

Séquence cerveau, plaisir, sexualité et stéréotypes

Classe de Seconde

Professeure : Isabelle ROUX

BO

Cerveau, plaisir, sexualité

Connaissances

Chez l'homme et la femme, le système nerveux est impliqué dans la réalisation de la sexualité. Le plaisir repose notamment sur des mécanismes biologiques, en particulier l'activation dans le cerveau du système de récompense.

Les facteurs affectifs et cognitifs ainsi que le contexte culturel ont une influence majeure sur le comportement sexuel humain.

Précisions : les autres composantes de la sexualité (psycho-affective et sociale) sont abordées. On veille à ne pas limiter la relation entre sexualité et plaisir à la seule composante biologique. Les mécanismes cérébraux du plaisir sont étudiés seulement d'une façon globale (activation de zones cérébrales) sans explicitation des phénomènes cellulaires. Il s'agit de montrer que l'activité sexuelle dans l'espèce humaine est dépendante à la fois des hormones sexuelles et des zones cérébrales impliquées dans le plaisir et qui peuvent par ailleurs être activées en dehors des activités sexuelles.

Parcours de l'élève



Cycle 4 : Débattre dans le cadre de l'éducation à la sexualité avec des actions menées auprès des élèves (3 séances annuelles devraient être proposées à tous les élèves). Quelques exemples de thématiques abordées : le consentement, l'orientation sexuelle, éducation aux médias, l'égalité entre les filles et les garçons, la prévention des violences sexistes et sexuelles...
Programme cycle 4 : Expliquer sur quoi reposent les comportements responsables dans le domaine de la sexualité comme le respect de l'autre, fertilité, grossesse Procréation, IST /Comprendre les rôles des hormones sexuelles au cours de la puberté et dans le fonctionnement reproducteur rôle du cerveau dans la réception et l'intégration des messages nerveux / messages nerveux, centres nerveux, cellule nerveuse / Effets de quelques comportements sur le cerveau, perturbations du système nerveux après certaines situations et comportement

2nde : Comprendre -
comment le sexe génétique et les hormones interviennent dans la mise en place du sexe biologique de la fécondation à la puberté
-comment les hormones interviennent dans le fonctionnement de l'appareil génital
-Différencier de ce qui relève de l'identité sexuelle, du genre

Terminale
-Relier différents mécanismes de régulation impliqués dans la réalisation d'un comportement
- Construire une boucle de régulation hormonale avec la glycémie (→ flux) puis le stress biologique (→rétrocontrôle)

-Relier les systèmes de régulation (nerveux-hormonal-immunitaire) dans le cadre du stress biologique pour construire une vision intégrée
→ adaptabilité / dérèglement / résilience du système

Construire une vision intégrée des systèmes physiologiques à l'échelle de l'organisme humain, permettant le maintien des équilibres et la réalisation des comportements, et comprendre les enjeux de santé associés

Position dans la progression

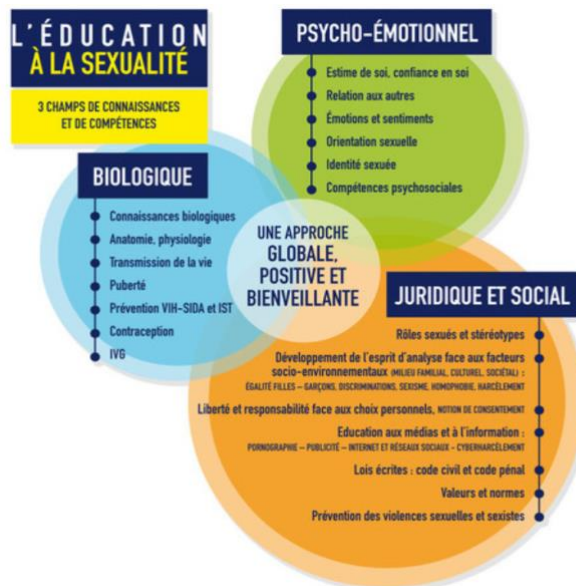
- Prérequis :

- La mise en place du sexe biologique,
- Les mécanismes hormonaux intervenant dans le fonctionnement des appareils génitaux et l'action des pilules contraceptives,
- L'action des hormones sexuelles sur des caractères sexuels secondaires,

- Ce qui suit : La maîtrise de la reproduction (contraception – PMA).

Objectifs de la séquence avec Dimensions

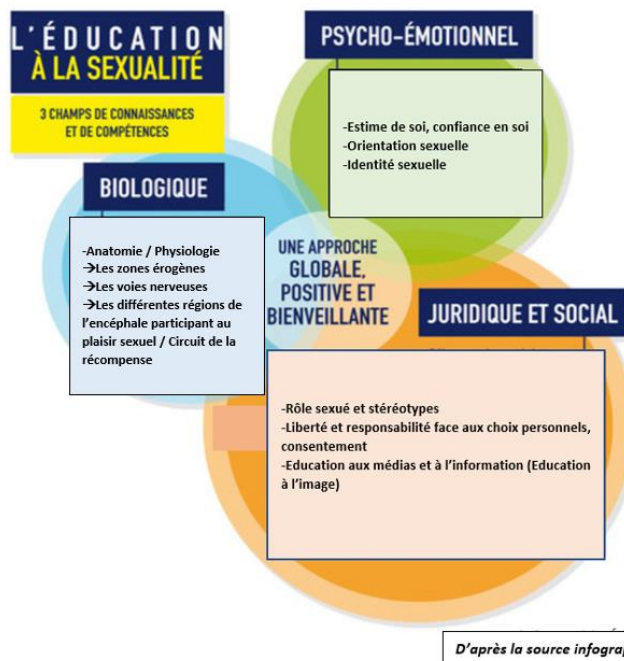
Cette séquence a pour objectif de sensibiliser à l'éducation à la sexualité et s'inscrit dans la progression de la classe de Seconde en SVT. Cette éducation mérite d'être intégrée au parcours Santé, et d'être menée par des actions dans le cadre du CESC au sein de l'établissement impliquant par exemple des acteurs de l'établissement (l'infirmière, assistante sociale, professeur documentaliste, ...) ou éventuellement des partenaires, afin d'envisager une approche globale positive et bienveillante, dans les 3 champs ci-dessous :



Source : infographie Éduscol.

<https://eduscol.education.fr/cid46864/les-enjeux-de-l-education-a-la-sexualite.html>

Dans le cadre de cette séquence, les différents champs visibles de cette infographie peuvent être déclinés comme ci-dessous :



Les objectifs liés sont :

- Mettre en évidence les stéréotypes véhiculés par les médias et comprendre leurs possibles conséquences sur la construction de son identité sexuelle. Il existe une grande diversité concernant l'identité (se sentir homme ou femme), l'expression de cette identité de genre (apparence physique, gestuelle), et l'attirance sexuelle (orientation sexuelle), qui ne correspond pas aux stéréotypes proposés par les médias et notre société. Ces stéréotypes sont normatifs, discriminants, inégalitaires.
- Comprendre les mécanismes à l'origine du plaisir sexuel, l'importance du système nerveux et du contexte socioculturel et individuel de la personne.

