



Doc. 14080

06 juin 2016

Lutter contre l'hypersexualisation des enfants

Rapport¹

Commission des questions sociales, de la santé et du développement durable

Rapporteur: M. Valeriu GHILETCHI, République de Moldova, Groupe du Parti populaire européen

Résumé

L'hypersexualisation des enfants est un phénomène très répandu dans les médias, les campagnes de marketing, les émissions de télévision et les biens de consommation. Par le biais de leur perception par la société et leur auto-perception, ce phénomène peut avoir des conséquences dramatiques sur l'estime de soi des enfants, leur bien-être, leurs relations et l'égalité des chances et, dans les cas les plus graves, être nuisible pour leur santé physique et mentale.

L'Assemblée parlementaire devrait exprimer sa préoccupation sur la tendance croissante à l'hypersexualisation des enfants et inviter les Etats membres à renforcer leurs législation et politiques pertinentes, en commençant par des études approfondies et la collecte de données sur la problématique. Les activités des médias et du secteur de la publicité devraient être encadrées par la loi et contrôlées par des organes spécialisées et le développement de produits éthiques devrait être encouragé. Des programmes ciblés devraient être développés pour éduquer les enfants à la maison et à l'école. Les professionnels en charge de la garde et de l'éducation des enfants devraient être spécialement formés. On devrait donner aux enfants les moyens de développer des attitudes critiques vis-à-vis des contenus médiatiques et de devenir résilients à la pression des pairs, notamment concernant le partage d'images sexualisées.

1. Renvoi en commission: [Doc. 13777](#), Renvoi 4133 du 22 juin 2015.



Sommaire

Page

A. Projet de résolution	3
B. Projet de recommandation	5
C. Exposé des motifs, par M. Valeriu Ghiletschi, rapporteur,	6
1. Introduction	6
2. Les éléments moteurs derrière la sexualisation: expressions, causes et conséquences	6
2.1. Expressions et causes de la sexualisation des enfants	7
2.2. Mécanismes et conséquences de la sexualisation	8
3. Des réponses multiples pour lutter contre l'hypersexualisation des enfants	9
3.1. Normes européennes et recommandations	9
3.2. Mesures législatives envisageables au plan national	10
3.3. Conseils aux familles, aux enseignants et aux proches	10
3.4. Autonomiser et soutenir les enfants	11
3.5. Engager les producteurs	12
4. Conclusions et recommandations	13

A. Projet de résolution²

1. Les médias de masse, les campagnes de marketing, les émissions de télévision et les produits quotidiens «hypersexualisent» régulièrement les enfants, en particulier les filles, véhiculant des images de femmes, d'hommes et dans certains cas même d'enfants en tant qu'objets sexuels. L'accès facile à du contenu inadapté, pornographique et même illégal sur internet menace l'innocence et l'intimité des enfants. Le phénomène du «sexting» (le partage d'images sexuellement explicites par appareils portables ou d'autres moyens sur internet) a gagné les écoles en Europe, menant souvent à des traumatismes psychologiques importants. Ce ne sont que quelques exemples de la pression sexuelle subtile et évidente à laquelle les enfants d'aujourd'hui sont confrontés dans un environnement hypersexualisé.
2. L'Assemblée parlementaire est extrêmement préoccupée par l'hypersexualisation des enfants, qui a une influence significative sur la manière dont ils perçoivent la société ainsi que sur la perception qu'ils ont d'eux-mêmes. L'hypersexualisation des enfants peut avoir un impact grave sur leur estime de soi, leur bien-être, leurs relations, sur l'égalité des chances et leurs résultats scolaires. Dans certains cas, elle peut déboucher sur la violence sexuelle et gravement nuire à leur santé physique et mentale.
3. Il est urgent de prendre des mesures avant que ces tendances ne soient ancrées dans la société et que davantage d'enfants ne souffrent de leurs conséquences nuisibles. Les pouvoirs publics doivent élaborer une législation efficace et mettre en œuvre des politiques et des programmes pour prévenir l'hypersexualisation des enfants; les parents et enseignants doivent être armés pour transmettre des messages cohérents aux enfants pour combattre ce phénomène; les secteurs des médias et de la publicité devraient être encouragés à changer leurs approches au marketing et des restrictions légales devraient être imposées en cas de besoin.
4. A la lumière de ce qui précède, l'Assemblée parlementaire invite instamment les Etats membres:
 - 4.1. à collecter les éléments scientifiques par l'intermédiaire d'études longitudinales sur les effets de l'hypersexualisation inappropriée des enfants, en particulier des filles, en compilant des données, afin de contribuer à la définition de mesures législatives et politiques adaptées, et en explorant la littérature internationale existante sur l'hypersexualisation des enfants afin de mieux saisir le caractère sérieux du phénomène et le niveau de connaissances actuel de la communauté scientifique;
 - 4.2. à adopter des mesures législatives pour mettre des limites à la représentation sexualisée inappropriée des enfants dans les secteurs des médias et de la publicité, en se fondant entre autres sur la Convention du Conseil de l'Europe sur la protection des enfants contre l'exploitation et les abus sexuels (STCE n° 201, «Convention de Lanzarote») et les lignes directrices contenues dans la Recommandation CM/Rec(2013)1 du Comité des Ministres sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias, tout en respectant le droit fondamental à la liberté d'expression consacré à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (STE n° 5);
 - 4.3. à adopter des politiques et mesures visant à informer, éduquer et rappeler aux parents les dangers auxquels leurs enfants sont confrontés dans un environnement hypersexualisé (ainsi que de les sensibiliser aux indicateurs de stress ou de traumatismes pertinents), et à armer les parents pour éduquer leurs enfants sur ces thématiques très sensibles de manière constructive;
 - 4.4. à adopter des politiques qui développent des outils et informations fournissant une orientation et un soutien aux écoles et au personnel éducatif en ce qui concerne la protection des enfants contre une attention sexuelle non-souhaitée, et informant les enfants sur les réalités de la pression quotidienne à laquelle ils seront confrontés dans les écoles, en appui à l'éducation que les enfants reçoivent de leurs parents à la maison;
 - 4.5. à dispenser des formations spécifiques aux professionnels impliqués dans l'éducation et la garde d'enfants, leur permettant d'adresser aux enfants des messages constructifs et d'engager un dialogue de confiance avec eux.
 - 4.6. à mettre en place des organes efficaces de contrôle des secteurs des médias et de la publicité, pour s'assurer de la protection de la dignité humaine, et en particulier des droits des enfants (là où de tels organes n'existent pas encore), et s'assurer que des mécanismes de plaintes efficaces et aisément accessibles soient en place;

