



**HAL**  
open science

# La place des femmes dans l'espace public: Une appropriation différence régie par des caractéristiques socio-démographiques

Ormeche Léonore, Linh Vu

## ► To cite this version:

Ormeche Léonore, Linh Vu. La place des femmes dans l'espace public: Une appropriation différence régie par des caractéristiques socio-démographiques. 2024. hal-03876901

**HAL Id: hal-03876901**

**<https://hal.science/hal-03876901>**

Preprint submitted on 26 Mar 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License



## LA PLACE DES FEMMES DANS L'ESPACE PUBLIC : UNE APPROPRIATION DIFFÉRENCIÉE RÉGIE PAR DES CARACTÉRISTIQUES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

ORMECHE LÉONORE & VU LINH

### RÉSUMÉ

Le XVIII<sup>ème</sup> arrondissement de Paris, caractérisé par sa pluriculturalité et hétérogénéité sociale, est quotidiennement marqué par des usages liés aux commerces de biens et services, pratiques religieuses et tourisme. La polarisation d'une palette socioculturelle vaste est essentielle pour appréhender les clivages socioculturels d'une appropriation féminine de l'espace urbain disparate. Conformément aux travaux de géographes féministes, les femmes endurent d'une contrainte temporelle par le monopole masculin des espaces publics. Avec une liberté de circulation limitée, l'accès aux espaces n'est pas expérimenté de la même manière par toutes les femmes.

### ABSTRACT

The 18th district of Paris, characterized by its multiculturalism and social heterogeneity, is marked on a daily basis by commercial, religious, and tourism-related activities. The polarization of a vast socio-cultural palette is essential for understanding the socio-cultural cleavages of disparate urban spaces occupied by women. According to the researches of feminist geographers, women endure temporary constraints due to men's monopoly of public spaces. With limited freedom of movement, access to these spaces are not experienced in the same way by all women.

---

**MOTS-CLÉS :** espace urbain, ethnométhodologie, division sexuée de l'espace, appropriation spatiale

**KEYWORDS :** urban space, ethnomethodology, gendered division of space, spatial appropriation

---

CITER CE DOCUMENT / CITE THIS DOCUMENT :

Ormeche L., Vu L., 2022, «La place des femmes dans l'espace public: Une appropriation différenciée régie par des caractéristiques socio-démographiques», in *Chantier urbain*, 15 pages.

---

DOCUMENT GÉNÉRÉ LE : 07/01/2022

### INTRODUCTION



“Le genre est le système de division hiérarchique qui sépare l’humanité en deux moitiés inégales” (Delphy, 2013). Les rapports de genre existent et perdurent dans l’ensemble des sociétés (Héritier, 1996) conférant aux hommes et aux femmes des rôles spécifiques, attachés au principe féminin et masculin. Au-delà du rôle qui leur est assigné, hommes et femmes s’approprient l’espace public de manière différenciée. À titre d’illustration, la société Baruya (Nouvelle-Guinée) étudiée par Maurice Godelier, prévoit des infrastructures publiques spécifiques à chaque genre. Hommes et femmes n’empruntent pas les mêmes chemins pour se déplacer dans le village. De plus, les femmes s’arrêtent et se couvrent le visage en présence d’hommes (Godelier, 1982). Aujourd’hui, certains de ces codes semblent s’être assouplis. Ainsi, la place, les représentations associées aux femmes et leur place dans l’espace public varient selon les contextes historiques et culturels. L’espace public est selon Erving Goffman un espace d’interactions entre des personnes inconnues les unes des autres (Goffman, 1996; Joseph, 1999). Il comprend par conséquent des lieux variés tels que la voie publique, les marchés, les commerces ou encore les lieux religieux.

Cette enquête s’inscrit dans un cadre universitaire et porte sur la place des femmes dans l’espace public. Celle-ci fut réalisée par cinq étudiantes en troisième année de sociologie dans le dix-huitième arrondissement de Paris (particulièrement dans les quartiers administratifs de la Goutte d’or et de Clignancourt). Le dix-huitième arrondissement de Paris est un espace pluriculturel. Les caractéristiques socio-économiques de ses habitants sont très hétérogènes. En effet, cet arrondissement présente des inégalités de revenus non négligeables et regroupe des territoires de “mixité sociale”, “aisés” et “vulnérables ” (Insee, 2012). Par conséquent, les femmes connaissent des situations multiples et leur place dans l’espace public varie. Nous avons délimité nos espaces d’observation en 4 zones : Boulevard de Clichy ; Boulevard de la Chapelle, Château rouge (station de métro) ainsi que la goutte d’Or. Cette enquête s’appuie sur des observations *in situ* ainsi que des entretiens semi-directifs menés durant 3 journées - plus précisément le mercredi 17, jeudi 18 et vendredi 19 novembre 2021. À l’instar de William Foote Whyte, nous avons adopté des méthodes d’observation participante basée sur une forme d’ethnologie urbaine et relativement proche des méthodes de journaliste de terrain (Whyte, 1943). Nous avons enquêté par le haut (modalités selon lesquelles les individus appartiennent à des groupes et comment ceux-ci s’organisent) et par le bas (relations/ interactions sociales).

Cette enquête se caractérise par une approche ethnométhodologique (Garfinkel, 2002). Ainsi, nous nous sommes attaché à étudier, à comprendre la façon dont les acteurs rendent leur environnement intelligible. Cette analyse tend à étudier la manière dont les individus envisagent leur environnement au regard de leurs notions, de leur réalité. Il s’agit donc de considérer les faits sociaux dans le contexte où ils surviennent. Les manières de s’organiser sont vues comme des processus continuels, et non comme des situations immuables, auxquels les acteurs se contentent de se conformer. Ce sont leurs activités courantes qui les déterminent, notamment au travers de leurs interactions. La réalité sociale est ainsi construite collectivement. Confronter pensées, discours et actions, nous a permis de commencer à déchiffrer les phénomènes sociaux. En d’autres termes, nous nous sommes intéressés aux actions des individus ainsi qu’à leurs causes : “*ce qu’ils font et pourquoi ils le font*”. Cette enquête se situe au niveau méso social, elle considère les mécanismes à l’œuvre dans les relations des groupes sociaux entre eux, dans des espaces de moyenne amplitude comme une ville. Ainsi, nous nous intéressons davantage à l’inscription d’un individu dans un

système ou une communauté, à l'environnement dans lequel il s'inscrit et à la manière dont il sollicite les ressources auxquelles il a accès (Park et Burgess, 1925).

Nous ne pouvons dès lors parler de la place de la femme, mais de la place des femmes (la pluralité qui se cache derrière cette catégorie). Selon l'origine migratoire des femmes, l'appropriation de l'espace n'est pas analogue. Nous avons effectivement pu constater un fort contraste entre la place que prennent les femmes d'origine maghrébine et celles d'origine d'Afrique subsaharienne - Afrique noire. Nous avons observé une dichotomie entre posture de l'homme et de la femme dans l'espace public urbain également. Fonctions marchandes générées également liées à l'origine migratoire - différence notable entre femmes maghrébines et femmes d'Afrique subsaharienne dans le rapport au commerce. Il semble que les hommes adoptent une posture plutôt statique contrairement aux femmes perpétuellement en mouvement. En outre, femmes et hommes sont attachés à des espaces particuliers : les hommes aux espaces de sociabilité tels que les cafés, les bars tandis que les femmes se trouvent plutôt dans des sorties d'écoles. Cela renvoie à la division sexuée du travail (productif et reproductif). Cette enquête nous a donné l'opportunité d'accéder à diverses représentations de la féminité, de la place des femmes. En effet, les différents espaces dans lesquels nous avons mené nos observations : sex-shops, mosquées et affiches dans les rues de Barbès, offrent à voir des représentations diamétralement opposées. Nous avons ainsi pu observer une certaine érotisation du corps de la femme d'une part ainsi qu'une invisibilisation de celui-ci d'autres parts. Toutefois, notons qu'il existe un continuum de représentations féminines entre ces deux postures.