Compétences travaillées au cours de la séquence

Utiliser des outils et mobiliser des méthodes pour apprendre

Recenser, extraire, organiser et exploiter des informations à partir de documents (images, vidéos) à des fins de connaissance et pas seulement d'information.

Communiquer et utiliser le numérique

Communiquer dans un langage scientifiquement approprié à l'écrit (sous la forme d'un schéma fonctionnel) (séance 1), et à l'oral (séance 2).

Déroulé scénarisé de la séquence

Séance 1

- Situation d'accroche et problème scientifique :

QCM complété par les élèves avant la séance sur les stéréotypes :

Exemple de questions :

Naturellement, penses-tu que les hommes et les femmes ont les mêmes capacités physiques ?

- oui
 Non

Est-ce que cela te choque qu'un garçon puisse changer souvent de partenaires ?

- oui
 Non

Penses-tu qu'une fille et un garçon doivent être éduquer / élever de la même manière ?

- oui
 Non

Est-ce que cela te choque qu'une fille puisse changer souvent de partenaires ?

- oui
 Non

Penses-tu qu'une fille est naturellement plus douce et sensible qu'un garçon ?

- oui
 Non

Est-ce choquant qu'un garçon de 15 ans ait des relations sexuelles ?

- oui
 Non

Conception Mr Ledru Milon

Questionnement autour du sexe biologique : *Est-ce qu'être un homme ou une femme se réduit au sexe biologique ? Qu'est-ce que c'est qu'être de sexe féminin, de sexe masculin ?*

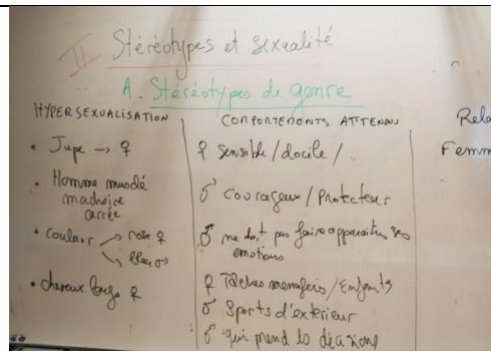
Les réponses des élèves conduisent à définir les termes d'identité sexuelle et de stéréotypes par comparaison des représentations. On demande alors aux élèves de citer des stéréotypes liés à l'identité sexuelle qui sont notés. On peut utiliser des post-it. Ils peuvent s'appuyer sur le questionnaire complété avant la séance, mais aussi sur leurs connaissances. Le professeur peut classer les stéréotypes au fur et à mesure.

Les exemples de stéréotypes proposés par les élèves :

→ Les stéréotypes concernant l'hyper-sexualisation chez la femme et l'homme

→ Les stéréotypes concernant les rôles sexuels et les espaces occupés par chacun, attribués aux femmes et aux hommes à un moment donné dans la société

→ Les stéréotypes concernant la sexualité hommes/femmes, ou entre deux personnes de même sexe



Problème : Quelles peuvent être les conséquences des stéréotypes véhiculés par les médias sur la construction de l'identité sexuelle d'un individu ?

Consigne :

A l'aide des documents mis à votre disposition, rechercher les stéréotypes véhiculés par les médias, puis réfléchir sur leurs possibles conséquences dans la construction de son identité sexuelle.

Ce travail fera l'objet d'une présentation orale de 5 minutes devant vos camarades.

Matériel : Cf. ANNEXE

Chaque groupe possède :

- Une affiche publicitaire ou une vidéo publicitaire ou des Unes de magazines pour homme ou femme
- Un tableau regroupant les différents stéréotypes de genre (cela peut-être celui construit avec les élèves au tableau)
- Une fiche aide pour décrypter les images proposées
- Un tableau à remplir au cours des interventions orales de chaque groupe

Modalité de travail : Travail par atelier (groupes de 3 ou 4) / 30 minutes. Présentation orale par chaque groupe (30 minutes) avec échanges entre les élèves de la classe.

Atelier 1 : Stéréotype lié à l'hypersexualisation dans la publicité

Matériel : 2 publicités pour les parfums mâle (homme) et classique (femme) de Jean Paul Gauthier + critères de réussite pour décrypter les images sur une affiche publicitaire

Atelier 2 : Stéréotype sur les rôles des femmes et des hommes dans la société

Matériel : Publicités pour la Société Générale + critères de réussite pour décrypter les images sur une affiche publicitaire

Atelier 3 : Stéréotypes véhiculés par les magazines pour homme et femme

Matériel : 4 Unes récentes de journaux masculins : the good life N°40, MensFitness avec Neymar, GO avec Bradd Pitt, Cyclo + 4 unes récentes des journaux féminins : ELLE, BIBA, Femme Actuelle, Grazia + critères de réussite pour décrypter la Une d'un magazine

Atelier 4 : Stéréotype lié à l'hypersexualisation (quand la publicité recycle les codes de la pornographie)

Matériel : vidéo publicitaire « Extrême de Gervais by Elena Soldatova »

Atelier 5 : Stéréotype lié aux relations homme-femme (quand la publicité recycle les codes de la pornographie)

Matériel : vidéo publicité parfum homme Dior

Trace écrite : Tableau à compléter lors des interventions orales des élèves sur les différents stéréotypes repérés et leurs conséquences.

Atelier	Stéréotypes identifiés	Conséquences sur la construction de l'identité et le devenir d'une jeune fille ou jeune garçon
Atelier 1 : _____		
Atelier 2 : _____		
Atelier 3 : _____		
Atelier 4 : _____		
Atelier 5 : _____		

NB : La correction de ce tableau est donnée en ANNEXE.