2. Projet de résolution adopté à l'unanimité par la commission le 2 juin 2016

4.7. à encourager les secteurs des médias et de la publicité à protéger la dignité et l'innocence des enfants dans le cadre de leurs productions, par l'intermédiaire de mécanismes d'autorégulation, de codes de conduite internes et d'autres actions volontaires, et éduquer ces secteurs sur l'impact des contenus sexuels explicites sur les enfants;

4.8. à promouvoir et soutenir les politiques, organes, stratégies et outils publics visant à sensibiliser les enfants et les jeunes à l'hypersexualisation inappropriée, et à les rendre autonomes pour résister à de telles tendances, en soutenant des approches et structures (tels que des centres pour un internet plus sûr et des lignes d'assistance téléphonique) et impliquer les enfants dans la conception des outils et des messages;

4.9. à soutenir l'éducation que les enfants reçoivent de leurs parents à la maison par la promotion de programmes pour les enfants qui soulignent les dangers d'une société hypersexualisée et:

4.9.1. qui sont dispensés à la maison et dans les établissements d'enseignement (primaire et secondaire), mais également par les réseaux sociaux, d'une manière adaptée à l'âge;

4.9.2. qui comprennent des informations sur le respect de sa propre vie privée et le respect des autres;

4.9.3. qui donnent aux enfants les moyens de développer un regard critique sur les contenus médiatiques, et renforcent la résilience des enfants face aux pressions de leurs pairs, réduisant ainsi les conséquences néfastes des images sexualisées;

B. Projet de recommandation³

1. Se référant à sa Résolution... (2016) «Lutter contre l'hypersexualisation des enfants», l'Assemblée parlementaire appelle le Comité des Ministres à veiller à ce que la question soit abordée dans le cadre du programme «Construire une Europe pour et avec les enfants», notamment de la nouvelle Stratégie du Conseil de l'Europe pour les droits de l'enfant (2016-2021), ainsi que dans les programmes de travail des autres organes pertinents du Conseil de l'Europe.
2. Plus spécifiquement, l'Assemblée invite le Comité des Ministres:
 - 2.1. à transmettre ladite résolution aux gouvernements des Etats membres;
 - 2.2. à convier le nouveau Comité ad hoc sur les droits de l'enfant (CAHENF) à prendre en compte les recommandations formulées dans ladite Résolution... (2016), et à développer une activité spécifique visant à lutter contre l'hypersexualisation des enfants, ainsi qu'à soutenir les activités ciblées menées par d'autres organes du Conseil de l'Europe de manière transversale;
 - 2.3. en ce qui concerne les activités d'autres organes du Conseil de l'Europe:
 - 2.3.1. à demander à la Commission pour l'égalité de genre (GEC) de développer de nouvelles normes visant spécifiquement à lutter contre l'hypersexualisation des enfants;
 - 2.3.2. à demander au Comité directeur sur les médias et la société de l'information (CDMSI) à insister davantage sur la protection des enfants dans le cadre de ses activités sur les droits humains pour les utilisateurs d'internet.

3. Projet de recommandation adopté à l'unanimité par la commission le 2 juin 2016

C. Exposé des motifs, par M. Valeriu Ghiletschi, rapporteur,

1. Introduction

1. Les droits de l'enfant et la protection des enfants contre la violence sexuelle sous ses diverses formes comptent depuis de nombreuses années au rang des priorités de l'Assemblée parlementaire et plus précisément de la commission des questions sociales, de la santé et du développement durable. «L'hypersexualisation» croissante des enfants dans la société moderne, en particulier dans les médias (télévision, internet, médias sociaux), les campagnes de marketing et les industries connexes, constitue l'un des principaux domaines d'inquiétude. Elle se traduit notamment par l'exposition des enfants à des contenus inappropriés.

2. S'appuyant sur la précieuse contribution d'une experte européenne, M^{me} Nadine Schirtz du Service national de la jeunesse du Luxembourg, le présent rapport donne une vue d'ensemble de la question. En ma qualité de rapporteur, je tiens tout particulièrement à souligner les différentes formes, facettes, causes et conséquences de l'hypersexualisation ou de la sexualisation inappropriée des enfants, avant de proposer un certain nombre de mesures à prendre par divers acteurs. Ce faisant, je m'inspire de la note d'information de l'experte sans citer toutes les sources individuelles utilisées; je ne mentionnerai explicitement que les nouvelles sources⁴.

3. Quelles sont les principales préoccupations soulevées par l'hypersexualisation des enfants? Ce qui semble, au premier abord, un sujet très spécifique s'avère en fait un phénomène complexe qui nous concerne tous: la présentation sexualisée d'hommes, de femmes et même d'enfants dans les médias influence notre perception des filles et des femmes, et peut à terme avoir une influence sur leur statut social et leur bien-être. Les images sexualisées d'enfants et en particulier de filles peuvent également être étroitement liées à diverses formes de violence sexuelle, comme les images d'abus commis sur les enfants, et peuvent dans certains cas être un facteur conduisant à des abus sexuels. Il est par conséquent urgent d'apporter des réponses politiques à plusieurs niveaux.