De quelles manières cohabitent les femmes dans l'espace public ? De quelle façon l'espace public est-il ségrégué par le genre ? Quels clivages sociaux influencent-ils le rapport des femmes aux espaces publics urbains ? Quel est la marge de manœuvre d'une femme dans l'espace urbaine ? De nombreuses questions que l'on se pose pour comprendre de manière générale : comment les femmes s'approprient-elles l'espace public du XVIII<sup>ème</sup> arrondissement de Paris ?

Il est envisageable qu'hommes et femmes ne s'approprient pas l'espace public de la même façon dans le dix-huitième arrondissement. S'il existe une différence entre genre, il est également plausible que l'appropriation de l'espace soit corrélée aux normes culturelles de l'origine migratoire des populations. Dans un premier temps, nous exposerons la méthodologie que nous avons adoptée au cours de cette enquête puis, dans un deuxième temps, nous pencherons sur les diverses formes d'appropriation de l'espace que nous avons observé.

À partir d'un phénomène social réel et observable tel la drague, soit le fait de «*vagabonder, traîner dans les lieux publics, la rue ... en abordant systématiquement les femmes (...)*» (Kintzele, 1995) dans les rues de la capitale française, nous avons questionné la place que les femmes occupent dans l'espace public, dans les endroits accessibles au(x) public(s) - de façon plus ou moins égalitaire - où sous-tendent des échanges réels ou symboliques (Paquot, 2009). Ainsi, pour aborder le terrain d'enquête, nous avons adopté une méthode inductive en partant sur le terrain pour constater et observer le phénomène d'inégales appropriations de l'espace selon le genre - un phénomène au départ assez vague. De façon à appréhender un terrain qui incarne un certain nombre de stigmates, nous avons tenté de nous détacher des prénotions qui pouvaient s'interposer devant nos yeux comme un voile (Durkheim, 1894) et par conséquent biaiser notre objectivité. En essayant d'écarter nos prénotions et de manière logique notre *habitus perceptif* (Sauvageot, 1994), nous nous sommes appropriés une posture scientifique vis-à-vis du sujet d'enquête.

Le monde social n'est pas transparent. Il est fait d'implicites, de normes et de malentendus. Ainsi, la confrontation de la pensée, des discours et des actions est essentielle à notre analyse, au déchiffrement des phénomènes sociaux - qui nous sont plus ou moins familiers. Notre ambition première est de comprendre ce que les acteurs sociaux font et pourquoi ils le font d'un œil de sociologues. Suivant la pensée de Raymond Firth (1901-2002), «un historien peut être sourd, un juriste aveugle, un philosophe peut être à la limite les deux, mais il faut que l'anthropologue entende ce que les gens disent et voie ce qu'ils font». Or, le sociologue, au même titre que l'anthropologue, doit également *entendre ce que les gens disent et voir ce qu'ils font*, en témoignant d'un travail de réflexivité et de ce fait anticiper des problèmes pratiques et théoriques de la relation entre enquêtrice et enquêté.e. (Bourdieu, 1993). Nonobstant, malgré une organisation relative des éléments précis sur lesquels nous voulions nous pencher, nous avons été surprises par le terrain d'enquête. Pour reprendre la phrase du célèbre philosophe grec Aristote : «*philosopher, c'est apprendre à s'étonner*», nous avons été étonnées par notre terrain d'enquête dans la mesure où celui-ci est parfois imprévisible. Nous avons été surprises, nous nous sommes remises en question, confrontées à des situations dont nous n'avons jamais été confrontées jusqu'à ce jour. Toutefois, à partir des connaissances acquises lors de ces deux dernières années universitaires, nous su nous adapter à chaque situation en tenant en compte des avantages et limites de chaque méthode d'enquête. À titre d'exemple, notre entrée dans une mosquée de la goutte d'Or n'était - à aucun moment - prévue. Malgré tout, nous avons su nous conformer aux *codes de la religion* et su notamment porter un intérêt pour la religion suscitant ainsi un réel investissement d'une femme maghrébine qui a pris très au sérieux son rôle de guide de l'espace religieux.

## ETHNOMÉTHODOLOGIE

### UNE ENQUÊTE EN SITUATION INCOGNITO

Nous avons opté pour un recueil de données par l'observation et l'entretien. L'observation, elle, est participative. Conscientes de notre engagement dans la scène sociale, nous avons veillé à tenir en compte nos caractéristiques sociodémographiques dans *l'effet Hawthorne*, c'est-à-dire l'effet que peut avoir notre présence sur le comportement de ceux et celles que nous observons.

## INTÉRÊTS HEURISTIQUES D'UN DOUBLE-JEU MASQUÉ

Outre l'observation participante incognito, nous avons notamment pris le parti de mener des entretiens semi-directifs informels auprès d'hommes et de femmes. À titre d'exemple, dans le cadre de notre enquête dans les sex-shops et love-stores qui se trouvent au boulevard de Clichy, nous avons mené des entretiens semi-directifs informels auprès de vendeurs et vendeuses en jouant des rôles d'acheteurs potentiels. À ces moments-là, nous avons forcé une interaction sociale, nous avons créé un contexte de façon à recueillir un certain nombre d'informations. En amorçant des échanges par une demande de renseignement sur une pièce de lingerie par exemple, nous avons développé une discussion avec le vendeur.euse. En orientant celle-ci vers des thèmes qui nous intéressaient tels les caractéristiques des individus qui fréquentent le commerce. Dans l'ensemble, nous avons adopté des stratégies qui rendaient les entretiens assez fluides. Cette fluidité ne brusquant pas l'enquêté.e. et nous permettait de garder la face (Goffman, 1974). Évitant que les échanges découlent sur un effet interrogatoire qui braquerait l'enquêté.e., nous avons par ailleurs, porté une attention toute particulière à ne pas surexploiter sa propre personne, autrement dit, à ne pas porter explicitement d'intérêt personnel rationnel à prélever de l'information (Bruneteaux & Lanzarini, 1998) qui limite toutes réserves de la part des enquêté.e.s.

Le fait que cet échange ne s'inscrive pas en réalité dans un principe de contrat social (Mauss, 1925) ainsi que la peur de l'appropriation que peut faire l'enquêté.e. de sa parole biaise les données recueillies et peut aller jusqu'à clôturer l'échange de manière injonctive. Notons de même que nous avons préservé les mêmes types et schémas pour aborder les vendeurs des différents sex-shops et les mêmes échanges orientés dans le but de limiter les effets de contexte qui facilitent la comparaison entre les entretiens.

Les hommes et les femmes que nous avons observés sont appréhendés comme des atomes de base de notre analyse toutefois, nous devons articuler ces comportements individuels avec un collectif qui est en perpétuelle mutation. En effet, comme le déclare Héraclite d'Éphèse (VI<sup>e</sup> siècle av. J.-C), philosophe présocratique, par sa célèbre formule «on ne peut pas descendre deux fois dans le même fleuve», le monde qui nous entoure, l'ensemble du réel, y compris l'Homme, est en perpétuel changement. C'est pourquoi tout au long de notre enquête de terrain nous avons pris en considération les différents éléments qui structurent le contexte. Comme nous avons pu le voir, un espace est différemment approprié et occupé par une même population selon l'heure de la journée ou encore le jour de la semaine.