- Modalité d'évaluation de l'oral de présentation :

Compétence	Critère de réussite / Indicateurs d'évaluation	
Capacité	Forme (Conformité)	
	Qualité de l'expression orale :	
	<ul style="list-style-type: none"> - voix audible : articulation convenable, vitesse d'élocution convenable, volume sonore convenable. - niveau de langage approprié : vocabulaire scientifique adapté et précis - pas de tic de langage, discours fluide et dynamique. - respect des règles de la langue française 	
	Prise de distance par rapport aux notes écrites :	
	<ul style="list-style-type: none"> - l'élève s'adresse à l'examineur - l'élève explique son sujet sans lire ses notes. 	
	Attitude sérieuse	
	-tenue et expression orale (se tenir face au jury, pas les mains dans les poches pendant toute l'épreuve...)	
	Respect du temps de parole total	
	- temps de parole équilibré entre les membres du groupe.	
	Communiquer et utiliser le numérique :	Contenu
Critères de réussite		Indicateurs d'évaluation
Pertinence : les éléments scientifiques sont en relation avec le sujet (absence de hors sujet).		-Tous les stéréotypes contenus dans l'objet médiatique sont cités
Intégralité : tous ou la plupart des éléments scientifiques nécessaires pour répondre au problème sont présents.		-L'argumentation s'appuie sur différents éléments tirés des images (L'expression du visage et des corps, l'attitude des personnes représentées, leurs vêtements, les couleurs utilisées, leurs fonctions sociales si elles sont évoquées, l'arrière-plan et/ou les éléments extérieurs qui sont rajoutés pour renforcer les stéréotypes, le texte ...
Exactitude : les éléments sont scientifiquement justes.		
Cohérence		-Toutes les conséquences que peuvent engendrer ces stéréotypes sont citées :
<ul style="list-style-type: none"> - la présentation orale est structurée, l'enchaînement des idées s'effectue dans un ordre logique. - les éléments scientifiques sont mis en relation à l'aide de connecteurs. - le développement est organisé, structuré avec des paragraphes. - l'introduction présente le sujet choisi et sa problématique. - la conclusion répond à la problématique. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Conséquences sur le développement et le devenir d'une jeune fille ou jeune garçon ➔ Conséquences sur les relations homme-femme ➔ Conséquences sur l'espace occupé par les hommes (garçons), les femmes (filles) dans l'espace public 	

Communiquer et utiliser le numérique : Communiquer dans un langage scientifiquement approprié à l'oral	Barème
Présentation orale compréhensible, complète et exacte , qui respecte les règles de communication orale .	↑ A
Présentation orale compréhensible, complète et exacte , mais qui ne respecte pas les règles de communication orale .	B
Présentation orale peu compréhensible et/ou incomplète et/ou inexacte .	C
Présentation orale incompréhensible .	D

- Notion construite :

Ces stéréotypes sont normatifs, discriminants, inégalitaires.

Ne correspondant pas à la diversité des identités sexuelles rencontrées dans la réalité, ces stéréotypes peuvent avoir des conséquences sur le développement des individus concernant leurs fonctions sociales, la construction de leur identité sexuée, et leur sexualité.

Pour les programmes de lycée, les définitions suivantes sont dégagées en lien avec le document :

https://cache.media.eduscol.education.fr/file/couv_synthese_sante_sociale_2009-2011/90/0/Portail_EAS_fiche5_635900.pdf

- **Sexe biologique** : Il désigne les caractéristiques biologiques (caractères primaires et secondaires) et physiologiques qui différencient les hommes des femmes (sexe biologique). Il est déterminé par la présence ou l'absence de certains gènes comme le gène SRY. (Cf. Programme)
- **Identité sexuelle (ou sexuée)** : L'identité sexuelle est le résultat d'une construction dans laquelle interviennent des facteurs biologiques (basés sur le sexe génétique, les caractéristiques sexuelles corporelles de la personne), sociaux (sentiment d'appartenir au sexe masculin ou féminin par l'appropriation des normes de masculinité et de féminité socialement définies) et psychologiques (appropriation subjective, en lien avec la représentation et les attentes de l'entourage. Elle dépend de la façon dont l'individu adhère aux normes sociales de féminité et de masculinité). La construction de l'identité est personnelle, évolue au cours de la vie en fonction des échanges entre l'individu et son environnement social, avec plus ou moins de conformité aux normes socialement édictées.
Définition du Larousse de "l'identité sexuelle": Sentiment d'être un homme ou une femme ou autre. Synonyme : Identité sexuée. Dans un environnement socioculturel, on attend le plus souvent d'un individu qu'il se reconnaisse comme ayant une identité masculine ou féminine. Deux genres sont ainsi définis : le genre masculin et le genre féminin.
- **L'orientation sexuelle** est l'attrance émotionnelle et sexuelle envers une personne de même sexe ou de sexe différent.
- **Genre** : **Le genre est à la dimension sociale de l'identité sexuelle.** Il désigne les différences entre les hommes et les femmes liées au contexte social et culturel. Il sert à évoquer les rôles qui sont déterminés socialement, les comportements, les activités et les attributs qu'une société considère comme appropriés pour les hommes et les femmes.
- **Stéréotypes** : Les stéréotypes sont des représentations simplifiées, déformées, rigides, **arbitraires** (fondées sur des idées préconçues) **que l'on attribue à un groupe de personnes en fonction de leur sexe. Lorsque ces stéréotypes sont discriminatoires, on parle de stéréotypes discriminatoires.**

Séance 2

Mise en situation :

Il paraît essentiel de partir de leurs représentations, d'où l'exemple (ci-dessous) de sondage anonyme proposé, à compléter en ligne avant la séance (dont les résultats seront analysés indépendamment pour les filles et pour les garçons pour en effectuer une comparaison) :

Exemple de sondage qui peut être proposé		
PROPOSITIONS	OUI	NON
D'après vous, les hommes ont-ils des besoins sexuels plus importants que les femmes ?		
D'après vous, est-il choquant qu'une fille de 15 ans ait eu des expériences sexuelles ?		
D'après vous, est-il choquant qu'un garçon de 15 ans ait eu des expériences sexuelles ?		

Au début de la séance : discussion autour des réponses obtenues.

Exemple de résultats sur 2 classes pour le sondage :

Propositions	FILLES (total : 33)		GARCONS (total : 30)	
	OUI	NON	OUI	NON
Les hommes ont-ils des besoins sexuels plus importants que les femmes	9 27%	24 73%	9 30%	21 70%
Est-il choquant qu'une fille de 15 ans ait eu des expériences sexuelles	4 12%	29 88%	9 30%	21 70%
Est-il choquant qu'un garçon de 15 ans ait eu des expériences sexuelles	4 12%	29 88%	6 20%	24 80%

Quelques idées peuvent alors être discutées comme : « Les hommes ont des besoins sexuels plus importants que les femmes ». **Quel lien entre besoin et plaisir ?** Les hommes ont-ils plus de plaisir sexuel que les femmes ? On débouche sur le fait besoin et plaisir ne sont pas du même registre (ex : le besoin de se nourrir n'est pas proportionnel au plaisir de manger)

Stéréotype ou non ?... On peut alors se demander : **Quels sont les mécanismes biologiques à l'origine du plaisir sexuel ? Quelles sont les différences possibles de ces mécanismes entre homme et femme ?**

Problème : Comment le système nerveux intervient dans le plaisir sexuel chez l'homme et chez la femme ?