4. Si les institutions européennes doivent adresser des messages politiques adaptés et élaborer des normes, il appartient aux parlements nationaux de renforcer la législation pertinente fixant les limites de la production, de l'utilisation et de la diffusion d'images sexualisées et aux gouvernements de rappeler aux parents le rôle qui est le leur dans la protection des enfants face à l'hypersexualisation, et de développer des politiques ciblées pour soutenir les parents et pour sauvegarder l'innocence et la dignité des enfants. Parallèlement à l'action entreprise par les autorités centrales, je souhaite également promouvoir le rôle des institutions intervenant dans l'éducation et la prise en charge des enfants, ainsi que celui de la famille et des pairs des enfants et des jeunes.

5. Toutes les personnes en contact avec des enfants, chargées de produire et de véhiculer des images d'enfants ou de superviser de telles activités, devraient être sensibilisées au contenu dangereux véhiculé par les médias, aux moyens de le prévenir, aux alternatives à la sexualisation, à des représentations plus saines des enfants, et aux mesures rendant ces derniers résilients à la séduction d'images sexualisées qui leur donnent l'illusion de se comporter en adulte.

2. Les éléments moteurs derrière la sexualisation: expressions, causes et conséquences

6. La façon dont nous nous percevons nous-mêmes en tant qu'hommes et femmes est définie par des caractéristiques propres à la biologie et au genre véhiculées par les valeurs familiales, l'éducation et l'environnement social. Dans cet environnement social, les différents médias sont des acteurs majeurs pour chacun d'entre nous, y compris pour nos enfants. La sexualisation des enfants, et notamment des filles, intervient dans la vie quotidienne que ce soit dans les médias et les campagnes publicitaires ou les produits industriels et biens de consommation, et souvent d'une manière inadaptée à l'âge, se transformant ainsi en une «hypersexualisation». Au vu de ce constat, les notions de sexualisation et d'hypersexualisation peuvent parfois être utilisées de manière synonyme dans le présent rapport.

4. La note d'information préparée par l'experte se trouve dans le document AS/Soc/Inf (2016) 04, disponible auprès du Secrétariat de la commission sur demande.

2.1. Expressions et causes de la sexualisation des enfants

7. Les enfants, et tout particulièrement les jeunes filles, joliment vêtues et maquillées et les adolescents s'habillant comme des adultes, sont quelques-unes des expressions visibles de la sexualisation précoce des enfants. Ces derniers cherchent à ressembler à leurs idoles, celles qu'ils voient à la télévision, dans les magazines ou dans les publicités. Cependant, la sexualisation, en l'occurrence la réduction des enfants à leurs caractéristiques sexuelles ou liées au genre, ou la valorisation excessive de ces caractéristiques, ne doit pas être confondue avec un comportement sexuel précoce. La sexualisation, ou même «l'objectification», des enfants est mue par l'imagination des adultes et imposée aux enfants avant même qu'ils soient en mesure de la comprendre pleinement ou de la gérer.

8. Pourquoi dépeindre les enfants de manière sexualisée? De nombreux concepts de marketing reposent sur l'hypothèse que «le sexe fait vendre» et que les consommateurs sont plus réceptifs aux messages lorsqu'ils sont dans un état d'excitation émotionnelle. Le fait de jouer avec des images «sexy» permet tout simplement de renforcer l'attention que des acheteurs potentiels portent à un produit. Les adolescents et adolescentes sont un groupe cible important pour les produits liés à la mode, à la beauté et au mode de vie, généralement soutenu par le pouvoir d'achat des parents. Même dans la tranche d'âge des 8 à 12 ans, les enfants sont des consommateurs importants car ils s'intéressent aussi bien encore aux jouets qu'aux produits destinés aux adolescents et aux adultes.

9. La sexualisation affecte essentiellement les filles, davantage représentées de manière sexualisée que les garçons dans les médias et les campagnes publicitaires. Cependant, les garçons sont tout autant concernés, ne serait-ce que parce qu'ils sont également réduits à leur apparence et leurs qualités liées à leur genre. Toute représentation de personnes sur la base de caractéristiques sexuelles est inévitablement un sujet de genre qui affecte donc les deux sexes. La sexualisation des filles influence donc aussi la façon dont les garçons perçoivent les filles.

10. Pourquoi les enfants sont-ils si sensibles aux modèles? D'après l'étude allemande «KIM-study», deux tiers des 6-13 ans se passionnent pour une personne ou un groupe, issus dans 38 % des cas du cinéma ou de la télévision. Un enfant sur cinq affirme admirer une personnalité du monde de la musique. Les filles (73 %), cependant, sont davantage susceptibles d'avoir une idole provenant de la scène culturelle populaire que les garçons (41 %), dont les idoles viennent le plus souvent du milieu sportif (44 % contre 5 % des filles).

11. Au cours de la phase de construction identitaire, les enfants projettent souvent leurs rêves et projets d'avenir sur les personnes très présentes sur la scène publique. «L'adoration» qu'éprouvent les enfants vis-à-vis des stars du cinéma et de la chanson pourrait avoir une influence sur la façon dont ils se voient eux-mêmes et sur celle dont ils souhaitent être vus par les autres. Ce fantasme devient encore plus réalisable avec les nouveaux formats proposés par la télévision, tels que les émissions de casting pour adolescents mannequins, chanteurs ou acteurs. Ces émissions envoient à nos enfants un message séduisant mais trompeur: «Tu peux être l'un(e) d'entre nous».

12. En quoi le rôle des médias et de l'industrie des médias est-il si important lorsqu'il s'agit de prévenir l'hypersexualisation des enfants? Dès leur plus jeune âge, les enfants sont les principaux utilisateurs des médias: en 2014, 92 % des ménages avec des enfants dépendants des pays de l'Union européenne ont accès à un ordinateur, et 80 % des jeunes (16-29 ans) utilisent quotidiennement un ordinateur⁵. Même les plus jeunes disposent de leur propre profil sur les médias sociaux (20 % des 8 à 11 ans et 70 % des 12 à 15 ans) – alors que le temps passé en ligne par les enfants a plus que doublé, passant de 4,4 heures par semaine en 2005 à 11,1 heures en 2015 pour les 8 à 11 ans et de 8 heures à 18,9 heures pour les 12 à 15 ans⁶.

