



MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l’Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Les rapports aux corps à travers l’alimentation sexualisée et érotisée

Présenté par :

Clélia Rondeau

Année universitaire : **2023 – 2024**

Sous la direction de : **Tristan Fournier**



MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l’Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Les rapports aux corps à travers l’alimentation érotisée et/ou sexualisée

Présenté par :

Clélia Rondeau

Année universitaire : **2023 – 2024**

Sous la direction de : **Tristan Fournier**

« L'ISTHIA de l'Université Toulouse – Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e) »

Remerciements

Merci à la "Génération Tisane", qui, bien plus que des camarades de classe, sont de véritables amis. Vivre et partager cette expérience du travail de mémoire ensemble ne l'a rendu que plus stimulant. Plus particulièrement, merci à toi Emma, pour m'avoir montré qu'il est parfois bon de faire confiance à son instinct. Merci pour notre amitié, pour m'avoir supportée tout au long de cette année, et pour tous nos moments passés qui ont permis de s'évader et de lever le pied. Merci pour la joie, les rires et les jeux.

Merci à mes amies, Adèle, Chloé, Emma et Rose, pour l'amour reçu et le soutien infaillible depuis toutes ces années, malgré la distance. Merci aussi à toi, Clarisse, pour nos conversations sur le canapé et les nombreuses crêpes mangées, qui m'a conforté dans l'idée de porter ce projet et m'a indéniablement soutenue, même de l'autre bout du monde. Merci à Théa et Quentin, qui m'ont rencontrée avec un projet en tête et ont été les premiers cobayes de ma pensée au cours de cette année.

Merci à mes parents, mon frère et ma sœur, qui, bien qu'éloignés de leurs propres intérêts, ont tout de même cherché à me suivre dans ce projet et à s'y impliquer. Merci aussi à Popi, premier et plus vieux soutien, qui a essuyé nombre de mes doutes et de mes peurs.

Merci à mes professeurs qui ont su m'aiguiller et me rassurer sur ce travail, me rappelant que ce qui compte vraiment, c'est d'y prendre du plaisir.

Merci également à toutes celles et ceux qui, par leurs pensées, leurs idées, leurs recherches, m'ont amenée à réfléchir et construire ce projet.

Enfin, merci à vous qui allez prendre le temps de lire ceci.

Sommaire

Introduction.....	5
Partie 1 – Cadre, Notions et Théories.....	8
CHAPITRE 1 : Linéarité au long cours de l'alimentation via la sexualité... ..	9
CHAPITRE 2 : ...Vecteur de sexualisation des corps ?.....	32
Conclusion - Partie 1.....	42
Partie 2 – Mise en problématique et hypothèses de recherches.....	43
CHAPITRE 1 : Problématisation.....	44
CHAPITRE 2 : Hypothèses.....	47
Conclusion - Partie 2.....	65
Partie 3 – Méthodologie et Poursuites envisagées.....	66
CHAPITRE 1 : Présentation des méthodes de recherches en sciences sociales.....	67
CHAPITRE 2 : Choix du terrain et appréhension de celui-ci.....	74
Conclusion.....	81
Table des Annexes.....	84
Bibliographie.....	90
Table des matières.....	93

Introduction

Mais pourquoi un fruit fait-il autant réagir ? En 2016, alors qu'Apple lance une nouvelle mise à jour de son système d'exploitation, le groupe essuie le mécontentement de ses utilisateurs en changeant le design de l'un de ses émojis : la pêche. La raison ? Une forme arrondie et une ligne courbée laissant évoquer une paire de fesses rebondies que les utilisateurs n'hésitaient pas à détourner pour envoyer des messages à connotations sexuelles plus que maraîchères. Finalement, cédant sous la pression des usagers insatisfaits du nouveau dessin qui laisse davantage penser à un abricot et n'intéresse plus, il n'aura fallu que 2 semaines pour que la marque à la pomme croquée fasse finalement marche arrière et réintègre l'emoji d'origine. De manière générale, il semble d'ailleurs que l'emoji, plus qu'en référence au fruit lui-même, soit principalement utilisé pour son raccourci aux fesses ou pour son allusion sexuelle¹. Cela amène alors à se questionner sur l'association entre alimentation et sexualité dans la société contemporaine, qui ne semble pourtant pas instinctive aux premiers abords.

Pourtant, une exploration commune de ces deux thématiques intimement liées à la condition humaine mais généralement abordées de manières séparées, permet de mettre en regard des connexions profondes soulignant l'impact qu'elles peuvent exercer à la fois sur le plan individuel mais aussi collectif. Qu'il soit question de l'alimentation ou bien de la sexualité, chacune de ces dimensions est aujourd'hui régie par des représentations et normes façonnées et perpétuellement réinventées, il n'est donc pas anodin de se pencher sur leur interaction pour mieux comprendre les dynamiques sociales, culturelles ou encore psychologiques qui les sous-tendent. Et comme le dit Fischler dans *l'Homnivore* : « *il y a des correspondances constantes, sinon une continuité profonde, entre la table et le lit, entre la chair comestible et la chair désirable* » (1990, p.134).

Nous avons ainsi d'une part, l'alimentation, qui bien plus qu'une simple nécessité biologique, revêt des significations symboliques et sociales profondément ancrées au sein

¹ Encyclopédie des émojis en ligne, 2016, *How We Really Use The Peach*, <https://blog.emojipedia.org/how-we-really-use-the-peach/>, consulté le 12 mars 2024

de nos sociétés à la fois reflet de nos traditions, croyances, valeurs et donc de notre identité, qu'elle soit individuelle ou collective. L'alimentation peut en effet être appréhendée comme lecture de la construction d'un individu qui par l'acte alimentaire affirme ses goûts, communique sur ses émotions, exprime son appartenance à des groupes sociaux et façonne ses relations avec autrui.² Au-delà de sa fonction nutritive, l'alimentation est donc également vecteur de sens et d'idées.

D'autre part, nous avons la sexualité, qui au même titre que boire et manger, est parfois considérée comme un des besoins universels de la condition du vivant. En effet, si l'alimentation est nécessaire à la préservation de l'être, la sexualité reste très majoritairement considérée comme nécessaire à la préservation de l'espèce. Cependant, la sexualité est souvent soumise à des normes et des attentes sociales strictes, dictant ce qui est considéré comme "désirable" ou "approprié". C'est en cela qu'elle est également témoin de notre identité, influençant nos relations et impactant notre bien-être de manière plus générale. Il s'agira donc ici de percevoir la sexualité comme présentée par Michel Foucault (1997 [1984], p.10) dans son *Histoire de la Sexualité* : « [...] une expérience, si on entend par expérience la corrélation, dans une culture, entre domaine de savoir, type de normativité et de subjectivité ». Cette dynamique complexe entre désir et normativité se reflète également dans la manière dont la sexualité est représentée que ce soit dans les médias ou la culture populaire, souvent de façon érotisée.

Bien que l'acte alimentaire et l'acte sexuel relèvent au premiers abords de la sphère privée (le premier étant un acte physiologique et physique avant d'avoir une portée plus sociale, et le second étant souvent cantonné à la sphère de l'intime) ils ne sont pourtant pas restreint à la seule sphère domestique. Au contraire, on retrouve également les deux thématiques dans la sphère publique, influencées par des normes sociales, des attentes culturelles et des discours médiatiques omniprésents. Ainsi, bien que l'alimentation et la sexualité soient des éléments essentiels de notre vie privée, elles ne sont pas exemptes d'influences et d'interactions avec la sphère publique qui, par cette présence, régissent nos perceptions, nos comportements et nos interactions dans la société contemporaine. C'est pourquoi

2 SERRA-MALLOL Christophe, 2022, Cours « Socio-Anthropologie de l'Alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

l'association de ces 2 thématiques et leur quasi-omniprésence dans notre vie quotidienne peuvent amener à de nombreux questionnements tels que : quel(s) est (sont) l'intérêt(s) derrière l'association "alimentation et sexualité" ? Est-ce une association récente ? Si non, depuis quand existe-t-elle ? De quelle manière était-elle présente ? Comment cela se traduit-il aujourd'hui ? Dans quel(s) but(s) ? Qu'est-ce que cela dit de nos manières de manger et de consommer ? Quelle place pour le plaisir souvent associé à ces 2 thématiques ? etc.

De plus, cela interroge également sur le rapport au corps qu'entraîne cette association de la chair et la chère aujourd'hui : quelle image du corps cela renvoie-t-il (pour soi et pour autrui) ? Quelles conséquences cela a-t-il ? Tous les corps sont-ils perçus et mis en scène de la même manière ? etc.

Cette interaction entre l'alimentation et la sexualité peut ainsi servir de fenêtre d'observation notamment en ce qui concerne les constructions identitaires, les normes de genre ou encore les perceptions et rapports aux corps dans la société contemporaine occidentale d'aujourd'hui. De cette manière, ce premier travail de mémoire vise ainsi à explorer la représentation sexualisée et érotisée de l'alimentation, en se demandant dans quelle mesure cela contribue à la sexualisation des corps.

Pour ce faire, nous ferons tout d'abord une contextualisation du sujet, au travers du cadre des notions et théories qui encadrent la relation entre alimentation et sexualité. Puis, au travers une approche tournée vers la sexualisation et l'érotisation des corps nous ferons le postulat de quelques hypothèses basées sur les recherches documentaires effectuées. Enfin, nous proposerons des poursuites envisagées et souhaitées afin de vérifier ces différents axes au travers l'établissement d'un terrain de recherche, dans un but de comparaison du théorique et de l'empirique.

Partie 1 – Cadre, Notions et Théories

CHAPITRE 1 : Linéarité au long cours de l'alimentation via la sexualité...

Pour appréhender le sujet et toute sa diversité, il convient tout d'abord de se renseigner sur les liens entre alimentation et sexualité. Dans un premier temps, d'un point de vue physiologique, en examinant les effets et réactions induits dans le corps à travers l'acte de manger et l'acte sexuel. Puis, en faisant une lecture plus historique et culturelle de cette association et son évolution jusqu'à nos jours. Enfin, nous nous pencherons également sur quelques exemples de métaphores et symboles qui ont pu émerger au fil du temps, reflétant les désirs et les fantasmes associés à l'alimentation et à la sexualité. Au-delà de l'aspect symbolique, nous aborderons également la dimension sociale de cette association, en examinant comment les normes de genre, les attentes culturelles et les idéaux de beauté ont influencé la manière dont nous percevons les corps. Nous nous intéresserons ainsi à comment cette association, au travers de ces représentations contemporaines, continue de façonner nos attitudes, nos comportements et nos identités.

1. Relation entre alimentation et sexualité

1.1. Lecture biologique, physiologique et psychologique

Nous pouvons tout d'abord aborder la relation entre alimentation et sexualité au travers d'une lecture physiologique, chacune des 2 thématiques étant étroitement liées par des processus neurologiques et hormonaux communs³.

Au cœur de cette interconnexion se trouve l'hypothalamus, une région du cerveau qui joue un rôle central dans la régulation de nombreux processus homéostatiques, notamment la faim et la sexualité. Cette structure du système nerveux central intervient en effet dans la réponse à des stimuli par la libération d'hormones telles que : la leptine qui est produite par les cellules adipeuses et responsables de la sensation de satiété ou encore, la ghréline, qui à

3 LAGRUE Stephanie, 2020, Cours « Physiologie », Première année BTS Diététique, ICOGES - Angers

l'inverse, est responsable de la sensation de faim. L'action de l'hypothalamus étant étroitement liée à celle de l'hypophyse, la libération de ces hormones participent ainsi également à la libération des hormones gonadotropes, qui agissent sur les fonctions des ovaires et testicules à savoir : l'hormone folliculo-stimulante (FSH) et l'hormone lutéinisante (LH).

Les neurotransmetteurs jouent aussi un rôle crucial dans ces régulations. Par exemple, la sérotonine, aussi surnommée "hormone du bonheur", est souvent liée à l'humeur, jouant alors un rôle important dans la sensation de bien-être général et de satisfaction. C'est pourquoi elle intervient dans de nombreux processus, dont l'alimentation et la sexualité. Elle participe en effet à la régulation de l'appétit, notamment au niveau des glucides, influençant alors les envies alimentaires mais aussi les sensations de satiété. De plus, le niveau de sérotonine peut également affecter la libido et le comportement sexuel. A un taux trop élevé, cela a un effet inhibiteur dans la fonction sexuelle, pouvant alors conduire à une diminution de la libido et à d'autres dysfonctions sexuelles telles que des difficultés à atteindre l'orgasme ou une dysfonction érectile. Ce phénomène s'explique par le fait que la sérotonine peut supprimer les circuits neuronaux et inhiber les signaux qui déclenchent le désir, qu'il soit de nature alimentaire ou sexuelle, ainsi que les réactions associées, en particulier celles liées à la sexualité.

La dopamine, parfois appelée "molécule du plaisir", est quant à elle directement impliquée dans les systèmes de récompense et de plaisir, agissant comme messenger chimique au niveau du cerveau. En effet, dans le contexte de l'alimentation, elle est libérée en réponse à l'ingestion d'aliments savoureux ou gratifiants, renforçant le comportement alimentaire et contribuant au sentiment de plaisir et de satisfaction qui accompagne un bon repas. Dans le contexte de la sexualité, la dopamine est, tout comme la sérotonine, associée à l'augmentation du désir et de l'excitation sexuelle. Elle stimule la motivation à rechercher et à participer à des activités sexuelles en renforçant la sensation de plaisir et de satisfaction qui accompagne ces expériences. Ainsi, il apparaît qu'un déséquilibre au niveau de l'un de ces neurotransmetteurs peut affecter simultanément l'alimentation et la sexualité, activant les mêmes voies neurologiques impliquées par exemple dans le

systèmes de récompense qui motive à répéter des comportements, ressentis comme positifs, grâce notamment à la libération de la dopamine.

Le système de récompense, également appelé circuit de la récompense ou système hédonique, est un mécanisme fondamental commun à tous les mammifères et impliqué dans le ressenti de sensations agréables ou non suites à des actions ou interdictions de notre environnement.⁴ Il est indispensable à la survie car fournissant une motivation nécessaire à la réalisation d'action ou comportements adaptés à la préservation de l'individu et de l'espèce (ex. se nourrir, boire, se reproduire, se défendre etc.)

Il se compose de trois composantes psychologiques⁵ :

- Une composante motivationnelle soit, la motivation pour obtenir une récompense. Elle est liée à l'envie provoquée par un stimulus à rechercher la "récompense" ou à éviter la "punition". Elle peut être de deux natures, soit issu de la perception du renforçateur (ex. nourriture, partenaire sexuel etc.), soit issu de la représentation mentale de ce renforçateur.
- Une composante affective soit, le plaisir (ex. gustatif, sexuel ou somatosensoriel) ou déplaisir (ex. peur, douleur etc.) provoqué par le stimulus au moment de sa "consommation"
- Une composante cognitive soit, l'apprentissage de l'association d'un stimulus à une réponse émotionnelle ou comportementale spécifique (souvent liée au concept de conditionnement classique développé par Ivan Pavlov en 1903).

Ainsi, la réaction à un stimulus, qu'elle soit motivée par le plaisir ou par l'envie, est largement influencée par l'état physique de l'individu (faim, satiété, fatigue) et par ses préférences ou aversions apprises.

4 MELIERRE Laurianne. *Manger. Peut-on jouir en mangeant ?*. Louie Media, 2 novembre 2018. 38 min. [podcast]

5 Ibid

L'acte alimentaire et l'acte sexuel partagent donc des mécanismes physiologiques et des voies neuronales communs, intervenant à la fois dans la gestion de la faim et dans le contrôle de la fonction sexuelle.

La faim et le désir sexuel sont intimement liés, car le corps réagit pratiquement de la même façon en période de manque alimentaire ou sexuel. Lorsqu'on a faim, notre corps fabrique de la salive au même rythme qu'il produit de la lubrification ou une érection au moment où on a envie de faire l'amour.

1.2 Lecture théologique

Nous pouvons aussi aborder la relation entre alimentation et sexualité au travers d'une lecture plus théologique, chacune des 2 thématiques étant étroitement liées au travers de croyances et interprétations issues de diverses traditions religieuses.

Dans la tradition judéo-chrétienne, le lien entre alimentation et sexualité est profondément ancré dans le récit biblique d'Adam et Ève issu du Livre de la Genèse. En effet, on peut notamment remonter à la source du "péché originel" Celui-ci fait référence à l'acte de transgression d'Eve et Adam lorsqu'ils mangent le fruit défendu de l'arbre de la connaissance du bien et du mal dans le jardin d'Eden⁶. Ce moment marque le premier acte de désobéissance humaine envers Dieu, entraînant, selon la religion, la chute de l'homme et l'introduction du péché dans le monde. Au XIIIe siècle, Thomas d'Aquin fait le postulat de 7 péchés dits "capitaux" dont font partie la gourmandise et la luxure. Ces deux termes font traditionnellement référence à des excès et des désirs incontrôlés dans des domaines spécifiques de l'expérience humaine perçus alors comme immoraux : l'alimentation pour la gourmandise et la sexualité pour la luxure.

⁶ « la femme vit que l'arbre était bon à manger » (Genèse 3, 6)

La gourmandise se rapporte ici à l'excès dans la consommation de nourriture et de boisson (Clément, 2012, p.640). Elle est souvent liée à l'égoïsme, à la surconsommation et à un manque de contrôle ou de discipline personnelle. La gourmandise ne concerne pas seulement la quantité de nourriture consommée, mais aussi l'attitude envers la nourriture, caractérisée par un désir excessif pour le plaisir culinaire au-delà de ce qui est nécessaire pour la santé et la survie.

La luxure est généralement définie comme un désir sexuel intense ou incontrôlé. Elle représente une obsession ou une indulgence excessive pour le plaisir sexuel de manière qui dépasse les limites éthiques ou morales établies par les traditions religieuses, notamment judéo-chrétiennes, où elle est souvent associée à la perte de maîtrise de soi et à la dépravation morale.

Ainsi, à la différence des 5 autres péchés capitaux établis, la gourmandise et la luxure sont les seuls péchés que l'on peut qualifier "de chairs" relevant d'exigences physiologiques (Pasini, 2006, p.8). Dans la langue française, ce récit du "péché originel" a notamment donné naissance plus tard à l'expression "croquer la pomme", qui signifie céder à la tentation et qui renvoie par extension à l'acte sexuel (Helal, 2018, p.73).

Dans certaines religions polythéistes, la notion de désir au sens d'avidité est centrale. Dans la religion bouddhiste notamment, elle est considérée comme l'un des "Trois Poisons" établis qui causeraient la souffrance humaine.

Ainsi la luxure et la gourmandise peuvent être vues comme des manifestations de ces attachements qui entraveraient l'atteinte du nirvana.

Dans d'autres religions polythéistes de l'Antiquité, la luxure et la gourmandise, selon la lecture moderne qui en est faite, n'étaient pas présentées comme des vices mais, à l'inverse, plutôt célébrées.

En effet, on retrouve par exemple dans la mythologie grecque, des dieux et déesses assignés à ces comportements luxurieux et gourmands tels que Dionysos, entre autres présenté comme dieu du vin, de la fertilité de la vigne et de la fête, qui incarnait à la fois les aspects réjouissants mais aussi destructeurs de la consommation excessive. On a

également Aphrodite, déesse de l'amour, de la procréation et de la beauté, souvent associée à la sexualité, à la passion et au désir et de laquelle dérivera plus tard le terme d' "aphrodisiaque".

Influencée par la Grèce, on retrouve aussi dans la Rome Antique des représentants divins du plaisir, de la luxure et de la gourmandise tels que Bacchus, adaptation romaine de Dionysos, présenté comme dieu du vin et de l'ivresse, ou encore Vénus, équivalente romaine d'Aphrodite, présentée comme déesse de la beauté, de l'amour, de la séduction et de la civilisation.

De manière générale, les religions polythéistes de l'antiquité, à la fois grecque et romaine, reconnaissaient les plaisirs de la vie, tels que le sexe et la nourriture, comme des aspects naturels et souvent célébrés de l'existence humaine. C'est pourquoi des rituels et festivals étaient, et sont encore, organisés en l'honneur de ces dieux et déesses tels que les Dionysies en Grèce ou encore les Bacchanales dans la Rome antique.⁷

Dans certaines religions polythéistes encore actuelles, comme l'hindouisme, on retrouve également des figures associées au plaisir et au désir, notamment sexuel et amoureux, tel que le dieu Kâma. De plus, selon la doctrine tantrique que l'on peut retrouver dans le bouddhisme et l'hindouisme, l'être humain serait composé de 7 centres d'énergie appelés "chakras" qui peuvent être "éveillés" par la consommation de nourritures notamment celles considérées comme aphrodisiaques (Rätsch, 2000, p.25).