Modalités de travail : Travail par 2 (exploitation des documents (40 minutes)) puis par 4 (élaboration d'un schéma fonctionnel sur une affiche (20 minutes)) / Évaluation croisée pour le schéma fonctionnel (10 minutes)

Matériel : Cf. ANNEXE

- Un document montrant l'implication des 2 organes érogènes et leurs similitudes, le pénis et le clitoris (comparaison /schémas du site SVT égalité) ou <https://www.unige.ch/ssi/ressources/outils-pedagogiques/planches-anatomiques/>
- Un document sur le trajet des messages nerveux sensitifs envoyés au cerveau par les zones érogènes
- Logiciel EduAnatomist avec un tutoriel permettant de rechercher les zones du cerveau impliquées dans le plaisir : les zones impliquées dans le système de récompense, et d'autres zones comme le cortex préfrontal faisant intervenir les composantes cognitives, affectives, socio-culturelles + document sur le rôle du cortex préfrontal
- Un document sur la sécrétion de dopamine au cours du plaisir sexuel

Consigne :

Après une exploitation rigoureuse des documents, réaliser un schéma fonctionnel montrant les différents mécanismes intervenant dans le plaisir sexuel.

Ce schéma sera accompagné par un court texte argumentaire (10 lignes) répondant à notre question de départ : « Les hommes ont-ils des besoins sexuels plus importants que les femmes ? ».

La mise en activité permet aux élèves de découvrir que les zones érogènes chez l'homme et la femme présentent de grandes similitudes, et que les mécanismes biologiques faisant intervenir les voies nerveuses et les régions de l'encéphale participant au plaisir sont identiques et ont une grande importance. La mise en évidence de l'activation du cortex préfrontal permet d'aborder les autres composantes cognitives, affectives, socio-culturelles de la sexualité.

Pour aller plus loin : Choisir une IRM d'une personne à qui on a proposé de regarder une image érotique pourrait venir en complément d'une IRM de personnes recevant des caresses sexuelles (<https://www.livrescolaire.fr/page/6889398>). Cela permet le lien direct avec les organes érogènes et permet de comprendre qu'il existe plusieurs source d'excitation.

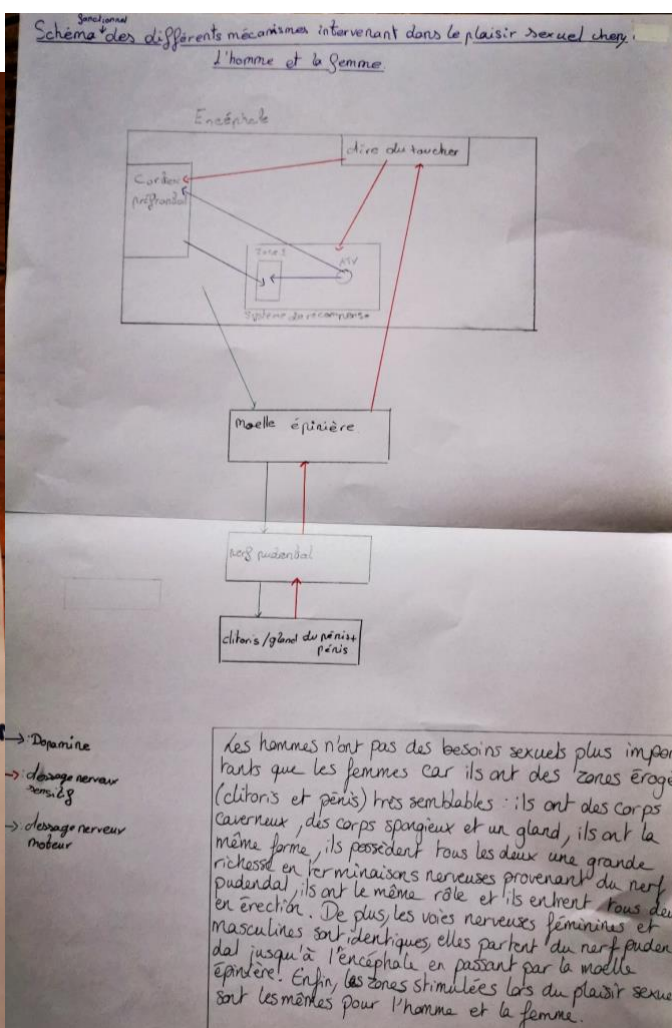
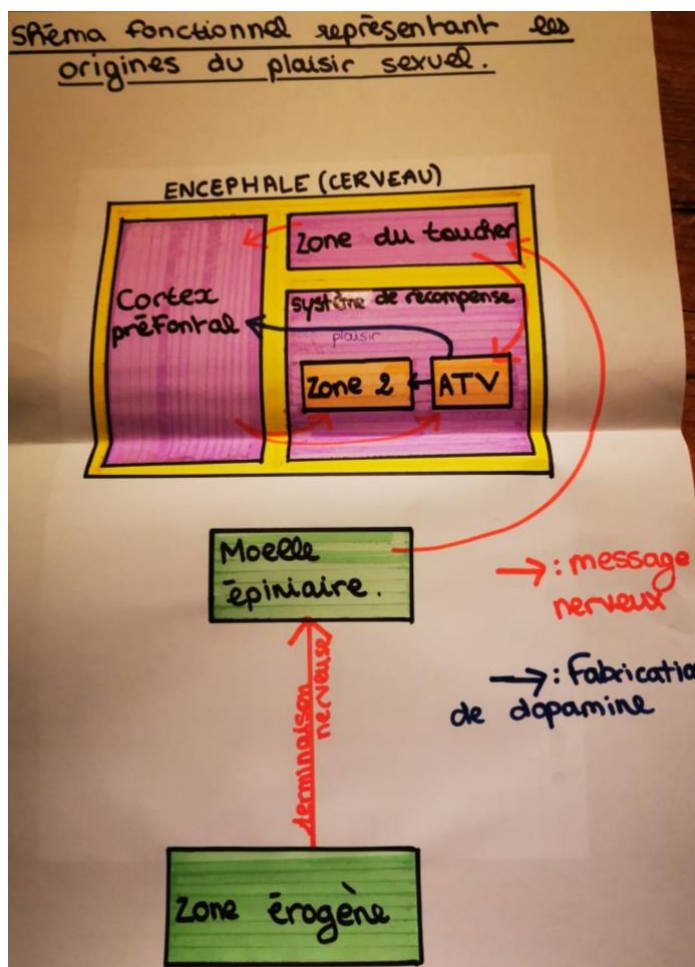
Modalité d'évaluation du schéma fonctionnel :