### QUESTIONNEMENT DÉONTOLOGIQUE ET ÉTHIQUE

*In fine*, nous tenons à mettre en exergue le fait que nos postures d'observatrices incognitos pose néanmoins un problème d'un point de vue déontologique vis-à-vis des enquêté.e.s dès lors qu'on leur arrache toute maîtrise de l'enquête - c'est-à-dire qu'ils n'ont pas la possibilité de maîtriser l'image de soi - et obliger ainsi des individus à être mis en scène sans en être conscients (Jounin, 2008).

### RÉSULTATS : DES REPRÉSENTATIONS FÉMININES DIFFÉRENCIÉES

## DES FORMES HÉTÉROCLITES D'APPROPRIATION DE L'ESPACE

«Les travaux de géographes féministes soulignent (...)la dimension temporelle des contraintes imposées aux femmes par le monopole masculin des espaces publics (Darke, 1996 ; Valentine, 1992b) (...) la liberté de circulation des femmes est réduite, limitée : on n'est pas dans l'interdiction pure et simple des lieux publics pour les femmes, mais dans une délimitation, voire une réduction, des espaces possibles.» (Condon al., 2005).

Au fil des trois journées d'enquête de terrain, nous avons pu constater une appropriation de l'espace différenciée selon le genre, l'âge ou encore l'origine migratoire. Les formes d'appropriation sont assimilées à des « *dispositions à engendrer des pratiques* » au sens bourdieusien d'habitus, ou en d'autres termes à des compétences (Veschambre, 2005). Tous les individus n'ont pas la même propension à s'approprier l'espace, tous les individus n'ont pas un même rapport à l'espace dès lors que sa posture manifeste des enjeux sociaux.

## LA PLACE DE LA FEMME MARCHANDE

Au marché de la goutte d'or, à Barbès, les marchands masculins sont surreprésentés par rapport aux marchandes féminines. Étendu sur près de 350 mètres, nous avons compté quatre femmes derrière un comptoir. Indépendamment du fait qu'elles soient sous-représentées, nous avons pu noter une véritable division sexuelle du travail. En effet, l'homme était en contact direct avec le client.e. procédant ainsi à la négociation du prix des produits ou à la quantité vendue et à l'encaissement de l'argent. En revanche, les femmes, toujours aux côtés d'un homme, avaient pour fonction de servir le client, soit faire la pesée des fruits, remplir les sacs d'épices, entre autres. On retrouve derrière les comptoirs une division verticale sexuée du travail, un type particulier d'« *arrangement des sexes* » (Goffman, 1977) : l'homme gère la partie économique du négoce - travail reproductif - tandis que la femme ne fournit qu'un service dans une certaine mesure invisibilisé à défaut d'un contact avec le ou la client.e. (Tranchant, 2018).

Dans des marchés *ouverts*, les femmes sont certes surreprésentées, toutefois, la part d'hommes par rapport aux femmes tend à s'équilibrer dans des marchés *fermés* comme le marché de La Chapelle, un phénomène qui peut - de manière hypothétique - découler d'une socialisation primaire genrée marquée par des jouets, dessins animés et livres illustrés qui promulguent l'image de la femme associée aux espaces intérieurs et l'homme aux espaces extérieurs (Zegaï, 2010).

A posteriori, dans des magasins fermés, nous y retrouvons des commerces éminemment féminins ou masculins. À Barbès, par exemple, d'une part toutes les boucheries étaient tenues par des hommes - d'origine maghrébine -, tandis que d'autre part les salons de coiffure étaient en très grande majorité tenus par des femmes - originaires d'Afrique noire. Ici, nous prenons deux cas assez extrêmes, néanmoins soulignons le fait que les commerces sont ségrégués de manière globale par le genre. Découlant d'une certaine façon de la *doxa du sexe* (Épiphanie, 2007), les boucheries sont totalement tenues par des hommes dès lors que ceux-ci doivent manipuler en permanence de la viande animale - qui peut heurter la sensibilité, une attitude traditionnellement associée au tempérament féminin (Mead, 1955) - et à la couper à coups violents, à la hacher, etc. un certain nombre d'actions qui reflètent le symbole de la force, courage et détermination, trois caractéristiques typiquement associées à la virilité légitime (Bourdieu, 1998). Par ailleurs, le métier

de coiffeur.euse. requiert des qualités dont la femme dispose naturellement (Tabet, 1998) comme la délicatesse, l'écoute, l'empathie ou encore la patience.

### LES SORTIES D'ÉCOLES : ZONE D'AGGLOMÉRATION DES FEMMES ?

En circulant dans les rues du quartier de la Goutte d'or, les femmes étaient *en voie de disparition*. Pourtant, le mercredi, vers 11h35 - heure des sorties des classes - devant l'école élémentaire de Doudeauville nous avons aperçu une concentration de femmes. Parmi vingt-six personnes qui patientent la sortie des enfants, nous avons dénombré vingt-trois femmes et trois hommes - soulignant tout de même le fait que parmi eux deux étaient accompagnés par une femme. À ce moment précis, nous avons pu voir que les femmes prenaient le temps d'échanger avec leurs homologues, un schéma qui ne semblait se reproduire dans d'autres espaces et horaires de la journée. Cette agglomération de femmes à la porte d'une école nous renvoie à la question du travail reproductif exercé par la femme (Kergoat, 2000) et à une forme d'espace relatif de sociabilité entre femmes.

### UNE ACCOMMODATION DE L'ESPACE DISPARATE À L'AUNE DE L'ORIGINE MIGRATOIRE ?

«(...) l'accès aux espaces publics ne sont pas expérimentées de la même manière par toutes les femmes. Des travaux ont montré, d'une part, que des clivages sociaux influencent le rapport des femmes à la ville. (...) et conditionnent les modalités d'accès des femmes aux espaces publics urbains (...)» (Le Renard, 2011).

À partir de nos observations, nous avons pu remarquer un contraste entre l'appropriation de l'espace par les femmes d'origine maghrébine et celles originaires d'Afrique subsaharienne. Les femmes d'Afrique subsaharienne imposent leur personne de différentes formes. Visibles par leur commerce, dès lors qu'elles portent des marchandises sur leur tête ou s'installent parfois au milieu de la voie publique pour vendre des biens alimentaires, et haussent le ton dans l'intention d'interpeller les passant.e.s. Les femmes d'Afrique noire, imposent leur présence par le volume de leur voix - lorsqu'elles sont au téléphone ou lorsqu'elles échangent avec une autre personne - par le rythme de leur pas qui semblent être plus lents - par rapport à ceux des femmes de manière générale - et notamment par les couleurs vives de leur habillement. Traditionnel ou non, leur habillement comporte généralement des couleurs vives telles le jaune, le vert ou le rouge qui attire l'œil des individus. De même, ajoutons le fait que ces femmes emploient un ton assez autoritaire lorsqu'elles prennent intensifiant ainsi leur assurance. Cette identité qui leur est propre permet aux femmes de s'affirmer pleinement dans l'espace public - allant de ce fait à l'encontre du principe de la domination masculine (Bourdieu, 1998) - et mettre en avant leur culture vestimentaire qui est d'ailleurs valorisée et promu par les affiches publicitaires collées sur les vitrines des salons de coiffure et dans les ateliers de couture. Ces femmes incarnent une culture et une posture distinctive qui permet de faire la distinction entre «elles» et «nous», à savoir les autres femmes qui sont différentes d'«elles» (Hoggart, 1957).

