

L'hypersexualisation

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 la surenchère de la sexualité envahit tous les aspects de notre quotidien et que les références à la sexualité envahissent l'espace public.** 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'inspire des stéréotypes véhiculés par la pornographie : homme dominateur, femme-objet séductrice et soumise (Poirier et Garon, 2009 ; Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs, 2011).

FAITS ET STATISTIQUE SUR LE PHÉNOMÈNE :

- > On constate une pluralité de définitions à ce phénomène :
Plusieurs défendent la thèse d'un problème social sur lequel il faut intervenir ;
D'autres vont se positionner aux antipodes en adoptant des approches plus critiques (Mathieu, 2010).
- > Bien que l'hypersexualisation est souvent mise en relation avec la sexualisation précoce, plusieurs auteur.e.s tendent à vouloir les traiter séparément. Dans ce cas, ce sont le sexisme et les inégalités de traitement qui sont identifiés comme le problème et non la sexualité (Réseau canadien pour la santé des femmes).
- > Ce phénomène touche principalement les femmes, mais peut aussi se trouver chez les hommes (Poirier et Garon, 2009);

L'HYPERSEXUALISATION SE RETROUVE DANS :

- > La publicité (publicités sexistes);
- > Les chansons (paroles sexuellement explicites, violentes et méprisantes envers les femmes);
- > Les magazines (allusions à la sexualité et l'apparence sexy sur les couvertures);
- > Sur Internet (explosion des sites pornographiques et le « chat » sexuel);
- > Les réseaux sociaux (publications d'images sexy et sexuellement explicites);
- > Les objets/jouets achetés (ex. : les poupées Bratz);
- > Les vêtements (l'habillement sexy).

« Le sexe est partout... Il s'achète, se vend, se loue, et il vend et fait vendre... » (Poulin, 2008)

LES CONSÉQUENCES DE L'HYPERSEXUALISATION :

- > Renforce les stéréotypes sexuels et sexistes;
- > Objectifie les femmes, les infantilise et les infériorise;
- > Contribue aux inégalités dans les rapports sociaux de genre;
- > Peut influencer notre façon de penser, d'agir et nos comportements sexuels;
- > Peut amener certaines filles et garçons à modifier leur apparence due à l'insatisfaction face à leur image corporelle et leur estime de soi;
- > Peut augmenter les troubles d'alimentation;
- > Peut favoriser la précocité sexuelle pouvant augmenter ainsi la violence psychologique, physique ou sexuelle.

Nelly Arcan appelait « burqua de chair » cette façon de modeler le corps des femmes, cette mise en scène constante de l'apparence, des femmes formatées par le culte de la jeunesse et de la beauté (Surprenant, 2015, p. 107)

RÉFÉRENCES :

- > Ferrer, C., & Leblanc-Rainville, S. (2008). Remettre en question la culture l'hypersexualisation, qui affecte filles et garçons, et s'outiller pour y faire face. Mémoire présenté à la Commission sur l'école francophone.
- > Le Centre de documentation sur l'éducation des adultes et de la condition féminine. (2011). Hypersexualisation des jeunes filles : un phénomène social toujours préoccupant? Récupéré de : <http://cdeacf.ca/dossier/dossier-special-lhypersexualisation-jeunes-filles-phenomene>.
- > Le Réseau canadien pour la santé des femmes (n/a), « Quels sont les problèmes avec l'hypersexualisation ? Devrions-nous être inquiets ? », Récupéré <http://www.cwhn.ca/fr/hypersexualisation2>.
- > Mathieu, Annie. (2010). « Derrière l'image », *La Gazette des femmes*, Récupéré de : http://www.specs-csn.qc.ca/site/publications/femmes/GazetteFemmes/32-no02_2010-septembre-octobre-Gazette.pdf.
- > Poirier, L. & Garon, J. (2009). Hypersexualisation. Guide pratique d'information et d'action. Rimouski : CALACS de Rimouski.
- > Poulin, R. (2008). Sexualisation précoce et pornographie. Paris : La Dispute/SNEDIT.
- > Surprenant, M-E. (2015). *Manuel de résistance féministe*. Montréal : Les Éditions du remue-ménage.

Vous devez formuler votre proposition sous ce format :

Attendu que les femmes membres de conseils d'administration représentent 15,9% des membres selon le Classement Financial Post 500;

Attendu que les comités de sélection sont composés majoritairement, voire uniquement d'hommes;

Attendu que la responsabilité familiale incombe encore aux femmes;

Attendu que les Canadiennes accordent 177 minutes par jour aux tâches domestiques courantes et au soin des enfants contre 104 minutes par jour pour les Canadiens;

Que le RFNB mette en œuvre un projet en partenariat avec d'autres organismes acadiens ayant deux objectifs principaux :

- 1- Éliminer les obstacles à la participation des femmes dans les prises de décision liées au développement économique de la communauté acadienne du Nouveau-Brunswick.
- 2- Prendre des mesures concrètes pour assurer aux femmes l'égalité d'accès et la pleine participation aux structures de gouvernance et à la prise de décision.

Que le RFNB développe des ateliers de formation sur l'AIG+ destinés aux membres de conseils d'administration et aux personnes employées.**

****Notez que cette proposition est seulement un exemple, vous devez l'adapter en fonction de votre enjeu, ici, l'hypersexualisation.**