

➤ Chapitre 1

Le corps

Ce que vous allez apprendre

- Doit-on mépriser son corps ?
- Quelle valeur accorde-t-on au corps aujourd'hui ?
- Quelle relation le corps entretient-il avec le vêtement ?
- Le corps peut-il être modifié ?

I. DOIT-ON MÉPRISER SON CORPS ?

Le corps, entre attraction et répulsion

Il est habituel aujourd'hui d'insister sur la merveilleuse machinerie que constitue le corps humain. Les fonctions assurées par les différents organes qui le composent, ses capacités auto-réparatrices, les possibilités de la main, organe de préhension si précieux grâce au pouce qui est opposable aux autres doigts ainsi que la plasticité de notre cerveau, suscitent une admiration justifiée.

Cette fascination pour les propriétés de notre corps ne doit pas nous faire oublier que l'homme a entretenu avec lui dans le passé des attitudes très contradictoires, allant du souci le plus excessif à la répulsion la plus forte. Cette attraction ou cette répulsion découlait des systèmes de pensée, philosophique ou religieux, qui ont imprégné la culture d'une nation, sa mentalité et son mode de vie. La Grèce antique, en particulier, a été traversée par ces deux attitudes opposées. L'art grec, et en particulier sa statuaire, a glorifié le corps humain, la beauté de ses formes, sa grâce, l'harmonie de chacun des membres qui le composent. C'est ce que l'on observe par exemple très bien dans *Le Discobole* du sculpteur Myron, une célèbre statue qui représente un lanceur de disque, et qui date du V^e siècle av. J.-C.

Dans un tel contexte, il peut apparaître étonnant de lire ce que le philosophe grec Platon a écrit sur le corps, dans ses œuvres dialoguées. Il y accuse le corps humain de tous les maux, affirmant que c'est lui qui nous fait souffrir tout au long de notre vie, en raison des maladies dont il peut être affecté et des douleurs qui en découlent, ou par ses besoins qu'il nous faut constamment satisfaire, comme la faim ou la soif. Platon soutient que le corps est le « tombeau » de notre tranquillité d'esprit, puisqu'il nous sollicite en permanence. Il est non seulement ce qui nous prive d'acquiescer la paix intérieure, mais il nous empêche aussi d'accéder à la vérité, puisque nos organes sensoriels, comme la vue ou le toucher, sont victimes de multiples illusions, et en particulier des illusions d'optique comme les mirages.



De ce fait, il n'est pas étonnant que le nom de Platon ait servi à désigner une forme d'amour qui nie le corps, l'amour platonique, d'ordre purement intellectuel.

Le primat religieux de l'âme sur le corps

Le christianisme ne fera qu'accroître la critique que Platon a développée sur les méfaits supposés du corps humain. Avec la religion chrétienne s'instaure, en effet, le primat de la vie spirituelle sur le souci du corps. Celui-ci devient

cette chair impure, soumise à la tentation du péché et du désir sexuel, qui nous rattache à la matière et même au bestial, là où notre âme nous rapproche de Dieu, qui est pur esprit. On le fait jeûner, on lui impose parfois, pour le punir, des sévices que la tradition religieuse nomme des « mortifications ». L'âme humaine est comme « en souffrance » durant sa vie terrestre, parce qu'elle est emprisonnée dans ce corps-fardeau dont elle doit repousser les désirs en luttant contre toutes les tentations qui l'avilissent. En mortifiant son corps, l'ascète entend ainsi s'affirmer comme plus fort que lui.

Éclairage

La **mortification** est une pratique religieuse qui consiste à s'imposer une souffrance d'ordre physique, pour progresser dans le domaine spirituel. On retrouve ce type de pratique au sein de la plupart des religions.

II. QUELLE VALEUR ACCORDE-T-ON AU CORPS AUJOURD'HUI ?

La réconciliation contemporaine

Le rapport que l'individu entretient avec son corps a bien changé aujourd'hui, car au fil des siècles il s'est progressivement réconcilié avec lui. Certes, au XIX^e siècle, le corps des femmes souffrait encore de la contrainte et de l'oppression des corsets, effets de la tyrannie de la mode de l'époque, mais ce siècle fut incontestablement celui de sa libération. Celle-ci a commencé avec les soins qu'on s'est mis à lui prodiguer. Sous l'Ancien Régime, les bains étaient rares et les mœurs hygiéniques étaient très différentes de celles que nous connaissons aujourd'hui, même parmi la noblesse de Cour. L'usage des parfums masquait les odeurs d'un corps qui n'était pas souvent lavé.