Compétence Capacité associée	Critères de réussite /Indicateurs d'évaluation	
Communiquer et utiliser le numérique : Communiquer dans un langage scientifiquement approprié à l'écrit : sous la forme d'un schéma fonctionnel	La forme (conformité)	
	Mise en page, soin, lisibilité du schéma, couleurs Titre indiquant la nature de la représentation Légende des symboles, des flèches et/ou des couleurs utilisés Les éléments sont schématisés (formes géométriques ou simplifiées) Eléments de liaison : flèches	
	Le contenu	
	Critères de réussite	Eléments de correction
	Pertinence : Le schéma fonctionnel répond au sujet traité Le titre est judicieusement choisi Exactitude / Intégralité : Tous les éléments du schéma sont correctement identifiés et nommés La signification des flèches est précisée Cohérence : Les éléments sont bien organisés dans l'espace	-Trajet des messages nerveux sensoriels : le message nerveux prend naissance au niveau des zones érogènes →passe par le nerf pudendal → remonte par la moelle épinière → arrive aux zones du toucher de l'encéphale. -Messages nerveux envoyés au cortex préfrontal et au système de récompense. -Les différentes zones du système de récompense (responsable de la sensation de plaisir) communiquent à l'aide d'une molécule, la dopamine, et reçoivent des messages du cortex préfrontal (processus cérébraux mettant en jeu la mémoire, le raisonnement, l'apprentissage, l'attention...) -Un message moteur est envoyé vers les organes génitaux

Microsoft Excel

Communiquer et utiliser le numérique Communiquer dans un langage scientifiquement approprié à l'écrit sous la forme d'un schéma fonctionnel.		Barème
4 critères d'évaluation attendus : Forme : -La communication est grammaticalement correcte, organisée, et respecte les conventions. (Comment est construit la communication) Contenu : - La communication est complète (complétude). - Les informations communiquées sont exactes et précises (utilisation du vocabulaire spécifique). (Exactitude et précision) - Le type de communication est appropriée à ce que l'on souhaite communiquer, afin de faciliter sa compréhension (pertinence).	- 4 critères présents et exacts - 3 critères présents et exacts - 2 critères présents et exacts - 1 critère présent et exact	↑ A B C D

Exemples de production d'élèves :



Notion construite :

Dans l'espèce humaine comme chez de nombreux primates, l'activité sexuelle liée à la recherche du plaisir est peu influencée par les hormones. Elle est principalement influencée par le système nerveux. La stimulation des récepteurs sensoriels présents au niveau des zones érogènes (clitoris, pénis), mais aussi au niveau d'autres régions du corps, envoient des messages nerveux à l'encéphale qui activent certaines zones constituant le système de récompense à l'origine de la sensation de plaisir. Ce système de récompense est activé aussi dans d'autres comportements. A noter que chez l'homme et la femme, il existe une grande similitude des zones érogènes (pénis et clitoris) et que les voies nerveuses, les zones de l'encéphale stimulées, les molécules à l'origine du plaisir sexuel (dopamine) sont identiques. Chez l'être humain, l'activation du cortex préfrontal montre que d'autres facteurs comme les facteurs affectifs, cognitifs, socio-culturels ont également un rôle très important dans la sexualité et que l'activité sexuelle relève d'un choix individuel.

Points de vigilance pour la réalisation : organisation, pratique, ...

- Ne pas oublier que les classes sont hétérogènes avec des élèves qui sont en pleine construction de leur identité sexuelle et de leur orientation sexuelle (tous n'ont pas eu des expériences sexuelles ou débutent leur vie sexuelle ; tous n'ont pas la même origine culturelle...)
- Se rappeler de quelques chiffres : on estime entre 16% à 20 % de filles mineures qui ont subi des violences sexuelles, et 8% chez les garçons.
- Ne porter aucun jugement paraît ici encore plus important pour ces adolescents en construction.

Prolongements possibles

On peut prolonger ce travail en interdisciplinarité sur les textes de chanson qu'ils écoutent, œuvres d'art, séries télé, télé réalité ...

Ressources possibles pour un travail interdisciplinaire d'éducation à la sexualité : vidéo sur les logiciels de retouche photo, vidéo parodique sur l'évolution de l'image de la femme dans la publicité, dépliant antisexiste fille et garçon, extrait de film sur l'occupation de l'espace public par les adolescentes...

ATELIER 1 : Les stéréotypes liés à l'hypersexualisation dans la publicité

Affiche publicitaire N°1



Affiche publicitaire N°2



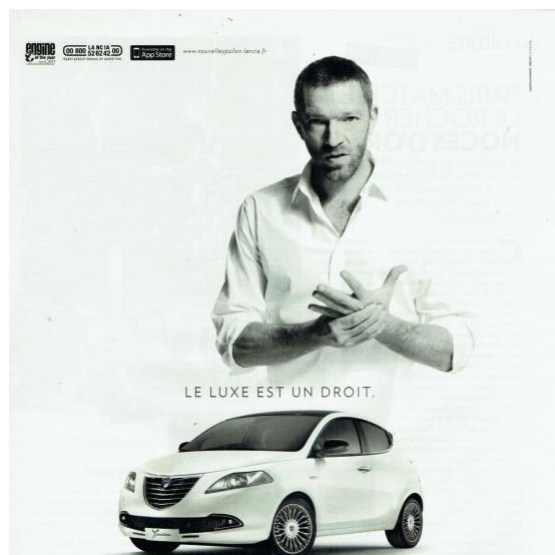
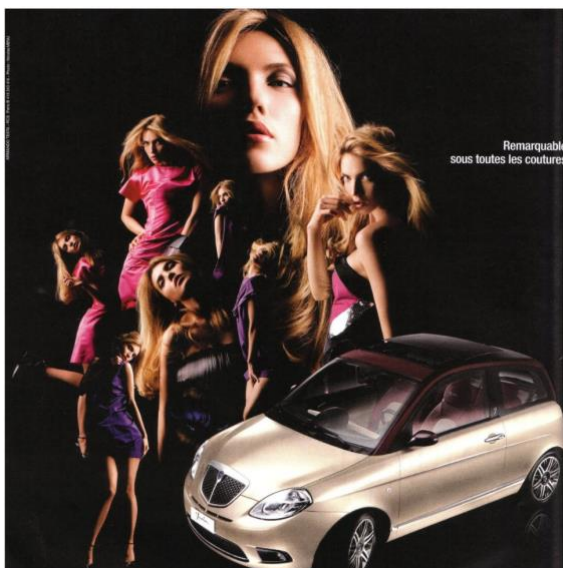
Aides pour décrypter les images