1.3 Lecture Historique

Si on a pu voir précédemment que l'analogie entre alimentation et sexualité est présente à travers différentes croyances religieuses, celle-ci peut également être explorée à travers l'histoire : des premières civilisations antiques où la nourriture était souvent utilisée

⁷ « *Passion CULinaire - Sexe et nourritures les liaisons sulfureuses* », Printemps 2021, *Causette*, hors-série n°15, p.41-43

comme un moyen de célébrer la fertilité et d'honorer les divinités de la fécondité, à son utilisation dans la publicité et la culture populaire dans nos sociétés contemporaines actuelles, en passant par l'émergence des restaurants dans le Paris au XIXe siècle et la *“place qu’occupaient les grands restaurants des boulevards dans l’imaginaire érotique et touristique parisien”*⁸ (Gonzalez-Quijano, 2013, p.11).

Nous donnerons ainsi ici quelques exemples historiques, en commençant par les rituels religieux dans la Grèce antique et l'Empire romain, en concordance avec l'approche mythologique faite des deux thématiques. En effet, les rites en l'honneur des dieux étaient courants dans certaines cultures antiques “européennes”⁹ telles que les Dionysies (en l'honneur de Dionysos) ou les Bacchanales (en l'honneur de Bacchus). Celles-ci, initialement célébrations de liberté et de fertilité, sont devenues notoires pour leur excès et leur débauche, d'ailleurs en découlera le terme d’ “orgie” pour les désigner et qui se rapporte aujourd’hui à une *“fête qui donne lieu à toutes sortes de débordement, en particulier à des excès sexuels ou alimentaires”*¹⁰. En effet, il semble selon la lecture moderne qu’il en est faite, que ces célébrations impliquaient souvent une combinaison de danse, chants, nourriture, vin et rituels sexuels symboliques comme moyen de célébration et de communion avec les dieux. Les orgies étaient souvent organisées par les élites de la société grecque et romaine, qui utilisaient ces événements souvent fastueux comme moyen de démontrer leur richesse.¹¹ Y participer était souvent considéré comme un signe de prestige social et d'appartenance à l'élite. Les orgies étaient parfois caractérisées par une liberté sexuelle plus grande que celle qui était normalement tolérée dans la société.¹² Les participants pouvaient s'engager dans des activités sexuelles avec différents partenaires, souvent dans un cadre de plaisir et de divertissement plutôt que de procréation. Avec l'avènement du christianisme et la montée de nouvelles normes morales, les orgies ont commencé à être désapprouvées. Les rituels religieux associés aux orgies ont été

8 Gonzalez-Quijano Lola, 2013, « « La chère et la chair » : gastronomie et prostitution dans les grands restaurants des boulevards au xixe siècle », Genre, sexualité et société, 1 décembre 2013, no 10.

9 Il s'agit ici d'utiliser le terme anachronique "européen" pour englober un espace géographique particulier (avec des cultures spécifiques) moins large que celui d'occident, n'ayant pas de données suffisantes sur les pratiques de l'époque dans le reste du monde occidentaux.

10 Dictionnaire de l'Académie Française en ligne, Définition de « orgie », <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9O0715> consulté le 10 avril 2024

11 « Passion CULinaire - Sexe et nourritures les liaisons sulfureuses », Printemps 2021, Causette, hors-série n°15, p.41-43

12 Ibid

progressivement supprimés, et les excès de comportement ont été condamnés par les autorités religieuses et civiles. Il est important de noter que les descriptions faites des orgies de l'époque retrouvées dans les textes anciens peuvent parfois être exagérées ou déformées. Cependant, elles constituent un aspect aujourd'hui fasciné de la culture et de la société de l'Antiquité gréco-romaine, témoignant des attitudes variées envers la religion, l'alimentation, la sexualité et le plaisir.

Si le lien entre prostitution et restauration ne semble aux premiers abords pas perceptible, il fut un temps pourtant lié. En effet, si on peut déjà noter une similitude de consommation commerciale entre les deux, l'un pour de la nourriture et des boissons, l'autre pour des services sexuels, on peut également voir les établissements de restaurations et les maisons closes comme espaces de socialisation, notamment pour les hommes pour lesquels leur fréquentation tend à une sorte de *"rites de la sociabilité masculine"* (Gonzalez-Quijano, 2013, p.5), d'autant plus que la fréquentation de ces milieux par une femme était mal perçue. Au XIX^e, alors qu'on a pu assister à la naissance et au développement de la restauration au cours du dernier siècle¹³, on voit apparaître une *"imbrication des plaisirs de la table avec ceux de la chair"* (Gonzalez-Quijano, 2013, p.2) dans les établissements, notamment en raison du développement des lieux de divertissements en soirée, tels que le théâtre ou l'opéra, et leur proximité avec les établissements de restauration qui y ont vu un moyen d'élargir leur offre. Aussi comme l'écrit Lola Gonzalez-Quijano, *"dans ce lieu de consommation et d'étalage de richesse, les clients continuaient à s'exhiber avec des femmes entretenues ou des femmes galantes"*. Ainsi, si la fréquentation de ces milieux par la femme était jugée inconvenante, elles restaient, couplées à la fréquentation d'un restaurant, signe d'ostentation et donc de mise en valeur d'un statut social¹⁴. De plus, si un client ne se présentait pas au bras d'une femme (célèbre ou d'établissement public) mais qu'il souhaitait partager son repas accompagné, il pouvait demander au serveur qui se chargeait d'envoyer une "soupeuse" à savoir, des prostituées seulement assignées à un lieu de restauration *« chargées de faire la noce, de divertir leur(s) « hôte(s) » puis de le(s) ramener chez elle(s) à la fin du souper »* (Gonzalez-Quijano, 2013 [2012] p.8). Si les

13 ZANCANARO Frédéric, 2023, Cours « Histoire Sociale de l'Alimentation "Savante" », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

14 BARREY Sandrine, 2023, Cours « Socio-économie de la consommation et du marché », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

restaurateurs encourageaient ces pratiques, ce n'était pas tant pour leur réputation et attirer les clients, mais aussi car cela était fructueux : *“les consommations se payaient généralement le double en cabinets particuliers et [que] les dîners en compagnie de soupeuses étaient souvent particulièrement coûteux”* (Gonzalez-Quijano, 2013 p.9). Ainsi à cette époque, pour reprendre les termes de Lola Gonzalez-Quijano : *“paradoxalement, les grands restaurants des boulevards avaient ainsi mauvais genre et excellente réputation. [...] étroitement associés à la fête, au plaisir, mais aussi à la consommation sexuelle et aux relations illégitimes”* (Gonzalez-Quijano, 2013 p.3). Cela s'est peu à peu perdu du fait de l'embourgeoisement et de la féminisation de la clientèle au cours du siècle.

Aujourd'hui, il semble beaucoup moins répandu de retrouver dans l'espace public la relation entre alimentation et sexualité au sens d'actes : la représentations des corps, notamment nus, et du sexe de manière générale faisant davantage l'objet de réglementations et de contrôles législatifs dans un souci d'atteinte à l'intégrité physique et psychique de la personne humaine, on peut notamment penser à la notion d'exhibition sexuelle reconnue comme agression sexuelle¹⁵. Cependant, à défaut d'être présente “concrètement” cette relation reste présente dans l'espace public à travers l'art (musical, littéraire, cinématographique etc.) et les médias qui, usant d'analogies diverses, parviennent à mettre en relation ces 2 thématiques : de la mise en chansons (telle que Les sucettes, écrite par Serge Gainsbourg pour France Gall en 1966), à la publicité des produits alimentaires en passant par l'explosion de la tendance, quasi-artistique, “food-porn” sur les réseaux pour présenter des préparations culinaires etc.

En résumé, le lien entre alimentation et sexualité a été exploré de différentes manières à travers l'histoire, reflétant les croyances mais aussi les normes sociales et culturelles de chaque époque.

15 Article 222-32 du Code Pénal, modifié par LOI n°2021-478 du 21 avril 2021 - art. 12 : “L'exhibition sexuelle imposée à la vue d'autrui dans un lieu accessible aux regards du public est punie d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende. Même en l'absence d'exposition d'une partie dénudée du corps, l'exhibition sexuelle est constituée si est imposée à la vue d'autrui, dans un lieu accessible aux regards du public, la commission explicite d'un acte sexuel, réel ou simulé. Lorsque les faits sont commis au préjudice d'un mineur de quinze ans, les peines sont portées à deux ans d'emprisonnement et à 30 000 euros d'amende.” https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070719/LEGISCTA000021796051/

2. La sexualisation et l'érotisation de l'alimentation : définitions et manifestations

2.1. Concepts de sexualisation et d'érotisation de l'alimentation

Afin de poser un cadre sur les différentes notions abordées dans ce mémoire, nous nous baserons sur les définitions des termes données par le dictionnaire de l'encyclopédie en ligne Universalis¹⁶.

- La sexualité y est définie comme l' *“ensemble des caractères qui différencient le mâle de la femelle”* mais aussi comme l' *“ensemble des comportements liés au désir sexuel”*.
- La sexualisation désigne quant à elle l' *“action d'introduction de la sexualité dans un domaine”* ou encore, l' *“action de donner un caractère sexuel”* ou bien comme *“le résultat de ces actions”*.
- L'adjectif érotique se définit lui comme *“provoqué par l'instinct sexuel, qui l'excite ou tend à l'exciter”*.
- Enfin, l'érotisation est présentée comme *“en physiologie, transformation d'un acte, d'un état sans signification sexuelle en motif de plaisir érotique”*.

Ainsi, en sociologie¹⁷, la sexualisation se réfère au processus par lequel des individus ou encore des objets sont rendus sexuels, sans forcément que cela ait un lien direct avec leur nature ou leur fonction de base. Il se rapporte notamment à l'exposition des individus à des images et messages, véhiculant des comportements et attitudes répondant à certaines normes esthétiques. Dans le cadre de ce travail, nous ferons une distinction entre une sexualisation que l'on qualifiera de “sexuée” et une sexualisation que l'on qualifiera de “sexuelle”. Dans le premier cas, il s'agira d'une sexualisation basée sur les caractéristiques ou les attributs associés à un sexe biologique spécifique exagérément soulignés ou valorisés de manière stéréotypée. Dans ce cadre, les traits biologiquement féminins ou masculins sont sexualisés de manière à mettre en avant une idéalisation basée sur le sexe.

16 Dictionnaire en ligne « sexualité » ; « sexualisation » ; « érotique » ; « érotisation » <https://www.universalis.fr/dictionnaire/> consulté le 10 février 2024

17 LE BRIS Anne, 2021, Cours « Questions Sociologiques Contemporaines », L1 Sociologie - Université Rennes 2

Dans le second cas, il s'agira d'une sexualisation basée sur l'aspect sexuel des individus (ou de leurs comportements), indépendamment de leur sexe biologique soit, la mise en avant des capacités ou "appels" sexuels des personnes. Cela peut par exemple inclure des représentations qui mettent l'accent sur la disponibilité sexuelle, la sensualité, ou des allusions à des activités sexuelles.

Le processus d'érotisation peut quant à lui se référer à l'attribution de qualités érotiques, sensuelles ou sexuelles, à des personnes, des objets, ou des comportements dans des contextes où ces aptitudes ne sont pas intrinsèquement nécessaires ou attendues. Cela peut par exemple se rapporter à la manière dont les individus interagissent, à la (re)présentation et la perception des corps, ainsi qu'à la symbolique attribuée à certains objets ou actes.

Bien que proches, les concepts de sexualisation et d'érotisation sont à nuancer. En effet, l'érotisation met davantage l'accent sur l'aspect sensuel et esthétique, souvent dans une perspective "positive" ou artistique, tandis que la sexualisation peut avoir une connotation plus large dans sa représentation des individus ou des objets et parfois "négative", en lien avec l'objectisation et la réduction de l'individu à sa seule dimension sexuelle.

Ainsi, dans le cadre de ce projet, on peut définir la sexualisation à travers la thématique de l'alimentation comme la manière dont les produits alimentaires, leur consommation ou leur présentation sont dotés de connotations ou attributs sexuels.

Ce phénomène peut être observé dans divers aspects de la culture alimentaire, notamment à travers la symbolique attribuée à certains aliments culturellement chargés de connotations sexuelles ou érotiques en raison de leur forme, de leur texture ou de leurs effets supposés, tels que, la banane, l'aubergine, la pêche, ou les huîtres, qui sont souvent utilisés dans un contexte érotique ou suggestif. Cette association peut être renforcée par des mythes, des croyances populaires sur les substances dites "aphrodisiaques", ou simplement par des jeux visuels dans la présentation des aliments. On peut également observer ces phénomènes de sexualisation de l'alimentation au travers le langage et la manière de parler de la nourriture

avec l'utilisation de termes ou expressions évocatrices, comme par exemple, l'expression "orgasme culinaire" qui illustre comment le langage alimentaire peut emprunter à la terminologie de la sexualité.

L'érotisation de l'alimentation peut quant à elle être définie comme la manière dont les produits alimentaires sont perçus, présentés, ou consommés, souvent en soulignant les plaisirs sensuels associés à l'acte de manger. Contrairement à la sexualisation, qui joue sur la connotation, l'érotisation tend à se concentrer sur l'aspect esthétique et sensuel de l'expérience alimentaire, en présentant la nourriture comme une source de plaisir et de désir.

Ce phénomène peut être observé à travers la présentation de produits alimentaires en mettant en avant les textures, les arômes, les saveurs, et les sensations liées à la consommation de nourriture. Cela peut impliquer une attention particulière portée à la présentation des plats, à la qualité des ingrédients, ou à l'expérience de dégustation. On peut par exemple retrouver ce procédé à travers la photographie culinaire ou encore la littérature gastronomique.

Dans nos sociétés occidentales contemporaines, les procédés de sexualisation et d'érotisation de l'alimentation sont particulièrement utilisés dans les domaines de la publicité et du marketing pour promouvoir et vendre des produits alimentaires, en associant la consommation de ces produits à des attributs sexuels ou à des normes de beauté.

2.2. Représentations érotisées et sexualisées de l'alimentation dans la société contemporaine

2.2.1. A travers les aliments dits « aphrodisiaques »

Selon le dictionnaire de l'académie française¹⁸, le terme “aphrodisiaque” est défini comme : “*qui stimule le désir sexuel*”. Il serait apparu au XVIIIe siècle, emprunté du grec *aphrodisiakos*, lui-même dérivé de *aphrodisia* signifiant “*plaisirs de l'amour*” et se rapportant directement à la déesse Aphrodite qui rappelons-le est associée à l'amour, notamment charnel, au désir et à la procréation (Rätsch, 2000, p.9). Selon la mythologie, Aphrodite serait ornée d'une ceinture lui conférant son attrait de séductrice, c'est de là que découlerait le terme “aphrodisiaque”, substance censée avoir des effets similaires à ceux offerts par la ceinture de la déesse.

Une grande partie des substances aphrodisiaques culturellement reconnues étant rattachées à des divinités, nombreux rituels et cérémonies étaient menés en leur honneur, dans l'espoir d'apporter amour, fertilité ou fécondité.

Au fil du temps et selon l'espace géographique, les aphrodisiaques ont été considérés différemment. S'ils étaient plutôt perçus comme immoraux en occident du fait d'une culture majoritairement judéo-chrétienne, dans d'autres cultures, notamment extrêmes-orientales, ces substances étaient plutôt perçues comme positives permettant de stimuler le désir sexuel et/ou d'accroître le plaisir. Ils étaient principalement mis en rapport avec l'impuissance masculine (souvent perçue comme un désagrément qui nécessitait donc un remède) et devaient redorer une virilité moindre en stimulant et/ou prolongeant l'érection du pénis et ainsi “*accroître la puissance sexuelle*”. Pour d'autres, les aphrodisiaques étaient un moyen permettant d'inciter le désir d'une femme.

On différencie plusieurs types de substances aphrodisiaques selon leur origine :

- végétale, alors perçues comme “*plantes des dieux*” par les culture jugées “primitives”;
- animale, dont l'aphrodisiaque le plus redouté, de par son risque mortel si consommé en trop grande quantité, est la cantharide ou mouche d'Espagne. On attribue également des propriétés à certaines parties anatomique d'animaux,

¹⁸ Dictionnaire de l'Académie Française en ligne, Définition de «aphrodisiaque», <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9A2100>, consulté le 10 avril 2024

notamment les organes génitaux ou encore les attributs tels que les bois ou les cornes, espérant posséder leurs qualités sexuelles ;

- ou minérale, dont l'intérêt plus récent est attribué à leur composition, certains minéraux comme le zinc ou le magnésium participant au bon fonctionnement des organes sexuels.

Si les effets des aphrodisiaques étaient autrefois plutôt attribués à “l'esprit des plantes”, ils sont aujourd'hui rapportés aux composés chimiques de celles-ci, *“pour être efficace, les aphrodisiaques doivent entrer en contact avec le corps d'une façon ou d'une autre”* (Rätsch, 2000, p.11).

Nous ne présenterons ici que quelques exemples d'aliments aphrodisiaques jugés culturellement plus répandus et reconnus comme tels dans la société occidentale contemporaine à savoir : l'asperge, le gingembre, l'huître et le cacao (et le chocolat par extension).

- L'asperge

En plus de sa manière de sortir hors de terre, de sa forme (un corps raide et droit et une tête turgescente renflée) mais aussi de sa coloration parfois rosée sur le dessus, l'asperge renvoie à une symbolique phallique. Elle serait également dotée d'une composition nutritionnelle adéquate, notamment en vitamines C, pour le bon fonctionnement de l'organisme et donc des fonctions sexuelles (mais est principalement reconnue pour ses propriétés diurétiques d'un point de vue physiologique).

De par sa symbolique, la consommation d'une asperge, surtout si elle est prise à la main, peut renvoyer à l'idée d'une fellation, en 1930, Pierre Louys conseille d'ailleurs dans son *Manuel de civilité pour les jeunes filles* de ne pas faire « *aller et venir une asperge dans votre bouche en regardant languissamment le jeune homme que vous voulez séduire* » (Bertrand, 2005, p.54).

Dans la langue française, on peut également retrouver l'expression "aller aux asperges" qui signifie se prostituer.

- Le gingembre

La consommation du rhizome du gingembre (qui correspond aux racines de celui-ci et que l'on considère communément comme étant le gingembre) est aussi bien utilisé comme condiment que comme plante médicinale, étant traditionnellement réputé pour ses propriétés stimulantes sur l'organisme, notamment sur le système digestif mais aussi sur la circulation sanguine qu'il augmente, stimulant par extension les organes érectiles. Il est d'ailleurs reconnu par la médecine islamique et mentionné dans le Coran où il est décrit comme contribuant à "*stimuler la digestion et l'activité sexuelle*"(Bertrand, 2005). Il est également l'une des épices les plus répandues dans les recettes concoctées dans un but aphrodisiaque, sa réputation pour cette vertu s'étant importée en même temps qu'il fut amené en Occident.

Culturellement, on a attribué aux épices des propriétés aphrodisiaques, associées au piquant et à la chaleur qu'elles pouvaient apporter. D'ailleurs, Georg Friedrich Most écrira sur les épices dans son *Encyclopédie de la médecine populaire* (1843) : « *À l'exception du sel et du sucre, les épices ne conviennent pas aux enfants et aux jeunes gens avant l'âge de 18 ou 20 ans (elles excitent, stimulent et éveillent trop tôt le désir sexuel, devenant ainsi, fréquemment, la première cause de l'onanisme, des excès sexuels, favorisant l'égoïsme, affaiblissant le contrôle de soi) ».*

- L'huître

Selon la mythologie, Aphrodite née de l'écume de la mer, sortie du *kteis*, qui désigne en grec ancien le coquillage mais également la vulve de par sa forme symboliquement évocatrice du sexe féminin (Rätsch, 2005, p.116). C'est pourquoi, l'huître en tant que fruit de mer, et notamment en tant que mollusque bivalve, lui est directement associée, lui conférant ainsi sa réputation d'aliment stimulant le désir mais aussi la fertilité. De plus, sur le plan nutritionnel, l'huître est particulièrement riche en zinc, ajoutant ainsi un fondement biologique à sa réputation.

Il n'est pas rare de retrouver dans l'art, notamment la littérature, l'huître comme aliment de mise en scène érotique voir sexuelle telle que la scène du "jeu de l'huître" auquel Casanova se livre avec 2 jeunes femmes dans *Histoire de ma vie*¹⁹.

- Le cacao (et le chocolat)

Originaires d'Amérique centrale, le cacao et la boisson au chocolat étaient considérés comme "nourriture des dieux" par les cultures américaines précolombiennes qui l'associaient notamment à la fertilité et à la vigueur. Aujourd'hui le cacao a une forte réputation aphrodisiaque mais il doit principalement cette reconnaissance aux cultes divins qui entouraient sa consommation à cette époque. Consommé par les élites, aussi bien à l'époque que lors de son importation en Europe où il était consommé par la royauté et la noblesse espagnole notamment, le cacao est particulièrement dépeint comme produit de prestige et de luxe.

Perçu comme "plaisir coupable" par excellence de par sa texture et sa saveur, Louis LEMERY, médecin et botaniste français, présentera le chocolat dans son *Traité des aliments* (1702) comme "*propre à exciter les ardeurs de Vénus*" (Helal, 2018, p.39).

Aussi, la teneur en théobromine et caféine (des principes actifs stimulants du système nerveux central) présente dans la fève de cacao a solidifié son statut d'aphrodisiaque dans l'imaginaire populaire. De plus, aujourd'hui, le chocolat est souvent associé à l'amour et au désir, renforcé par la commercialisation du chocolat lors des fêtes liées à l'expression de l'amour et de la romance, comme la Saint-Valentin.