Au XXI^e siècle, le corps est, au contraire, l'objet de soins nombreux et variés. Prendre un bain et faire sa toilette ne sont plus des contraintes, celles d'avoir à se nettoyer jour après jour. Ce sont des moments privilégiés où l'on se contemple devant une glace, on s'embellit, se maquille, se parfume, parfois pendant des heures. S'occuper de son corps est donc devenu le moyen de le préparer pour le *donner à voir* aux autres. Il ne suffit plus, comme dans les sociétés antiques et médiévales, de montrer ses parures, ses bijoux, ses colifichets. C'est désormais le corps lui-même qui est sa propre parure, et l'on montre son bronzage, ou sa peau lisse et ferme, comme s'il s'agissait d'un ornement extérieur. Toutes les sociétés contemporaines de cosmétiques n'ont fait qu'amplifier cette tendance, en inondant littéralement le marché de crèmes

adouçissantes, ou raffermissantes, et en inventant même des huiles capables, dit-on, de retarder le vieillissement de la peau.

Le corps comme capital social

On laisse donc voir de plus en plus son corps, même si chaque étape de cet effeuillage a commencé par choquer avant de finir par entrer dans les mœurs, du moins parmi les jeunes. L'histoire de la minijupe au milieu des années soixante, puis celle du monokini sur les plages dans les années soixante-dix, l'illustrent parfaitement. Il y eut ensuite la multiplication des camps de naturisme dans les années quatre-vingt, puis l'apparition du *string* et l'omniprésence de la nudité de la femme (et désormais de l'homme) sur les affiches et les spots publicitaires, dans les années quatre-vingt-dix. Désormais on n'a plus peur de s'afficher nu sur des calendriers, comme le firent il y a peu certains rugbymen.

Montrer ses cuisses ou ses seins a cessé d'être indécent. Le corps n'est plus seulement réhabilité : il est revendiqué et donné à voir, car il a cessé d'être un fardeau, pour devenir un **corps-sujet**. Un corps qui émet des informations, et qui est perçu par tous comme un capital social, celui de la « présentation de soi » au sein de la société, avec ses exigences esthétiques propres à notre modernité, mais aussi comme un capital-santé à préserver et à cultiver. Si, au regard des normes de la période de l'entre-deux-guerres, le progrès de la nudité s'interprète en termes de « progrès de l'indécence », pour la norme nouvelle du début du XXI^e siècle, cette évolution est donc perçue comme naturelle.



ATTENTION !

Le développement du **naturisme** est à ce titre emblématique de cette revendication. La Fédération française de naturisme définit ainsi la philosophie inhérente à cette pratique : « Le naturisme est une manière de vivre en harmonie avec la nature, caractérisée par la pratique de la nudité en commun, qui a pour but de favoriser le respect de soi-même, le respect des autres et le soin pour l'environnement ». En cherchant à abolir les préjugés et les tabous face à la nudité du corps, le naturisme prétend favoriser un plus grand épanouissement de soi et une « détente corporelle incomparable ». Il y avait en France, en 2010, 160 clubs et associations naturistes, 107 espaces naturistes de vacances et 1 million et demi de pratiquants, dont 52 % d'étrangers.

III. QUELLE RELATION LE CORPS ENTRETIENT-IL AVEC LE VÊTEMENT ?

Le vêtement érotise le corps

Cette nouvelle manière de concevoir le rapport à son propre corps a profondément modifié aussi la relation que l'homme entretient avec ses vêtements. Le vêtement, quelle que soit la partie du corps qu'il recouvre, y compris en ce qui concerne les « dessous », n'est plus pensé à travers sa seule dimension utilitaire et fonctionnelle. Il fait désormais partie de l'*expression de soi*, et il peut être « bon chic, bon genre », ou « décontracté et sportif », selon ce que l'on veut communiquer de soi-même. Le succès de ces derniers est tout à fait conforme au mouvement général d'une revalorisation du corps : hier au service de la pudeur, les tee-shirts et pantalons, par exemple, sont aujourd'hui voués au culte érotique du corps. Autrefois les vêtements étaient larges et amples pour cacher les formes. Ils sont désormais « collant au corps », moulants ou taillés pour en faire ressortir les courbures. Ainsi, le corps est devenu le lieu d'une forme de « sculpture de soi » que les sociologues appellent **l'individualisation des looks**.

