

Hypersexualisation : les ados sont en danger

VOOGT, FABRICE

Page 9

Samedi 16 juillet 2011

Santé Une étude du Crioc met en garde

Le concept est né Outre-Atlantique, mais le phénomène est déjà bien connu chez nous. Appelé hypersexualisation, il consiste, chez les jeunes, à adopter des attitudes et des comportements sexuels jugés trop précoces.

Ce « modèle » s'inspire souvent des stéréotypes véhiculés par la pornographie : homme dominateur, femme objet séductrice et soumise, explique Eve Hanson, qui a réalisé une étude sur le sujet pour le Crioc, le Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs.

La sociologue, qui s'est basée sur des actes de colloques et des enquêtes consacrées à cette thématique, s'est plus particulièrement intéressée à l'influence de ce phénomène chez les enfants et les adolescents : « *Dans leur chef, l'hypersexualisation se manifeste surtout à travers les tenues vestimentaires mettant en évidence certaines parties du corps (décolleté, pantalon taille basse dévoilant les sous-vêtements, pull moulant...) ou 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).* »

Omniprésente, la sexualité véhicule aussi le culte de la performance, construit sur de nouvelles normes, implicites mais contraignantes, explique Eve Hanson. Sexologue clinicien, Pascal De Sutter évoque ainsi « *les défaillances érectiles après 50 ans ou l'inhibition de désir chez la mère de famille* » qui sont passées du « normal » socialement accepté à l'« anormal » qu'il faut absolument soigner.

Troubles de l'alimentation

Quant aux jeunes, poursuit Eve Hanson, ils sont de plus en plus sollicités, par internet d'abord, mais aussi par certains magazines, « *surtout féminins qui s'adressent aux jeunes filles avec des articles à connotation sexuelle du type "7 raisons de coucher le premier soir" ou des tests qui classent les lectrices en trois catégories : la super extra salope, la salope normale, la ringarde.* »

L'auteur pointe également les dérapages publicitaires (la marque de produits dépilatoires Veet et sa campagne web « *Mon minou tout doux* »...), les jeux vidéos (le jeu de simulation Ma Bimbo, les Sex Bracelets où chaque couleur correspond à un code érotique...). Les conséquences peuvent être très négatives : réduction de la personne à son sex-appeal, dépression, troubles de l'alimentation, mauvais résultats scolaires... Selon le Crioc, il convient, dès lors, de développer la capacité d'analyse des jeunes et leur esprit critique par une éducation à la consommation raisonnable et raisonnée. Elle passe notamment par un décodage publicitaire et une éducation aux médias.

repères

La puberté

Les modifications des habitudes alimentaires au XX^e siècle ont avancé de 2 à 3 ans l'âge de la puberté.

Les médias

Le sexe est omniprésent dans les médias. Sur l'internet, le matériel à caractère érotique, sexuel ou pornographique est facilement accessible.

La publicité

Le quotidien est bombardé de publicités mettant en scène le corps, particulièrement celui des femmes.

L'argent

Le pouvoir d'achat et le potentiel économique des jeunes consommateurs n'échappent pas aux spécialistes du marketing.

Les idoles

Des chanteurs sont des produits commerciaux servant de modèles aux jeunes, en quête identitaire. Voir Lady Gaga (photo ci-contre), etc.

« L'éducation aux médias est importante »

ENTRETIEN

Eve Hanson est chercheuse au Crioc. Elle est l'auteur de l'étude.

Comment analysez-vous cette hypersexualisation par rapport à la révolution sexuelle des années 60-70 ?

La révolution sexuelle des années 60 a été marquée par une soif de liberté. La multiplication des pratiques sexuelles, que sous-tendait le mouvement à l'époque, a aujourd'hui un côté normatif. Le message est que, pour être bien dans sa peau, il faut avoir une sexualité épanouie, c'est-à-dire variée et libre. Ce qui suppose la multiplication des partenaires ou l'utilisation des sex toys, par exemple.

Quels sont les risques de l'hypersexualisation pour l'adolescent ?

Ceux qui s'écartent de ces modes de comportement se sentent marginalisés. Cela entraîne des difficultés relationnelles chez l'ado qui ne voit pas toujours la différence entre la télé et la réalité. Il y a un questionnement par rapport à la normalité. Les ados n'ont pas l'esprit critique suffisamment développé et sont donc plus influençables. L'association américaine de psychologie, qui s'est basée sur 300 études, a montré que les troubles alimentaires, comme l'anorexie, qui commençaient il y a dix ans chez des filles de 16 ans, sont aujourd'hui observés chez des filles de 5 ou 7 ans.

Comme les parents peuvent-ils faire barrage ?

L'éducation aux médias revêt un aspect fondamental, comme le décodage des publicités. Les stéréotypes à caractère sexuel sont présents tant dans la pub que dans les séries télés : l'homme dominant, la femme soumise. Avec le risque que les filles aient une image d'elles négative et estiment que c'est plus facile d'être un homme dans la société.

Faut-il décourager les ados de s'habiller comme des adultes ?

Les ados s'habillent parfois avec un vêtement qui a, pour les parents, un caractère érotique, sans que les jeunes le perçoivent comme tel. C'est souvent une projection de l'adulte. L'adolescence est aussi l'âge auquel il faut faire des expériences, même si l'adulte est là pour mettre des limites par rapport à des codes vestimentaires ou comportementaux, qui inciteraient par exemple l'enfant à avoir des relations sexuelles précoces.