Avec ou sans voile, avec un style vestimentaire traditionnel ou *occidentalisé*, les femmes d'Afrique noire s'imposent entre autres par des couleurs vives dans la sphère publique. Néanmoins,

nous avons pu constater que cette distinction par l'exubérance n'est pas vraie dans l'espace religieux musulman. De fait, à la Mosquée, ces femmes substituent leur voile de couleur saillante par un autre de couleur plus sombre comme le bleu marine ou le noir. Une action qui souligne une rupture entre deux espaces. Dans l'espace public les femmes noires africaines tendent à imposer leur personne, leur identité, leur présence, tandis que dans l'espace religieux, celles-ci se *fondent dans la masse, gommant leur identité* - en vue notamment se mettre à niveau égale par rapport aux autres face à Allah et ainsi faire preuve d'humilité, une valeur prônée par la religion.

A contrario, les femmes d'origine maghrébine, elles, font preuve de discrétion par le biais de leur posture et habillement dans la sphère religieuse et publique. Avec ou sans voile, ces femmes tendent à porter des couleurs plus sombres et neutres comme le noir, le gris ou le rose pâle. Outre cette question de couleur de leur habillement qui reste discret, et leur posture qui semble plus recroquevillée que celle de ses homologues d'Afrique subsaharienne qui gardent la plupart du temps la tête haute et les épaules en arrière, ce qui renvoie à une forme d'assurance et confiance. De même, les femmes d'Afrique arabe paraissent marcher à un rythme plus accéléré pouvant traduire une forme de gêne ou manque d'assurance dans l'espace public.

#### LA MOSQUÉE : DES ESPACES DIFFÉRENCIÉS ET GENRÉS

En nous proposant de visiter la mosquée de Myrha (28 rue Myrha, 75018), un gardien nous offrit la possibilité d'accéder à un espace privilégié de la religion musulmane. Celui-ci mandata une femme qui se rendait à l'intérieur de nous faire découvrir les lieux, laquelle accepta volontiers. Notons en premier lieu que le genre de notre guide est loin d'être le fruit du hasard. En effet, il s'avère que la mosquée soit régie par un principe de séparation du masculin et de féminin (Godelier, 1982). Ainsi, certains espaces sont réservés aux hommes, tandis que d'autres sont octroyés aux femmes.

S'il existe une répartition de l'espace en fonction du sexe, notons que celle-ci est inégale dans la mesure où l'espace alloué aux hommes est plus conséquent. Dans la mosquée de Myrha, ces derniers bénéficient de l'entière surface de deux étages, tandis que les femmes partagent les combles avec la salle des Imams. Par ailleurs, les femmes disposent d'une petite cuisine accolée à leur espace de prière. L'absence d'un tel lieu dans la partie masculine atteste d'une division sexuée des tâches dans laquelle les femmes sont assignées à un travail reproductif, tout particulièrement à l'entretien du domestique ainsi qu'à la prise en charge des membres du groupe (personnes âgées, jeunes enfants) (Delphy, 2013). Ici, nous pouvons supposer que la préparation de collations incombe aux femmes. Ainsi, la division du travail observée à l'échelle du privé par les féministes matérialistes (Delphy, 2013) est également présente dans la sphère publique.

Par ailleurs, il semble que l'accès des femmes au sacré soit moindre que celui des hommes. En effet, il nous est apparu que l'accès de certaines mosquées, notamment la mosquée de l'Institut des cultures d'Islam, soit réservé aux hommes le vendredi. Ne possédant qu'une connaissance très limitée des pratiques et coutumes musulmanes, nous avons interrogé les hommes chargés de la sécurité, sur les raisons de ce nonaccès des femmes à l'espace de prière.

*«Euh non, comme pour les femmes ce n'est pas obligatoire on a retiré leur espace. Maintenant c'est que pour les hommes. Vous, vous pouvez prier chez vous, ou sinon revenez*

*à 14h, je vous mets dans un petit coin à part. Comme il y a beaucoup d'hommes, on a supprimé la partie des femmes.»* (Chargé de la sécurité à l'entrée)

Ainsi, lorsque la demande est importante, les femmes ne disposent pas d'espace dédié à l'inverse des hommes qui sont prioritaires. Curieuses d'entendre le point de vue d'une femme, nous demandâmes quelques précisions à notre guide, notamment sur la symbolique du vendredi et ses impacts concrets sur les règles relatives à la prière. Selon Mariam, les hommes ont l'obligation de se rendre à la mosquée pour prier le vendredi. Les femmes ont également une injonction à prier, toutefois celles-ci n'ont pas l'obligation de se rendre dans un lieu de culte : « *les femmes, elles font comme elles peuvent : elles prient chez elles, dans la rue, dans la mosquée, enfin partout !* ». Ce verbatim laisse à penser qu'il revient aux femmes de concilier obligations quotidiennes, telle que la prise en charge des enfants ou encore la manutention du foyer avec leur confession. À l'inverse, les hommes semblent disposer d'un temps clair et défini, alloué au sacré. Ainsi, cette injonction sexuée à se rendre sur un lieu de culte pour exercer sa confession renvoie une fois de plus à une division sexuée du travail. En outre, cela fait également écho aux temps sociaux dont chaque genre dispose. En effet, les enquêtes « Emploi du temps », réalisées par l'Insee, objectivent l'assignation du travail reproductif aux femmes ainsi que le moindre temps personnel dont elle dispose.

Si certaines mosquées réservent un accès aux femmes, quelle que soit la fréquentation et le calendrier, il apparaît que les femmes aient un moindre accès aux figures religieuses. En effet, l'imam prononce les sourates parmi les hommes. Lors de nos observations, les femmes participent à la prière via un système de retranscription numérique en direct. Il existe donc une médiation entre le *corps féminin* et l'imam. Enfin, l'accès des femmes à la littérature religieuse semble également plus restreint que celui des hommes, ce dans la mesure où la bibliothèque masculine est plus fournie. Par conséquent, il existe une forme de séparation symbolique (Godelier, 1982) et matérielle entre les femmes et le sacré. Notons qu'hommes et femmes partagent une représentation commune de ce phénomène (Bourdieu, 1998). Ainsi, la priorité des hommes sur l'espace religieux n'est pas questionnée, mais considérée comme légitime. L'adhésion des femmes à ce principe, visible au travers de l'absence de remise en cause, est une condition essentielle à la perpétuation des normes en vigueur.

#### UN PAS RYTHMÉ PAR DIFFÉRENTS TEMPOS : DICHOTOMIE GENRÉE ENTRE POSTURE STATIQUE ET DYNAMIQUE

Lors de la matinée de mercredi, en déambulant dans les rues de Barbès, nous avons remarqué une surreprésentation d'hommes dans l'espace public et plus particulièrement dans les esplanades de cafés, un espace privilégié de sociabilité (Forsé, 2012). Tandis que les hommes adoptent une posture statique et investissent leur temps dans leur capital social (Bourdieu, 1972), les femmes, elles, sont en mouvement permanent. En adoptant une posture dynamique dans l'espace public, nous pouvons - de manière hypothétiquement - défendre l'idée selon laquelle ce phénomène traduit une forme d'insécurité de la femme dans la sphère publique ou bien une façon de justifier, voire légitimer la présence de la femme dans la voie publique. Ce mouvement exprime le fait d'être occupée - restreignant la probabilité d'être abordée - et/ou l'exercice d'une fonction de *première utilité* comme le fait de faire des courses alimentaires ou encore prendre en charge des enfants.

D'ailleurs, cette idée se renforce par l'*accessoirisation* des déplacements : poussettes, sacs de courses, chariots de courses, entre autres.

En somme, le fait que la figure féminine soit ralliée traditionnellement à la sphère domestique (Kergoat, 2000), celle-ci se voit inévitablement astreinte à justifier sa présence dans l'espace public.