- Présenter l'objet de la publicité
- Citer les stéréotypes de genres qui sont véhiculés par l'objet médiatique que vous étudiez, et dégager les qualités, rôles, compétences attribuées aux femmes et aux hommes. Vous vous appuyerez sur :
 - ➔ L'expression du visage et des corps, l'attitude des personnes représentées
 - ➔ Leurs vêtements
 - ➔ Les couleurs utilisées
 - ➔ Leurs fonctions sociales si elles sont évoquées
 - ➔ L'arrière-plan et/ou les éléments extérieurs qui sont rajoutés pour renforcer les stéréotypes
 - ➔ Le texte
 - ➔ ...
- Réfléchir aux conséquences que peuvent engendrer ces stéréotypes :
 - ➔ Sur le développement et le devenir d'une jeune fille ou jeune garçon
 - ➔ Sur les relations homme-femme
 - ➔ Sur l'espace occupé par les hommes (garçons), les femmes (filles) dans la sphère publique

Correction Atelier °1 :

Analyse des publicités pour les parfums de cette marque	
Stéréotypes véhiculés par l'objet médiatique étudié	Conséquences des normes imposées par ces stéréotypes
<p>Chaque affiche correspond à une eau de toilette et elles suivent le même schéma : le ou la mannequin se dresse sur la gauche de l'affiche, entouré d'un décor composé d'engrenages et de tuyauterie (référence à la publicité audiovisuelle qui nous présente une image fantasmée du centre de production des produits). A droite, chaque exemplaire est surmonté de sa marque qui en certifie la qualité et suivi de son nom : "Le Mâle" ou "Classique".</p> <p>-Les flacons : D'un côté, nous avons "Le Mâle", un parfum dont le flacon épouse les formes viriles, des larges épaules jusqu'au fessier saillant en passant par le torse sculpté. De l'autre, nous avons "Classique". Il s'agit d'un flacon aux courbes arrondies au niveau de la poitrine et des hanches. Le choix de la couleur n'est pas un hasard : le bleu pour "Le Mâle" et le rose pour "Classique" sont en effet les couleurs traditionnelles pour désigner les sexes masculin et féminin dans notre contexte socio-culturel occidental actuel. L'habillement des flacons suit aussi cette logique : la marinière renvoie généralement à l'image fantasmée du marin et le corset à celle de la femme séductrice dans son intimité.</p> <p>-Les personnages : L'homme avec les épaules larges, une musculature développée, la mâchoire carrée exprime la force physique et le charisme priment tandis que chez la femme on observe la finesse du corps, l'entretien de sa chevelure et l'éclat du visage maquillé. Ce qui a pour effet de la rendre en apparence plus fragile et donc vulnérable. Les cages d'acier : Confinés dans leurs cages d'acier, les deux personnages apparaissent littéralement comme des objets de désir, des corps-objets fantasmés. On notera que l'homme a l'air d'être plus à l'aise dans sa cage alors que l'ouverture de celle de la femme est plus resserrée.</p> <p>-Les petits personnages à l'arrière-plan : Du côté de l'homme, les femmes miniatures qui l'accompagnent sont au nombre de trois, deux d'entre elles sont presque identiques et adoptent une gestuelle figée et mécanique comme s'il s'agissait de poupées ou d'automates. On peut retrouver ici la symbolique de la femme-objet, ce qui voudrait dire que ces miniatures sont les jouets de l'homme. Pour ce qui est de la troisième, plus animée que les précédentes semble-t-il, elle peint sur le biceps gauche de l'homme un tatouage en forme de cœur rouge. Du côté de la femme, les hommes miniatures sont en infériorité numérique par rapport à l'autre affiche car ils ne sont que deux. Pourtant, ils ne semblent pas être dans la même situation, dans une posture plus dynamique et avantageuse. En effet, chacun tire avec fermeté un ruban du corset de la femme. Ils semblent le resserrer, ce qui leur permet de la maîtriser, de la contenir voire peut-être de la domestiquer. Malgré leur taille inférieure, ils tiennent les rênes et donnent à la femme la forme qu'ils souhaitent, ce qui pourrait suggérer que l'apparence physique idéalisée de la femme serait avant tout le produit d'une société masculine. (D'après le site Génigenre)</p>	<p>Ces affiches appliquent donc les représentations occidentales de la masculinité et de la féminité fondées sur des critères de distinction normalisés et enracinés dans nos esprits. Elles participent ainsi au processus constant de binarisation sexuée de la société. Mais à côté de cela, elles mettent en avant un certain rapport de pouvoir entre les deux sexes.</p> <p>On peut se sentir contraints pour être acceptés socialement de se conformer à ces normes liées aux genres, même si au fond de soi-même ils sont en contradiction avec ces diktats. Certaines jeunes filles vont s'habiller sexy, par peur de ne pas plaire à un homme et non par goût personnel.</p> <p>→ La non-conformité à ces stéréotypes peut aboutir au rejet de la part des pairs (par exemple, mépris des individus véhiculé par l'emploi expressions dévalorisantes, harcèlement, violence physique).</p> <p>→ Ces représentations nient toute la diversité qui existe entre ces deux pôles</p> <p>→ Développement de complexes liés au fait qu'il ne correspondent pas à l'archétype de l'homme viril : fort, insensible conquérant..., ou à la femme sexy... / Une baisse de l'image et de l'estime de soi</p> <p>→ Ces normes ne permettent pas de valoriser les autres qualités intellectuelles ou de caractère (combativité, créativité, esprit d'initiative, humour...) chez la femme</p> <p>→ Ces normes ne correspondent pas à la diversité rencontrée dans la réalité</p>

Autres affiches publicitaires pouvant être proposées dans cet atelier 1 :



Analyse des publicités pour cette marque de voiture	
Stéréotypes véhiculés par l'objet médiatique étudié	Conséquences des normes imposées par ces stéréotypes
<p>Analyse :</p> <p>-Pub avec un sujet femme : Femme représentée par plusieurs images avec une pose lascive, et visage exprimant le désir Robe courte montrant des formes féminines (poitrine, taille marquée, longues jambes, cheveux entretenus détachés, maquillage) Couleur rose/violette Texte : « remarquable sous toutes les coutures » faisant allusion à la voiture mais aussi à la femme → femme considéré comme un objet que l'on désire en tant que tel.</p> <p>-Pub avec un sujet homme En noir et blanc Homme représenté en une seule image, épaules larges, visage fermé, position des mains exprimant la volonté, la détermination Habillé d'une chemise blanche, pantalon noir faisant penser à un homme ayant des responsabilités, faisant partie de catégories sociales élevées (homme d'affaire) Le texte évoque le luxe.</p> <p>Stéréotype :</p> <ul style="list-style-type: none"> -couleur rose attribuée aux filles alors que pendant très longtemps elle a été attribuée aux garçons. Ceci n'est valable qu'en occident. -Hypersexualisation de la femme - Des femmes cantonnées à des rôles sociaux subalternes, alors que l'homme a souvent la position d'expert, de leader, de personne combative. 	<p>On peut se sentir contraints pour être acceptés socialement de se conformer à ces normes liées aux genres, même si au fond de soi-même ils sont en contradiction avec ces diktats. Certaines jeunes filles vont s'habiller sexy, par peur de ne pas plaire à un homme et non par goût personnel.</p> <p>→ La non-conformité à ces stéréotypes peut aboutir à du rejet de la part des pairs (par exemple, mépris des individus par l'emploi d'expressions dévalorisantes, harcèlement, violence physique.</p> <p>→ Ces représentations nient toute la diversité qui existe entre ces deux pôles</p> <p>→ Développement de complexes liés au fait qu'il ne correspondent pas à l'archétype de l'homme viril : fort, insensible conquérant..., ou à la femme sexy... / Une baisse de l'image et de l'estime de soi</p> <p>→ Ces normes ne permettent pas de valoriser les autres qualités intellectuelles ou de caractère (combativité, créativité, esprit d'initiative, humour...) chez la femme</p> <p>→ Ces normes ne correspondent pas à la diversité rencontrée dans la réalité</p>