De manière générale, les propriétés attribuées aux produits jugés aphrodisiaques étaient, et sont encore aujourd'hui, majoritairement associées à leur forme, évocatrice d'organes sexuels, voir même directement à leur fonction (pour les aphrodisiaques d'origine animale) ou bien, à leur "attribut" et à l'idée d'incorporation²⁰ qui découle de leur consommation, plutôt qu'à de réelles propriétés nutritionnelles et chimiques. C'est pourquoi, les

19 CASANOVA Giacomo, *Histoire de ma vie*, Volume XII, 1789-1798 - chapitres 2 et 3

20 FISCHLER Claude, *L'Homnivore* (Seuil, 1990)

aphrodisiaques seront davantage perçus dans ce travail comme des représentations sexualisées de l'alimentation.

2.2.2. A travers les médias

« Dans le récit romanesque, la mise en scène du repas est un moyen de suggérer la jouissance sexuelle dont la censure, à l'époque, interdit l'expression »

(Lola Gonzalez-Quijano, 2013)

Dans nos sociétés occidentales contemporaines, nombreux sont les exemples illustrant les procédés d'érotisation et de sexualisation de l'alimentation, notamment à travers les médias. De la publicité "papier" aux spots télévisés, en passant par la diffusion sur les réseaux sociaux de photographies de plats ou de vidéos de recettes de cuisine exécutées de manière subjective²¹, il semble que l'association des deux thématiques "alimentation et sexualité" ne soit pas aussi indifférente dans notre quotidien.

Les publicités pour certains produits alimentaires peuvent utiliser des images, des langages ou des mises en scène qui évoquent la sensualité ou le désir sexuel. Déjà, dans la langue française, nombreuses sont les expressions à double sens faisant l'analogie entre le domaine du culinaire et celui de la sexualité (Fischler, 1993 [1990] ; Poulain, 2012), usant de la suggestivité des formes et des textures des aliments mais aussi des ustensiles de cuisine et manières de manger. L'usage d'un tel vocabulaire, principalement dans la sphère privée, n'est pas anodin (Fouéré, 2000), en effet il n'est pas rare de retrouver dans le langage argotique des termes alimentaires pour désigner certains attributs sexuels comme par exemple, l'abricot ou la moule pour le sexe féminin, les prunes pour les testicules, les miches pour les fesses ou les seins etc. D'ailleurs on nomme "cochon" un langage qui sous-entend une connotation sexuelle, faisant ainsi le parallèle entre la manière de procéder et les termes utilisés lors de l'abattage et de la découpe du cochon destiné à la consommation (Verdier [1979] reprise par Fouéré, 2000).

²¹ Comme on peut en retrouver sur le compte instagram de @thedonutdaddy

Il n'est donc pas rare non plus d'entendre et de lire des expressions telles que :

- “dévorer des yeux” soit regarder quelqu'un avec avidité et désir ;
- “ne faire qu'une bouchée” soit venir à bout de quelqu'un ou quelque chose aisément, dominer ;
- “faire une gâterie” soit faire une fellation ;
- “passer à la casserole” soit être soumis(e)/obligé(e) à un acte sexuel ;
- “faire dégorger le poireau” désigne, pour un sexe masculin, une masturbation jusqu'à éjaculation ;
- “tremper son biscuit” désigne ici la pénétration du sexe masculin lors d'un acte sexuel ;
- “remettre le couvert” soit, recommencer quelque chose, se dit souvent pour un acte sexuel ;
- etc.

Ces jeux de langage font la part belle aux industriels de l'agro-alimentaire et au marketing qui n'hésitent pas à user de la polysémie pour faire la publicité de certains produits²² comme cela est le cas par exemple avec l'affiche publicitaire Candia faite en avril 2000 pour présenter sa crème Babette et qui met en scène un corps de femme poings sur les hanches et ustensiles de cuisines en main, habillée d'un tablier transparent sur lequel on peut lire “*Babette je la lie, je la fouette et parfois elle passe à la casserole*” (Annexe A p.88). En France, le premier spot publicitaire ayant articulé les thématiques de l'alimentation et de la sexualité est paru en 1976 et réalisé par Bernard Lemoine pour l'eau gazeuse Perrier. Il mettait en scène une main de femme venant caresser une petite bouteille de la marque qui grandit au fur et à mesure de la répétition du geste avant de laisser s'échapper un jet d'eau gazeuse à l'image d'une masturbation et d'une éjaculation. Celle-ci

22 « *Sexe et Nourriture - Le coup de food* » , juillet-septembre 2019, La Grenouille à Grande Bouche : la société à travers ce que l'on mange, Revue participative n°3.

diffusée dans les cinémas a, à l'époque, été censurée puis sera remastérisée et rediffusée à la télévision en 2009 à l'occasion des fêtes de fin d'année.

L'utilisation de l'érotisation dans la publicité n'est pas novatrice si l'on considère que le but recherché est de donner envie, ainsi aujourd'hui nombreuses sont les marques qui usent de codes érotiques comme par exemple :

- Caprice des Dieux qui met régulièrement en scène 2 individus, un homme et une femme, souhaitant partager (ou non) un "caprice", on a ici un jeu à la fois sur le nom du produit mais aussi sur la polysémie du terme défini comme un désir soudain et donc pouvant à la fois désigner une envie sexuelle ou alimentaire.
- Perrier et sa pub "une nouvelle forme de plaisir" en 2014 qui jouent sur les sous-entendus sexuels pour en réalité parler des contenants (bouteille et canettes) de l'eau gazeuse.
- Bahlsen et ses biscuits "Choc'Ohlala" qui réalise en 2013 un spot mettant en scène un homme dans un ascenseur ayant du chocolat au coin de la lèvre, rejoint par une femme qui ressort avec elle aussi une trace de chocolat au coin de la lèvre supposant un baiser entre les deux individus.
- etc.

Néanmoins, tout comme c'est le cas pour la pub Perrier de 1976, il semble que la publicité faite autour de certains produits soit davantage sexualisée comme : les produits de saucisserie, le chocolat ou encore les produits laitiers, notamment le yaourt (Bouazzouni, 2021, p.47). Pour appuyer ce propos on peut par exemple parler de :

- Yoplait pour ses yaourts Perle de Lait qui en 2016 met en scène un homme en consultation chez une femme, psychologue semble-t-il, qui cherche à comprendre sa propre femme. La psychologue, qui va pour manger un yaourt de la marque, lui rapporte alors le besoin pour une femme de se retrouver, sous-entendu seule, et d'avoir "5 minutes de pure douceur" rendu possible par la consommation de ce

“plaisir nature incomparable” pouvant être interprété ici comme un acte sexuel solitaire tel qu’une masturbation

- Nestlé pour ses yaourt Sveltesse présentés comme “ferme et fondant” qui en 2009 met dans une de ses pub une femme en émoi, yaourt et cuillère à la bouche, surprise par l’entrée d’un homme puis une voix off féminine annonçant “Pourquoi rougir d’éprouver tant de plaisir ?” plaisir qui se rapporte ici encore à une masturbation solitaire voire un orgasme.
- Magnum qui déjà en 1994 annonçait “la première fois dans le noir total ça fait bizarre” compilant différentes scènes d’individus, pour la plupart seuls, mangeant une glace. Ils réitéreront le procédé en 2014 notamment avec une pub pour leur glace Extreme mettant en scène une femme face à son reflet, détachée d’elle, mangeant un cône de glace de manière lente et sensuelle (ex. le lèche), provoquant chez-elle comme une réaction de plaisir, pendant que son reflet la regarde avec envie (et désarroi de ne pouvoir y goûter). On note en fond sonore, des bruits de gémissements.
- La campagne publicitaire pour la promotion de la saucisse de Morteau (Annexe B p.89) qui en 2013 met en image une saucisse étiquetée “de Morteau” et un texte annonçant “offrez-vous 20cm de pur bonheur !”. Ils réitérèrent le procédé en 2014 en comparant 2 saucisses, l’une étiquetée “saucisse de Morteau” et l’autre, non désignée mais de taille plus petite avec entre les 2, un texte annonçant “86% des femmes préfèrent la saucisse de Morteau à celle de Montbéliard”.
- etc.

Ainsi, nombreuses sont les publicités à jouer sur l’association de l’alimentation et de la sexualité en usant parfois des codes de la “food-porn”, cette tendance largement retrouvée sur les réseaux sociaux aujourd’hui et qui consiste en une représentation visuelle de préparations culinaires à la fois esthétique et alléchante, de manière à provoquer et/ou donner envie à celui ou celle qui regarde, de manger (tout comme il l’est recherché dans le cas de la pornographie avec l’envie sexuelle)²³. Ces images et représentations sont souvent

23 « Sexe et Nourriture - Le coup de food », juillet-septembre 2019, La Grenouille à Grande Bouche : la société à travers ce que l’on mange, Revue participative n°3.

caractérisées par une mise en avant des textures, des couleurs et de l'apparence appétente des aliments et des plats²⁴.

Bien qu'étant une tendance très contemporaine, l'idée de "food-porn" apparaît pour la première fois à la fin des années 70 et n'a cessé depuis d'évoluer. En effet, dans un article de 1977 pour *The New York Reviews of Books*, le journaliste Alexander Cockburn utilise le terme de "gastro-porn" pour désigner le contenu de l'ouvrage *La cuisine du Marché* (1976) de Paul Bocuse, critiquant alors l'excès dans le choix des ingrédients utilisés. Puis, c'est en 1984 que la journaliste Ros (Rosalind) Coward fait apparaître le terme de "food pornography" dans *Female desire* comparant alors le sentiment de "plaisir coupable" suscité par la pornographie à celui engendré par la représentation de la nourriture dans les magazines féminins de l'époque, se rapprochant ainsi un peu plus de l'idée de la "food-porn" actuelle²⁵.

Aujourd'hui il s'agit davantage d'une envie d'esthétisation d'un produit ou d'une préparation culinaire mais, toujours avec une volonté de rechercher une stimulation des sens voir même, une envie de susciter une réaction quasi-physique voir physiologique, comme une montée de "l'eau à la bouche" lié au processus de salivation (première étape de préparation à la digestion). Il ne s'agit pas seulement de réaliser une simple mise en scène visuelle et esthétique, mais aussi de chercher à provoquer chez celui ou celle qui regarde des effets sensoriels et physiques réels. C'est pourquoi, les marques, mais aussi les restaurateurs, utilisent aujourd'hui cette tendance pour mettre en scène et présenter leurs produits et créations culinaires de manière attrayante, cherchant ainsi à attirer les consommateurs et "pousser" à l'acte d'achat et de consommation.

Il est à noter que la nourriture mise en scène de manière "food-porn" n'a pas vocation à être perçue comme moyen de réponse à un besoin physiologique direct (on ne regarde pas pour combler une faim) mais plutôt comme objet de désir (qui comblerait une envie)²⁶

24 MOOC DIGITAL Paris. (2023, 7 octobre). André Gunthert - 5. Foodporn et autres selfies [video]. Youtube <https://youtu.be/Ix5qMq6eIZg?si=bBeh2-tVM9Fp7noT>

25 « Sexe et Nourriture - Le coup de food », juillet-septembre 2019, La Grenouille à Grande Bouche : la société à travers ce que l'on mange, Revue participative n°3.

26 Ibid

D'ailleurs, la “food-porn” ne se limite pas à la glorification visuelle de la nourriture, elle interagit également avec des questions de genre, notamment en réfléchissant à comment certains aliments sont genrés ou sexualisés, en particulier à travers des images où la nourriture et les corps (majoritairement féminins) sont présentés ensemble, qui viennent alors créer un parallèle entre consommer de la nourriture et consommer des corps (Cambre et Sicotte, 2022). Aussi, les réactions induites à travers ce genre d’images semblent différer selon les individus. En effet, des études suggèrent des différences individuelles dans la tendance à attribuer un intérêt aux stimuli visuels liés à l’alimentation, telle que des images de “food-porn”, ce qui pourrait être un facteur à prendre en compte dans la compréhension des comportements alimentaires compulsifs par exemple (Francesco & al., 2019).

Aujourd'hui, la “food-porn” reflète également une certaine image de la culture alimentaire contemporaine, en mettant l'accent sur la dimension esthétique de l'alimentation et en élevant la présentation des plats à une forme d'art comme cela peut l'être recherchée dans la gastronomie (Poulain, 2002) et la cuisine dite “savante” de manière plus générale par exemple.²⁷

Ainsi, la tendance “food-porn” illustre la manière dont la consommation alimentaire moderne ne se limite pas seulement à l'acte physique de manger, mais passe également par la consommation d'images et d'idées liées à la nourriture et donc à l'intérêt porté au visuel et à l'esthétique dans notre relation à celle-ci.

A travers ces différents exemples de manifestations de la relation entre alimentation et sexualité dans notre société contemporaine, on peut voir que l'alimentation érotisée et/ou sexualisée se rapporte toujours à la thématique du corps : qu'ils soit question des aliments considérés comme aphrodisiaques du fait de leur formes évocatrices des organes sexuels

27 ZANCANARO Frédéric, 2022, Cours « Histoire Sociale de l’Alimentation “Savante” », L3 Sociologie et Anthropologie de l’Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

mais aussi des effets biologiques, physiologiques et physiques attendus par leur consommation ou bien, de la mise en image et de la publicité faite autour de certains produits comme le chocolat (plaisir coupable par excellence associé au sucre (Fischler, 1993)) ou encore les produits laitiers (qui peut aussi être associé aux seins de la mère nourricière (Bouazzouni, 2021)) etc.

CHAPITRE 2 : ...Vecteur de sexualisation des corps ?

Aussi, il apparaît qu'au-delà de leur simple fonction biologique, l'alimentation et la sexualité sont profondément enracinées dans des structures sociales, culturelles et symboliques qui façonnent nos comportements, nos croyances et nos interactions.

1. Socialisation alimentaire et transmission culturelle ?

1.1. Processus de socialisation

« À sa naissance, l'enfant est une somme infinie de dispositions anthropologiques que seule l'immersion dans le champ symbolique, c'est-à-dire la relation aux autres, peut lui permettre de déployer. »

(David Le Breton, 2016)

La socialisation est fondamentale dans le développement de l'humain, désignant la manière dont les individus apprennent à devenir des membres fonctionnels et intégrés au sein d'une société. Ce processus est continu, commençant dès la naissance d'un individu et se poursuivant tout au long de sa vie. Il implique l'acquisition de normes, comportements et valeurs transmises via les différents groupes sociaux auxquels appartient un individu mais aussi via les institutions qui l'encadrent. La socialisation repose sur trois mécanismes : l'identification à un ou des modèles, l'intériorisation des valeurs et normes, et l'expérimentation des modes de conduites et des pratiques.²⁸

On distingue plusieurs types de socialisations :

- une première dite "primaire" se produisant dans l'enfance de l'individu et au cours de laquelle la famille joue un rôle prépondérant, transmettant à l'enfant, à travers

28 LE BRIS Anne, 2021, Cours « Introduction à la Sociologie », L1 Sociologie - Université Rennes 2

ses interactions, ses observations et ses imitations, les bases des comportements “acceptables” et normes sociales élémentaires comme par exemple l’usage du langage ;

- puis une autre dite “secondaire” se produisant au fur et à mesure que l’individu “grandit”, de son contact avec des institutions telles que l’école, les médias, ou encore les groupes de pairs, à son association à un rôle professionnel ou encore, son intégration dans de nouveaux environnements sociaux (ex. devenir parents)

Cette socialisation, de par son rôle d’intégration sociale, participe grandement à la construction identitaire et aux comportements d’un individu, sans pour autant les déterminer.

On parle également dans le processus de socialisation, d’une socialisation dite “différenciée” c’est-à-dire, une variation des valeurs, normes et comportements apprises et intégrés selon l’appartenance d’un individu à certains groupes sociaux, tels que le genre, l’espace social ou encore, l’âge etc. Cette forme de socialisation souligne que l’expérience de l’apprentissage social n’est pas uniforme ou homogène, mais plutôt qu’elle est modelée par des facteurs socio-culturels et structurels spécifiques.²⁹

Par exemple, la socialisation de genre enseigne aux garçons et aux filles des comportements et des attentes distincts en accord avec les normes et les rôles traditionnellement associés à leur sexe. Comme le dit Le Breton (2016, p.84) : « *Dans nos sociétés par exemple la petite fille ou le petit garçon risquent d’être éduqués selon une prédestination sociale qui déjà leur impose un système d’attitudes répondant à des stéréotypes sociaux* ». Il s’agit donc d’une distinction que le jeune enfant va intégrer à partir de l’environnement sexué dans lequel il évolue et qui se poursuit tout au long de sa vie.

L’identité de genre n’est donc pas innée et serait issue d’une construction sociale et culturelle évolutive.³⁰ Le terme de “genre” fait référence aux rôles et responsabilités attribués aux femmes et aux hommes tels qu’ils sont déterminés par la société dans laquelle

²⁹ Ibid

³⁰ LE BRIS Anne, 2021, Cours « Questions Sociologiques Contemporaines », L1 Sociologie - Université Rennes 2

ils évoluent : un “*système de catégorisation sexué et sexuel, une construction historico-socio-culturelle*” (Bouazzouni, 2016, p.15). Il est ainsi lié à la façon dont l’individu est perçu par autrui, mais aussi à la façon dont il est censé penser et agir selon son assignation. Il s’agit ici davantage d’une différenciation déterminée selon des perspectives sociales et culturelles plutôt que sur une distinction biologique du sexe (femelle/mâle/intersexe). Cela sous-tend l’existence d’un rapport structurellement différent, voire hiérarchisé, entre femmes et hommes, qui peut varier d’une communauté à l’autre, ou même d’un pays à un autre.³¹ D’un point de vue alimentaire, alors qu’on pourrait penser que préparer son repas et choisir ses ingrédients tient du libre arbitre et que chacune et chacun s’alimente comme bon lui semble, il semblerait que notre assiette soit aussi conditionnée par des facteurs comme le genre : “*Des stéréotypes de genres, y compris dans l’éducation des enfants, font que les goûts sont censés être plus masculins ou plus féminins. C’est un des facteurs sociaux qui prédéterminent notre rapport à l’alimentation*” (propos de Jean-Pierre Poulain repris dans Libération³²).

De la même manière, le milieu socio-économique peut influencer les types d’éducation, les manières, les loisirs, et les aspirations professionnelles inculqués aux enfants et donc, son évolution en tant qu’individu dans une société. D’un point de vue alimentaire, cela peut se traduire par une différence sur les connaissances culinaires et nutritionnelles, les produits consommés, les lieux d’approvisionnements etc.³³ L’âge peut quant à lui influencer la manière et le contenu de la socialisation, les opportunités et les défis auxquels les individus sont confrontés dans leur intégration sociale, ainsi que les contributions qu’ils peuvent apporter à la société.

La socialisation, notamment différenciée, joue donc un rôle important dans la perpétuation des distinctions et des inégalités sociales en transmettant et en renforçant les rôles et les normes spécifiques à chaque groupe, étant alors en même temps l’origine et le résultat de ces différenciations.³⁴ Ainsi, il est à noter que, qu’il soit question du processus de

31 AFARD, 2003, Recherche féministe francophone : « *Ruptures, Résistances et Utopies* », Echo N°12

32 Article de presse du média Libération, 2019, « *Alimentation – Genre : y’a une couille dans le potage* » par Marlène THOMAS, https://www.liberation.fr/france/2019/04/24/genre-y-a-une-couille-dans-le-potage_1723176/ consulté le 27 octobre 2024

33 SERRA-MALLOL Christophe, 2022, Cours « Socio-Anthropologie de l’Alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l’Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

34 LE BRIS Anne, 2021, Cours « Questions Sociologiques Contemporaines », L1 Sociologie - Université Rennes 2

socialisation ou bien de la construction identitaire d'un individu, cela dépend du contexte dans lequel celui-ci évolue et des dispositions dont il dispose.

1.2. Processus d'incorporation

“Nous nous nourrissons de nutriments, mais aussi d’imaginaire”

(Claude Fischler, 1993)

L'incorporation fait référence à la manière dont les structures sociales et culturelles d'une société (à savoir les normes, les valeurs et les comportements) sont intériorisées par ses membres, devenant ainsi une partie de leur habitus. L'habitus, selon Bourdieu, est un système de dispositions (goûts, aptitudes et pratiques) acquis par l'individu à travers son expérience dans des contextes sociaux particuliers.³⁵

Le processus d'incorporation se produit par l'intermédiaire de pratiques sociales et culturelles répétées et routinières. Par exemple, à travers l'éducation, la langue, les manières, les pratiques alimentaires, et les rituels culturels, les individus apprennent et intègrent les normes, valeurs, croyances et comportements qui sont valorisés et reconnus dans leur société. Les dispositions et pratiques incorporées reflètent souvent les hiérarchies et les divisions sociales existantes, telles que pour le genre ou la classe sociale. Par conséquent, le processus d'incorporation peut contribuer à perpétuer les inégalités sociales, car les individus reproduisent, souvent inconsciemment, les conditions de leur propre socialisation.

