

Pour un quartier libre de violences - Article de clôture

Genèse du projet

En Amérique Latine et sur le continent Africain, certaines organisations locales ont 30 à 40 ans d'expériences dans la promotion de l'égalité femmes-hommes auprès des hommes et des garçons. Les différents dispositifs répondent à un agenda stratégique local et au besoin identifié de faire alliance avec les/des hommes, plutôt qu'ils ne rentrent en résistance contre l'empowerment et l'autonomisation politique et économique des femmes. Ce sont des processus collectifs et créatifs, inscrits dans les territoires et dans la durée, intégrant les principes de l'éducation populaire avec une perspective féministe et une approche transformatrice des masculinités, qui font bouger les lignes et rendent possibles ces alliances.

Ici, les mouvements sociaux féministes organisés sur les réseaux sociaux pour dénoncer les violences sexistes et sexuelles (#MeToo, #BalanceTonPorc, #BalanceTonBar, #MeTooGarçon...) ont permis d'interpeller tout un chacun.e sur la responsabilité masculine et de poser des questionnements éthiques et pratiques sur les relations et interactions que les hommes entretiennent avec les femmes mais aussi que les hommes entretiennent entre eux. Néanmoins, face à ces prises de conscience nécessaires, les organisations féministes constatent un phénomène de backlash (c'est-à-dire de « retour de bâton¹»), une plus large diffusion et une banalisation de discours relevant de l'idéologie masculiniste (suprématie des hommes sur les femmes) sur les réseaux sociaux. Ces discours vulgarisent et banalisent des méthodes de domination, de manipulation, relativisent ou promeuvent des comportements et des pratiques masculines virilstes, violentes et sexistes, contraires à toute démarche de construction de relations saines, égalitaires (et, éventuellement, durables...). Les jeunes hommes sont largement exposés à cette idéologie et ciblés à travers les médias sociaux et les algorithmes de plateformes comme TikTok, Twitch, Snapchat, Instagram, Youtube, X/Twitter, ou Meta/Facebook qui deviennent des espaces de socialisation et des fabriques à la domination masculine.

L'ONG Quartiers du Monde, qui travaille avec son réseau international sud-sud-nord « Femmes du Monde » à la construction d'une culture masculine non patriarcale et non violente, porte en France hexagonale un projet propice à la transformation sociale, vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes... Le projet d'éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale « Parlons masculinités », en collaboration avec Batik International et Filactions, mobilise des structures partenaires implantées sur trois territoires (centres sociaux, maison de jeunes ou lycées à Paris, Marseille et Lyon) afin de mener, avec des groupes de jeunes, un processus de questionnements et de co-construction d'une campagne de sensibilisation adressée aux jeunes et portée par eux sur ces mêmes réseaux sociaux.

¹ *Backlash, La guerre froide contre les femmes*, Susan Faludi (1993)

Cette campagne s'est basée sur une diversité de supports, selon les sensibilités des groupes : un podcast, une chanson de rap, 6 courts métrages, et même un design textile. Cette création textile originale parafée du slogan « *les fleurs n'effacent pas les coups* » et imprimée sur des tote-bags et des t-shirts, rappelle les grandes campagnes des organisations féministes imprimées sur les pagnes africains ou sur divers vêtements ou écharpes en Amérique Latine, façon originale d'imprimer ses messages et de les faire voyager dans un espace public hostile aux femmes.

L'espace public, la hiérarchie entre les femmes et les hommes et la hiérarchie entre les hommes

Plusieurs productions se concentrent d'ailleurs sur l'utilisation différenciée et genrée de l'espace et des transports publics. A travers les récits de jeunes, filles et garçons, le spectateur-auditeur.ice explore les expériences et les sentiments d'insécurité différenciés selon qu'on soit une fille, une femme, une femme voilée, une femme trans, un homme, un homme gay ou un homme racisé.