13. Les Etats membres devraient contrôler cette situation en interdisant la publication de messages sexuels dans tous les médias accessibles aux enfants et, au contraire, en promouvant des messages positifs en faveur d'un auto-développement holistique, adressés aux enfants et respectueux de leur dignité humaine et de chaque tradition philosophique et religieuse.

5. «Being young in Europe today – digital world», données extraites en mars 2015: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Being_young_in_Europe_today_-_digital_world.

6. Selon la National Society for the Prevention of Cruelty to Children (NSPCC) au Royaume-Uni; voir: <https://www.nspcc.org.uk/preventing-abuse/child-abuse-and-neglect/online-abuse/facts-statistics/> et l'étude de l'Ofcom (régulateur indépendant et autorité de la concurrence pour le secteur des télécommunications au Royaume-Uni) de novembre 2015: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/children-parents-nov-15/childrens_parents_nov2015.pdf.

2.2. Mécanismes et conséquences de la sexualisation

14. La sexualisation grandissante des enfants et leur définition en tant qu'êtres sexués dans les médias, les campagnes de marketing et les produits de consommation tendent à nous amener à accepter inconsciemment ces concepts et images en tant que normes sociales. Les enfants eux-mêmes, imitant les comportements des adultes de manière non réfléchie, adhèrent souvent à ces normes et s'efforcent d'être à la hauteur des attentes qu'on leur impose.

15. Les messages sexualisés, notamment les publicités sexistes et les rôles d'adultes imposés aux enfants, sont souvent reçus de manière inconsciente. Les consommateurs s'y habituent et n'y prêtent plus guère attention, et dans certains cas cèdent à ces modèles, par exemple en habillant les filles comme de petites princesses. Une jeune fille de 18 ans qui regarde depuis des années des émissions de casting, pourrait estimer que ce qui apparaît à l'écran correspond à la vie normale et à la façon d'être.

16. Finalement, nous sommes tous inconsciemment influencés par des stéréotypes, par exemple en jugeant les jeunes femmes sur leur attrait plutôt que sur les contributions intellectuelles ou sociales qu'elles apportent à la société. Les chercheurs ont constaté qu'un contact même bref avec des représentations sexualisées de femmes et d'hommes suffisait aux observateurs pour penser que les personnes représentées étaient moins compétentes, donc moins susceptibles d'avoir de bonnes compétences professionnelles. Appliqués à la vie réelle, de tels mécanismes peuvent avoir un effet dramatique sur le développement futur des enfants et des jeunes, de par la perception qu'en ont les autres.

17. La sexualisation permanente des enfants a également une incidence sur la perception et l'estime qu'ils ont d'eux-mêmes. Les adolescents sont bombardés d'images provenant de l'industrie de la beauté et de la mode, mais aussi des médias généralistes, et le fait d'être attirant sexuellement devient une priorité pour nombre d'entre eux. Ceci permet à l'industrie et aux campagnes de marketing de toucher les enfants au niveau de la piètre image de leur corps. Selon une campagne menée au Royaume-Uni (*«Be real»*) visant à promouvoir la confiance en son corps, un tiers des enfants disent s'inquiéter souvent de leur apparence, qui est aussi la plus grande cause de brimades à l'école.

18. A titre individuel, le cercle vicieux et la «prophétie auto-réalisatrice» se traduisent pour les enfants par une baisse de plus en plus marquée de leur estime de soi s'ils ne respectent pas la norme prônée par leurs médias préférés. Les efforts déployés pour se conformer aux critères de beauté, un intérêt exagéré pour la mode et les produits de beauté ou même des problèmes ou troubles alimentaires (par exemple l'anorexie ou la boulimie) ne sont que la partie émergée de l'iceberg. Beaucoup d'autres enfants ont une faible estime et doutent d'eux-mêmes ou perçoivent leur corps de façon négative – phénomène courant à l'adolescence ou durant les phases de construction identitaire – mais ne le montrent pas. Enfin, l'ancrage des images sexualisées en tant que norme sociale peut avoir des conséquences catastrophiques dans la vie des enfants: nombre de filles confrontées aux problèmes susmentionnés ont fait des tentatives de suicide.

19. Indépendamment des tendances observées dans l'environnement médiatique, le comportement (sexuel) des jeunes filles a changé au cours des dernières décennies, de même que l'âge auquel elles atteignent la puberté, ce qui est certainement un autre facteur expliquant les changements de la perception qu'elles ont d'elles-mêmes et de leur sensibilité aux images sexualisées. Différentes études montrent qu'aux États-Unis et en Europe, la puberté des filles commençait plus tôt de nos jours qu'au cours des générations précédentes. Parmi les raisons expliquant cette évolution, les chercheurs avancent une modification des schémas hormonaux (due à l'obésité, aux hormones contenues dans la nourriture, aux toxines chimiques, etc.) et une exposition plus forte à des figures masculines sans lien de parenté telles que les beaux-pères et les petits amis.

20. Les experts font bien souvent le constat que, de nos jours, beaucoup d'adolescents voient la sexualité comme une condition préalable à l'intimité, plutôt que comme une conséquence de l'intimité. Pour eux, la sexualité est sans danger, un peu comme le fait de se donner la main, et ils n'y voient plus un acte intime. Les adolescents évoquent le sujet en public et se moquent de savoir qui les écoute. Le *«sexting»*, c'est-à-dire le partage de messages et d'images intimes par internet et smartphones, illustre bien cette attitude. Dans toute l'Europe, des enfants s'adonnent à ce type d'activités avec une grande naïveté, et de nombreuses photos dénudées se retrouvent dans la sphère publique, très souvent contre la volonté des intéressés. Certains pays signalent même une recrudescence d'adolescent(e)s cherchant à se prostituer, que ce soit pour financer leur consommation de cigarettes, d'alcool ou de drogue ou acheter des produits de beauté ou de mode, voire pour financer leurs études lorsque leurs familles ne sont pas en mesure de le faire.