Dans le cadre de l'alimentation, le concept d'incorporation, repris par le sociologue français Claude Fischler³⁶, se réfère à la façon dont les individus et les cultures interagissent avec la nourriture. Il ne s'agit pas seulement ici de l'acte de manger un

35 SERRA-MALLOL Christophe, 2022, Cours « Fondements disciplinaires en Sociologie », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

36 FISCHLER Claude, *L'Homnivore* (Seuil, 1990)

aliment et de digérer ses nutriments mais aussi, de la manière dont les individus intègrent les dimensions culturelles, sociales et symboliques que peut avoir l'alimentation.

Ce processus reflète comment les pratiques, les préférences et les interdits alimentaires sont façonnés par la culture, les traditions et les normes sociales dans lesquelles un individu est socialisé. Les aliments incorporés par et dans le corps peuvent alors signifier l'appartenance à un groupe social, une culture ou encore une tradition et permettent ainsi à l'individu d'exprimer et de construire son identité en adoptant certaines influences et en rejetant d'autres. C'est par la socialisation alimentaire que les individus façonnent ces préférences et aversions alimentaires, assimilant au contact de la famille, des pairs, des médias etc., ce qui est jugé comestibles ou non, sains ou malsains etc.

Le processus d'incorporation dans l'alimentation souligne ainsi que manger est à la fois un acte biologique mais aussi un acte chargé de significations sociales et personnelles.

2. Normes de genre et sexualisation des corps humains

Comme vu précédemment, la sexualisation se rapporte à la manière dont les normes et valeurs sexuelles et de genre sont construites, représentées, perçues et vécues au sein de la société. Ainsi, cela affecte directement les comportements sociaux et l'identité individuelle et donc, impact également les perceptions du corps, sur lui-même et sur autrui, qu'un individu peut avoir.

2.1. Perception des corps humains dans la société contemporaine

“L'existence est d'abord corporelle.”

(David Le Breton, 2016)

En sciences sociales, le corps est considéré comme une entité à la fois biologique et socialement construite, reflétant et influençant les normes, les valeurs et les dynamiques structurelles au sein d'une société³⁷. Ainsi, dans *La sociologie du corps* (2016), André Le Breton annonce *“la corporéité humaine comme phénomène social et culturel, matière de symbole, objet de représentations et d’imaginaires”*.

C'est la raison pour laquelle le corps est souvent au centre des discussions sur l'identité et l'appartenance sociale. Les normes corporelles peuvent en effet refléter et renforcer des structures sociales basées sur le genre, la classe sociale, ou encore l'âge etc. où chaque groupe peut être associé à des attentes spécifiques en termes de présentations et de comportements corporels³⁸. Il est à noter que le “corps” ne se réfère pas seulement à l'enveloppe qui constitue un individu mais également aux parties et organes qui le composent. Ces perceptions du corps ne sont pas statiques dans le temps et dans l'espace mais différent, d'une époque à une autre, d'une génération à une autre, d'une société à une autre, d'un groupe social à un autre etc³⁹.

Aussi, comme on a pu le voir précédemment, les distinctions entre genres, à savoir femme et homme, sont souvent présentées comme naturelles ou biologiques, mais elles sont en grande partie le produit de normes culturelles et sociales qui attribuent des rôles et des comportements spécifiques à chaque sexe, à savoir femelle et mâle.⁴⁰ Ces rôles de genres, profondément ancrés dans la culture, dictent également des attentes en termes de comportements et d'apparence physique qui peuvent renforcer les stéréotypes. Ainsi comme le dit Le Breton, *“l'interprétation que le social fait de la différence des sexes oriente les manières d'élever et d'éduquer l'enfant selon le rôle stéréotypé qui est attendu de lui”* ce qui (repris de Belotti) conditionne à des rôles tels que *“cet encouragement à la*

37 FAVIER Lorena, 2022, Cours « Anthropologie du corps et de l'alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

38 Ibid

39 Ibid

40 FOURNIER Tristan, 2022, Cours « Anthropologie du corps et de l'alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

douceur du côté de la femme a sa contrepartie dans l'encouragement à la virilité chez l'homme" (Le Breton, 2016, p.84).

Les médias jouent un rôle prépondérant dans la formation de l'image corporelle véhiculant, tout en en faisant la promotion, des idéaux corporels établis et considérés comme "désirable" ou "acceptable"⁴¹. Ainsi, ces idéaux tendent souvent à valoriser certains types de corps (ex. minces, musclés, jeunes etc.) tout en marginalisant ou invisibilisant d'autres (ex. corps âgés, handicapés, gros etc.). Cela façonne alors les attentes sociales et influence la manière dont les individus perçoivent leur propre corps et celui des autres.

Dans la société contemporaine, la perception des corps humains est donc façonnée par un ensemble de rôles et représentations qui influencent et sont influencés par des normes culturelles, sociales mais aussi médiatiques. Cela peut ainsi amener à une représentation différenciée des individus selon le ou les groupes sociaux auxquels il appartient. C'est par exemple visible dans le traitement des femmes dans certains contextes sociaux, culturels et médiatiques, où l'accent est mis sur leur apparence physique aux dépens de leurs autres qualités et/ou compétences (comme on a pu le voir précédemment à travers les manifestations de l'alimentation érotisée et/ou sexualisée dans les médias). Ainsi, la perception des corps est profondément influencée par leur sexualisation dans la société contemporaine. Cette dynamique entraîne des répercussions significatives sur la façon dont les individus interagissent, se voient eux-mêmes, voient les autres et sont vus par les autres.

2.2. Impacts de la sexualisation des corps dans la société contemporaine

"Le corps des femmes est ainsi considéré comme par essence sexuel et donc désirable (passif), mais jamais désirant (actif)."

(Fatima Khemilat, 2018)

41 LE BRIS Anne, 2021, Cours « Questions Sociologiques Contemporaines », L1 Sociologie - Université Rennes 2

Nous verrons dans cette sous-partie la “*mise en scène et en signes*” (pour reprendre les termes de Le Breton) du corps humain sexualisé. Nous aborderons principalement la sexualisation du corps humain non pas de manière “sexuée” (qui se réfère aux aspects biologiques et physiques qui caractérisent les sexes féminin et masculin, à savoir : organes génitaux, chromosomes et hormones) mais plutôt de manière “sexuelle” (qui se réfère aux comportements sexuels sans nécessairement faire référence aux caractéristiques de sexe biologique). La distinction entre ces deux formes de sexualisation réside dans leur focalisation : la sexualisation “sexuée” est ancrée dans les distinctions de sexe et souvent liée à des stéréotypes de genre, tandis que la sexualisation “sexuelle” se concentre sur les aspects de l'activité ou de l'attrait sexuels, souvent de manière plus généralisée et indépendante du sexe de l'individu.⁴² Toutes deux peuvent contribuer à une culture qui valorise les individus ou les réduit à des objets sexuels.

Ainsi, la sexualisation désigne ici le processus par lequel, le corps humain (et par extension l'individu) est rendu sexuel, souvent de manière exagérée ou inappropriée, en y attribuant des caractéristiques sexuelles explicites ou bien, en valorisant la ou le mis en scène en fonction de son sex-appeal ou de son comportement sexuel par exemple. Cette sexualisation des corps est autant induite par la perception faite des corps qu'elle l'induit, affectant la façon dont les corps et les rôles de genres sont perçus et représentés. Elle peut ainsi renforcer des stéréotypes de genre ou encore objectiver le corps féminin et masculin.

Les stéréotypes de genre sont des croyances généralisées sur les caractéristiques, les comportements et les rôles typiquement associés aux femmes et aux hommes dans une société. Ces stéréotypes peuvent influencer de manière significative la perception des capacités et des attentes vis-à-vis des individus en fonction de leur sexe. Ces idées préconçues ne reflètent pas nécessairement la réalité des capacités individuelles et contribuent souvent à perpétuer des inégalités et des discriminations dans divers domaines tels que le travail, l'éducation et les relations interpersonnelles.

42 Ibid

Les médias participent à la sexualisation des corps en diffusant et normalisant des représentations qui peuvent réduire les individus à des objets de désir sexuel, influençant ainsi les normes sociales et les perceptions individuelles de la valeur corporelle. Cela peut contribuer à une culture qui normalise l'objectification sexuelle des corps ce qui peut renforcer des attitudes déshumanisante vis-à-vis des individus. Le philosophe Emmanuel Kant introduisait déjà cette notion à la fin du XVIIIe, d'après l'idée que le désir sexuel réduirait, selon lui, autrui au statut d'objet : *“aussitôt qu'une personne devient un objet d'appétit pour autrui, tous les liens moraux se dissolvent, et la personne ainsi considérée n'est plus qu'une chose dont on use et se sert”*⁴³. Le concept d'objectification se réfère ici à un processus par lequel une personne est traitée ou perçue non pas comme un individu autonome, mais comme un objet. Cette pratique implique souvent de réduire une personne à son corps ou à des parties de son corps. L'objectification est fréquemment discutée dans le contexte de la sexualisation des corps, où les individus, particulièrement les femmes, sont dépeints ou perçus de manière à mettre l'accent sur leur attrait sexuel aux dépens de leur intégrité humaine.⁴⁴

Selon le papier de Fatima Khemilat⁴⁵ sur la place du corps des femmes dans l'espace public (2018), celles-ci *« sont pensées comme des objets disponibles dont le but essentiel est l'attrait. Leur principal capital, pour reprendre un vocabulaire bourdieusien, repose ainsi sur leur physique, leur désirabilité. »* elle reprend ici les propos de Bourdieu sur la domination masculine qui selon lui *« constitue les femmes en objets symboliques dont l'être (esse) est un être perçu (percepi), ce qui a pour effet de les placer dans un état permanent d'insécurité corporelle ou, mieux, de dépendance symbolique : elles existent d'abord par et pour le regard des autres, c'est-à-dire en tant qu'objets accueillants, attrayants, disponibles »*⁴⁶.

43 KANT Emmanuel, *Leçons d'éthiques*, éditions Le livre de poche, 1997

44 Article de blog, 2013, *« L'objectivation sexuelle des femmes : un puissant outil du patriarcat »*, <https://antisexisme.net/2013/08/13/objectivation-1-2/> consulté le 15 mars 2024

45 KHEMILAT Fatima, 2018, *« Le corps des femmes : une assignation à (par)être »*, Les Cahiers du Développement Social Urbain, 2018/2, n°68 p.34 à 36

46 BOURDIEU Pierre, *La Domination masculine*, éditions du Seuil, 1998.

Toujours selon Khemilat, les médias jouent un rôle prépondérant dans la véhiculation de ces représentations sexualisées des corps, notamment celui des femmes dans l'espace public parlant même d'hypersexualisation : *« le corps féminin y est alors surreprésenté, réduit à l'état d'objet que l'on expose, dont on dispose et que l'on vend. Cette hypersexualisation n'est jamais synonyme de pouvoir; là où la représentation des corps masculins dans la publicité, leur érotisation, est associée à l'idéal de puissance, de force et de virilité »* (Khemilat, 2018, p.35). L'hypersexualisation est un concept qui décrit la tendance à accentuer excessivement les traits sexuels d'une personne ou d'un groupe. Elle peut contribuer à des attentes irréalistes concernant les corps et les comportements sexuels et encourager une perception des relations interpersonnelles dominée par des considérations sexuelles.

La sexualisation des corps met en lumière comment, dans notre société contemporaine actuelle, les médias et les normes culturelles modèlent nos perceptions et peuvent contribuer à une objectification qui va au-delà des simples distinctions biologiques entre les sexes.

Conclusion - Partie 1

A travers cette première partie, on a pu mettre en lumière comment la relation entre alimentation et sexualité, qui sont deux aspect essentiels de l'expérience humaine, est non seulement liée biologiquement et physiologiquement, mais est aussi profondément enracinée dans des contextes culturels et sociaux qui en modèlent la perception et les pratiques.

Aussi, on a pu voir comment les croyances, les pratiques sociales, et même les représentations dans les médias façonnent et reflètent certaines attitudes envers l'alimentation et la sexualité, soulignant leur rôle dans la construction de l'identité d'un individu et dans ses interactions avec autrui.

Enfin, on a pu appréhender la manière dont l'alimentation est parfois érotisée et/ou sexualisée dans notre société, ainsi que l'impact de ces processus sur les comportements et les normes, notamment de genre. Ceci a aussi permis de rendre compte de la possible influence de la culture et des médias dans la formation de nos perceptions et de nos attentes vis-à-vis du corps.

Partie 2 – Mise en problématique et hypothèses de recherches

CHAPITRE 1 : Problématisation

La construction de ce mémoire s'est faite au fil des mois avec toujours en tête mes questionnements autour de l'association de l'alimentation et de la sexualité mais surtout le (voir "les") rapport(s) aux corps qu'il existe à travers la représentation érotisée et sexualisée de l'alimentation.

Si on a pu découvrir, à travers les recherches documentaires menées, des premiers éléments de réponses quant aux origines de la relation entre alimentation et sexualité et d'en déceler certains tenants et aboutissants, on a également pu observer sous quelle forme cette association se manifestait dans le cadre de l'alimentation notamment.

Ainsi, on a pu apprendre qu'il existe plusieurs types d'aliments dits "aphrodisiaques" tels que : certains minéraux, certaines épices, les organes génitaux des animaux, ou encore, certains aliments dont la forme évoquerait, ou les parties génitales, ou les fesses, ou bien les seins d'un individu etc. J'ai été étonnée de lire au fur et à mesure de mes lectures qu'il soit davantage question d'amélioration de la libido "masculine" plus que "féminine". Pourtant, d'un point de vue physiologique mâle et femelle ont les mêmes fonctionnements, à savoir, une réaction vasodilatatrice qui induit un afflux sanguin au niveau des organes génitaux, provoquant un "gonflement" du corps caverneux soit : la verge chez le sexe mâle et le clitoris chez le sexe femelle. Par conséquent, on peut supposer qu'un aliment aphrodisiaque, bien qu'il soit de forme phallique (selon les interprétations faites par nos ancêtres) devrait avoir les mêmes propriétés et réactions que ce soit pour le sexe mâle ou pour le sexe femelle. Alors, pourquoi ne pas l'évoquer ? Est-ce dû à une reconnaissance historique plus représentée et valorisée de la virilité masculine ? Ou bien en raison d'un plaisir sexuel féminin pendant longtemps mis sous silence de par sa méconnaissance ? Ou alors sommes-nous ici plutôt sur une question de symbolique, basé sur un principe d'incorporation et de pensée magique perpétué au fil du temps ? D'ailleurs, qu'en est-il de cette consommation ? Si on a pu voir qu'il existait par le passé des différences géographiques sur l'intérêt et la reconnaissance de ces substances, qu'en est-il

aujourd'hui ? Quel regard leur portons-nous ? Y-a-t-il encore une réelle connaissance et un réel intérêt pour les aphrodisiaques dans notre société contemporaine actuelle ?

De plus, à travers les recherches menées autour de la tendance "food-porn" notamment, on a pu voir qu'il existait un lien entre le contact avec des représentations de préparations culinaires, mise en scène de manière plantureuse et la sensibilité d'un individu à réagir par l'acte alimentaire. S'il est question à travers la "food-porn" de mise en scène d'abondance, de gras, de sucre etc. qui sont des éléments relativement critiqués dans notre société contemporaine actuelle, alors que celle-ci semble prôner un retour à la sobriété privilégiant la frugalité alimentaire, quelle place pour cette tendance aujourd'hui ? Comment est-elle perçue ? Quels effets a-t-elle ? Quelle place pour l'individu dans cette tendance largement véhiculée sur les réseaux sociaux, lui qui est à la fois récepteur mais aussi créateur de ces contenus ? De plus, si les codes de la "food-porn" semblent être utilisés dans les domaines de la publicité et du marketing, de quelle manière les mobilisent-ils ? Est-ce uniquement dans une logique de mise en scène pour provoquer une envie et un désir afin de pousser à un acte de consommation ? A destination de qui ? Qu'est-ce que cela dit sur l'envie et la manière de manger d'un individu ?

Aussi, pourquoi parfois également mettre le corps en scène ? Dans quel(s) but(s) ? Est-ce que tous les corps sont représentés et mis en scène de la même manière ? En effet, si à travers les recherches menées on a aussi pu voir qu'il existait des différences genrées concernant le rapport au corps, il semble intéressant de se demander si la représentation du corps concerne autant le corps féminin que le corps masculin ? Le corps jeune autant que le corps âgé ? Et si non, pour quelles raisons ? Quelles images du corps cela renvoie-t-il, à la fois pour l'individu lui-même, mais aussi pour autrui ? Ces représentations des corps sont-elles perçues de la même manière selon le genre ? L'âge ? L'espace social d'un individu ? Cela a-t-il une incidence sur les comportements alimentaires de l'individu ? etc.

Ainsi, à travers ces premières recherches effectuées sur le sujet et les (nombreux) questionnements apparus au fur et à mesure de ces découvertes, j'ai pu en ressortir trois grandes réflexions qui ont davantage attisé mon intérêt :

- Tout d'abord, sur le rapport qu'entretiennent les individus avec le corps à travers les représentations érotisées et/ou sexualisées de l'alimentation ;
- Ensuite, sur les possibles influences touchant les individus qui découleraient de ces représentations, en termes de perception, comportements, normes etc. ;
- Et enfin, sur les moyens plébiscités pour la véhiculation dans l'espace public de ces représentations qui allient alimentation et sexualité.

A partir de cela, j'ai pu formuler une problématique pour ce travail de mémoire de première année de master en sciences sociales appliquées à l'alimentation, à savoir :

“La représentation, à la fois mise en scène et pensée, de façon érotisée et sexualisée de l'alimentation dans les médias est-t-elle une manière de sexualisation des corps humains dans la société française contemporaine actuelle ?”

Afin d'ébaucher des pistes de recherches pour répondre à cette question, trois hypothèses ont été exprimées :

- La perception des corps à travers la représentation d'une alimentation érotisée et sexualisée est perçue différemment selon les individus et les groupes sociaux (genre, âge, espace social etc.) auxquels ils appartiennent ;
- Cette perception différenciée selon les individus amène à des comportements alimentaires également différenciés ;
- Enfin, si la mise en scène érotisée et/ou sexualisée de l'alimentation est une manière de sexualiser les corps alors, le corps féminin serait davantage sexualisé que le corps masculin.

CHAPITRE 2 : Hypothèses

1. Hypothèse 1 - Une perception des corps différenciée selon les groupes sociaux ?

→ *La perception des corps à travers la représentation d'une alimentation érotisée et sexualisée est perçue différemment selon les individus et les groupes sociaux (genre, âge, espace social etc.) auxquels ils appartiennent*

1.1. Une perception des corps différenciée selon le genre ?

“Combien je pèse ? Je t'explique le truc : je suis un homme, hétéro, cisgenre, et un papa. Tout le monde se fout de savoir combien je pèse, d'accord ? On n'en parle jamais. Je n'ai aucune putain d'idée de mon poids. Je suis un homme, hétéro, cisgenre, et un papa : mon, poids est parfait, d'accord ?”

(propos de W. Kamau Bell, Private School Negro dans *Masculinités*, 2022)

D'après les éléments présentés dans la partie 1 de ce travail, on peut supposer que la perception des corps humains varie effectivement selon le genre, reflétant des influences culturelles et sociales, et donc des normes et attentes distinctes intériorisées.

Tout d'abord, il apparaît dans nos sociétés occidentales actuelles une sorte de valorisation de la minceur, devenue « *norme dominante définissant la norme corporelle* »⁴⁷ (Dany et Morin, 2010 p.322), qui concernerait majoritairement le corps de la femme. Kauffmann la présente d'ailleurs comme « *combat* » à mener pour ces dernières, telle une sorte de quête pour maintenir et/ou rendre leurs corps conformes aux standards de désirabilité inscrits par la société⁴⁸. D'après l'une de ses études, il semble d'ailleurs que les femmes soient davantage critiques envers elles-même et envers les autres femmes (Kaufmann, 2013, p.98)

47 DANY Lionel et MORIN Michel, 2010, « *Image corporelle et estime de soi : étude auprès de lycéens français* », Bulletin de Psychologie, 2010/5, n°509, p.321 à 334

48 FOURNIER Tristan, 2022, Cours « Anthropologie du corps et de l'alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

: *“C’est d’abord elles-mêmes qu’elles observent. Elles-mêmes et les autres femmes, comme autant de miroirs”*.