## FRÉQUENTATION DES SEX-SHOPS : UN APERÇU DISTINCTIF DES PORTRAITS DES CLIENT.E.S

### UNE BRÈVE HISTOIRE DU SEX-SHOP EN FRANCE

Les sex-shops voient leur clientèle se développer de manière significative aux alentours de Mai 68'. Ces magasins brisent les codes établis. Ces derniers sont "*interdits aux mineurs, spécialisés dans la pornographie et contrôlés par la police*" (Coulmont, 2007). Ces "*temples de l'érotisme*" (Bubola, 2018) se situent selon Coulmont « dans les espaces urbains qui apparaissent comme les plus masculins », comme Saint-Denis et Pigalle (Paris). Avant l'arrivée de ce type de commerces, ces lieux sont des espaces "de drague" où les relations tarifées ne sont pas exclues. La visualisation où l'achat de films pornographiques sont également courant. Au Sexodrome, le plus grand sex-shop du boulevard de Clichy, les cabines de visionnage environ 70-80 occupaient un étage entier (ibid). Socialement illégitimes, les sex-shops furent confrontés à de violentes oppositions, notamment de la part des féministes<sup>1</sup>. En effet, ces derniers étaient considérés comme un outil de légitimation, de commercialisation du viol (Coulmont, 2007). L'émergence de sites pornographiques, accompagné du développement d'applications de rencontres telles que Pornhub, Tinder ou Grindr constituent un risque certain pour ces commerces qui n'ont désormais d'autres choix que de se réinventer. Ainsi, ces derniers ont opéré un travail de redéfinition passant du "sex-shop" au "love shop", dédiée au "bien être". Les produits proposés à la clientèle ont progressivement évolué. Les cabines, les peep-shows et les DVDs de porno sont remisés et laissent place à la catégorie des « sex-toys » et de la lingerie de séduction (Bubola, 2018). L'émergence de la catégorie des « sex-toys », va de pair avec une légitimation (tardive) du plaisir féminin. Nos observations nous ont permis de distinguer divers types de boutiques. Certaines se définissent comme des boutiques haut de gamme tandis que le manque d'hygiène et d'entretien d'autres commerces laissent apparaître un caractère plus lugubre. Les sex-shops agissent comme un révélateur puissant du système de valeurs et des tabous en vigueur dans une société. L'évolution des produits commercialisés dans ces commerces s'accompagne d'un changement de présentation. Les rideaux couvrant les vitrines sont ainsi retirés. De cette manière, les sex-shops offrent une certaine transparence à leur clientèle. Paradoxalement, les boutiques sont régies par un impératif de discrétion visant à assurer une forme de confidentialité à la clientèle. Cette clôture de l'espace donne une idée des frontières existantes entre ces espaces et le monde extérieur. En outre, les sex-shops présentent une apparence spécifique. En effet, les sex-shops répondent à certains codes, notamment en termes de couleurs. Le rouge et le noir sont selon Patrick (propriétaire du Passage du Désir) - "*les rois du love shop français*". La légitimation juridique et sociale de la communauté LGBTQ+ (potentiels clients des sex-shops) entraîna l'incorporation du violet. En outre, l'émergence de la catégorie des « sex-toys » légitime l'accès des femmes à ce type de lieux. Elles deviennent

---

<sup>1</sup> En 1975, des prostituées lyonnaises ont barbouillé les vitrines des sex-shops de la ville. En 1978 et 1979 : Les sex-shops dans toute la France étaient attaqués durant les manifestations du mouvement "Journée de la femme" (Martinache, 2007).

ainsi partie intégrante de la clientèle. L'usage du rose est désormais fréquent. Cette adaptation permet également d'"éviter que ça soit une boutique qui n'attire que les hommes", (manager du Sexodrome) Vanessa (Bubolat, 2007). Selon Anne-Laure, responsable commerciale du plus grand distributeur de sex-toys en France - Lovely Planet, les magasins de sex-shops se sont inspirés de la "mode Séphora" afin d'attirer une clientèle féminine tandis que les sex-toys sont conçus selon la "mode Apple" pour stimuler l'envie d'achat des jeunes (ibid).

#### CRÉATION D'UN UNIVERS SENSUEL AVEC HORAIRES D'OUVERTURE ALLONGÉES À L'AUNE DE LA NORME

À l'intérieur des sex-shops, la lumière ainsi que la musique ainsi que les articles proposés confèrent aux espaces un caractère sensuel et intime. Les paroles des musiques permettent selon Vanessa de prévenir la venue des personnes âgées (ibid). La lumière tamisée et mystique transforme l'espace des sex-shops en un univers de fantasmes. D'autre part, l'aménagement de l'espace ainsi que la disposition spatiale de produits renvoient à la hiérarchisation des comportements sexuels endogène à la société donnée. De même que le classement hiérarchique des archives judiciaires, les rayons des sex-shops sont agencés en fonction du caractère plus ou moins "choquant" des produits et services proposés (Coulmont via Bubola, 2018). Cet agencement constitue selon Coulmont, un "guide sexy" "idéal", cristallisée des activités "policières, capitalistes et morales,..." qui permettent à l'observateur de se rendre compte des hiérarchies des sexualités". Cet aménagement est également fondé sur un classement vertical « des pratiques, des personnes et des instruments » (Martinache, 2007). En effet, les produits qui renvoient à des actes valorisés sont visibles dès l'entrée, tandis que ceux dont l'usage est socialement condamné sont plus difficiles d'accès. À l'entrée, vers la caisse ou en vitrine, se trouvent les préservatifs, les « gadgets humoristiques », les petits accessoires de séduction. Les produits plus érotiques comme le vibromasseur ou les fausses parties corporelles sont à l'inverse plus éloignés dans le magasin. Le secteur du SM bondage est quant à lui localisé au fond ou en sous-sol de la boutique.

Dans les années soixante-dix, les sex-shops sont considérés comme des commerces de la nuit. Cela est dû à la faible fréquentation des boutiques entre 10h à 20h. Ces commerces sont désormais ouverts de jour comme de nuit (de 9h à 2h du matin). « *On est ouverts de 10h00 du matin à 2h00 du matin, non-stop et jusqu'à 3h du matin le week-end... c'est Pigalle hein ! Ça bouge la nuit !* » (vendeuse de *Sexy Girls*).

#### UNE ACTIVITÉ SOUS-REPRÉSENTATION FÉMININE

Dans les années 2000, Irène Roca Ortiz observe que les couples étaient les clients les plus actifs des sex-shops. Bien que visiteurs réguliers, les hommes seuls n'effectuent que peu d'achats et tentent de préserver une forme d'anonymat (Coulmont et Roca Ortiz, 2007). Aujourd'hui, la clientèle des sex-shops a évolué. Lors de nos observations, nous avons remarqué que les couples constituent la clientèle principale, ce qui corrobore les constats établis par Irène Roca Ortiz. Les hommes seuls sont également présents. Les femmes seules se font rares. Nous avons croisé deux filles allemandes au Sexodrome, lesquelles sont entrées par curiosité. Ces deux touristes ont avoué avoir osé rentrer dans le sex-shop uniquement parce qu'elles étaient deux. "Female Patrons of Porn",