21. Enfin, le manque de cohérence des messages adressés aux enfants présente un autre risque. Alors que dans toute l'Europe les parents en charge enseignent aux enfants le droit à l'égalité des sexes, les droits de la femme, la conscience et l'estime de soi et le droit à une vie sans violence, et les médias transmettent

aux enfants des messages dans lesquels abondent des héros masculins, des femmes soumises et, très souvent, des relations violentes. Il en ressort que les enfants, tout en comprenant pleinement qu'on ne doit pas juger les gens selon les apparences, ressentent des pressions les incitant à se conformer à certains stéréotypes.

22. Des chercheurs américains ont constaté dernièrement l'existence d'une double échelle de critères et conclu que les médias sociaux amplifient la conscience que les jeunes filles ont d'elles-mêmes. Bien que l'adolescence n'ait jamais été un âge facile, le charme, l'apparence et la popularité sont désormais aisément quantifiables et les erreurs plus faciles à repérer qu'auparavant. La recherche constante de «like» et d'attention sur les médias sociaux, donne à beaucoup de jeunes le sentiment d'être candidates à un concours de beauté sans fin, exagérément axé sur l'apparence et suscitant compétition et brimades. Si d'aucuns prétendent que «l'objectification» volontaire des filles est le signe de leur autonomisation sexuelle, d'autres critiquent à juste titre la pornographie en ce qu'elle tente généralement de présenter la sexualité féminine comme un élément qui existe essentiellement au bénéfice des hommes⁷. Ces incohérences doivent être corrigées de toute urgence par des mesures prises à divers échelons. Nos sociétés doivent créer un environnement quotidien, y compris médiatique, qui facilite le développement des enfants.

3. Des réponses multiples pour lutter contre l'hypersexualisation des enfants

23. Comme mentionné ci-dessus, la sexualisation des enfants par nos sociétés n'est pas seulement liée aux médias ou à la publicité. Il s'agit d'une tendance sociétale plus générale qui nous concerne tous. Des réponses doivent alors être fournies par les parents d'abord, les législateurs et décideurs politiques, les acteurs industriels, les annonceurs publicitaires, les médias en général, les fournisseurs de services internet et les éditeurs mais aussi toutes les personnes chargées d'éduquer ou de prendre soin des enfants, y compris les enseignants et les familles. Enfin, les enfants eux-mêmes doivent être sensibilisés aux risques de l'hypersexualisation et il convient de leur donner les moyens d'évoluer indépendamment de ces tendances et de résister à ces menaces. Ceci doit se faire sans culpabiliser les enfants et sans leur déléguer les responsabilités fondamentales propres aux parents et aux éducateurs.

3.1. Normes européennes et recommandations

24. Le Conseil de l'Europe s'emploie activement depuis de nombreuses années à définir et mettre en œuvre des normes relatives à la protection des enfants aux droits de l'enfant, notamment au travers de son programme «Construire une Europe pour et avec les enfants» et de ses «Stratégies pour les droits de l'enfant» dont la dernière en date, couvrant la période 2016-2021, a été lancée à Sofia en avril 2016. Bien qu'il soit certainement possible d'aborder la lutte contre l'hypersexualisation des enfants de manière plus explicite, le Conseil de l'Europe a mis au point diverses activités intéressantes liées plus ou moins directement à ce domaine.

25. Certains textes du Conseil de l'Europe contiennent des éléments utiles en matière d'éducation aux médias et de mécanismes de contrôle des médias, en particulier la Recommandation [CM/Rec\(2013\)1](#) du Comité des Ministres sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias adoptée en juillet 2013. Certaines des mesures les plus utiles qui y sont proposées semblent s'appliquer également à l'hypersexualisation des enfants, par exemple:

- Encourager les organismes de médias à adopter des systèmes d'autorégulation, des codes de conduite, de déontologie et de supervision internes, et à élaborer des normes pour une couverture médiatique qui fasse la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, afin de promouvoir des politiques internes cohérentes visant à une image, un rôle et une visibilité des femmes et des hommes sans stéréotypes, en évitant les publicités sexistes ainsi qu'un langage et des contenus susceptibles de favoriser les discriminations sexistes, l'incitation à la haine et à une violence fondée sur le genre;
- Encourager les médias à informer le public de façon simple et claire (par exemple en ligne) sur la procédure de recours à suivre relative à des contenus médiatiques, appuyer et promouvoir des bonnes pratiques par la mise en place de réseaux et de partenariats et encourager les organisations non gouvernementales, les associations de médias, les particuliers et toute autre partie prenante à saisir les organismes d'autorégulation ou autres organismes spécialisés;

7. «Two steps forward, one back» – Girls and Sex, *The Economist*, 2 avril 2016.

- Promouvoir une éducation aux médias intégrant les questions liées au genre à l'intention des jeunes générations et préparer les jeunes à aborder avec responsabilité différentes formes de contenus médiatiques, afin de leur permettre de porter un regard critique sur les représentations des femmes et des hommes dans les médias et de décoder les stéréotypes sexistes; renforcer la dimension de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les programmes d'éducation aux médias pour les jeunes de différents âges en tant que vecteur d'une solide éducation aux droits de l'homme et d'une participation active aux processus démocratiques.

26. L'Assemblée parlementaire avait, pour sa part, assurément préparé le terrain pour cette recommandation, avec notamment sa [Résolution 1557 \(2007\)](#) et sa [Recommandation 1799 \(2007\)](#) sur l'image des femmes dans la publicité. En particulier dans cette dernière, l'Assemblée a invité le Comité des Ministres à «élaborer un code européen de bonne conduite encourageant les professionnels de la publicité à présenter des images non discriminatoires et respectueuses de la dignité des femmes et des hommes». Des axes similaires pourraient être suivis pour appeler à s'élever contre l'hypersexualisation des enfants. D'autres éléments pertinents se trouvent également dans la [Résolution 2001 \(2014\)](#) et la [Recommandation 2048 \(2014\)](#) sur la violence véhiculée dans et par les médias.