Au cours de l’une de ces précédente étude, le sociologue avait par ailleurs déjà fait par de son étonnement quant à la différence de perceptions entre femmes et hommes, et donc des réactions induites vis-à-vis du corps d’autrui, pour lui : *« Les hommes se montraient tolérants, bon public, facilement enthousiastes, mais peu regardants sur les détails esthétiques, portés par une vision flottante. Le jugement des femmes était beaucoup plus tranché, leur regard appuyé et scrutateur, prêt à débusquer le détail qui apporterait une information personnellement utile »* (Kauffman, 2013, p.99)

Au cours de son enquête sur le regard porté aux fesses, Kaufmann établit 3 types de corps féminins selon la façon dont les hommes les regardent :

- un premier dit “invisible” que le sociologue présente comme *“celui sur lequel le regard glisse sans accrocher et qui permet (lui seul le permet de façon radicale) l’émancipation des femmes, leur liberté de mouvement, leur possibilité de se réaliser comme des individus parfaitement autonomes, à l’égal des hommes”* ;
- un deuxième qui *“attire au contraire le regard de sa beauté éclatante. Il rompt avec l’ordinaire et crée l’émotion esthétique”* donc plutôt associé à la séduction et à l’attrait sexuel de l’individu observée ;
- puis, un troisième qui attire également le regard mais plus intensément que le précédent et pour des caractéristiques “de beauté” différentes à travers lesquelles le corps est davantage sexualisé : *“Le regard des hommes n’est pas attiré il est vrai par la seule esthétique, des pulsions plus physiques guident leur jugement”*.

Dans un de leurs travail Nicoletta Diasio et Vulca Fidolini (2019), établissent quant à eux une sorte de typologie des corps masculins basés sur les actions que les hommes (entre 40 et 60 ans) entreprennent pour maintenir et/ou améliorer leur santé et leur apparence physique et qui participera à leur bien-être. Ils mettent également en avant les implications de ces actions sur l’identité de genre de ces hommes et la redéfinition de leur masculinité. Si on effectue une comparaison avec les travaux menés par Kauffman, il en ressort que les

hommes de 40 à 60 ans semblent moins vouloir se conformer à des normes sociales de beauté qui pourraient leur être attribuées en tant qu'homme, telles qu'“être musclé” ou “être mince”, privilégiant plutôt la recherche d'une « optimisation de soi » et d'un maintien des qualités de vie, en lien notamment avec une prise de conscience d'un corps vieillissant.

Ainsi, si les femmes semblent plus regardantes et critiques envers les corps féminins, y compris le leur, les hommes semblent quant à eux plus susceptibles de regarder les corps féminins qu'ils jugent : ou neutres, ou attrayants. De plus, il apparaît que les hommes (à un certain âge) semblent moins sensibles aux normes sociales de beautés véhiculées par la société que les femmes. Aussi, j'aimerais creuser ici davantage la question du regard de la femme sur le corps masculin mais également, le regard de l'homme, notamment avant 40ans, sur son propre corps et ainsi pouvoir comparer, si comparaison peut être faite, les différences de perceptions entre femme et homme, aussi bien sur leur propre corps que sur les corps d'autrui, voir peut-être les influences qui régissent de telles perceptions (ex. normes de virilité ?) à travers la représentation de l'alimentation érotisée et/ou sexualisée.

1.2. Une perception des corps différenciée selon l'âge ?

On peut supposer que la perception des corps humains varie avec l'âge, non seulement sur comment l'individu perçoit autrui, mais aussi sur comment il se perçoit lui-même.

Si l'on considère que la perception du “soi” à savoir : *“la totalité des pensées et sentiments d'un individu sur lui-même”* (Rosenberg, 1979)⁴⁹ apparaît dès le plus jeune âge et évolue tout au long que le nourrisson, puis l'enfant, l'adolescent et finalement l'individu adulte, grandit et se construit, alors on peut supposer une perception différenciée selon l'âge. En effet, chez le petit enfant le soi est fortement rattaché à son corps, il est avant tout un soi “physique”. Chez les enfants plus âgés et les adultes, la notion du soi dépasse ce soi

49 PINEL-JACQUEMIN Stéphanie, 2024, Cours « Psychologie du Développement et de l'Alimentation », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

physique en venant aussi s'articuler autour de l'identité sociale de l'individu, sa réputation, ses valeurs personnelles etc. Ainsi, le "soi" fonctionne à la fois comme observateur et acteur (le sujet) et comme celui qui est observé (l'objet). Cette dynamique reflète la manière dont l'individu façonne son identité en réponse aux perceptions externes tout en restant un agent actif de sa propre vie. Cette articulation souligne l'interdépendance entre l'expression de soi d'un individu et la manière dont il est perçu par autrui, influençant ainsi son comportement et son auto-perception.⁵⁰

Les deux psychologues français, Lionel Dany et Michel Morin, se sont notamment intéressés aux liens entre l'image corporelle, l'estime de soi, et les différences de genre chez les adolescents en réalisant une étude auprès de 187 élèves de seconde en France. Ils font dans leur étude une distinction entre :

- l'image corporelle, qui correspond à l'« *ensemble des sentiments, attitudes, souvenirs, expériences, qu'un individu a accumulé à propos de son propre corps* » lié à la fois au regard que porte l'individu sur son propre corps mais aussi au regard porté par autrui ;
- et la satisfaction corporelle qui dépend :
 - de l'idéal corporel : « *image du corps vers laquelle l'individu tend [...] intimement lié au contexte socioculturel et aux idéaux corporels présents au sein de nos sociétés* »
 - et du corps perçu : « *manière dont les individus se classent et évaluent leur poids (maigre, normal, trop gros...)* ».

Prenant en compte à la fois l'âge et le sexe des individus interrogés, cette étude a notamment révélé que les jeunes filles adolescentes ont tendance à se percevoir comme plus grosses qu'elles ne le sont réellement, tandis que les jeunes garçons adolescents ont souvent une perception inverse.

50 Ibid

De plus, comme vu précédemment, il semble que la perception du corps, notamment chez les hommes, évolue au cours de l'âge adulte notamment au regard du corps vieillissant (Diasio et Fidolini, 2019).

Ainsi, à travers la notion de “soi” et les différentes études menées sur les perceptions du corps chez les adolescents et chez les hommes de 40 à 60 ans, on peut supposer que cette perception du corps évolue effectivement selon qu'un individu avance dans l'âge et donc que cette perception à travers une représentation érotisée et/ou sexualisée de l'alimentation serait également perçue différemment. Néanmoins, dans le cadre de ce travail il me semble intéressant de compléter ces données en étudiant l'évolution des perceptions sur leur corps chez les (jeunes) adultes entre 18 et 40 ans. De plus, j'aimerais également centrer les recherches sur le regard porté sur le corps d'autrui, et les possibles évolutions de celui-ci (ex. impacts de la maturité sexuelle, interactions avec les médias/réseaux sociaux etc.), entre 18 et 60 ans, tout en tentant de mettre en concomitance avec le genre de l'individu, voire l'espace social dans lequel il évolue.

1.3. Une perception des corps différenciée selon l'espace social ?

Le concept d' “espace social” développé par Pierre Bourdieu (1984) est un cadre théorique utilisé pour analyser la structure de la société en termes de relations entre les différents groupes sociaux.⁵¹ Il permet de positionner les individus et les groupes selon plusieurs dimensions appelées “capital” : économique (richesse, revenus), social (relations, connaissances), culturel (éducation, compétences culturelles), et symbolique (prestige, reconnaissance). L'accumulation de ces capitaux va influencer sur les capacités d'un individu à accéder à des positions sociales : selon le concept de Bourdieu, les positions plus élevées dans l'espace social seraient davantage associées à un accès privilégié à certaines ressources plus valorisées et/ou rares, tandis que les positions inférieures seraient plutôt caractérisées par un “manque” relatif de ces ressources faute d'accessibilité. Ainsi, le

51 SERRA-MALLOL Christophe, 2022, Cours « Fondements disciplinaires en Sociologie », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

concept d'espace social englobe non seulement la position économique des individus ou des groupes, mais aussi par extension, leurs goûts, habitudes, pratiques culturelles ou même, leurs relations sociales.

C'est pourquoi, selon les différences de ressources, d'éducation, d'exposition médiatique, et de normes culturelles spécifiques à chaque espace, la perception du corps peut s'avérer différente, certaines représentations et pratiques corporelles pouvant être plus valorisées ou stigmatisées selon le contexte culturel. Dans leur travail, Dany et Morin (2010), soulignent par exemple l'impact des normes socioculturelles sur l'image corporelle, notant que les médias, la famille et les pairs jouent un rôle crucial dans la formation des attitudes corporelles, en promouvant certains idéaux de minceur ou de musculature. Si l'on prend la perception du corps gros et le cas de l'obésité dans les sociétés développées, il apparaît que celle-ci, notamment chez les hommes, concerne aujourd'hui davantage les individus de milieux dits populaires contrairement à il y a quelques décennies : *“on constate un basculement d'une obésité masculine de distinction - l'homme d'affaire installé dans la vie -, dominante avant les années soixante, à une obésité masculine des classes populaires dans les études contemporaines”* (Poulain, 2012, p. 938). Ainsi, dans l'espace social, le corps fonctionne également comme un symbole visible de la position sociale d'un individu, étant à la fois objet de représentation et d'imaginaire (Le Breton, 2018). Une personne ayant un ou des capitaux, notamment culturel, plus importants pourrait par exemple davantage valoriser un certain mode de vie et/ou être plus consciente des normes esthétiques dominantes. Tandis que pour des individus ayant un ou des capitaux moindres d'autres pressions, comme les contraintes économiques, pourraient primer sur les préoccupations esthétiques.

Ainsi, on peut dire que la perception du corps est profondément influencée par le statut socio-économique et culturel d'un individu, chaque espace social ayant des attentes, des normes, et des ressources qui modulent leur perception du corps idéal et leur relation au physique. Ces différences reflétant plus largement les inégalités présentes dans la société en termes d'accès aux ressources, à l'information et aux opportunités. Cela montre également comment les individus utilisent leur corps pour agir et s'inscrire dans la société.

Le corps est alors à la fois le produit et le producteur de l'espace social, un vecteur à travers lequel l'ordre social est maintenu et/ou par lequel il peut être remis en question.⁵²

Dans le cadre de ce travail, on peut supposer que les différences de revenu, d'éducation et d'accessibilité à la culture influenceraient la réception et l'interprétation des messages médiatiques, y compris ceux qui érotisent et sexualisent l'alimentation. Selon, leur milieu socio-économique et culturel et les ressources accessibles, des individus pourraient davantage être amenés à critiquer et/ou analyser le contenu érotisé et sexualisé, qu'ils pourraient percevoir comme artistique, inapproprié, ou dégradant par exemple, tandis que d'autres, pourraient l'interpréter de manière différente, ou avoir moins d'accès à des critiques, interférant ainsi sur les perceptions des corps qu'un individu peut avoir. Ainsi cela pourrait également participer à la manière dont les individus interagissent, jugent, et se comportent avec les autres, qui pourrait être influencée par leur acceptation ou leur rejet des normes corporelles véhiculées notamment à travers les médias.

De manière générale, on peut supposer que les individus peuvent percevoir et réagir différemment aux représentations érotisées et sexualisées de l'alimentation en raison des normes et attentes culturelles spécifiques à chaque genre, mais aussi selon leur âge ou encore selon l'espace social dans lequel ils évoluent.

2. Hypothèse 2 - Des comportements alimentaires différenciés selon la perception des corps ?

→ Cette perception des corps différenciée selon les individus, à travers l'érotisation et/ou la sexualisation de l'alimentation, amène à des comportements alimentaires également différenciés.

52 FAVIER Lorena, 2022, Cours « Anthropologie du corps et de l'alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

« Ce que nous appelons pratiques ou comportements alimentaires c'est la somme de goûts acquis, innés, de croyances, d'interdits religieux, de tabous sociétaux, de stéréotypes : c'est le résultat de constructions culturelles comme d'adaptations biologiques. »

(Nora Bouazzouni, 2021)

2.1. Une influence selon le genre ?

“Je suis une meuf. Comment veux-tu que je sois autre chose que dissociée ? Depuis que je suis enfant, on me répète que mon corps appartient aux regards des autres, qu'il appartient à ma beauté, à ma séduction. La séduction, ça te dissocie. Comment veux-tu faire autrement ? Je ne connais aucune fille qui mange sans se demander si ça la fera grossir. Comment veux-tu te dissocier de ton appétit et ne pas te dissocier de tout ce que tu es ?”

(propos de Virginie Despentes dans *Cher connard* (2022) repris par Lauren Malka, 2023)

Comme vu précédemment, les goûts alimentaires sont également vecteurs de stéréotypes de genres. Ainsi, même si la répartition des quantités consommées par groupe d'aliments corrélées aux besoins nutritionnels recommandés semble quasi-identiques chez les femmes et les hommes entre 18 et 79 ans⁵³, on constate tout de même une disparité sur les choix alimentaires : les femmes semblent davantage privilégier les yaourts, fromages blancs, compotes, fruits au sirop, volailles, gâteaux et biscuits sucrés ou encore substituts de produits animaux à base de végétaux etc. que les hommes qui semblent, quant à eux, davantage préférer les produits céréaliers (types : pain, pâtes, riz), le fromage, les viandes (hors volailles), les charcuteries, les légumineuses ou encore les pommes de terre etc. Ainsi, comme l'explique le sociologue Jean-Pierre Poulain⁵⁴, le prisme genré dans l'alimentation est particulièrement présent aujourd'hui en France, notamment en ce qui concerne les yaourts et le fromage : *“Le yaourt, délicat, est considéré comme féminin et enfantin. Le lait est un aliment d'enfant, la femme le produit. Lorsqu'il est très fermenté, il bascule dans l'univers d'adulte et plutôt masculin”*. Pour reprendre les termes de Nora

53 ANSES, 2017, *INCA 3 : Étude individuelle nationale des consommations alimentaires* - Rapport d'expertise collective, France, Ministères de la santé, de l'environnement, de l'agriculture, du travail et de la consommation

54 Article de presse du média Libération, 2019, « Alimentation – Genre : y'a une couille dans le potage » par Marlène THOMAS, https://www.liberation.fr/france/2019/04/24/genre-y-a-une-couille-dans-le-potage_1723176/ consulté le 27 octobre 2024

Bouazzouni (2016), l'individu va "*faire le genre*" selon les attentes et comportements qu'il ou elle suppose qu'on attend de lui ou elle dans la société.

On peut d'ailleurs supposer un certain parallélisme entre les choix alimentaires genrés et certaines des métaphores de "cuisine" utilisées pour désigner les organes sexuels femelles et les organes sexuels mâles : en effet, il apparaît que la désignation des premiers relève plutôt d'un champ lexical de la boucherie (ex. escalope) alors qu'il s'agit plutôt d'un champ lexical de la charcuterie pour désigner les seconds (ex. saucisse, merguez etc.) (Fouéré, 2000).

Dans un de ses travaux, Jamel Fahim (2010) prend l'exemple du chocolat, commercialisé comme un produit de luxe et donc associé au statut de classe supérieure. Selon lui le chocolat est un exemple de marchandise "fétichisée" dans la société contemporaine américaine : sa commercialisation alliant à la fois désirs sexuels et désirs de classe. En effet, il aborde notamment la manière dont les publicités pour le chocolat ciblent particulièrement les femmes, promettant non seulement une satisfaction gustative mais aussi un accomplissement émotionnel et sexuel, les mettant en scène à éprouver un plaisir intense à consommer du chocolat : *« Les publicitaires ont remplacé le tabou alimentaire par un tabou sexuel. [...] Désormais, lorsqu'une femme éprouve l'envie de manger du chocolat, dont elle sait qu'il va nuire à sa silhouette, les publicitaires l'ont munie d'une réponse instinctive pour lui permettre de surmonter toute l'idée de retenue : la conviction que la consommation de chocolat symbolise et renforce sa féminité en la satisfaisant sexuellement. Ce qui contredit précisément le fait de savoir que le chocolat va nuire à son sex-appeal en tant que femme ⁵⁵ »* (Jamel Fahim traduit par Nora Bouazzouni, 2016).

On peut donc supposer que les femmes et les hommes ne sont pas ciblés de la même manière selon le produit promu et qu'ils réagissent différemment aux contenus alimentaires

55 "The transformation of a practical food taboo into an eagerly ignored sexual taboo removes the chief obstacle preventing women from eating chocolate. [...] Women are trained, through the subjectifying effect of advertising, to reinterpret their own hesitation as the withholding from a sensual pleasure, from which, unlike the real prospect of becoming fat, there is no good reason to refrain." (Jamel Fahim, *Beyond Cravings: Gender and Class Desires in Chocolate Marketing*, 2010, p.25)

érotisés et/ou sexualisés en raison des rôles de genre et des attentes socio-culturelles d'une société donnée. Par exemple, on peut penser qu'une publicité pour un produit laitier ou chocolaté qui utiliserait une mise en scène érotisée et/ou sexualisée pourrait être plus efficace chez les femmes, peut-être davantage ciblées par le produit faisant appel à leur plaisir aussi bien gustatif que sexuel. De plus on peut aussi se demander si, selon l'apparence du corps (féminin ou masculin) mis-en-scène, le genre du récepteur ou de la réceptrice (voir l'orientation sexuelle ?) est un facteur de décision et de consommation de certains produits alimentaires. En effet, on peut se demander si les représentations érotisées et/ou sexualisées de l'alimentation sont davantage perçues comme neutres, séduisantes ou réductrices selon celui ou celle qui la regarde. Et finalement, est-ce que cette différenciation des comportements alimentaires est rendue compte, autrement qu'à travers la simple consommation, par la manière dont les aliments sont valorisés, distribués et perçus selon le genre du récepteur ?

2.2. Une influence selon l'âge ?

L'âge est un facteur déterminant dans l'évolution des consommations alimentaires d'un individu. Dès la naissance, il est question pour le nourrisson d'une sorte d'apprentissage de l'acte alimentaire consistant entre autres, en une découverte des saveurs, une autonomisation de l'acte alimentaire, une première approche du plaisir et finalement un développement du goût (Fischler, 1993) avec la construction progressive d'un répertoire d'aliments appréciés et dépréciés⁵⁶.

De 4 à 11 ans, l'enfant va, en plus de consolider l'apprentissage débuté depuis sa naissance, appréhender différentes fonctions de l'alimentation telle que : le bien-être, les normes culturelles qui encadrent l'acte alimentaire, ou encore la socialisation, notamment au sein de la famille et auprès de ses pairs, participant ainsi à la construction de son "soi" et donc à son développement social et culturel en tant qu'individu (Wright & al., 2001)⁵⁷. A

⁵⁶ PINEL-JACQUEMIN Stéphanie, 2024, Cours « Psychologie du Développement et de l'Alimentation », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁵⁷ Ibid

l'adolescence (à partir de 11 ans), les modes de vie et les préoccupations de l'individu changent, il est alors capable de réfléchir par lui-même et de faire ses propres choix. A travers l'alimentation, l'individu enfant puis adolescent va notamment être amené à marquer son appartenance à un groupe social et à l'inverse, également marquer sa distinction (Bourdieu, 1977) et donc, être un outil d'expression de l'identité de l'individu⁵⁸. Chez ces catégories d'âges, les habitudes alimentaires sont souvent influencées par les tendances médiatiques et la pression des pairs, favorisant ainsi des choix alimentaires basés sur l'envie et l'attractivité plus que le nutritif.⁵⁹ De plus, avec l'apparition de nombreux changements, tant physiques que psychologiques ou encore sexuels, l'alimentation devient un des aspects central de la vie de l'individu adolescent ou adolescente : pour sa croissance corporelle mais aussi pour le rapport avec son propre corps en pleine transformation et à l'image que celui-ci renvoie (aussi bien vis-à-vis de lui ou elle, que vis-à-vis d'autrui).

À l'âge adulte, l'individu est amené à davantage être acteur de son alimentation, devant par exemple se préparer à manger. De plus, on constate une considération pour la santé croissante. Défini par l'Organisation Mondiale de la Santé en 1946 comme *“état de complet bien-être physique, mental et social, qui ne consiste pas seulement en une absence de maladie ou d'infirmité”*, la santé s'insère ainsi également dans l'alimentation notamment à travers la médicalisation de celle-ci c'est-à-dire lorsque l'acte alimentaire est *“défini, décrit et pensé en termes médicaux”* (Poulain, 2012)⁶⁰. Cela amène alors l'individu à porter une attention plus particulière à ce qui est considéré comme sain et équilibré, adaptant ses pratiques alimentaires pour influencer et gérer son corps et sa santé dans un objectif de maintien ou d'accroissement de sa qualité de vie aussi bien d'un point de vue physique, psychique que social. A travers leur travail, Diasio et Fidolini (2019) rendent d'ailleurs compte de ce phénomène, en mettant en avant comment les hommes âgés de 40 à 60 ans en France et en Italie gèrent leurs corps et leur santé à travers leurs pratiques alimentaires.

58 SERRA-MALLOL Christophe, 2022, Cours « Socio-Anthropologie de l'Alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

59 SORIANO Gaëlle, 2022, Cours « Nutrition », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

60 POULAIN Jean-Pierre, 2023, Cours « Sociologie de l'Alimentation », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

Enfin, chez les personnes âgées, l'aspect santé est d'autant plus prédominant dans un souci d'assurer un vieillissement en bonne santé. On peut aussi parfois noter des changements et adaptations dans les pratiques alimentaires liées à : les modifications de textures de l'alimentation en raison de capacités motrices et/ou physiques moindres ou encore, la diminution de l'autonomie de l'individu ne lui permettant plus de faire ses courses et/ou de se faire à manger voire même, la nécessité d'une aide à la prise alimentaire.