est un ouvrage coécrit par deux sociologues américains : Richard McCleary et Richard Tewksbury relatif à la fréquentation journalière des 33 sex-shops californiens. Leurs travaux exposent des résultats similaires aux nôtres. Les hommes constituent 83% de la clientèle et ils visitent le plus souvent seuls les sex-shops, alors que les femmes viennent en groupe de même sexe ou mixte. La clientèle peut également être étudiée via une approche *intersectionnelle* (Crenshaw, 1989). Il semble que la majeure partie des couples soient âgés de 30 à 50 ans. Les hommes seuls sont plutôt jeunes (20-35 ans). Nous n'avons aperçu aucune femme âgée. Nous remarquons aussi une absence de la clientèle issue de l'Asie ou de l'Afrique. Selon les travaux de McCleary et Tewksbury, il existe plusieurs caractéristiques influençant la visite des clientes. Tandis que la présence des vigiles des sex-shops augmente la fréquentation des clientes, la disposition de cabines vidéos la réduit. En outre, ce qui apparaît comme "étrange" pour Coulmont est une faible présence des femmes dans des sex-shops californiens employant des vendeuses. Cela va selon lui à l'encontre du sens commun, de la logique entrepreneuriale. À l'inverse, "la présence de femmes parmi les vendeurs est présentée comme le signe que le magasin s'adresse aux femmes". En effet, en observant tous les sex-shops de la place Pigalle ainsi que du boulevard de Clichy, nous constatons que la plupart ont au moins une vendeuse. Cela facilite effectivement non seulement la visite des femmes, mais aussi la demande de renseignements vis-à-vis des produits et des services que propose le magasin.

Si l'aménagement de l'espace intérieur des sex-shops (qui renvoie à la hiérarchisation des pratiques sexuelles d'une société donnée) dévoile son système de valeurs ; le rapport vendeur-client donne à voir les tabous en vigueur dans cette société (Martinache, 2007). Ici, on trouve des formes d'évitements ainsi qu'une volonté des clients de préserver la "face" devant les vendeurs (Goffman, 1974). D'après nos observations, les vendeurs des sex-shops n'abordent pas les clients, ce qui va à l'encontre des pratiques de vente conventionnelle. En effet, ces derniers accordent un certain temps. S'ils viennent à répondre à certaines questions, ces derniers sont très attentifs au vocabulaire qu'ils emploient, tout particulièrement lorsqu'il s'agit de pratiques sexuelles ou de parties intimes. En se faisant passer pour une jeune cliente (observation incognito), l'une d'entre nous a demandé un renseignement sur l'un des produits. Ne sachant pas quoi répondre, la vendeuse lui a demandé la permission de se tourner vers son collègue. Cet épisode semble révélateur des rapports de genre. En effet, il nous semble que cet épisode ne va pas passer si cette cliente était un homme.

## FORMES D'IDENTIFICATIONS DES FEMMES

### LES SEX-SHOPS : LE COMMERCE DES FANTASMES MASCULINS

*«Un corps séducteur, modèle d'identification, est à la base d'une véritable dictature esthétique (...) l'homme a toujours tenté, par la mise en œuvre d'artifices, de correspondre à un idéal défini par la société. (...) Le corps a ainsi toujours représenté un enjeu important, basé sur des idéaux mythiques et inaccessibles.»* (Travaillot, 1998).

À partir de 1968, moult mouvements de contestation se basant sur le fond de la crise des valeurs occidentales du XX<sup>e</sup> siècle en rupture avec la société traditionnelle et conservatrice, se développent. La conception de liberté individuelle, mêlant hédonisme et anti-autoritarisme, est au centre des aspirations, suscitant par conséquent la libéralisation des mœurs et le développement de la libidinalité (Travaillot, 1998). Dès la publication des bandes dessinées *Barbarella* (1962), la vision du corps de la femme *objet de désir* tend à se vulgariser. Dans la suite, en 1975, notamment

au moyen du succès de l'œuvre cinématographique *Histoire d'O* réalisé par Just Jaeckin, le cinéma érotique dévoile les *charmes corporels* (Travaillot, 1998) et les *boutiques du sexe* (Kauffman, 1996) fleurissent dans l'espace public. Un essor érotique et pornographique fondé sur une *idéologie corporatiste* (Brohm, 1978) qui ambitionne la libération des corps et l'assumption des désirs. *L'effet 68* et la multiplication de mouvements féministes à la fin des années 1960, début années 1970 ont promu une sexualité sans procréation de manière à insister sur le fait que la femme dispose librement de son corps.

### ÉROTISATION DU CORPS DE LA FEMME PAR LES ARTIFICES : CORPS DIFFÉRENTS SOUMIS À UNE FIGURE PRESCRITE

Parmi les cinq *commerces sexuels* (Kauffman, 1996) situés au boulevard de Clichy qui ont fait l'objet de notre enquête, la figure de la femme libérée est effectivement ressortie. Le contrôle de son propre corps passe entre autres par son exploration *en toute intimité* à l'aide des sex-toys voués aux femmes qui s'attaquent au tabou astreint du plaisir féminin. Le *Sexodrome* ou encore *Clara Morgane store* - qui s'inscrit plutôt dans un modèle de love store - commercialisent des sex-toys de couleurs, formes, technologies diverses et variées qui s'inscrivent entièrement dans *l'idéologie corporatiste*. Toutefois, les représentations du corps de la femme dans les *packs à jin* des sex-toys destinés aux hommes ou aux relations de couple et ceux de lingerie féminine donnent à voir des représentations stéréotypées centrées sur l'érotisation du corps féminin. D'une part, les logiques sexuées et sexuelles sont structurées entre autres par le circuit commercial, le fait de réduire les «(...) *relations sexuelles à un exercice génital*» (Sohn, 2009) ou encore par l'accent mis sur la pénétration qui est directement associé à certaines conceptions de la virilité (Coulmont, 2012) allier au concept de domination masculine (Bourdieu, 1998). D'une autre part, notons qu'un *type de corps* ressort sans cesse pour imager la figure prescrite de la femme sexy : une femme à la bouche pulpeuse avec une forte poitrine, taille fine, des hanches développées, un fessier rebondi et qui ne présentent aucune pilosité - un caractère également vulgarisé par les images érotico-pornographiques. Ces corps sculptés sont souvent accessoirisés par des chaussures à talons qui comportent une plateforme qui permet allonger la silhouette de la femme et de la lingerie en dentelle - strings, bodys, bas jarretelle, soutiens gorges - qui laisse entrevoir le corps nu de la femme. La lingerie en dentelle est présentée sous des formes diverses et variées, toutefois soulignons le fait que de façon très majoritaire celle-ci est présente sous trois couleurs dont le noir, le blanc et le rouge et tend à avoir des strasses ou encore des petits nœuds qui renvoient à des éléments qui caractérisent la féminité dans les sociétés occidentales. Conformément aux représentations du corps de la femme dans les *marchés du désir* (Kauffman, 1996), l'érotisation du corps de la femme - à savoir le fait de stimuler les impulsions sexuelles, notamment par voie hormonale en se basant sur un physique - passe par une *mise en scène* du corps qui met en avant les seins et/ou le fessier des femmes, des attributs incarnant la féminité et plus particulièrement l'érotisme selon les codes de la société actuelle (Kauffman, 2013).