27. Les organes normatifs compétents du Conseil de l'Europe pourraient élaborer des normes de ce type relatives à la protection des enfants contre l'hypersexualisation, par exemple la Commission pour l'égalité de genre (GEC), qui a rédigé la Recommandation CM/Rec(2013)1 susmentionnée⁸.

3.2. Mesures législatives envisageables au plan national

28. La mise en œuvre des normes européennes au niveau national nous amène toujours à examiner en premier lieu les mesures législatives qui pourraient être envisagées. Une analyse détaillée de tout l'éventail d'actions juridiques susceptibles d'être engagées pour lutter contre l'hypersexualisation dépasserait le cadre du présent rapport. On peut cependant dire que, d'un point de vue juridique, la question peut être abordée sous différents angles, dont l'interdiction des images illégales d'abus commis sur enfants (souvent appelés «pornographie enfantine» antérieurement) et l'interdiction de la sollicitation d'enfants en ligne à des fins sexuelles («*grooming*»), considérée comme un acte illégal dans le cadre de la Convention du Conseil de l'Europe sur la protection des enfants contre l'exploitation et les abus sexuels (STCE n° 201, «Convention de Lanzarote») (même si elle n'est pas suivie d'un véritable abus sexuel physique).

29. Des mesures législatives pourraient également faire référence aux différents contextes sociaux dans lesquels des images sexualisées d'enfants sont véhiculées, comme par exemple les concours de beauté pour enfants. Il convient de citer l'exemple positif de la législation française adoptée en janvier 2014 qui interdit les concours de beauté aux filles de moins de 13 ans («mini-miss») et prévoit l'obligation d'une autorisation préalable pour les concours ouverts aux jeunes filles âgées de 13 à 16 ans⁹.

30. L'adoption de mesures juridiques contre les images hypersexualisées d'enfants n'est pas une tâche aisée, étant donné que la majorité des images dont nous parlons ici sont produites avec le consentement des enfants voire par les enfants eux-mêmes. Les images que s'échangent les enfants et leurs pairs sur les réseaux sociaux et les smartphones passent souvent inaperçues aux yeux des adultes. Il faudra pour l'essentiel s'attaquer au problème en redéfinissant les normes éthiques et en s'accordant à nouveau sur ce qui est préjudiciable pour les enfants. Ce qui est en soit un immense défi culturel. Rappelons en outre que toutes les mesures juridiques prises doivent respecter le droit à la liberté d'expression.

3.3. Conseils aux familles, aux enseignants et aux proches

31. Pour empêcher que les enfants ne soient victimes d'hypersexualisation, nous devons les former sur le sujet. Dans le monde numérique dans lequel nous vivons, l'éducation doit englober une éducation aux médias et une communication ouverte sur les problèmes et risques susceptibles d'être engendrés par les médias ou d'exister dans un environnement médiatique¹⁰. Selon moi, en ma qualité de rapporteur mais aussi de

8. Pour de plus amples informations sur cette Commission et ses activités, voir: www.coe.int/fr/web/genderequality/gender-equality-commission.

9. «Concours de "mini-miss": l'Assemblée vote l'interdiction aux moins de 13 ans», *Libération/AFP*, 24 janvier 2014, téléchargé le 6 mai 2016: www.liberation.fr/societe/2014/01/24/concours-de-mini-miss-l-assemblee-vote-l-interdiction-aux-moins-de-13-ans_975314.

10. L'éducation aux médias est généralement définie comme la capacité de consulter, de comprendre, d'évaluer, de créer du contenu dans les médias et d'agir en employant toutes les formes de communication. Voir: <https://namle.net/publications/media-literacy-definitions/>.

responsable politique et de père de famille, cette approche doit associer le développement de compétences médiatiques positives pour permettre aux enfants et aux jeunes de réaliser leur plein potentiel, mais aussi la promotion d'un esprit critique à l'égard des formats et contenus médiatiques problématiques.

32. Comme décrit précédemment, dans le monde moderne, les médias influencent dans une large mesure ce qui est perçu et accepté comme une norme; ils définissent les images corporelles et comportements sociaux idéaux. Plus un enfant est jeune, plus il peut être influencé par les messages médiatiques. Les enfants sexualisés, c'est-à-dire les enfants représentés d'une manière sexualisée, jouent des rôles qu'ils ne peuvent pas encore réellement comprendre.

33. L'approche de l'éducation sexuelle et relationnelle diffère grandement d'un pays européen à l'autre, voire au sein même d'un pays, en fonction des directives d'éducation scolaire et du poids de la religion, des courants de pensée et traditions. Alors que certaines familles éduquent leurs enfants sur la sexualité d'une manière appropriée et sensible, nombreuses sont celles qui, malheureusement, omettent de le faire, considérant l'éducation sexuelle comme une mission à remplir par les écoles, obligeant ainsi leurs enfants à s'auto-éduquer via internet, ce qui génère une interprétation faussée et confuse de la sexualité.

34. Lorsque les parents ne peuvent ou ne veulent pas fournir de réponses, les enfants se tournent vers d'autres sources, essentiellement sur internet, qui proposent un éventail complet de vidéos et de photographies, allant des sites web éducatifs les mieux conçus aux films pornographiques les plus crus. Tenir les enfants à distance des ordinateurs ou bloquer l'accès aux contenus médiatiques ne peut être qu'une solution temporaire dans la mesure où les enfants curieux trouveront d'autres moyens d'accéder aux contenus problématiques, par exemple depuis l'ordinateur d'un ami. Les enfants doivent être éduqués sur leur dignité et leur propre valeur pour se sentir moins sous pression de se conformer à des stéréotypes sexualisés.

35. Les parents sont les mieux placés pour aider les enfants à comprendre leur propre sexualité. Le simple fait de dire que «la pornographie n'est pas une représentation réelle de la sexualité mais de la pure fiction jouée par des acteurs» peut faire une grande différence!

