London & New York: Arnold, 1996.

POIRIER L., GARON J., *Hypersexualisation ? Guide pratique d'information et d'action*, Québec, Calacs, 2009.

## Article

VIGNAUD O., « A 10 ans, elle fait des photos glamour dans Vogue », Paris, *20 minutes*, 5 août 2011.

En ligne sur :

<http://www.20minutes.fr/societe/766836-10-ans-fait-photos-glamour-vogue>

BEGASSE N., « Concours Mini-miss: «On est très stricts et on va le devenir encore plus» », Paris, *20 minutes*, 5 mars 2012.

En ligne sur :

<http://www.20minutes.fr/societe/892045-concours-mini-miss-on-tres-stricts-va-devenir-encore-plus>

## Site internet

American Psychological Association, « Sexualization of girls », Washington, American Psychological Association, 2007.

Disponible en ligne (en anglais) :

<http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report.aspx>

RICHARD-BESSETTE S., « Lexique sur les différences sexuelles, le féminisme et la sexualité », disponible en ligne sur :

<http://www.er.uqam.ca/nobel/k31610/DIVERS/lexique-differences-sexuelles.htm>

Site officiel de l'Élection Mini Miss & Miss Personality Belgium Wallonie en ligne sur :

<http://www.web->

[xperience.be/MISSPERSONALITYBELGIUMWALLONIE/accueil.asp](http://www.web-xperience.be/MISSPERSONALITYBELGIUMWALLONIE/accueil.asp)

Le site d'une jeune française habituée des concours de minimiss, disponible en ligne sur :

<http://minimisschloe62.skyrock.com/2833194648-mes-tittres.html>