ATELIER 2 : Stéréotypes attribués aux rôles des femmes et des hommes dans notre société

Affiche publicitaire N°1



Affiche publicitaire N°2

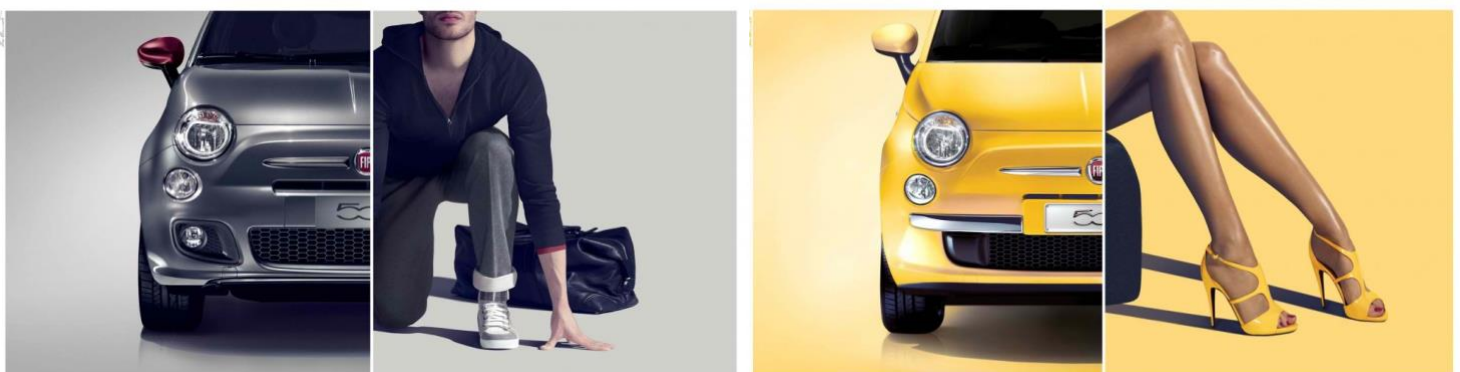


Document Aides pour décrypter les images (à ajouter)

Correction atelier N°2

Stéréotypes véhiculés par l'objet médiatique étudié	Conséquences des normes imposées par ces stéréotypes
<p>Analyse :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Les filles font de la danse et sont à l'intérieur, les garçons font du rugby et représentés à l'extérieur -Les filles sont habillées en rose, propres, et les garçons en sombre, recouvert de boue -les filles sont souriantes, bienveillantes, ambiance douceuse. Les garçons alignés ont des visages fermés, une attitude volontaire, courageux, aventurier, viril. Ils ressemblent à des soldats dans les tranchées. <p>Stéréotype :</p> <ul style="list-style-type: none"> -couleur rose attribuée aux filles alors que pendant très longtemps elle a été attribuée aux garçons. Ceci n'est valable qu'en occident. -Les sports d'équipe, demandant de l'exercice et de la dépense physique sont attribués aux garçons (développement de l'esprit d'équipe). Les activités d'intérieurs sont attribuées aux filles (activités individuelles la plupart du temps) . -Les garçons sont dans la performance, les filles dans la sensibilité 	<ul style="list-style-type: none"> -Mal-être, complexes, pour les filles et garçons qui ne se retrouvent pas dans ces stéréotypes : exemple garçon qui veut faire de la danse ou fille qui aime les sports violents - Regard des autres sur les personnes qui ne correspondent pas à ces stéréotypes → moquerie, harcèlement (exemple garçon qui veut faire de la danse classique, fille qui veut faire du rugby) - Moins d'attente vis-à-vis des filles pour la réussite, les performances -l'occupation de l'espace public. Les garçons vont investir les lieux publics, les filles moins : exemple dans une cours de récréation, les filles sont à la périphérie et les garçons au centre car ils ont intégré le stéréotype qu'ils ont besoin de plus d'exercice physique / autre exemple l'occupation des lieux publics pales hommes comme dans les cités.

Autres affiches publicitaires pouvant être proposées dans cet atelier :



ATELIER N°3 : Stéréotypes véhiculés par les unes de magazines de presse masculine ou féminine

Unes de magazines de presse masculine



Unes de magazines de presse féminine



Aides pour décrypter les Unes de magazines proposés

- Présenter l'objet de votre étude
- Citer les stéréotypes de genres qui sont véhiculés par l'objet médiatique que vous étudiez, et dégager les qualités, rôles, compétences attribués aux femmes et aux hommes. Vous vous appuyerez sur :
 - ➔ Les titres des magazines
 - ➔ L'image qui a été choisi
 - ➔ La représentation des hommes et des femmes
 - ➔ L'expression du visage et des corps, l'attitude des personnes représentées
 - ➔ Leurs vêtements
 - ➔ Les couleurs utilisées
 - ➔ Leurs fonctions sociales si elles sont évoquées
 - ➔ L'arrière-plan et/ou les éléments extérieurs qui sont rajoutés pour renforcer les stéréotypes
 - ➔ Un bilan des sujets proposés par la presse masculine et féminine
 - ➔ ...
- Réfléchir aux conséquences que peuvent engendrer ces stéréotypes :
 - ➔ Sur le développement et le devenir d'une jeune fille ou jeune garçon
 - ➔ Sur les relations homme-femme
 - ➔ Sur la place occupée par les hommes (garçons), les femmes (filles) dans l'espace public