Le modèle de corps de femmes prescrits dans les sex-shops proscrit une partie de la population féminine qui ne s'y identifie pas. Outre le fait que ces représentations du corps érotique

de la femme s'écartent d'une réalité objective, nous avons par ailleurs pu remarquer que la lingerie commercialisée ne répond à la vaste palette de tailles et formes de corps. En effet, à travers notre posture d'enquêtes incognitos *in situ*, nous nous sommes rendues compte que des petites tailles de bonnets de soutiens gorges ou de bustiers tels que la taille de bonnet A ou B. Malgré l'instauration récente d'un rayon destiné «(...) femmes rondes pour qu'elles puissent se sentir, elles-aussi, féminines» (vendeuse du Sexodrome) de façon à adapter les produits vendus à un public plus vaste. Nonobstant, on a pu se rendre compte que les femmes menues et aux petites poitrines, «plates comme une autoroute» (vendeuse du Sexodrome) ne sont pas prises en compte dans ce principe d'inclusion. Quatre des cinq sex-shops observés ne proposaient pas des soutiens-gorges au-dessus du bonnet C. Après avoir insisté sur des questions qui menaient les vendeuses et vendeur à révéler les raisons pour lesquelles ces tailles n'étaient pas exposés en magasin, la vendeuse du *Sexodrome* ainsi que celle de la boutique *Clara Morgane Store* - dont le Sexodrome en est le fournisseur - ont énoncé le fait que les fournisseurs ne produisaient pas des petits-bonnets de soutien-gorge et le vendeur du sex-shop et love-store *Les Cocottes* mentionne qu'à défaut de demande, celui-ci ne commande plus de petites-tailles de soutiens-gorge qui «(...) restaient des mois sur les étagères» (vendeur *Les Cocottes*) aux fournisseurs. Selon la vendeuse du *Sexodrome*, ce problème de taille n'avait jusqu'à présent pas fait surface dans la mesure les transgenres, des «travailleuse du sexe» (Comte, 2010) ou encore des «(...) hommes accompagnés de leur maitresse» (vendeuse de *Sexy Girls*) représente la très grande majorité de leur clientèle. Or, selon la vendeuse du *Sexodrome*, ces femmes ou hommes transgenres ont souvent une forte poitrine et recherchent par conséquent de la lingerie de grande taille.

Dans la mesure où la vendeuse du *Sexodrome* ne pouvait fournir un soutien-gorge de bonnet A ou B - tel l'avait demandé une d'entre nous - celle-ci a suggéré des soutiens-gorges «push-up» qui donnent l'impression d'un volume de poitrine augmenté, «un véritable atout de séduction (...) qui permet de vous faire sentir plus féminine (...)» (vendeuse du *Sexodrome*), sachant que la féminité de l'enquêtée n'avait jamais été remise en cause par sa petite poitrine lors du discours tenu auprès de la vendeuse. Ces déclarations mettent effectivement en exergue les caractéristiques de féminité et sensualité prédéfinies dans ce milieu discréditant (Hammou, 2005) dans ce sens un certain nombre de corps de femmes. Autrement dit, cette incapacité se conformer à un certain nombre de morphologies tend à marginaliser les femmes de *l'univers érotique* qui ne correspondent pas à la *norme du corps érotique*. Malgré tout, ces propos sont à nuancer dès lors que parmi cinq sex-shops, un d'entre eux - le *Sexy Girls* - vendait de la lingerie de toutes les tailles en allant d'ailleurs plus loin en créant des pièces de lingerie *sur-mesure* sans frais ajoutés au prix de présenté en magasin.

«(...) je vous le dis, je peux vous le faire sur mesure, ça c'est hyper intéressant, on est les seuls à Paris à le faire et ça c'est intéressant, on prend ta mensuration et on te le fait vraiment à ta taille. Moi qui ai des seins énormes, ah bah là, Roland - le patron - me fait tout ce que je veux ! La couturière connaît déjà ma taille, je lui dis : «Ma chérie» elle connaît déjà ma taille, je lui donne la référence et elle me le fait. Je fais du 102E moi! C'est énorme. En plus, on ne prend même pas dix euros de plus par rapport au prix affiché, c'est que dal. On peut dire que c'est donné. (...)» (Vendeuse de *Sexy Girls*)

UNE IDENTITÉ RELIGIEUSE MUSULMANE INCONCILIABLE AVEC LA SEXUALISATION DU

## CORPS DE LA FEMME

La grande majorité des femmes musulmanes que nous avons rencontrées dissimulaient leurs cheveux avec un voile. Une partie d'entre elles portaient de longues tuniques, lesquelles masquaient en partie les courbes féminines. Les tissus étaient souvent unis et de couleurs atones, particulièrement parmi les femmes maghrébines (ce constat s'avère, en effet, inexact pour les femmes d'origine subsaharienne). Cette absence de vivacité dans les couleurs vêtues contribue, au-delà de la coupe des tuniques, à invisibiliser le corps de ces femmes. La dissimulation d'attributs féminins tels que les cheveux ou la poitrine est d'autant plus importante dans les lieux de culte. Selon notre guide, Myriam, le port du voile est un prérequis pour se présenter devant Dieu. Soucieuses de nous faire accéder aux différents espaces, nos hôtes nous fournirent des voiles. Soudain, Myriam réalisa que la femme qui s'était chargée de nous montrer les lieux ne s'était pas encore couverte et déclara : « *Bah alors, elles ont le voile et toi, tu es là comme ça !* ». Ainsi, il apparaît que le respect des normes fasse l'objet d'un contrôle social. Dans ce cas particulier, il semble que les plus âgées se chargent d'inculquer aux plus jeunes ainsi que de faire respecter les codes en vigueur (Godelier, 1982). Maryam nous proposa d'assister à la prière. Certaines femmes d'origine subsaharienne étaient revêtues de noir. Néanmoins, celles-ci se couvrirent d'un voile de couleurs vives présentant des motifs imprimés avant de rejoindre l'extérieur. Si la présentation à Dieu requiert une forme d'ascèse (port du voile, couleur sobre), les femmes de confession musulmane d'origine maghrébine et subsaharienne adoptent à l'extérieur des comportements différenciés, notamment dans la manière de s'habiller.

Par ailleurs, l'hexis corporel des femmes de confession musulmane semble être marqué par une forme d'inclinaison, ce aussi bien sur la voie publique que dans les espaces plus clos, tel que la mosquée. Dans l'espace extérieur, il est possible d'envisager cette posture comme un masque, lequel participe à dissimuler leur présence, à éviter les interactions (Goffman, 1967). Il semble qu'une attitude corporelle "introvertie" soit socialement valorisée.

En revanche, l'inclinaison relève, dans les lieux de culte, d'une autre signification. En effet, les nombreuses inclinaisons présentes dans le rite de prière représente selon Myriam l'inclinaison devant Dieu.

## DISCUSSION : RÉFLEXION SUR LE TRAVAIL D'ENQUÊTE RÉALISÉ

Ce travail d'enquête permet de dresser une typologie de l'appropriation de l'espace public par les femmes. En effet, il s'avère que l'aisance, la présence des femmes dans ces espaces diffère en fonction de divers critères, tout particulièrement à l'appartenance socio-culturelle. En outre, les symboliques attachées au corps féminin divergent largement d'un espace à l'autre. Les commerces tels que les sex-shops prônent un corps érotisé accentuant les attributs féminins, à l'inverse, certains contextes tendent à invisibiliser le corps féminin. La diversité des espaces observés ainsi que les méthodes plurielles que nous avons employées nous permirent collecter un riche panel de données. Nos attributs personnels, notamment le fait que nous soyons relativement jeunes nous ont parfois placé dans une position ambiguë. Nous avons en effet réalisé des observations dans des lieux qui nous étaient jusqu'alors inconnus et dont nous ignorions les codes de conduite. Ce fut particulièrement le cas dans les observations relatives aux sex-shops ainsi que lors de la visite de la mosquée. La méconnaissance des pratiques en vigueur dans ces lieux engendra quelques difficultés. Nous étions, en effet, préoccupés par une double volonté : le devoir de bienséance ainsi que la

collecte de données - nous permettant de réaliser notre enquête. Il aurait été intéressant de poursuivre, d'approfondir certaines observations. Cela nous aurait permis de corroborer ou de nuancer davantage notre analyse. Ce travail ethnographique souleva de nombreux questionnements, notamment sur la relative porosité de l'espace religieux ou encore sur l'appropriation - ou plutôt l'expropriation - de la sexualité féminine visible dans les sex-shops. L'article de Paola Tabet, *La grande arnaque. L'expropriation de la sexualité des femmes* paru en 2001 permet d'éclaircir cette thématique.