La hiérarchie entre les hommes et les femmes qui subsiste dans nos sociétés s'appuie en partie sur une hiérarchie entre les hommes entre eux. A ce titre, femmes trans et hommes gays qui bousculent l'ordre et les normes de la culture masculine hégémonique sont exposé.es à des violences spécifiques par les agents de la « police de la virilité ».

La question des tenues « *considérées comme provocatrices par la société* », et par les hommes en particulier, est évoquée en miroir dans les productions qui se complètent entre elles. Trop court, trop vulgaire ou trop couvert, trop long, trop musulman, trop féminin ou pas assez : La police masculine du vêtement s'intéresse à toutes les femmes, les hypersexualise ou les prive d'agentivité. Comme le montre l'une des productions, ce regard masculin, façonné par notre héritage colonial, se matérialise aussi de façon spécifique pour les femmes voilées en les privant aussi, par exemple, de l'accès à l'espace de l'entreprise.

Les recherches en sciences sociales et urbanisme montrent comment les espaces publics sont fabriqués par et pour les hommes. Le *dehors* apparaît être leurs *chez eux*, et les espaces publics deviennent hostiles aux femmes. Le harcèlement et les discriminations prennent différentes formes et les femmes élaborent, à leurs échelles, des stratégies de résistance ou de « réduction des risques ».

Du côté des hommes, c'est bien différent : « *Je me pose 0 question quand je sors de chez moi sur comment je vais m'habiller pour sortir* » analyse l'un des jeunes du podcast. Néanmoins, la peur de croiser la police, pouvant notamment être ressentie par les jeunes hommes racisés, est traitée dans une autre production. Cela nous rappelle que l'espace public n'apparaît pas toujours comme un espace safe, y compris par ceux qui l'occupent ou qui parfois sont assignés à y « tenir les murs », car privés d'emplois, de formation ou

de logements décents, comme le souligne le sociologue Marwan Mohammed dans ses travaux sur les bandes de jeunes.²

La gestion de l'espace public et du maintien de l'ordre fait écho au concept de « masculinités militarisés » mobilisé par exemple par WILPF (Ligue internationale des femmes pour la paix et la liberté) pour dénoncer la gestion patriarcale et militarisée des Etats qui exacerbe la virilité et qui imprègne cette culture militaire dans l'imaginaire et les pratiques sociales des hommes. Face à leurs vulnérabilités, ils accumulent un « capital guerrier », qui, pour reprendre les mots du sociologue Thomas Sauvadet, est « *à la fois système de défense et outil de persécution* ». Ce dialogue entre les productions et entre ces réalités nous permet de toucher du doigt la complexité des dynamiques sociales autour du harcèlement de rue, de l'occupation et du partage des espaces. Il nous permet d'identifier les systèmes d'oppressions à l'œuvre et de construire des ponts, des alliances et d'imaginer collectivement des solutions.

La question du racisme et de la colonialité, l'un des piliers de la culture masculine hégémonique, est traitée dans certaines vidéos produites par les jeunes de Paris, celle-ci transperce et s'articule avec le sexisme. Michael Satler, sociologue australien et collègue de Raewyn Connell qui a façonné le concept de masculinité hégémonique, écrivait en 2019 que certaines solutions de programmes de prévention des violences masculines « étaient ancrées dans la fierté culturelle, adaptées aux contextes locaux et étayées par la reconnaissance des impacts intergénérationnels du racisme et des traumatismes ». Partir de l'attachement à la justice sociale, à son territoire et partir des récits du public bénéficiaire est également un point mobilisateur majeur. C'est d'ailleurs l'accroche de l'une des vidéos de Marseille : « *Depuis ma fenêtre, je vois mon quartier, depuis ma fenêtre, j'aime mon quartier* ». Et c'est depuis cet amour pour son quartier que les jeunes questionnent ce qui les choque et se demandent « *si tout ce qu'on voit, si tout ce que l'on vit, c'est normal* » ? C'est aussi depuis cet amour, que ces jeunes proposent des scénlettes-solutions pour « *agir ensemble contre les mauvaises influences et contre le harcèlement* ».