Look contre mode

Quelle différence peut-on établir entre la mode et le *look* ? La mode, du point de vue vestimentaire, produit à la fois de la ressemblance et de la différence. *Ressemblance*, car elle produit du conformisme et homogénéise les vêtements, mais aussi *différence* car elle exprime le désir d'innovation et d'individualisation d'un sujet. Elle correspond donc à la fois à la logique égalitaire de la démocratie et à la mécanique conflictuelle qui règle les rapports entre les classes sociales. La première « uniformise » les individus, la seconde leur permet de se « distinguer ». Dans ce jeu d'opposition entre diktat de la mode et souci du *look*, il faut observer que c'est l'individualisation des *looks* qui a été privilégiée dans les dernières décennies. Autrement dit, **construire son look** est devenu un des aspects les plus significatifs du nouveau rapport au corps.



Le mot anglais *look* désigne une pratique qui s'oppose au seul fait de suivre la mode. Le *look* s'oppose à la mode, car par lui on cherche précisément à **se démarquer de la mode** et de son caractère trop uniformisant, par une recherche radicale d'originalité, qui concerne aussi la coiffure, les tatouages, le « body piercing », lequel, par perforation d'une partie du corps (oreille, nez, langue) contribue à son érotisation.

La recherche sur les *looks* aboutit dans nos sociétés au résultat suivant : les rivalités entre groupes sociaux s'atténuent pour donner lieu à des « rivalités d'apparence », limitées aux individus. Celles-ci sont accentuées par le fait que la souplesse technologique des moyens de production permet de produire des séries vestimentaires plus limitées, à coût compétitif et abordable. Ainsi, chacun se sent pleinement responsable de l'image qu'il donne de lui-même, sans la contrainte liée à son appartenance à une classe sociale déterminée.

Le débat autour de la burqa

C'est dans ce contexte sociologique, dans lequel le corps est dénudé et individualisé, qu'il faut inscrire la problématique récente du port de la burqa en France. Les années 2009 et 2010 ont, en effet, été marquées par un débat très médiatisé autour de la question du port de ce vêtement, et ce débat a constitué un élément de crispation majeur dans la relation de l'État avec ceux des membres de la communauté musulmane française qui avaient choisi d'adopter cette pratique. Le terme *burqa* (ou *burka*) a été du reste improprement utilisé, car il désigne un voile d'origine asiatique porté par les femmes principalement en Afghanistan, au Pakistan et en Inde. Le terme correct est bien plutôt le *niqab*, le voile intégral islamique. Autour de cette question s'est joué un véritable conflit des valeurs entre morale laïque et morale religieuse, comme l'avait lui-même indiqué le président Sarkozy lors de son discours du Congrès de Versailles, le 22 juin 2009, au cours duquel il remettait en cause la compatibilité de cette pratique avec « les valeurs essentielles de la communauté française » et « le respect des droits de la femme », concluant par la réplique : « La burqa n'est pas la bienvenue sur le territoire de la République. »

Au-delà de la question politique, cette pratique religieuse se situe à contre-courant de la tendance qui s'est observée dans la société française d'un corps qui s'est dénudé. Le *niqab* cache, dissimule le corps, y compris jusqu'à ce qui fait l'identité la plus visible de la personne : son visage. C'est la raison pour laquelle beaucoup parmi ceux qui se sont opposés à la légalisation du port du *niqab* dans la sphère publique, y ont vu une négation de la personne et un nouveau mode d'asservissement des femmes. Beaucoup d'observateurs ont toutefois considéré que ce problème a été surévalué, sur la foi des chiffres révélés par le journal *Le Monde* (en juillet 2009) à partir d'une note de la sous-direction de l'information générale du Ministère de l'Intérieur. Celle-ci mentionnait un décompte de 367 femmes portant le *niqab* en France. Quant au journal *Le Figaro*, il publiait en septembre 2009 un rapport confidentiel de la même sous-direction, rédigé durant l'été 2009, et qui aurait évalué leur nombre à moins de 2000.

IV. LE CORPS PEUT-IL ÊTRE MODIFIÉ ?

Le corps, lieu de l'identité

Le corps est donc devenu, en Occident, le lieu de l'identité personnelle, que le vêtement ne fait que souligner. Avoir honte de son corps serait, dans ce contexte, avoir honte de soi-même. Aussi, les responsabilités se déplacent : les contemporains se sentent moins responsables que les générations précédentes de leurs pensées, de leurs sentiments, ou de leurs rêves, qu'ils acceptent comme s'ils leur étaient imposés de l'extérieur (par la « pensée unique », les médias, la publicité, etc.). En revanche, ils habitent pleinement leur corps. Alors que dans les siècles précédents on associait son identité à son âme (« mon âme, c'est moi »), le mot d'ordre d'aujourd'hui consiste à dire : « mon corps, c'est moi ». Aussi, tout renforcement du rapport au corps est désormais vécu comme **renforcement de son identité**.