C'est pourquoi, on peut dire que les comportements alimentaires d'un individu varient grandement selon son âge, reflétant alors les changements dans ses préférences alimentaires, ses besoins nutritionnels ou encore ses comportements socio-culturels qui évoluent à travers les différentes périodes traversées au cours de sa vie. Ainsi, on peut supposer par exemple que les catégories des adolescents et des jeunes adultes peuvent être plus influencées par les images érotisées et sexualisées de l'alimentation en raison de leur exposition plus régulière à de tels contenus dans les médias sociaux et la publicité. Les adultes plus âgés, ayant des valeurs peut-être plus traditionnelles, peuvent quant à eux trouver ces mêmes images inappropriées ou offensantes ou bien ne pas y percevoir le caractère érotique et/ou sexualisant. C'est ce que j'aimerais tenter de découvrir plus en profondeur à travers ce travail.

2.3. Une influence selon l'espace social ?

Comme vu précédemment, la classe sociale d'un individu influence non seulement l'accès aux ressources mais aussi les attitudes envers les normes corporelles jugées "idéales" et donc, par extension, les attitudes de consommation et pratiques alimentaires. Ainsi, les comportements alimentaires, qui incluent les choix de nourriture, les manières de manger, et les rapports à l'alimentation de manière plus globale, peuvent varier significativement selon l'espace social d'un individu.⁶¹

61 SERRA-MALLOL Christophe, 2022, Cours « Fondements disciplinaires en Sociologie », L3 Sociologie et Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

Cette variation peut être expliquée par plusieurs facteurs liés aux différentes dimensions de capital (économique, culturel, social et symbolique) que Bourdieu utilise pour décrire l'espace social. En effet, le capital économique, qui englobe les ressources financières et matérielles, influence directement les types d'aliments et produits auxquels un individu peut avoir accès. Les individus avec un capital économique plus important ont souvent accès à une variété alimentaire plus large, tandis que ceux ayant un capital moindre peuvent être limités par des contraintes économiques. De la même manière, les individus avec un niveau de capital culturel plus important peuvent avoir un accès à l'information et à la connaissance plus étendu. Ils sont également plus susceptibles de valoriser et adopter certaines pratiques alimentaires. À l'inverse, un capital culturel moindre peut limiter la connaissance et la conscience de certains principes influençant ainsi les choix alimentaires d'un individu vers ce qui est immédiatement accessible et/ou traditionnel dans leur milieu social. De plus, le capital social, qui se réfère aux relations et connexions sociales, peut influencer les comportements alimentaires à travers les normes et les habitudes partagées au sein de ces réseaux. Enfin, la consommation de certains aliments peut être une manière pour l'individu d'afficher son statut social, pour reprendre l'exemple du chocolat, Fahim (2010) a pu examiner au cours de son travail comment ce produit est commercialisé comme symbole de luxe et de classe, les chocolats haut de gamme étant souvent présentés comme moyen d'atteindre ou d'afficher une position sociale supérieure, influençant aussi les positionnements et stratégies marketing de certaines marques. Ainsi, l'espace social détermine les comportements alimentaires à travers les capitaux disponibles pour un individu, et les influences culturelles et sociales de son environnement.

Dans le cadre de ce travail, on peut donc supposer que les individus ayant des ressources, notamment économiques, culturelles et sociales, plus importantes peuvent présenter une attitude plus critique envers les contenus alimentaires érotisés et/ou sexualisés, en raison d'une plus grande sensibilisation à certaines pensées. De plus, on peut aussi supposer une accessibilité à un éventail plus large de produits alimentaires leur permettant de s'engager plus activement dans leur choix de consommation qui pourrait les amener à refléter une prise de position (ex. en désaccord avec la véhiculation de normes et stéréotypes, notamment de genre, ou à l'inverse, en "défenseur" de la liberté d'expression). En revanche, les classes moins aisées pourraient percevoir ces représentations de corps, à

travers une mise en scène érotisée et/ou sexualisée, comme des aspirations “légitimes” en raison d'une moindre exposition à la critique de ces pratiques ou bien être moins influencés par les considérations sur l'image et l'éthique d'une marque et plus attirés par l'aspect et le prix d'un produit.

De manière générale, on peut supposer que la perception des corps que va avoir un individu à travers une alimentation érotisée et/ou sexualisée, principalement lorsqu'elle est mise en scène, va influencer ses comportements alimentaires et donc, que ces comportements alimentaires différeront d'un individu à un autre en raison notamment d'une sensibilisation globale différente.

3. Hypothèse 3 - Le corps féminin davantage sexualisé que le corps masculin ?

→ *Si la mise en scène sexualisée et érotisée de l'alimentation est une manière de sexualiser les corps alors, le corps féminin serait davantage sexualisé que le corps masculin.*

3.1. Le corps féminin davantage concerné par l'alimentation érotisée et/ou sexualisée dans les médias ?

“Partout le désir féminin est recherché, acheté, conditionné et consommé”

(Ros Coward traduit par Nora Bouazzouni, 2016)

Dans son dernier rapport en date sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées^{62 63}, l'Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique (ou ARCOM anciennement Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) fait apparaître que la représentation des femmes dans la publicité est majoritaire en France (51%) par rapport à celle des hommes (49%). Concernant les publicités en lien avec l'alimentation, cette tendance est inversée, la représentation des femmes correspondant à 49% des annonces étudiées en 2023, et celle des hommes 51%. Dans le cadre de l'étude, l'ARCOM a notamment évalué la part des représentations sexualisées d'individus dans la publicité et rappelle dans leur rapport : « ont été considérés comme relevant d'une sexualisation appuyée les comportements tels qu'une attitude très suggestive, une simulation d'acte sexuel, ou encore les cadrages insistant particulièrement sur certaines parties intimes du corps ».

Ainsi, il apparaît que dans 40% des cas, les publicités mettant en scène une sexualisation des personnages, montre un rapport de séduction entre des femmes et des hommes, dans 58% des cas il y a uniquement sexualisation des personnages féminins et dans 2% des cas, uniquement sexualisation des personnages masculins : « autrement dit, en général, les hommes sont sexualisés s'ils sont représentés dans des scènes d'amour ou de séduction avec une femme alors que les femmes sont majoritairement sexualisées seules, en objet de désir ». Concernant les publicités du secteur alimentaire, l'ARCOM constate une diminution générale de la sexualisation : passant de 16% des annonces mettant en scène une sexualisation de personnages féminins en 2017 à 6% en 2022, et de 7% des annonces mettant en scène une sexualisation de personnages masculins en 2017 à 0% en 2022. Il apparaît également que tout comme le rapport de 2017, la sexualisation des femmes intègre majoritairement une logique de gourmandise et de plaisir à la dégustation d'un produit, notamment dans les publicités pour des produits laitiers ou pour du chocolat comme on a pu en rendre compte précédemment. A travers ces publicités, il y a selon Nora Bouazzouni (2016) une sorte de « *transgression du tabou de la masturbation et du plaisir féminin* » néanmoins, l'auteure confronte cette idée avec celle selon laquelle « *la publicité perpétue*

62 ARCOM, 2022, « *Etude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées* »

63 Ce rapport fait suite à l'évolution de l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 qui stipule que « L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique [...] veille au respect de la dignité de toutes les personnes et à l'image des femmes qui apparaissent dans ces émissions publicitaires. » et à la charte d'engagements pour la lutte contre les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués dans la publicité mise en place par les organisations professionnelles du secteur de l'audiovisuelle et adoptée le 6 mars 2018. <https://www.calameo.com/read/0045398757fb7de18f7d4?page=1>

l'idée que le plaisir féminin - et donc la sexualité féminine - est condamnable", or selon elle, "encourager les femmes à ne pas culpabiliser de manger, c'est leur rappeler qu'elles devraient justement se sentir coupable".

De plus, le rapport s'est également intéressé à la représentation de la nudité (partielle ou totale) dans les publicités. Aussi, il apparaît qu'en 2022, 5% des publicités visionnées présentent une forme de nudité et que cela concerne davantage la mise en scène de femmes uniquement (49%) que celle d'hommes uniquement (24%). Les publicités du secteur alimentaire concernent 7% des publicités présentant une forme de nudité.

Néanmoins, ce rapport ne s'attaquant qu'à la représentation des femmes dans la publicité télévisuelle, il n'est donc pas question ici des contenus de réseaux sociaux qui peuvent malgré tout participer à la promotion de produits et/ou être espace de partage de contenus érotisés et/ou sexualisés en lien avec l'alimentation. De plus, il n'est pas non plus question ici des publicités à caractère érotique. Aussi, dans le cadre de ce travail j'aimerais davantage porter une réflexion sur les perceptions et les conséquences de cette sexualisation des corps féminins, mais aussi masculins desquels il est moins question, à travers l'érotisation et/ou la sexualisation de l'alimentation notamment en lien avec les normes de genre, de beauté et leur impact sur les attentes sociales.

3.2. Un renforcement des normes et attentes de genres ?

« Avec une communication opposant femmes et hommes, axée d'un côté sur la minceur, la douceur et le plaisir, de l'autre sur l'énergie et la masculinité hégémonique, l'industrie agro-alimentaire, par le biais du marketing renforce les stéréotypes de genre, manipule notre "pensée magique" et influence nos pratiques alimentaires. »

(Nora Bouazzouni, 2016)

On a pu voir précédemment que l'alimentation contribuait à la différenciation des corps, particulièrement selon le genre, à travers des pratiques alimentaires et des attentes spécifiques. On peut donner l'exemple de l'injonction à un certain type de corps jugé "désirable" et/ou "acceptable" selon les normes de beauté d'une société établie, notamment pour les femmes, influençant ainsi les choix et les comportements alimentaires d'un individu. Ceci mettant au jour la manière dont l'alimentation est à la fois reflet et renforçateur des rôles de genre et des inégalités sociales au sein d'une société.

De plus, la sexualisation plus marquée du corps féminin par rapport au corps masculin dans les médias et la publicité semble tendre à perpétuer l'idée que la valeur des femmes dépend principalement de leur apparence et/ou de leur capacité à attirer le regard masculin, ce qui pourrait participer à un renforcement des stéréotypes de genre "traditionnels" où la femme est vue comme un objet de désir, contribuant alors à renforcer les normes et attentes de genre, en façonnant de manière distincte les rôles perçus des femmes et des hommes dans la société.

D'un côté, cette sexualisation des femmes instaure une norme selon laquelle la valeur des femmes est souvent évaluée sur la base de leur apparence et leur capacité à susciter le désir. Cela perpétue une attente de genre qui veut que les femmes soient surtout attractives et désirables, ce qui limite leur rôle à celui d' "objet" de plaisir visuel. De plus, cela peut les inciter davantage à vouloir adhérer à des standards de beauté parfois irréalistes.

D'autre part, en assignant ainsi principalement aux hommes le rôle de spectateur ou de "consommateur visuel" du corps féminin, le corps masculin étant moins représenté de manière sexualisée à travers les médias, on a le renforcement d'une norme masculine valorisant des attributs spécifiques telles que la retenue émotionnelle et la virilité, souvent intégrée dès le plus jeune âge. Car pas plus qu'un individu ne naît femme, il ne naît pas homme, il le devient⁶⁴. S'il est établi plusieurs formes de masculinités, une domine sur les autres : la masculinité dite "hégémonique" théorisée en 2005 par la sociologue australienne

64 Référence à la citation de Simone de Beauvoir « On ne naît pas femme : on le devient » dans *Le Deuxième Sexe II* (1986)

R. W. Connel dans son ouvrage *Masculinities*. Léane Alestra (2023) reprenant dans son ouvrage le concept de Connel la définit comme « *la masculinité dominante au sein de notre société, soit l'idéal à atteindre, à partir duquel tous les autres hommes se positionnent et se comparent* » vers laquelle la majorité des hommes sont conditionnés à tendre car valorisée par la société.

Ces représentations distinctes et inégalitaires des corps et des rôles de genre féminins et masculins contribuent à perpétuer une structure sociale où les attentes et les normes pour chaque genre diffèrent. Dans le cadre de la sexualité par exemple, si l'un doit montrer sa puissance sexuelle (hétérosexuelle), l'autre doit limiter cette dimension à la simple procréation, car comme le dit David Le Breton (2016, p.82) : « *L'homme a la faculté de féconder la femme tandis que celle-ci connaît des menstruations régulières, porte l'enfant en elle, le met au monde et l'allaité ensuite. Voilà les traits structuraux autour desquels les sociétés humaines brodent à l'infini pour définir socialement ce qu'il en est de l'homme et ce qu'il en est de la femme, les qualités et les statuts respectifs qui enracinent leur relation au monde et leur relation entre eux* ».

Ainsi, dans le cadre de ce travail on peut supposer que la représentation érotisée et/ou sexualisée de l'alimentation peut renforcer les normes et stéréotypes de genre, à la fois sexuels, sexistes et sexués, mais aussi les normes de beauté. Par exemple, une publicité montrant des individus au physique jugés comme "désirables" consommant certains types de produits ou aliments, peut inciter les spectateurs à adopter des comportements alimentaires spécifiques pour atteindre un idéal corporel. De la même manière, on peut se demander si les publicités qui sexualisent les femmes, les présentant souvent comme "gourmandes", se veulent plutôt libératrices et émancipatrices ou au contraire, plutôt réprobatrices et culpabilisantes, notamment lorsque l'aliment ou le produit promu est parfois stigmatiser : « *Après tout, la gourmandise est un péché capital, au même titre que la luxure. C'est la double peine. Triple, même. Car le chocolat, gras et sucré, symbolise l'aliment anti-régime par excellence* » (Bouazzouni, 2021, p.48).

Conclusion - Partie 2

En étudiant les intersections entre l'alimentation, la sexualité, et leur représentation médiatique, ce travail contribue à un dialogue plus large sur la question de la représentation des corps humains. La représentation de l'alimentation de manière érotisée et/ou sexualisée, particulièrement dans les médias, semble révéler un penchant pour valoriser certains types de corps et comportements, tout en marginalisant ou objectivant d'autres. Ce penchant semble d'ailleurs différencié d'un individu à un autre, laissant supposer que le genre, l'âge mais aussi l'espace social dans lequel il évolue, influence ses perceptions. Cela pose ainsi des questions sur l'impact de telles représentations sur l'identité individuelle et les relations sociales, notamment en termes de renforcement des stéréotypes de genre et de promotion de normes corporelles.

Pour vérifier les hypothèses émises, il serait pertinent de mener des études quantitatives et qualitatives telles que des enquêtes, des entretiens ou encore, des analyses de contenu multimédias etc. Ainsi, ces recherches pourraient fournir des données empiriques pour confirmer ou infirmer chaque argument et donner un aperçu détaillé de la manière dont différents groupes sociaux perçoivent l'érotisation et/ou la sexualisation de l'alimentation et ses effets sur la perception des corps dans la société française contemporaine.

Partie 3 – Méthodologie et Poursuites envisagées

CHAPITRE 1 : Présentation des méthodes de recherches en sciences sociales

Pour construire son objet de recherche et aborder son approche du terrain, il convient de faire tout d'abord un choix sur la démarche à adopter⁶⁵ : est-ce que l'on cherche à comprendre un phénomène et à l'analyser par le terrain (méthode inductive) ou est-ce que l'on cherche à ce que le terrain confirme ou infirme les hypothèses de recherche (méthode hypothético-déductive) ?

Pour l'enquêteur, ce rapport au terrain construit au fur et à mesure de la recherche passe également par les représentations initiales qu'il peut avoir de celui-ci (pré-notion au sens de Durkheim (1895), à priori, valeurs etc.), la stratégie employée pour l'accessibilité au terrain (posture de recherche endossée, mise en contact avec les enquêtés etc.), la nature et la gestion des liens tissés avec les personnes rencontrées et comment cela influence la manière dont l'enquêteur se comporte avec eux etc.

L'approche du terrain commence tout d'abord par une phase exploratoire sur l'objet de recherche choisi afin d'ouvrir des pistes de réflexions sur celui-ci.

1. Le cadrage (ou recherche) documentaire

Le cadrage (ou recherche) documentaire consiste à faire un état de l'art des connaissances déjà existantes sur le sujet traité et de se familiariser avec celui-ci. Il s'agit à la fois de rendre comptes des travaux réalisés dans les différentes disciplines en sciences sociales (ex. sociologie, histoire, droit, psychologie etc.) ayant traité le sujet et, savoir orienter son objet vers la perspective désirée⁶⁶ : définir le terrain et l'objet de recherche à partir de sources objectives, en sélectionnant les données qui apportent à la fois des éléments de

65 ROCHEDY Amandine, 2023, Cours « Méthodologie Qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

66 MAYER Julie et THIRON Sophie, 2023, Cours « Atelier Terrain », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

définition, mais aussi des éléments de compréhension sur le sujet. Ce travail de cadrage s'inscrit dans la phase exploratoire.

Ainsi, cela permet de :

- prendre connaissance et synthétiser des recherches déjà effectuées sur l'objet choisi, et/ou de définir plus précisément l'objet (au travers des concepts et notions mobilisés), et/ou d'explicitier le choix d'objet (et le cas échéant, d'affiner une question de départ/de recherche) ;
- dégager des éléments pertinents concernant le terrain afin de le contextualiser.

2. Les méthodes qualitatives

Les méthodes qualitatives permettent d'approfondir, d'examiner et comprendre des phénomènes et comportements sociaux. Ici, il n'est pas recherché la collecte de grandes quantités de données, mais plutôt l'acquisition de données approfondies.

2.1. L'observation

L'observation est une technique qui permet une analyse du réel : elle permet de décrire des comportements, des lieux, des situations et des émotions auxquels l'enquêteur assiste en tant qu'observateur⁶⁷. Elle peut se faire en exploratoire de la recherche, permettant alors de rendre compte des éléments du terrain, ou bien au cours de la recherche, afin d'approfondir et compléter les données récoltées (l'un n'empêchant pas l'autre).

Il existe 2 types d'observation :

67 ROCHEDY Amandine, 2023, Cours « Méthodologie Qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

- l'observation participante → l'enquêteur est immergé pleinement dans l'expérience et y prend part activement ;
- et l'observation non-participante → l'enquêteur ne fait pas partie du cadre social observé.

Il y a également 2 postures envisageables pour un enquêteur dans le cadre d'une observation : incognito (l'enquêteur observe sans être vu et/ou sans dévoiler sa démarche de recherche) ou à découvert (l'enquêteur observe en ayant informé les personnes observées de la démarche de recherche).

Pour préparer une observation, il convient de réaliser une grille d'observation "support" qui permet à l'enquêteur de penser et répertorier les thématiques qui devront être spécifiquement observées en lien avec son objet et/ou sa question de recherche.

2.2. L'entretien

L'objectif de l'entretien est de recueillir directement auprès d'un individu, des logiques d'action, des croyances, des motivations, sur un phénomène⁶⁸. Tout comme pour l'observation, un entretien peut être réalisé à tout moment de la recherche, comme en complément d'une observation ou d'une enquête quantitative par exemple, il s'agit ici de produire un discours. On dénombre 3 grands types d'entretien : l'entretien libre (ou non-directif), l'entretien semi-directif et l'entretien directif.

- L'entretien libre (ou non-directif)

Ici, l'enquêteur donne à l'enquêté(e) une consigne unique avec le ou les thèmes à aborder que ce dernier peut développer comme il le souhaite. L'enquêteur intervient peu si ce n'est pour relancer et montrer son intérêt. Ce type d'entretien est notamment utilisé lorsqu'il y a

⁶⁸ Ibid

peu d'études sur un sujet pour en ressortir des premières lignes d'approche. Il est aussi souvent utilisé comme "exploratoire" soit à une enquête qualitative soit pour construire un questionnaire. Cela peut se présenter sous la forme d'un récit ou d'histoire de vie qui consiste, pour un individu, à développer sa vie, son histoire, son parcours pour donner des éléments de lectures sur sa situation actuelle.

- L'entretien semi-directif

Il y a ici la réalisation en amont d'un guide d'entretien c'est-à-dire les grands thèmes souhaités à aborder pour l'intérêt du sujet choisi avec une proposition de questions et relances par thématiques. La réalisation de ce guide permet d'en quelque sorte "cadre" l'entretien, avoir une ligne directrice. Au cours de ce type d'entretien, l'enquêteur laisse la personne enquêtée développer comme elle le souhaite sur les questions posées, il n'intervient que pour relancer et montrer son intérêt mais aussi pour demander des précisions ou des approfondissements sur des propos.

- L'entretien directif

Ici, l'enquêteur dirige l'entretien, les questions posées sont plutôt courtes et la conversation se rapproche d'un questionnaire oral. Il y a là encore la réalisation d'un guide d'entretien.

Le guide d'entretien est un mémento, un guide des thèmes, que l'enquêteur souhaite aborder durant l'entretien, il structure "la pensée" du chercheur et est utilisé comme support (sauf dans le cas d'un entretien directif). Les thématiques et les questions posées dans le guide d'entretien doivent être construites de manière à avoir une ligne directrice allant du plus général au plus détaillé, cependant cet ordre peut être modulé lors de l'entretien.

De plus, la formulation des thèmes et des questions doit aider à répondre à la question de recherche posée. Elles doivent donc être formulées de façon simple et accessible et ne pas être trop spécifiques pour permettre à l'enquêté(e) de développer sa réponse.

