

le sexisme

Le sexisme qu'est ce que c'est ?

C'est un terme apparu dans les années soixante, en parallèle avec l'essor du féminisme. Ce mot, calqué sur "racisme", a pour vocation de dénoncer les croyances périmées, valeurs rigides et attitudes fondées sur des modèles stéréotypés. Le sexisme divise les rôles, habilités, intérêts et comportements selon le sexe ces effets principaux sont une discrimination envers les femmes et l'aliénation des deux sexes bien que la déclaration des droits de l'homme.

La critique du sexisme dénonce l'idée selon laquelle les caractéristiques différentes des deux genres, masculin et féminin, impliqueraient l'attribution de rôles, droits et devoirs distincts dans la société. Elle dénonce cette construction stéréotypée de la société qui attribue un caractère, un rôle, des prédispositions physiques et affectives selon le sexe.

La notion de sexe n'est alors plus une notion de sexe biologique (mâle et femelle) mais une construction sociale du genre féminin et du genre masculin limitant par la même le développement de l'individu sur les plans personnels, affectifs, professionnels et sociales.

Les premières publicités apparaissent lors de la révolution industrielle en noir et blanc. Le sexisme commence à faire son apparition à partir des années 50. Dans ces pubs on pouvait voir des femmes dans leur "rôle" attribué à l'époque (épouse, mère de famille...).

Dans les années 60, la publicité ne vend plus seulement des biens de consommation, mais également du plaisir, des loisirs et se concentrent moins sur la qualité de l'objet, mais surtout sur l'esthétique de la pub.

C'est donc la première apparition des femmes dénudées en publicité, mais sans excès à cette époque encore conservatrice.

Mais dans les années 60, les femmes commencent à se libérer. Les designers vont d'ailleurs utiliser cette image pour montrer les formes des femmes, leur sous-vêtements, ce sont les premiers pas vers la transformation des femmes en objet de séduction dans la pub.

Les années 70 ont marqué une rupture dans l'évolution de l'image de la gente féminine après avoir lutté pour leurs droits de travailler tout en s'occupant de leurs enfants et foyer .

Depuis les années 70-80, ces stéréotypes sur la femme ont presque disparu. Elle est passé de la femme mère de famille, à la femme objet.

Malgré ces changements dans la société, mais que la femme a perdu son statut au sein de l'émancipation quand autour de l'objet d'une marchandise dans le système de l'économie de marché sans prendre en compte les valeurs de l'humanité.

D'un point de vue général on rencontre le sexisme pas seulement dans les espaces publicitaires, mais partout dans notre société. Le sexisme c'est l'ensemble des actes visant à dégrader l'image de la femme. .

On peut s'apercevoir que le sexisme est de plus en plus fréquent dans le milieu du travail, avec les entreprises qui ne préfèrent pas recruter de femmes, pour diverses raisons, travail trop dur, manque de capacités , congés de maternité et risque d'allaitement . Mais le sexisme est déjà largement présent aux âges les plus jeunes. Par exemple, les cadeaux de naissance , Noël ou autre évènement sont roses pour les filles, bleus pour les garçons .

Cette détermination suggère qu' il n'y a pas d'égalité entre les deux sexes; exemple, il y a beaucoup de pub avec des femmes nues par contre il est inexistant chez les hommes. Cette différence nous facilite la distinction entre l'homme et la femme, et que la femme est souvent représenté de manière très sensuelle.

Malgré les changements observés dans la communauté actuelle on retrouve toujours la pensée obsolète de la femme inférieure à l'homme et on peut distinguer aussi trois modèle de femme :

femme objet Celle-ci n'est qu'un corps doit être parfaite, et répond parfaitement aux critères esthétiques imposés par la société. Dans ce modèle la femme n'est plus une personne elle est déshumanisée et dégradé.

Le deuxième est celui d'une femme réduite à un objet de séduction. Son seul but est de provoquer le désir de l'acheteur et sans fantasme .

Le troisième modèle basé sur l'image que la femme est la bonne maîtresse du foyer. Elle s'occupe seule de toutes les tâches ménagères et se soumet à son objectif dans la vie est de répondre aux besoins de sa famille , comme de simple maîtresse de maison seulement là pour servir leur mari, comme des bouts de viande donnés en pâture à un public avide d'une sexualisation bien trop forte .

Notre conclusion est :

la distinction entre les hommes et les femmes dans les publicités actuelles existe toujours et que les femmes prendre la forme d'une marchandise achetée et vendue aux enchères.

Dans un premier temps, on peut être d'accord, mais lorsqu'on sait que ça fait plusieurs décennies que les femmes sont rabaissées dans notre quotidien actuel et sous toutes ses formes on tend à faire le lien entre ça et des problèmes de société bien plus graves.

Alors nous nous demandons si la société va continuer sur ces perspectives méprisables des femmes et continuer à évoluer dans ce niveau ou bien un jour s'arrêter et se rendre compte de l'erreur qu'elle est en train de faire envers la femme.

Publier par France-comm

Conversion et réécriture

MAHDAOUI YAHIA