Construire des personnes « *sentipensantes* » pour déconstruire la culture masculine hégémonique

L'écoute empathique des témoignages permet de « se mettre à la place de » et permet aux podcasteurs.teuses et vidéastes d'inviter ensuite à la responsabilisation et à l'action en citant par exemple quelques stratégies pour sortir du rôle de témoin et devenir acteur.trice en soutenant la personne qui vit une situation de harcèlement. D'autres productions invitent également le.a spectateur.ice à sortir de ce rôle pour devenir un acteur.rice du changement et à poursuivre la réflexion au-delà du visionnage de la vidéo : « Et toi tu as déjà réfléchi à ce qui te met à l'aise ou pas dans l'espace public ? On essaie

² *Les bandes de jeunes : Des blousons noirs à nos jours*, sous la direction de Marwan Mohammed (2007)

ensemble de changer les choses pour que tout le monde se sente libre et en sécurité dans l'espace public ! ». Dans certaines productions, le dispositif va plus loin encore et la caméra est placée de façon à plonger le spectateur dans le regard de la personne qui raconte son histoire et l'invite à se mettre « à la place de ». Le temps du visionnage, nous incarnons ces personnages, nous voyons avec leurs yeux, nous entendons ce qu'ils se disent dans leurs têtes et qu'ils ne diront peut-être jamais de vive voix : nous sommes à leurs places et ne faisons plus qu'un. Les productions dessinent finalement une méthode d'action pour déconstruire la culture masculine hégémonique qui nous imprègne de gré ou de force :

Se décenter, se mettre à la place de, pour... se mettre en action, se responsabiliser, s'allier.

Les hommes du podcast réagissent au récit d'une agression dans un contexte alcoolisé : « *ça fait mal au cœur* ». Les hommes ont donc un cœur, et celui-ci n'est pas en pierre. Pourtant, la chanson produite par le groupe de Marseille nous alerte que « *les larmes qu'on garde sont des pierres dans notre muraille* », à propos d'un jeune homme qui rend visite à son père au parloir. Se reconnecter au corps et aux émotions, réouvrir cette palette des émotions désapprise durant le processus de socialisation et de dressage à la masculinité, renforcer les capacités à les exprimer par la parole, le chant, le dessin etc, réapprendre à communiquer ses besoins et accueillir les émotions et les besoins des autres est un angle plébiscité dans le travail sur les masculinités, notamment par les organisations latino-américaines qui mobilisent le concept de « *masculinités sentipensantes* ». Ce terme a été conceptualisé par le célèbre écrivain latino-américain Edouardo Galeano qui invitait à sentir et penser à la fois, sans divorce entre la tête et le corps, ou entre les émotions et la raison. Car ce sont nos émotions qui nous mobilisent et qui nous permettent de penser et d'agir.

La reconnexion à soi et aux autres passe par l'abandon du masque de la virilité et la prétention à performer cette virilité à chaque instant, ou pour paraphraser l'un des courts métrages : à « *faire le caïd* » pour « *se sentir puissant* ». Faire le bonhomme, rouler des mécaniques, imposer ses désirs aux autres (forcer ses amis à fumer comme le montre par exemple l'une des vidéos, ou à boire), font écho aux pratiques homosociales des hommes pour se séduire (fraternellement) entre pairs par l'adoption de comportements toxiques, en habitant le rôle du dur pour se persuader et persuader les autres qu'on est un homme, un vrai.

L'intelligence collective des jeunes témoigne de leurs compréhensions des enjeux et des rapports de pouvoirs façonnés par la culture masculine hégémonique. A travers cette campagne de sensibilisation, ils nous appellent à participer à construire ensemble des quartiers libres de violences et une société plus égalitaire en cherchant « *dans nos coeurs* », comme nous le chante Marseille, « *une force prête à défier le monde* » !