L'entretien est également une situation d'observation pour l'enquêteur : sur l'environnement (surtout si le lieu est un lieu connu et/ou familier de l'enquêté(e)), mais aussi sur l'attitude de l'enquêté(e) et sur les évolutions de l'interaction (ex. moment où l'enquêté(e) se sent le plus à l'aise ou à l'inverse gêné selon les thématiques et questions posées) notamment perceptible à travers la communication non-verbale et silences.

Lors de la réalisation d'un entretien il convient de prendre une considération particulière sur le lieu de déroulement de celui-ci de sorte que l'enquêté(e) s'y sente bien et le temps prévu pour la réalisation de l'entretien.

L'entretien demande à l'enquêteur d'adopter une certaine posture telle que celle d'avoir conscience de sa position sociale et de l'éventuelle distance sociale avec les enquêtés, être d'une écoute active, faire preuve d'empathie ou encore, faire une retranscription et/ou une reformulation fidèle des propos de l'enquêté(e).

2.3. Le focus groupe

Le focus groupe équivaut à un entretien collectif : plusieurs enquêtés sont interviewés en même temps. Cela présente un avantage conséquent car pousse les personnes à s'exprimer et à confronter ou non leurs opinions sur un même temps⁶⁹.

Néanmoins, dans le cadre de cette technique le discours peut s'avérer être moins développé que lors d'un entretien individuel. De plus, la dynamique de groupe peut faire ressortir une ou des personnalités qui prennent l'ascendant sur le discours et à l'inverse en invisibiliser d'autres. Des sujets jugés plus "intimes" sont également plus difficiles à évoquer en groupe. Enfin, le focus groupe suppose d'avoir une pièce susceptible d'accueillir assez de monde et un matériel adéquat pour filmer et enregistrer (et donc faciliter la retranscription par la suite).

69 Ibid

3. Les méthodes quantitatives

Les méthodes quantitatives sont des techniques de recherche en sciences sociales qui emploient des analyses mathématiques et statistiques pour permettre de décrire, expliquer et prévoir des phénomènes en utilisant des variables mesurables⁷⁰.

3.1. L'échantillonnage

L'objectif des méthodes quantitatives est de faire ressortir des grandes lois ou régularités sociales soit, démontrer qu'un phénomène peut s'expliquer par des données sociales concrètes en interrogeant un grand nombre d'individus.

Pour ce faire, il convient d'avoir un échantillon jugé "représentatif" de la population étudiée. Si l'on souhaite savoir si un échantillon est représentatif de la population française par exemple, il faut retrouver dans celui-ci les mêmes proportions générales rendues compte par le recensement de l'INSEE dans chacune des différentes catégories de la population (ex. genre, âge, niveau de diplôme, catégorie socio-professionnelle etc.).

3.2. Le questionnaire

A la différence d'un sondage qui ne comprend qu'une question, le questionnaire permet de développer un sujet autour de plusieurs questions⁷¹.

On note 3 phases à l'enquête par questionnaire : le recueil d'informations, le traitement de ces informations et enfin, leur analyse. En amont d'une enquête par questionnaire, il convient de penser : les informations que l'on souhaite recueillir et donc les thématiques à

70 BARREY Sandrine, 2024, Cours « Méthodologie Quantitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

71 Ibid

aborder, le ou les modes d'administration du questionnaire ainsi que le format des questions et les modalités proposées.

Il existe plusieurs types d'administration pour un questionnaire : soit par le recours à des enquêteurs (en face à face ou par téléphone), soit auto-administré par l'enquêté(e) (sur support papier ou via internet). Le format des questions posées peut être soit d'ordre "fermé", c'est-à-dire avec proposition de modalités, soit "ouvert", c'est-à-dire que l'enquêté(e) est amené à donner lui-même des éléments de réponse voire à les justifier.

Le questionnaire peut permettre de faire ressortir des indicateurs à savoir, ce qui indique un comportement et qui permet de faire des comparaisons dans le temps et dans l'espace.

De manière plus générale, les méthodes quantitatives permettent de faire ressortir des tendances à partir de données statistiques mais limitent un approfondissement et/ou un développement des réponses avec les enquêtés, là où à l'inverse, les méthodes qualitatives permettent de comprendre des phénomènes, d'en faire une analyse descriptive sans en rechercher une généralité.

Pour l'utilisation de certaines de ces techniques, notamment l'entretien et le questionnaire, il convient à l'enquêteur de recueillir un consentement libre et éclairé de l'enquêté(e) ainsi que de prendre garde à bien respecter l'ensemble des réglementations du Règlement Général sur la Protection des Données (aussi dit RGPD) pour pouvoir utiliser et analyser les données personnelles collectées.

CHAPITRE 2 : Choix du terrain et appréhension de celui-ci

Dans le cadre du travail entamé cette année, on peut envisager l'utilisation de plusieurs des techniques présentées à partir d'un terrain cible qui, à partir des données recueillies et de leur analyse, permettra de donner des éléments de réponse à la problématique posée.

1. Population ciblée

Afin de vérifier les hypothèses émises et permettre d'élaborer des éléments de réponses à la question de recherche posée, j'ai fait le choix de m'intéresser à la réception et la perception du corps à travers l'alimentation sexualisée et érotisée d'une population adulte en y excluant les seniors, à savoir : les individus, femmes et hommes, de plus de 18 ans et de moins de 65 ans inclus. Ce choix de population a été réfléchi du fait des thématiques abordées et de l'aspect "intime" que celles-ci peuvent présenter ainsi que de mon intérêt personnel pour la recherche envisagée. Aussi, je pense qu'ils et elles sont, probablement, les récepteurs majoritaires et la cible principale des représentations du genre (qu'elles soient contenues de réseaux sociaux, publicités, articles, produits etc.) et donc les plus à même à être en contact avec la relation entre alimentation et sexualité. De la même manière, interroger des individus d'âge et de génération différents, aussi bien jeunes adultes que quasi-sénior, qu'ils soient femmes ou hommes, me semble intéressant afin de pouvoir confronter les points de vues et auquel cas, peut-être en dégager une tendance.

Si les moins de 18 ans et les plus de 65 ans peuvent également être exposés, volontairement ou involontairement, à des représentations sexualisées et érotisées de l'alimentation, je préfère me limiter ici à une seule catégorie "d'âge" qui me semble déjà très large et potentiellement suffisamment source de nombreuses données comparables. De

plus, personnellement, je ne me sens à l'heure actuelle pas en mesure d'aborder ces thématiques avec ces 2 autres catégories de populations.

Ainsi, si l'opportunité de continuer ce travail se présente, j'aimerais pouvoir mener des entretiens pour appréhender les positionnements et regards qu'ont les 18-65 ans aujourd'hui sur cette thématique du rapport au corps à travers l'association de l'alimentation et de la sexualité, voir peut-être m'appuyer sur un questionnaire préalablement réalisé pour m'aider à définir et structurer les axes de discussion. De plus, dans la continuité de ce qui a pu être commencé cette année, il me semble intéressant de réaliser une sorte d'observation plus approfondie et concrète des différentes représentations retrouvées dans la société française contemporaine actuelle.

2. Méthodologie probatoire

2.1. L'observation

L'observation, dans le cadre du sujet présenté ici, permettrait de rendre compte de manière concrète des éléments du terrain à savoir, la présence ou non d'une alimentation sexualisée et/ou érotisée dans la vie quotidienne et ce notamment au sein de la sphère publique. D'après les éléments collectés au cours de la recherche documentaire on peut supposer retrouver cette relation alimentation et sexualité directement au travers de produits alimentaires ou bien en (re)présentations de produits alimentaires ou plats culinaires.

Ainsi, on pourrait envisager de réaliser une première observation dans les commerces alimentaires et spécialisés pour voir comment sont présentés les aliments et substances dits et/ou reconnus comme aphrodisiaques : Y en a-t-il ? Quelle quantité ? Dans quels rayon(s) ? Sont-ils tous regroupés ensemble ou sont-ils intégrés à d'autres aliments/produits alimentaires ? De quelle(s) manière(s) sont-ils rendus visibles ? Sont-ils

reconnus unanimement comme aphrodisiaques ? Y-a-t-il mention de propriétés aphrodisiaques pour l'aliment/le produit ? etc.

En plus de l'observation des aliments et substances présentés comme aphrodisiaques dans les commerces on pourrait également faire l'observation des contenus diffusés et existant dans la sphère publique tels que les publicités de produits alimentaires.

Pour ce faire, il peut être intéressant de différencier 3 niveaux d'observations : la publicité dans sa globalité (ex. produit concerné, médias sur lesquels elle est diffusée, durée de l'annonce, heures de diffusion etc.), les acteurs et le scénario de la publicité (ex. nombre de protagonistes, genres, âges, rôles, présentation, actions, relations et interactions, voix off, cible supposée etc.) et enfin les données relatives au produit (ex. le type de produit alimentaire promu [famille d'aliments, sucré/salé, transformé ou non, repas/en-cas etc.], visibilité, slogan etc.). On pourrait de la même manière envisager l'observation de contenus de réseaux sociaux.

2.2. Le questionnaire

Le questionnaire pourrait être utilisé en base exploratoire en amont des entretiens par exemple. Il peut, en effet être un bon outil pour “balayer” des premiers éléments de recherches et de pensée générale en permettant de recueillir des données sur les perceptions et les opinions des individus concernant l'érotisation et/ou la sexualisation de l'alimentation et ainsi analyser comment ces représentations sont interprétées selon les différents groupes sociaux. De plus, il a pour avantage de pouvoir être anonyme et donc de plus facilement “libérer” la parole des enquêtés sur certaines questions pouvant être considérées comme étant de l'ordre de l'intime.

En outre, l'utilisation d'un questionnaire me permettrait d'identifier concrètement les variations concernant les perceptions des représentations érotisées et/ou sexualisées de

l'alimentation selon le genre, l'âge et l'espace social des individus, voire peut-être rendre compte de certaines tendances sur qui est le plus affecté et/ou le plus réceptif à ces représentations dans la société française contemporaine actuelle.

Aussi, le questionnaire a l'avantage de pouvoir être distribué et/ou diffusé à un grand nombre d'individus, permettant ainsi d'obtenir un plus large éventail de réponses et donc accentuer les possibles généralités qui peuvent en ressortir.

On pourrait retrouver des questions telles que⁷² :

- Personnellement, trouvez-vous une personne présentée comme “gourmande” plutôt :

Modalités : très séduisante / séduisante / pas très séduisante / pas du tout séduisante

- Pour vous mettre en appétit, qu'est-ce qui est le plus important pour vous ?

Modalités : voir / goûter / toucher / sentir

- On dit de certains aliments qu'ils sont aphrodisiaques, c'est-à-dire qu'ils stimulent le métabolisme humain, notamment les organes impliqués dans l'énergie sexuelle. Vous, personnellement, pensez-vous que des aliments comme le gingembre, les asperges, la truffe ou encore les huîtres ont véritablement des vertus aphrodisiaques ?

Modalités : oui / non

- Vous est-il déjà arrivé de manger volontairement des aliments reconnus pour leurs vertus aphrodisiaques ?

Modalités : oui / non

- Vous est-il déjà arrivé de cuisiner des aliments pour leurs vertus aphrodisiaques ?

Modalités : oui / non

⁷² Les questions proposées s'inspirent du questionnaire réalisé en 1994 par Willy PASINI pour son enquête sur les habitudes érotico-alimentaires des Français (PASINI, 2004)

- Je vais vous citer une liste d'aliments. Pour chacun d'eux, vous me direz si, selon vous, l'aliment est :

Modalités : plutôt masculin / plutôt féminin / les deux / ni l'un ni l'autre

(liste d'aliments : fromages, banane, chocolat, yaourt, bière, pêche, eau pétillante, biscuit, concombre, lait, saucisse, choux à la crème, groseilles, pomme, pâtes, huîtres, bonbon, aubergine, asperge, moutarde, piment, raisin, escalope, gingembre, safran, courgette, poireaux, vanille, rognons, truffes...)

2.3. L'entretien

L'entretien, plutôt de type semi-directif, permettrait, comme vu plus tôt, de discuter de manière structurée et plus approfondie des questions qui touchent les thématiques de l'alimentation et de la sexualité et notamment, des représentations de l'alimentation érotisée et/ou sexualisée pensées et/ou mises en scène, ainsi que des perceptions du corps auxquelles cela peut renvoyer pour un individu. De plus, cela pourrait également être l'occasion d'utiliser les observations réalisées sur les contenus de réseaux sociaux et/ou publicités pour les utiliser comme supports de discussion.

Si l'occasion se présente, réaliser une vingtaine d'entretien me paraîtrait idéal permettant à la fois : de croiser les propos recueillis entre eux, ce qui me semble être une bonne première base d'analyse à la recherche, mais aussi de pouvoir m'entretenir avec des profils d'enquêtés variés (en termes de genre, mais surtout d'âge et génération ou encore, de milieux socio-économique et culturels). De plus, si cela est possible, croiser, voire même confronter, les regards de personnes affiliées entre elles telles que des couples et/ou des parents/enfants me paraîtrait également intéressant.

Au vu de mon sujet et des thématiques abordées je suis aux faits des difficultés que je pourrai être amenée à rencontrer. D'une part sur ma posture d'enquêtrice, consciente d'être à la limite de l'intimité d'autrui. Et d'autre part, sur la recherche d'enquêtés qui

accepteraient de répondre à mes questions. En effet, une sorte de pudeur pourrait être ressentie de la part des individus car, comme dit plus haut, les thématiques de l'alimentation mais surtout de la sexualité sont plutôt considérées comme faisant partie de l'intime d'un individu. Aussi, les thématiques de mon sujet peuvent sembler frivoles pour certains et certaines ou bien, prêter à sourire et donc être jugées comme non sérieuses ou indignes d'intérêt. Je me suis donc longuement interrogée sur la manière de présenter mon travail lors de la prise de contact pour un entretien, aussi celle-ci pourrait se faire de la manière suivante :

« Bonjour,

Je me présente Clélia, je suis actuellement étudiante en Master de Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation au sein de l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation à l'Université Toulouse Jean Jaurès.

Dans le cadre de mes études, je m'intéresse à la relation entre alimentation et sexualité dans la société française, notamment à travers les médias. Ainsi, je cherche des volontaires qui accepteraient d'échanger avec moi sur le sujet au cours d'un entretien. Cet échange serait libre, prenant la forme d'une discussion en questions/réponses pour mieux vous guider.

Si vous l'acceptez, cette entrevue sera enregistrée pour permettre une retranscription ultérieure qui soit la plus fidèle aux propos tenus, et qui me servira par la suite comme matière d'analyse. Je tiens à préciser que cet enregistrement ne sera évidemment utilisé que dans le cadre de mes recherches. De plus, il sera entièrement anonymisé et confidentiel ainsi aucun lien entre ce que vous direz et votre personne ne sera possible.

Selon vos disponibilités, nous pouvons réaliser cet entretien quand et où vous le souhaitez, à savoir que je conseille de compter une durée d'environ 1h30.

Pour pouvoir organiser cette rencontre voici mes coordonnées de téléphone et mail : (...)

Aussi, pour faciliter l'échange pourriez-vous me communiquer un numéro de téléphone et/ou une adresse mail sur lesquels je puisse vous recontacter.

Vous remerciant d'avance,

Clélia »

Aussi, en prévision de possibles entretiens j'ai élaboré au cours de l'année un premier guide (présent en Annexe C p.90). Pour le construire, je suis partie des questions que je me posais au vu de mon sujet et de la question de recherche posée en lien avec la perception des corps à travers la représentation de l'alimentation de manière érotisée et/ou sexualisée. N'ayant pas réalisé une observation concrète directement sur le terrain, il s'agit ici d'une ébauche préliminaire de guide basée sur les recherches documentaires menées.

Ainsi, outre une partie talon sociologique pour présenter l'enquêté(e), je souhaite d'abord aborder avec ce dernier une première partie sur les notions de gourmandise, de plaisir et de sens à savoir, la signification qu'elles ont pour lui, comment il ou elle les définit, la place qu'il ou elle leur accorde dans leur vie quotidienne etc. Il s'agit avant tout pour cette partie de faire un état des lieux des sens donnés par l'enquêté(e) sur certaines notions qui encadrent les thématiques de l'alimentation et de la sexualité de manière très générale. Ensuite, j'ai imaginé une partie spécifique aux aphrodisiaques, notamment alimentaires, pour pouvoir faire un état des connaissances de l'enquêté(e) sur ceux-ci et connaître son rapport quant à leur consommation. Puis, construite de la même manière que la partie précédente, une partie spécifique à la notion de "food-porn" et au rapport qu'entretient l'enquêté(e) avec le visuel d'un plat. Pour faire suite, une question plutôt "pratique" à travers laquelle j'aimerais que l'enquêté(e) classe des aliments selon (ou non) l'attribution qu'il en fait à un genre ou à un autre et pourquoi. Pour finir, une dernière partie pour interroger l'enquêté(e) sur ses rapports aux corps, aussi bien le sien que celui d'autrui, à travers les représentations érotisées et/ou sexualisées de l'alimentation en m'appuyant sur des contenus et publicités préalablement analysés, et aussi observer les réactions de l'enquêté(e) sur ces images.

Conclusion

Ce projet, d'abord né d'un questionnement quant à la relation entre alimentation et sexualité dans la société d'aujourd'hui, m'a permis de réaliser l'étendue de cette thématique. Qu'il soit question d'introduction de l'alimentation dans la sexualité, comme cela est le cas avec les aliments reconnus aphrodisiaques ou les jeux de langage par exemple, ou bien de l'introduction de la sexualité dans l'alimentation, comme cela est le cas avec la tendance food-porn ou la mise en scène de certaines publicités alimentaires, la combinaison des deux thématiques m'est apparu beaucoup plus prégnante que ce que j'imaginai m'amenant à me poser la question suivante : pourquoi cherchons-nous tant à lier alimentation et sexualité ?

Les premiers éléments récoltés à partir de la recherche littéraire menée, m'ont permis de comprendre de manière générale les tenants et aboutissants de cette association de l'alimentation et de la sexualité et les dimensions bio-psycho-socio-culturelles qui en relèvent : de comment, pourquoi et de quelle manière elle a pu être introduite par le passé à son maintien, sa forme et sa présence dans notre société française contemporaine actuelle. De part la relation au corps à laquelle l'association alimentation et sexualité se rapporte, ces recherches m'ont également permis de m'intéresser au concept de sexualisation, puis d'érotisation, mais aussi aux notions de sexe et de genre, m'amenant à me questionner sur la perception, pensée et perçue, des représentations en lien avec l'alimentation et la sexualité, selon les caractères sociaux d'un individu.

C'est donc à partir de tous ces éléments recueillis que s'est construite ma problématique et les premières hypothèses qui en ont découlées. Tout d'abord, un premier postulat d'une perception des représentations érotisées et sexualisées de l'alimentation différenciée selon les individus et les groupes sociaux auxquels ils appartiennent. Ensuite, un postulat selon lequel cette perception différenciée amène à des comportements alimentaires individuels également différenciés. Enfin, un postulat selon lequel le corps féminin serait davantage sexualisé que le corps masculin à travers la mise en scène de manière érotisée et/ou

sexualisée de l'alimentation. N'ayant pu réaliser d'entretiens ou questionnaires exploratoires au cours de cette année, les arguments présentés pour chacune des hypothèses se basent dans ce travail uniquement sur les données de la recherche documentaire menée, et n'ont pu, à ce jour, être plus développées et enrichies par d'autres perspectives de recherches.

En prévision d'une suite à donner à cette première exploration, j'ai envisagé plusieurs outils de recherches utilisés en sciences sociales qui me permettraient d'affirmer ou infirmer les différentes hypothèses émises. La première, une observation pour rendre compte des représentations alimentaires érotisées et/ou sexualisées retrouvées dans le quotidien français actuel. La seconde, l'utilisation d'un questionnaire qui me permettrait de recueillir des données sur les perceptions et les opinions des individus concernant l'érotisation et/ou la sexualisation de l'alimentation et donc analyser comment ces représentations sont interprétées selon les différents groupes sociaux (genre, âge, espace social). Enfin, la réalisation d'entretiens de type semi-directif, qui permettraient d'approfondir davantage la question du regard porté par un individu sur ces représentations pensées et/ou mises en scène, ainsi que les perceptions du corps auxquelles cela renvoie pour celui-ci.

Une des plus grandes limites du terrain choisi est certainement sa vastité, que ce soit en terme de population ciblée très hétérogène, à savoir les individus de 18 à 65 ans, ou bien en terme de représentations érotisées et/ou sexualisées de l'alimentation présentes dans les médias dans la société française (ex. la publicité, le contenu de réseaux sociaux mais aussi la littérature, la peinture, la musique, le cinéma etc. que je n'ai pas abordé ici). De plus, je pense que pour pouvoir réaliser une analyse qui soit le plus exhaustive possible sur le sujet, cela nécessitera (beaucoup) de temps. Ainsi, si la possibilité de poursuivre ce travail se présente, je serai sûrement amené à revoir mon ambition à la baisse et à davantage structurer ma pensée. Aussi, une des principales difficultés que je serai sûrement amenée à rencontrer sur ce travail en tant que chercheuse et individu assignée femme, est le regard porté sur le sujet. Car bien qu'ayant une volonté d'être la plus objective qui soit je doit reconnaître ma sensibilité et ma réceptivité plus importante quant aux corps perçus comme

féminin et les individus assignés femmes, qui pourrait affecter la manière dont j’articule le sujet, notamment vis-à-vis du corps perçu comme masculin et les individus assignés hommes.

