

L'hyper sexualisation : Une violence faite aux filles

Dès leur plus jeune âge les filles reçoivent des messages les invitant à maximiser leur potentiel de séduction. Vous sourcillez? Vous est-il déjà arrivé d'acheter un chandail écrit **Princesse** pour une jeune fille de 7 ans, comme à moi sûrement que oui. Aussi vous-est-il arrivé pour ses 10 ans de lui acheter un chandail portant le mot **Irrisistible** ou encore **J'aime les Garçons**, encore une fois il y a de grandes chances que oui! Et voilà que vers 12 ans votre fille porte un chandail arborant le lapin de Playboy, du coup vous comprenez que le phénomène a fait son œuvre et que votre fille bien qu'elle se défende d'exercer son pouvoir et sa liberté d'expression, se conforme plutôt aux normes sociales imposées par le phénomène de l'hypersexualisation.

Désire de plaire

Pas besoin d'aller bien loin pour constater que le phénomène de l'hyper sexualisation s'est infiltré au cœur de nos vies et ce, tant de nos rapports avec les autres qu'avec nous-mêmes! Ce phénomène est composé de plusieurs tentacules véhiculant des valeurs rétrogrades traditionnelles, sexistes et diminuant à l'endroit femmes. Quoi de mieux pour façonner l'identité collective et individuelle des femmes et des filles, que l'exposition continuellement à l'image de femmes transformées en objet de désir sexuel?

Que ce soit par le biais de : **lignes de vêtements sexys pour fillettes**- revues pour filles dont le contenu est axé sur les relations avec les garçons –**culte de la minceur**-promotion de régimes amaigrissant- expansion de l'industrie de la **chirurgie plastique**-standard de beauté unique- **banalisation de la pornographie** – éloge de la performance sexuelle-utilisation du corps de la femme dans les publicités- **érotisation du corps des filles et des femmes**, le message envoyé est le même. La valeur accordée aux femmes dans notre société est encore à ce jour grandement liée à la beauté et la disponibilité sexuelle de celles-ci.

L'hyper sexualisation et les produits qui en découlent contribuent à développer chez les filles l'obsession du paraître et de la séduction. Chez les filles, la formation de leur identité est réduite à une recherche constante d'approbation : les jeunes filles ne se reconnaissent plus à partir de leurs réalisations leurs forces ou leur originalité, mais bien plutôt par ce qu'elles détectent dans le regard des garçons.

Un phénomène intimement lié pornographie

La libéralisation et l'accroissement fulgurant de l'industrie du sexe a permis à celle-ci de s'infiltrer dans les médias, le monde des publicitaires, la mode, la culture pop etc. Ainsi, la culture porno s'est introduit dans la culture populaire et en un tour de maître a réussi à hisser les fantasmes au masculin, les pratiques sexuelles à risque et les standards érotiques dans le top 10 des préoccupations des jeunes. Ceux-ci sont bombardés d'information à connotation sexuelle au moment où ils sont en pleine recherche de nouveaux modèles et aspirent à faire des découvertes. Ce sexe qu'ils consomment et qu'ils pratiquent est dépourvu de tout lien d'attachement ou d'intimité. Les jeunes filles sont amenées tôt à pratiquer fellation, la sodomie et à se prêter à des jeux érotiques entre filles et ce, dans le but de plaire et de se conformer aux attentes qu'elles perçoivent chez

les garçons. Il est alarmant de constater que l'univers des ados comme des préados est totalement investi par des messages faisant l'éloge du potentiel sexuel des filles et que les rapports inégalitaires et d'exploitation sur lesquels est bâtie l'empire de la pornographie font partie des modèles leur étant proposé massivement.

Un phénomène qui rapporte

Le phénomène de l'hypersexualisation n'est pas étranger à la logique de l'économie de marché. Ainsi, des stratégies de marketing réfléchies ont pour cible les filles de 9-12 ans ou dites les «tweens». Les industries ne sont pas sans savoir que ces filles détiennent une grande influence sur les dépenses de la maisonnée. Leur «pouvoir d'achat» ou celui de leurs parents est non négligeable pour ces entreprises du paraître. L'univers de consommation des «tweens» comporte des produits de cosmétiques, vêtements, bijoux, piercing, musique, clips et revues portant sur la mode et les relations avec les garçons. Ainsi, ces entreprises frappent en plein dans le mille en ciblant les préadolescentes, qui à l'âge de forger leur identité sont d'autant plus vulnérables aux messages qui sont véhiculés autour d'elles et désireuses de s'y conformer. De plus, en développant tôt leurs habitudes de consommation, les entreprises prennent le pari que ces jeunes filles une fois devenues adultes maintiendront et même augmenteront leur niveau de consommation.

Le phénomène de l'hypersexualisation contribue à établir une norme sociale articulée autour du paraître, de la séduction, de la performance sexuelle et de la consommation. Et qui ne s'y conforme pas en vivra une cruelle exclusion. Ce courant tend à infantiliser les femmes, et féminiser les fillettes. Ainsi, l'ensemble du phénomène de l'hypersexualisation laisse libre cours au sexisme, à la misogynie, à l'exploitation, à la à l'établissement de relations de couple non égalitaires, desquelles découlent la violence envers les femmes sous toutes ses formes.

À lire dans notre prochaine chronique

L'éducation, la culture, la religion, les institutions, la langue, le marché du travail sont au nombre des agents de socialisation qui maintiennent les femmes dans un rapport d'inégalité face aux hommes. Vouloir que toute cette violence envers les femmes cesse, c'est d'abord s'interroger sur les facteurs sociaux que la soutiennent. Soyez des nôtres pour cette prochaine chronique.

S.O.S Violence Conjugale
1-800-363-9010

Lors d'un épisode de violence ou de menace
911

Source : Fannie Roy, agente de promotion et de prévention des Maisons d'hébergement de Laval

« Ce projet a été réalisé par les trois Maisons d'aide et d'hébergement pour femmes victimes de violence conjugale de Laval. Sa réalisation a été rendue possible grâce au financement de l'Agence de la santé et des services sociaux de Laval. »