3.4. Autonomiser et soutenir les enfants

36. L'essor des technologies de l'information et de la communication a accéléré la sexualisation des enfants et changé la façon dont ces derniers perçoivent leur corps et abordent la sexualité. Le principal outil permettant de donner aux enfants et aux jeunes les moyens de résister aux pressions et à l'influence des images sexualisées est une forte éducation qui commence à la maison, aidant ainsi les enfants à comprendre la pression à laquelle ils sont soumis dans la société d'aujourd'hui.

37. Quels que soient l'origine et le contexte de la prestation de tels programmes, ces derniers devraient contenir des éléments sexuels et non-sexuels («compétences de la vie / *life-skills*»), encourager l'estime et la conscience de soi des enfants, promouvoir une image positive du corps (plutôt que des critères de beauté discutables) et aider les enfants à développer un sens critique à l'égard des médias en tant que tels et des contenus véhiculés.

38. Grâce à une éducation abordant le problème de manière transversale, menée par les parents, les messages négatifs peuvent être transformés en images positives et aider ainsi les enfants à devenir des personnalités solides et conscientes de leur propre valeur. Le comportement des enfants est fortement influencé par ce qu'ils observent dans leur entourage et particulièrement chez les personnes qu'ils considèrent comme leurs semblables. C'est pourquoi les pairs constituent un facteur important dans tout type d'éducation.

39. La promotion d'une conscience, d'images et attitudes corporelles positives peut également protéger les enfants contre des conséquences plus sévères de l'hypersexualisation. Les programmes positifs peuvent contribuer à prévenir la dépression, les troubles alimentaires, ainsi que les idées suicidaires ou tentatives de suicide, en incitant notamment les enfants à faire du sport, de la danse et de la musique ou à pratiquer des activités extérieures en contact avec la nature; autant d'activités qui peuvent sembler moins spectaculaires pour les enfants modernes, qui grandissent dans un environnement numérique, mais qui sont beaucoup plus précieuses que le fait de paraître belle ou «sexy» de manière passive. Les enfants et les jeunes qui sont habitués à partager des images et messages intimes via les réseaux sociaux et les technologies mobiles doivent (ré)apprendre que leur corps est précieux et privé, que le partage de photos intimes avec un partenaire («*sexting*») n'est pas une preuve d'amour et de confiance et qu'ils ont le droit de dire non aux sollicitations à caractère sexuel.

40. Des outils concrets et utiles permettant de faire passer ce message aux enfants et de les protéger ont été développés et testés dans différents pays. Entre autres exemples intéressants, citons:

- les centres pour un internet plus sûr et lignes d'assistance téléphonique déjà en place dans beaucoup de pays européens et regroupés au sein du réseau paneuropéen INSAFE; ils sont considérés comme des centres de connaissances et d'excellence mais aussi comme des partenaires des actions engagées par les pouvoirs publics¹¹;
- les campagnes ou journées de sensibilisation et de prévention; à titre d'exemple, la campagne «*Zip it, Block it, Flag it*» mise en place au Royaume-Uni dès 2011¹², ou la Journée pour un internet plus sûr célébrée chaque année (dernièrement le 9 février 2016)¹³;
- les projets (campagnes, brochures, etc.) à la conception desquels des enfants ont participé¹⁴ grâce à un partage d'opinions et d'expériences quant à leur comportement dans l'environnement numérique;
- les outils d'assistance permettant de limiter les dégâts (lorsqu'il est trop tard pour la prévention), par exemple la brochure «*damage control leaflet*» («brochure sur la limitation des dégâts») produite par le Centre pour un internet plus sûr du Royaume-Uni, qui offrent aux enfants, aux jeunes et à leurs parents des conseils et stratégies pour les aider à faire face aux conséquences du «*sexting*» (sans toutefois porter de jugement)¹⁵.

3.5. Engager les producteurs

41. Les sociétés de médias, de publicité et autres acteurs industriels doivent aussi prendre leurs responsabilités dans les messages et produits transmis aux enfants et aux jeunes. Tant que l'on persiste à croire que les produits se vendront mieux grâce à des campagnes et programmes ayant recours à des images sexualisées, la situation n'est pas prête de changer. Dans un monde idéal, les médias s'autoréguleraient d'une manière respectueuse des valeurs morales et éthiques communes à une majorité; en pratique, cependant ce n'est pas toujours le cas, bien que certains pays, comme l'Allemagne, disposent d'organes «pour l'autoréglementation volontaire» des productions cinématographiques ou télévisées (au-delà des institutions publiques de supervision)¹⁶.

42. En attendant, dans un monde où les médias et les agences de publicité ne respectent pas toujours les principes éthiques, les comités d'éthique des médias et de la publicité ou les services de supervisions audiovisuels ont pour rôle de garder un œil attentif sur le paysage médiatique et d'intervenir chaque fois que des droits humains, y compris les droits de l'enfant, sont bafoués. Dans ce contexte, les droits de l'enfant doivent inclure le droit de ne pas être représenté de manière sexualisée et de ne pas être exposé par négligence à des représentations de la sexualité inappropriées en l'absence de la maturité requise.

43. Parmi les exemples d'organes de supervision, citons le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) en France, ou le régulateur indépendant et autorité de la concurrence pour le secteur des télécommunications au Royaume-Uni (Ofcom)¹⁷. Les mécanismes de contrôle devraient également faire en sorte que les acteurs des médias et de la publicité soient obligés de rendre des comptes. Cela signifie que les mécanismes de supervision de l'audiovisuel doivent inclure un dispositif permettant le dépôt de plaintes qui devront être prises au sérieux.

44. Afin d'encourager la responsabilité sociale des producteurs du secteur des médias ou de la publicité en particulier et la création de contenus médiatiques positifs, certaines mesures incitatives pourraient leur être proposées, par exemple l'organisation de concours par les pouvoirs publics. Des lignes directrices et critères

11. Voir les informations pertinentes proposées sur les pages internet thématiques de la Commission européenne («*Digital Single Market*», marché unique numérique): <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/safer-internet-centres>.

12. Pour plus d'informations, voir: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8398763.stm>; http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121015000000/www.direct.gov.uk/en/N11/Newsroom/DG_184971.