Au cours de ce travail j’ai pu rencontrer certaines difficultés telles que la distinction, parfois fine, entre représentation érotisée et représentation sexualisée, notamment dans les médias, ou encore l’oscillation entre ces deux représentations dans une même présentation. En effet, j’ai pu observer que certaines mises en image font à la fois usage des codes de l’érotisation, à travers la recherche d’une certaine esthétique, mais aussi des codes de la sexualisation, à travers une mise en scène et/ou un champ lexical à connotation sexuelle plus ou moins fort et/ou une véhiculation de certaines normes de genre. Aussi, ayant pu entre-apercevoir à travers ces premières recherches que ces représentations, notamment lorsqu’elles sont mises en scène de manière sexualisée, pouvaient également participer à une sexualisation des corps, cela m’amène à me poser la question de la “légitimité” de la diffusion de telles images qui peuvent d’une certaine manière participer à la réduction d’un individu. Aussi, dans une société où l’atteinte à la dignité de la personne humaine, notamment dans son intégrité physique et psychique, est particulièrement réglementée, je me questionne sur les limites de la véhiculation de certaines de ces images parfois à la limite de la pornographie, de part le caractère plus ou moins obscène qu’elles peuvent revêtir. De plus, cela m’amène à me demander si d’une certaine façon, ces images ne participaient pas en un sens à la véhiculation d’une certaine norme de la sexualité.

Table des Annexes

Annexe A – Affiche publicitaire Candia pour la crème Babette, 2000.....	86
Annexe B – Affiches publicitaires pour la saucisse de Morteau, 2013 et 2014	87
Annexe C - Guide d’entretien réalisé au cours de l’année.....	88

Annexe A – Affiche publicitaire Candia pour la crème Babette, 2000



**Annexe B – Affiches publicitaires pour la promotion de la saucisse de Morteau, 2013
et 2014**



Annexe C - Guide d'entretien réalisé au cours de l'année

Thématique Générale : « Les rapports aux corps à travers l'alimentation sexualisée et érotisée »

Question de Recherche : *La représentation, à la fois mise en scène et pensée, de façon érotisée et sexualisée de l'alimentation est-t-elle une manière de sexualisation des corps humains dans la société française contemporaine actuelle ?*

Talon Sociologique :

- Enquêteur/Enquêtrice : Clélia R.
- Lieux + Date et Heure :
- Météo :
- Environnement/Ressentis (ambiance/atmosphère) :

→ Début de l'entretien : Rappels thématiques du sujet, but de l'entretien, autorisation pour enregistrer, signature du document RGPD...

« Bonjour, merci d'accepter de prendre le temps pour répondre à mes questions concernant mes recherches sur la relation entre alimentation et sexualité, que je réalise dans le cadre de mon master en sciences sociales appliquées à l'alimentation à l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation à l'Université Toulouse Jean-Jaurès.

Les propos que vous tiendrez au cours de cet échange, me serviront de matières d'analyse et resteront strictement confidentielles : de ce fait toutes vos informations personnelles seront anonymisées, et aucun lien entre ce que vous direz et votre personne ne sera fait. Bien sûr, aucune réponse n'est bonne ou mauvaise, d'ailleurs, n'hésitez pas à me reprendre si une question ou un propos ne vous paraît pas clair.

Voyez-vous un inconvénient à ce que j'enregistre l'entretien afin de garder une trace de celui-ci pour pouvoir faciliter mon analyse par la suite ? Vous pouvez demander à l'arrêter dès que vous le souhaitez sans le justifier, de même pour l'échange. Je vous invite aussi à signer ce document de consentement sur la protection de vos données avant de débiter.

Si vous êtes prêt(e), on peut commencer...»

“Talon Sociologique”

- Pouvez-vous vous présenter ? → Quel âge avez-vous ? De quel sexe vous identifiez-vous ? Quelle est votre situation familiale ? Quelle est votre situation socio-professionnel (actif, étudiant etc..) ? Dans quel domaine/secteur/spécialité ?
- [Avez-vous des hobbies/loisirs etc... ? Si oui, lesquels ?]

Thématique 1 - “Gourmandise, plaisir et sens”

- Pour vous qu'est-ce que la gourmandise ?

- Comment percevez-vous une personne qualifiée de “gourmande” ?
- Pour vous, qu’est-ce que le plaisir ? De quelle manière ressentez-vous le plaisir dans votre vie quotidienne ? Qu’est-ce qui vous procure du plaisir ?
- La notion de plaisir dans l’alimentation est-elle quelque chose qui vous importe ? Pourquoi ?
 - Si oui, de quelle manière alliez-vous la notion de plaisir à l’alimentation ?
- La notion de sens vous étonne-elle pour parler d’alimentation ? A quoi fait-elle référence selon vous ? Est-ce important pour vous ?
- Si je vous dis “alimentation et sexualité” à quoi cela vous fait-t-il penser ?

Thématique 2 - “Les Aphrodisiaques”

- Connaissez-vous le terme “aphrodisiaque” ? Si oui, selon vous à quoi cela correspond-t-il ? A qui sont-ils destinés ?
- Savez-vous que certains aliments sont dits “aphrodisiaques” ? En avez-vous déjà entendu parler ?
- Pourriez-vous citer certains aliments dits “aphrodisiaques” ? Les distinguez-vous ?
- Vous personnellement, pensez-vous que ces aliments ont véritablement des vertus aphrodisiaques ? Pourquoi ?
- Vous est-il déjà arrivé de manger volontairement ou de préparer des plats contenant certains aliments reconnus pour leurs vertus aphrodisiaques ? Pourquoi ?

Thématique 3 - “La/le Food-Porn”

- Quand vous mangez, le visuel de votre plat est-il quelque chose qui vous importe ? Pourquoi ?
- Voici 2 images d’un même plat (ex. Photo de burger “food-porn” et photo de burger “simple”) :
 - Que voyez-vous/Pouvez-vous me les décrire ? Quelles sont pour vous la ou les différences entre ces 2 photos ?
 - Pouvez-vous me dire laquelle vous donne le plus envie ? Pourquoi ?
 - Que ressentez-vous ?
- Avez-vous déjà entendu parler de la notion de “food-porn” ? Que pouvez-vous m’en dire ? Qu’en pensez-vous ?
- Êtes-vous familiarisé avec cette pratique ?
 - Vous arrivent-ils de regarder des images de “food-porn” ? Pourquoi ?
 - Si oui, via quel(s) support(s) ?
 - Vous arrivent-ils de prendre vos plats en photos ? Pour quelles raisons ? Ressemblent-elles à ça ? Pourquoi ?

Thématique 4 - “Classement et Représentation d’aliments”

- Je vais vous citer une liste d’aliments. Pour chacun d’eux, vous me direz si, selon vous, c’est un aliment plutôt masculin, plutôt féminin, les deux ou ni l’un ni l’autre : fromages, banane, chocolat, yaourt, bière, pêche, eau pétillante, biscuit, concombre, lait, saucisse, choux à la crème, groseilles, pomme, pâtes, grenade, huîtres, bonbon, aubergine, asperge, moutarde, piment, raisin, escalope, gingembre, safran, courgette, poireaux, vanille, rognons, truffes
 - Pourquoi classer ces aliments ainsi ?

Thématique 5 - “Érotisation et/ou sexualisation de l’alimentation et rapports aux corps”

- Pouvez-vous me décrire cette publicité ? (ex. nombre de protagonistes si il y en a, genre et “âge” supposés de ces derniers, relation si plusieurs protagonistes, rôles/que font-ils ?, comment sont-ils présentés ?, voix off féminine ou masculine s’il y en a une etc.)
 - Selon vous, quels sont le ou les arguments de l’annonce ?
 - Y voyez-vous une cohérence avec le produit promu ?
 - D’après vous, qui sont les cibles de cette annonce ?
 - Que ressentez-vous au visionnage de cette publicité ?
 - Comment est présenté le corps ici ? Qu’en pensez-vous ?
- Pouvez-vous me classer ces images/vidéos ? Pourquoi faire un tel classement ?
 - Si je vous dis “érotisation” cela vous parle-t-il ? Comment définissez/définiriez-vous ce terme ?
 - Et si je vous dis “sexualisation” ? Comment définissez/définiriez-vous ce terme ?
 - Selon-vous quelles images/vidéos sont de l’ordre de l’érotisation ? De la sexualisation ? Des deux ?
- De manière générale, comment est présenté le corps sur ces visuels selon vous ? Qu’en pensez-vous ? Tous les corps sont-ils représentés de la même manière ?
- Que ressentez-vous à la vue de ces images/vidéos ? Laquelle vous interpelle le plus (positivement et/ou négativement) ? Pourquoi ?

→ Pour finir : Est-ce que l’entretien s’est bien passé ? Avez-vous quelque chose à rajouter : un approfondissement sur ce qu’on a pu aborder au cours de cet échange ou un point que nous n’aurions pas abordé ? + Remerciements

Fiches signalétique :

- Nom, Prénom :
- Numéro de téléphone :
- Mail :

Bibliographie

ALESTRA Léane, 2023, *Les hommes hétéros le sont-ils vraiment?*, Première édition., Paris, JC Lattès (coll. « Nouveaux jours »), 323 p.

BERTRAND Bernard, 2011, *L'herbier érotique: histoires et légendes des plantes aphrodisiaques*, Paris, le Grand livre du mois.

BOUAZZOUNI Nora, 2021, *Steaksisme: en finir avec le mythe de la végé et du viandard*, Paris, Éditions Nouriturfu (coll. « Le poing sur la table »). 134 p.

BOUAZZOUNI Nora, 2017, *Faiminisme: quand le sexisme passe à table*, Paris, Éditions Nouriturfu. 117 p.

CLEMENT MARIE-CHRISTINE, 2012, « Gourmandise » dans Jean-Pierre Poulain (ed.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, 1^{re} édition., Paris, Presses universitaires de France (coll. « Quadrige dicos-poche »), p. 639-648

DANY Lionel et MORIN Michel, 2010, « Image corporelle et estime de soi : étude auprès de lycéens français », *Bulletin de psychologie*, 1 septembre 2010, Numéro 509, n° 5, p. 321-334.

DIASIO Nicoletta et FIDOLINI Vulca, 2019, « Garder le cap. Corps, masculinité et pratiques alimentaires à « l'âge critique »: », *Ethnologie française*, 9 septembre 2019, Vol. 49, n° 4, p. 751-767.

DUPUY ANNE ET POULAIN JEAN-PIERRE, 2012, « Plaisir Alimentaire » dans Jean-Pierre Poulain (ed.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, 1^{re} édition., Paris, Presses universitaires de France (coll. « Quadrige dicos-poche »), p. 1027-1038

FAHIM Jamal, 2010, « Beyond Cravings: Gender and Class Desires in Chocolate Marketing », Department of Sociology of Occidental College, 55 p.

FISCHLER Claude, 1993, *L'omnivore: le goût, la cuisine et le corps*, Nouv. éd. corr., Paris, Seuil (coll. « Points »).

FOUÉRÉ Marie-Aude, 2000, « Langage culinaire et symbolisme sexuel », *Revue des sciences sociales*, 2000, vol. 27, n° 1, p. 104-108.

FOUCAULT MICHEL, 1997, *L'usage des plaisirs*, Repr., Paris, Gallimard (coll. « Histoire de la sexualité »), p. 3-155

FOURNIER Tristan, JARTY Julie, LAPEYRE Nathalie et TOURAILLE Priscille, 2015b, « L'alimentation, arme du genre », *Journal des anthropologues*, 15 juin 2015, n° 140-141, p. 19-49.

GIANSETTO, Fanny, Sur le grill d'Ecotable. #88- *Sexe et alimentation : quels sont les liens ?* avec Camille Aumont-Carnel, créatrice du compte Instagram @jemenbatsleclito. Ecotable, 1 novembre 2023. 48 min. [podcast]

GONZALEZ-QUIJANO Lola, 2013, « « La chère et la chair » : gastronomie et prostitution dans les grands restaurants des boulevards au xix^e siècle », *Genre, sexualité et société*, 1 décembre 2013, n° 10.

HAGÈGE MEOÏN, RIVOAL HAUDE ET VUATTOUX ARTHUR, 2023, *Masculinités*, Vanves, EPA. p.198-205

HÉLAL Nathalie et GIRIAT Éric, 2018, *Même les légumes ont un sexe: petite(s) histoire(s) entremêlée(s) de la nourriture et du sexe*, Paris, Solar éditions (coll. « Les pieds dans le plat ! »). 204 p.

KAUFMANN Jean-Claude, 2013, *La guerre des fesses: minceur, rondeurs et beauté*, Paris, J.-C. Lattès. p. 93-111

KHEMILAT Fatima, 2018, « Le corps des femmes : une assignation à (par)être »:, *Les Cahiers du Développement Social Urbain*, 1 juillet 2018, N° 68, n° 2, p. 34-36.

LE BRETON DAVID, 2012, « Corps et Alimentation » dans Jean-Pierre Poulain (ed.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, 1^{re} édition., Paris, Presses universitaires de France (coll. « Quadrige dicos-poche »), p. 322-329

LE BRETON David, 2018, *La sociologie du corps*, 10^e éd., Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F. p.128

MALKA Lauren, 2023, *Mangeuses: histoire de celles qui dévorent, savourent ou se privent à l'excès*, Paris, Editions Les pérégrines.

MELIERRE, Laurianne. *Manger. Peut-on jouir en mangeant ?*. Louie Media, 2 novembre 2018. 38 min. [podcast]

MONTOUSSÉ Marc et RENOARD Gilles, 2022, *100 fiches pour comprendre la sociologie*, 9e éd., Levallois-Perret, Bréal by Studyrama (coll. « 50/100 fiches »).

PASINI Willy et PASINI Willy, 1995, *Nourriture et amour: deux passions dévorantes*, Paris, Payot & Rivages (coll. « Documents Payot »), 296 p.

POULAIN JEAN-PIERRE, 2012, « OBÉSITÉ » DANS JEAN-PIERRE POULAIN (ED.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, 1re édition., Paris, Presses universitaires de France (coll. « Quadrige dicos-poche »), p. 937-960

PRÉSAGE. (2021, 21 juin). *Nora Bouazzouni : alimentation et stéréotypes de genre*. [video] Youtube <https://youtu.be/ZfQh02LcFD8?si=gNpXs-kOf6niRG5a>

RÄTSCH Christian, HOFMANN Albert et BRUNET Dominique, 2000, *Les plantes de l'amour: les aphrodisiaques de l'Antiquité à nos jours*, Paris, Les Editions du Léopard, 208 p.

SAUL Jennifer M., MALBOIS Fabienne et MARQUARSEN Karen, 2005, « Objectification, pornographie et l'histoire du vibromasseur. Traiter les choses comme des personnes et les personnes comme des choses: », *Nouvelles Questions Féministes*, 1 avril 2005, Vol. 24, n° 1, p. 38-52.

VERSACE Francesco, FRANK David W., STEVENS Elise M., DEWEESE Menton M., GUINDANI Michele et SCHEMBRE Susan M., 2019, « The reality of "food porn": Larger brain responses to food-related cues than to erotic images predict cue-induced eating », *Psychophysiology*, avril 2019, vol. 56, n° 4, p. e13309.

« *Sexe et Nourriture - Le coup de food* », juillet-septembre 2019, La Grenouille à Grande Bouche : la société à travers ce que l'on mange, Revue participative n°3.

« *Passion CULinaire - Sexe et nourritures les liaisons sulfureuses* », Printemps 2021, Causette, hors-série n°15

MOOC DIGITAL Paris. (2023, 7 octobre). André Gunthert - 5. Foodporn et autres selfies [video]. Youtube <https://youtu.be/Ix5qMq6eIZg?si=bBeh2-tVM9Fp7noT>

Table des matières

Remerciements.....	3
Sommaire.....	4
Introduction.....	5
Partie 1 – Cadre, Notions et Théories.....	8
CHAPITRE 1 : Linéarité au long cours de l'alimentation via la sexualité... ..	9
1. Relation entre alimentation et sexualité.....	9
1.1. Lecture biologique, physiologique et psychologique.....	9
1.2 Lecture théologique.....	12
1.3 Lecture Historique.....	14
2. La sexualisation et l'érotisation de l'alimentation : définitions et manifestations..	18
2.1. Concepts de sexualisation et d'érotisation de l'alimentation.....	18
2.2. Représentations érotisées et sexualisées de l'alimentation dans la société contemporaine.....	20
2.2.1. A travers les aliments dits « aphrodisiaques ».....	20
2.2.2. A travers les médias.....	25
CHAPITRE 2 : ...Vecteur de sexualisation des corps ?.....	32
1. Socialisation alimentaire et transmission culturelle ?.....	32
1.1. Processus de socialisation.....	32
1.2. Processus d'incorporation.....	35
2. Normes de genre et sexualisation des corps humains.....	36
2.1. Perception des corps humains dans la société contemporaine.....	36
2.2. Impacts de la sexualisation des corps dans la société contemporaine.....	38
Conclusion - Partie 1.....	42
Partie 2 – Mise en problématique et hypothèses de recherches.....	43
CHAPITRE 1 : Problématisation.....	44
CHAPITRE 2 : Hypothèses.....	47
1. Hypothèse 1 - Une perception des corps différenciée selon les groupes sociaux ?	47
1.1. Une perception des corps différenciée selon le genre ?.....	47
1.2. Une perception des corps différenciée selon l'âge ?.....	49
1.3. Une perception des corps différenciée selon l'espace social ?.....	51
2. Hypothèse 2 - Des comportements alimentaires différenciés selon la perception des corps ?.....	53
2.1. Une influence selon le genre ?.....	54
2.2. Une influence selon l'âge ?.....	56
2.3. Une influence selon l'espace social ?.....	58
3. Hypothèse 3 - Le corps féminin davantage sexualisé que le corps masculin ?.....	60
3.1. Le corps féminin davantage concerné par l'alimentation érotisée et/ou sexualisée dans les médias ?.....	60
3.2. Un renforcement des normes et attentes de genres ?.....	62

Conclusion - Partie 2.....	65
Partie 3 – Méthodologie et Poursuites envisagées.....	66
CHAPITRE 1 : Présentation des méthodes de recherches en sciences sociales.....	67
1. Le cadrage (ou recherche) documentaire.....	67
.....	68
2. Les méthodes qualitatives.....	68
2.1. L’observation.....	68
2.2. L’entretien.....	69
2.3. Le focus groupe.....	71
3. Les méthodes quantitatives.....	72
3.1. L’échantillonnage.....	72
3.2. Le questionnaire.....	72
CHAPITRE 2 : Choix du terrain et appréhension de celui-ci.....	74
1. Population ciblée.....	74
2. Méthodologie probatoire.....	75
2.1. L’observation.....	75
2.2. Le questionnaire.....	76
2.3. L’entretien.....	78
Conclusion.....	81
Table des Annexes.....	84
Bibliographie.....	90
Table des matières.....	93

Les rapports aux corps à travers l'alimentation sexualisée et érotisée

Résumé

L'alimentation et la sexualité sont intimement liées à la condition humaine mais généralement abordées de manières séparées. Les mettre en regard permet de constater des connexions profondes, aussi bien sociales, culturelles, biologiques que psychologiques, entre l'acte alimentaire et l'acte sexuel. Dans ce mémoire, nous nous proposons de faire une exploration des différentes formes que cette association de l'alimentation et de la sexualité prend : des aliments reconnus aphrodisiaques, aux jeux de langage et expressions, en passant par la tendance « food-porn », nombreuses sont les manifestations de cette relation dans notre société française contemporaine. En proposant une démarche d'enquête ciblant les individus de 18 à 65 ans et en nous intéressant tout particulièrement aux images véhiculées dans les médias à travers les contenus de réseaux sociaux et la publicité, nous verrons comment ces représentations peuvent amener à des perceptions diverses et différenciées des corps, voire à une (hyper)sexualisation du corps humain.

Mots clés : alimentation et sexualité, médias, food-porn, rapports aux corps, sexualisation

Relationships with the body through sexualised and eroticized food

Abstract

Food and sexuality are intimately linked to the human condition, but are generally approached in separate ways. Putting them together reveals the deep social, cultural, biological and psychological connections between the act of eating and the act of sex. In this thesis, we propose to explore the various forms that this association between food and sexuality takes : from foods recognised as aphrodisiacs, to language games and expressions, via the 'food-porn' trend, there are many manifestations of this relationship in contemporary French society. Using a survey approach targeting individuals aged 18 to 65, and focusing particularly on the images conveyed in the media through social networking content and advertising, we will see how these representations can lead to diverse and differentiated perceptions of the body, and even to a (hyper)sexualisation of the human body.

Keywords : food and sexuality, media, food porn, relationships to bodies, sexualisation