## BIBLIOGRAPHIE

- BUBOLA, Emma, 2018, « Les sex-shops meurent. Voilà ce qu'on perd au passage », Dans *Nos Vies intimes*, L'OBS, 03/08/2018. Accès le 6/01/2022. Disponible au lien : <https://www.nouvelobs.com/rue89/nos-vies-intimes/20180801.OBS0407/les-sex-shops-meurent-voila-ce-qu-on-perd-au-passage.html>.
- BOURDIEU, Pierre, 1980. *Le Sens Pratique*. Print. Le Sens Commun.
- BOURDIEU, Pierre, 1998, *La domination masculine*, Éditions du Seuil.
- BOURDIEU, Pierre, 1972, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Éditions du Seuil.
- BOURDIEU, Pierre, 1998, *La misère du monde*, Éditions du Seuil.
- BRUNETEAUX, Patrick, et LANZARINI, Corinne, 1998, « Les entretiens informels », *Sociétés contemporaines*, vol. 30, n° 2, pp. 157-180.
- COMTE, Jacqueline, 2010, « Stigmatisation du travail du sexe et identité des travailleurs et travailleuses du sexe », *Déviance et Société*, vol. 34, n° 3, pp. 425-446.
- CONDON, Stéphanie, LIEBER, Marylène, et MAILLOCHON, Florence, « Insécurité dans les espaces publics : comprendre les peurs féminines », *Revue française de sociologie*, vol.46, n° 2, 2005, pp. 265-294.
- COULMONT, Baptiste, 2010, « Les femmes et les sex-shops », Baptiste Coulmont. Accès le 5 janvier 2022. Disponible au lien : <https://coulmont.com/blog/2010/07/25/les-femmes-et-les-sex-shops>.
- COULMONT, Baptiste, 2012, « Les économies de l'obscénité. Circuits sexuels et sexués du godemiché », in Élisabeth Anstett éd., *Les objets ont-ils un genre ? Culture matérielle et production sociale des identités sexuées*, Armand Colin, 2012, pp. 155-172.
- COULMONT, Baptiste, ROCA ORTIZ, Irène, 2007, *Sex shops, une histoire française*, Paris, Editions Dilecta, coll. La librairie de Montaigne, 264 pages.
- CRENSHAW, Kimberle, 1989, « Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine », Dans *Feminist Theory and Antiracist Politics*, University of Chicago Legal Forum: Vol. 1989: Iss. 1, Article 8. Accès le 2 janvier 2022, disponible au lien : <http://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8>.
- DELPHY, Christine, 2013, *L'ennemi Principal* (tome 1 et 2), Syllepse, Paris.
- DURKHEIM, Emile, 1894, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris.
- ÉPIPHANE, Dominique, 2007, « My Tailor is man... La représentation des métiers dans le livre pour enfants », *Travail, genre et sociétés*, La découverte, n°18.
- FIDEL, Molina-Luque, 2002, « Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité », *Sociétés*, vol. 76, n° 2, 2002, pp. 59-70.
- FORSÉ, Michel, 2012, « Les réseaux sociaux d'aujourd'hui. Un monde décidément bien petit », in *Revue de l'OFCE*, vol. 126, n° 7, pp. 155-169.
- GARFINKEL Harold, 2002, *Ethnomethodology's program*, Anne Warfield Rawls
- GARFINKEL, Harold, 1967, *Studies in ethnomethodology*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- GODELIER, Maurice, 1982, « La subordination des femmes », in *La production des Grands Hommes*, Fayard.

- GOFFMAN, Erving, 1996, *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*, Free Press, 248 pages.
- GOFFMAN, Erving, 1967, *Interaction Ritual*, New York, Pantheon.
- GOFFMAN, Erving, 1974, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harvard University Press.
- GOFFMAN, Erving, 2002, *L'arrangement des sexes*, Paris, La Dispute, coll. Le genre du monde, 128 pages.
- HAMMOU, Karim, 2005, "Comment le monde social du rap aménage-t-il son territoire ? L'exemple de la polémique autour du groupe manau", *Sociétés contemporaines*, vol. n° 59-60, n° 3-4, pp. 179-197.
- HOGGART, Richard, 1957, *La culture du pauvre*, Paris.
- JAUNAIT, Alexandre, CHAUVIN, Sébastien, 2013, « Intersectionnalité », dans Catherine Achin éd., *Dictionnaire. Genre et science politique. Concepts, objets, problèmes*. Paris, Presses de Sciences Po, p. 286-297.
- KAUFMANN, Jean-Claude, 1996, "Corps de femmes, regards d'hommes : sociologie des seins nus", in *Revue française de sociologie*, 37-1. pp. 158-161.
- KAUFMANN, Jean-Claude, 2013, *La guerre des fesses*, JC Lattès.
- KERGOAT, Danièle, 2000, "Division sexuelle du travail et rapports sociaux", in *Dictionnaire critique du féminisme*.
- KINTZELE, Jeff, 1995, *La drague, ou, les rencontres difficiles : esquisse sociologique d'un phénomène de vie quotidienne*, Harmattan.
- MARTINACHE, Igor, 2007, « Baptiste Coulmont, Sex-shops. Une histoire française », Dans *Lectures, Les comptes rendus*. Accès le 4 janvier 2022. Disponible au lien: <http://journals.openedition.org/lectures/455>.
- LE RENARD, Amélie, 2011, "Genre, classe, nationalité et accès des femmes aux espaces publics à Riyad", in *Sociétés contemporaines*, vol. 84, no. 4, pp. 151-172.
- MARTINACHE, Igor, 2007, « Cinq questions à Baptiste Coulmont sur les Sex-Shops », Sciences économiques et sociales. Accès le 2 janvier 2022. Disponible au lien : <http://ses.ens-lyon.fr/articles/cinq-questions-a-baptiste-coulmont-sur-les-sex-shops-32832>.
- MCCLEARY, Richard, TEWKSBURY, Richard, 2010, "Female Patrons of Porn", *Deviant Behavior* 31, n° 2 : 208-223.
- MEAD, Margaret, 1955, *Moeurs et sexualité en Océanie*, Paris, Plon, Coll. Terre humaine, pp. 533.
- PARK, Robert Ezra, et BURGESS, Ernest Watson, 1925, *The City. Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*, The University of Chicago Press.
- VESCHAMBRE Vincent, 2005, *L'appropriation de l'espace : sur la dimension spatiale des inégalités sociales et des rapports de pouvoir*.
- TABET, Paola, 1998, "L'exploitation de la reproduction", in *La construction sociale de l'inégalité des sexes*, L'Harmattan, 208 pages.
- TRAVAILLOT, Yves, 1998, "Sociologie des pratiques d'entretien du corps. L'évolution de l'attention portée au corps depuis 1960". Presses Universitaires de France.
- SAUVAGEOT, Anne, 1994, «Voirs et savoirs, Esquisse d'une sociologie du regard», in *Collection Sociologie d'aujourd'hui*, pp.256.
- SOHN, Anne-Marie, 2009, *Sois un Homme ! La construction de la masculinité au XIXe siècle*, Paris, Seuil.
- WHYTE, William Foot, 1943, *Street Corner Society: The Social Structure of an Italian Slum*, The University of Chicago Press.