13. Voir le site internet dédié: <https://www.saferinternetday.org>.

14. Tel qu'il ressort de l'article 12 de la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant. (www.ohchr.org/fr/professionalinterest/pages/crc.aspx) et tel que promu par les normes pertinentes du Conseil de l'Europe, en particulier la Recommandation CM/Rec(2012)2 du Comité des Ministres sur la participation des enfants et des jeunes de moins de 18 ans, adoptée le 28 mars 2012.

15. Voir le South West Grid for Learning (SWGfL) au Royaume Uni: <http://swgfl.org.uk/products-services/esafety/resources/So-You-Got-Naked-Online>.

16. Pour plus d'informations sur le paysage médiatique en Allemagne (et dans d'autres pays via la page internet concernée), voir: http://ejc.net/media_landscapes/germany.

17. Pour plus d'informations sur le CSA, voir: www.csa.fr/Espace-Presse/Interventions-publiques/Autorites-de-regulation-medias-audiovisuels-et-developpement-social-et-culturel; et sur l'Ofcom, voir: www.ofcom.org.uk.

de sélection pertinents pourraient porter sur la promotion d'images positives du corps et l'autonomisation des enfants et des jeunes afin qu'ils soient en mesure de prendre leurs propres décisions. De telles approches pourraient devenir de véritables modèles d'éducation non formelle à condition d'associer les enfants et les jeunes au processus de production et de conception.

45. Exemple positif de ce genre de compétitions, jugé important par l'Assemblée: le Prix «Care» de l'Association Européenne des Agences de Communication (AEAC) décerné en 2015 à la vidéo de sensibilisation «Le lac» produite par l'Assemblée parlementaire (même si l'accent est davantage mis sur les abus sexuels que l'hypersexualisation)¹⁸. Et je tiens à attirer l'attention, une fois de plus, au caractère exemplaire de l'une des activités du Conseil de l'Europe, à savoir la collection de documents sur la Convention sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique (STCE n° 210, «Convention d'Istanbul») «Encourager la participation du secteur privé et des médias à la prévention de la violence à l'égard des femmes et de la violence domestique: article 17 de la Convention d'Istanbul»¹⁹.

4. Conclusions et recommandations

46. L'hypersexualisation d'enfants, c'est-à-dire leur sexualisation d'une manière qui n'est pas appropriée à leur âge, est un phénomène à plusieurs facettes qui trouve des expressions variées dans les médias, la publicité et les produits industriels. En suivant les exemples comportementaux des adultes et de leurs pairs, les enfants ont tendance à considérer les images et messages sexualisés comme étant la norme et à s'efforcer de s'y conformer. De manière subtile, cette attitude peut avoir pour eux un vaste éventail de conséquences, et éventuellement affecter la conscience et l'estime qu'ils ont d'eux-mêmes, leur bien-être, l'égalité des chances, leur statut social et leur épanouissement, voire leur santé et leur sécurité.

47. L'Assemblée devrait faire état de ses préoccupations face à ces tendances, qui nuisent gravement aux droits humains des enfants de diverses façons, pour garantir en particulier que la question soit prise au sérieux par toutes les parties concernées, et que les messages envoyés aux enfants et aux jeunes soient cohérents. Dans ce contexte, les enfants et les jeunes s'entendent dire régulièrement que la beauté et l'apparence ne font pas tout, alors qu'ils sont quotidiennement confrontés à des images stéréotypées dans les médias.

48. Dans de nombreux contextes culturels, les enfants restent confrontés à des attitudes familiales et communautaires où l'éducation sexuelle et relationnelle est un sujet tabou, alors même qu'ils sont submergés d'images sexualisées voire explicitement sexuelles dans l'environnement médiatique qui les entoure. Nos sociétés, dans toute leur complexité, doivent relever le défi consistant à rétablir la cohérence des valeurs transmises à la jeune génération, et reconnaître que l'éducation aux médias et l'éducation sexuelle et relationnelle sont des éléments essentiels de l'éducation aux droits humains dans les sociétés modernes.

49. L'Assemblée devrait, par le biais de sa résolution et de sa recommandation, transmettre des recommandations clés concernant des mesures à prendre par les gouvernements nationaux et les autres parties prenantes dans les Etats membres du Conseil de l'Europe, ainsi que par ce dernier, en vue d'établir des cadres et lignes directrices assurant une action cohérente. Ceci devrait notamment englober:

- l'adoption de mesures visant à développer les capacités des familles à communiquer ouvertement avec leurs enfants sur les thématiques de la sexualité et des relations avec leurs enfants;
- l'adoption de mesures législatives pour fixer les limites de la représentation sexualisée des enfants, et en particulier des filles, dans les médias, le secteur de la publicité et lors d'événements auxquels participent des enfants, tout en respectant le droit fondamental à la liberté d'expression;
- la mise en place d'institutions et de procédures de contrôle, l'incitation à un comportement éthique des médias, et la mise à disposition de mécanismes de plainte efficaces;
- la mise en place de politiques publiques et outils visant à sensibiliser les enfants et les jeunes à la thématique et soutenant les approches favorisant la participation des enfants à la conception des outils et des messages;

18. Pour plus d'informations sur la vidéo primée, voir: <http://assembly.coe.int/nw/xml/News/News-View-FR.asp?newsid=5692&lang=1&cat=133>, et sur le prix proprement dit: www.careawards.eu.

19. Voir la publication dans son intégralité: Les médias et l'égalité entre les femmes et les hommes au niveau national, Compilation des bonnes pratiques dans les Etats membres, Commission pour l'égalité de genre du Conseil de l'Europe (GEC), Strasbourg, juillet 2014: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/sso/SSODisplayDCTMContent?documentId=0900001680590557>.

- le lancement de programmes d'éducation aux médias transmis d'une façon adaptée à leur âge, visant à renforcer l'image positive de leur corps et leur autonomie;
- la mise en œuvre de mesures destinées à donner aux enfants les moyens de dire non à tout comportement inapproprié et dangereux (par exemple le partage d'images intimes via les médias sociaux).