Le corps et la chirurgie esthétique

Le nouveau rapport à soi passe aussi par un autre phénomène, très marqué en Occident depuis le début des années quatre-vingt-dix : le recours à la chirurgie esthétique. Le souci du corps s'exprime ici en volonté de le transformer, d'en corriger ce que l'on considère être des imperfections esthétiques, par les voies radicales de la chirurgie. Bien que les interventions de nature purement esthétiques ne soient pas remboursées par la Sécurité sociale (qui ne prend en charge que les opérations justifiées par une maladie ou par une séquelle d'accident) la demande est très forte. Autrefois réservées aux stars hollywoodiennes, ces opérations se sont banalisées, démocratisées et ce que seules les stars pouvaient hier s'offrir devient accessible au plus grand nombre.



ATTENTION !

Selon l'**American Academy of Cosmetic Surgery**, la liposuction est l'opération la plus demandée (environ 700 000 opérations en 2004). Elle consiste en une opération de chirurgie esthétique permettant un remodelage de la silhouette (« culotte de cheval » et ventre, le plus souvent) et par l'aspiration des amas graisseux rebelles et profonds (de type cellulite). Cette technique fut mise au point en France au début des années 1980 et reste en 2011 l'opération esthétique la plus pratiquée dans le monde, suivie par trois autres interventions très populaires, qui concernent les paupières, l'augmentation de la poitrine et le *lifting*.

En France, plus de 100 000 personnes ont eu recours à des opérations de chirurgie esthétique en 2009, et les hommes ne sont pas épargnés par les

diktats de la beauté, ce qui démontre qu'ils se soucient de plus en plus de leur image. La chirurgie esthétique concerne en effet aujourd'hui 1 homme pour 4 femmes. Ainsi, de plus en plus d'hommes cherchent à se débarrasser de leurs poignées d'amour, tentent de regarnir leur calvitie, de gommer leurs poches sous les yeux, etc. Pour les hommes, en 2009, les procédures les plus demandées concernaient le traitement de la calvitie, la liposuction et la chirurgie des paupières.

Les métrosexuels

La sociologue Sylvie Abraham écrivait dans son ouvrage *La Chirurgie esthétique au masculin* :

« Dans une société hypercompétitive, les hommes ont compris l'impact d'un physique avantageux. Ils sont devenus soucieux de leur apparence, car il ne suffit plus d'afficher les signes de la réussite professionnelle pour être séduisant. Il faut aussi savoir garder une apparence jeune et sportive. »

Comment expliquer ce phénomène, que certains qualifient déjà d'« avènement de l'homme nouveau », à travers le souci esthétique de son corps ? Pour certains observateurs, le métrosexuel serait l'un des symboles de la disparition de la figure emblématique du père et de la fameuse « crise de l'identité masculine ». Quand on n'a plus besoin de lui pour représenter l'autorité, le père peut s'épiler ou porter des bijoux, surtout qu'il n'est plus le chef de famille. Au sein du couple, les rôles se sont équilibrés, les femmes se sont approprié ce qui, pendant des générations, relevait du rôle traditionnel de l'homme : elles travaillent, sont chefs d'entreprise, gagnent parfois plus que leur conjoint (pour 5 % d'entre elles), décident quand elles veulent des enfants. Alors, ceux-ci s'approprient cette part de féminité qu'elles ont abandonnée, à travers le souci de leur corps, de son esthétique et de sa séduction.

Éclairage

C'est dans ce contexte qu'il faut inscrire l'émergence du néologisme « **métrosexuel** », forgé en 1994 par l'écrivain britannique Mark Simpson, qui ironisait initialement sur le développement des nouveaux magazines pour hommes. Mais le mot fit le tour du monde quand il fut repris, en juin 2003, par Marian Salzman, de l'agence de publicité *Euro RSCG Worldwide*, à New York. Il a alors désigné un trentenaire urbain (d'où « métro », pour *métropolitain*), « branché », prenant grand soin de son corps et de tout son être. Le métrosexuel est une sorte de dandy contemporain qui a redécouvert l'art du rasage, des crèmes pour le visage, et qui n'hésite pas à s'appliquer du khôl autour des yeux. Le métrosexuel n'a pas peur de soigner sa personne et d'apprécier les choses raffinées, privilégiant un souci de l'esthétique traditionnellement attribué aux femmes.