Correction atelier N°3

Stéréotypes véhiculés par l'objet médiatique étudié	Conséquences des normes imposées par ces stéréotypes
<p>Analyse :</p> <p>Presse féminine : Titre font référence à l'univers de la femme, ou à un monde rond → maternité (BIBA)</p> <p>-Hypersexualisation : Les femmes sont représentées avec les cheveux longs, détachés, souriantes, bienveillantes, maquillées, apparences soignées, féminines, article sur la lingerie sexy ou activité sportive pour avoir une belle silhouette</p> <p>-Les rôles/préoccupation attribués aux femmes dans la société : maquillage, alimentation, recettes de cuisine, vêtement et shopping, santé, la famille (article sur les mères célibataires, sur Izia Higelin et l'hommage à son père. Des femmes cantonnées à des rôles subalternes, représentés comme ayant peu de confiance en elle (articles « la force est en moi », « scientifiques, elles ont réussi à s'imposer », « mode d'emploi pour croire en soi »</p> <p>-Relation homme-femme : article « hé pourquoi les gars vous ne rappelez pas ?) → Femme qui est dans l'attente / article « prendre du plaisir c'est prendre le pouvoir » faisant allusion à la soumission de la femme</p> <p>Presse masculine : Titres faisant référence au sport, au monde des affaires, à la réussite, au luxe</p> <p>Hypersexualisation : Les hommes sont représentés avec de larges épaules, musculatures développée, mâchoires carrées, sportifs, virils. Visage fermé avec peu d'expression au niveau des visages (homme insensible / solide).</p> <p>-Les rôles/préoccupation attribués aux hommes dans la société : Les sujets proposés : Comment réussir dans le sport et les affaires, performances dans le sport, performances intellectuelles, la culture (musique, art...), / Voiture et moto/ représentation de l'homme en tant qu'expert, de leader, personne combative</p> <p>Homme de pouvoir : « Comment devenir un chef ? », des articles faisant référence au monde des affaires</p> <p>Relation homme-femme : un article faisant référence à un type de sexualité : « les nouveaux codes dans les clubs libertins »</p> <p>Occupation de l'espace public : Homme représenté à l'extérieur avec une moto, ou pratiquant un sport. Sur la première une, photographie de rues de New York. → Occupation par l'homme de l'espace public.</p>	<p>-Mal-être, complexe, pour les filles et garçons qui ne se retrouvent pas dans ces stéréotypes : exemple garçon qui veut faire de la danse ou fille qui aime les sports violents</p> <p>- Regard des autres sur les personnes qui ne correspondent pas à ces stéréotypes → moquerie, harcèlement (exemple garçon qui veut faire de la danse classique, fille qui veut faire du rugby)</p> <p>- Moins d'attente vis-à-vis des filles pour la réussite, les performances</p> <p>-l'occupation de l'espace public. Les garçons vont investir les lieux publics, les filles moins : exemple dans une cours de récréation, les filles sont à la périphérie et les garçons au centre car ils ont intégré le stéréotype qu'ils ont besoin de plus d'exercice physique / autre exemple l'occupation des lieux publics par les hommes comme dans les cités.</p>

Atelier N°4 : Quand les codes de la pornographie s'invitent dans la publicité (mise en scène d'une femme)

Exemple de Vidéo de la publicité pour une glace « Extrême de Gervais »

https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=Hy8W24CESyM&feature=emb_title

Aides pour décrypter vidéo atelier N°4
<ul style="list-style-type: none"> - Présenter l'objet de la publicité - Citer les stéréotypes de genres liés à l'hypersexualisation qui sont véhiculés par l'objet médiatique que vous étudiez. - Vous vous appuyerez sur : <ul style="list-style-type: none"> → L'expression du visage et des corps, l'attitude des personnes représentées → Leurs vêtements → L'action des personnages → L'arrière-plan et/ou les éléments extérieurs qui sont rajoutés pour renforcer les stéréotypes - Réfléchir aux conséquences que peuvent engendrer ces stéréotypes : <ul style="list-style-type: none"> → Sur le développement et le devenir d'une jeune fille ou jeune garçon → Sur les relations homme-femme

Correction activité N°4

Stéréotypes véhiculés par l'objet médiatique étudié	Conséquences des normes imposées par ces stéréotypes
<p>Cette vidéo véhicule certains codes comme : Des relations de couple inégalitaires avec la légitimation de la domination et de la violence, dépendance et soumission avec des femmes comme étant la propriété ou la proie de l'homme</p> <p>-Hypersexualisation : Pour vendre une glace, femme représentée en tenue légère, gros plan sur la poitrine</p> <p>-Stéréotypes repris des films pornographiques → Des relations inégalitaires (domination et l'humiliation) : une personne a le pouvoir (jeune femme mangeant la glace), et l'autre jeune femme se soumet en se mettant à genoux après avoir subi des humiliations → Des relations inégalitaires avec légitimation de la violence → Les pratiques et comportements sexuels suggérés dans cette publicité (empruntés aux codes des films pornographiques) sont figurés comme des normes, alors que ce n'est pas forcément la réalité.</p>	<p>Tendance à reproduire des pratiques sexuelles pensant que c'est la norme sociétale</p> <p>Légitimation des violences faites aux femmes comme les humiliations, les injures, violences corporelles...</p>

Activité N°5 : Quand les codes de la pornographie s'invitent dans la publicité (Mise en scène d'un homme)

Exemple de vidéo de la publicité d'un parfum pour Dior

https://www.youtube.com/watch?time_continue=30&v=fZd9mKJcOR0&feature=emb_logo

Aides pour décrypter vidéo atelier N°5

- Présenter l'objet de la publicité
- Citer les stéréotypes de genres liés à l'hypersexualisation qui sont véhiculés par l'objet médiatique que vous étudiez.
-
- Vous vous appuyez sur :
 - ➔ L'expression du visage et des corps, l'attitude des personnes représentées
 - ➔ Leurs vêtements
 - ➔ L'action des personnages
 - ➔ L'arrière-plan et/ou les éléments extérieurs qui sont rajoutés pour renforcer les stéréotypes
- Réfléchir aux conséquences que peuvent engendrer ces stéréotypes :
 - ➔ Sur le développement et le devenir d'une jeune fille ou jeune garçon
 - ➔ Sur les relations homme-femme

Correction activité N°5

Stéréotypes véhiculés par l'objet médiatique étudié	Conséquences des normes imposées par ces stéréotypes
<p>Cette vidéo véhicule certains codes comme : Des relations de couple inégalitaires avec la légitimation de la domination et de la violence, dépendance et soumission avec des femmes comme étant la propriété ou la proie de l'homme</p> <p>-Hypersexualisation : Homme avec épaules larges, mâchoires carrées, exprimant une certaine virilité, visage fermé Femme blonde, grande mince, maquillée, vernis à ongle rouge, avec des dessous noirs sexy ou nue sous un manteau</p> <p>-Le rôle des hommes et des femmes dans la société Femme objet que l'on désire en tant que tel Homme de pouvoir, vivant dans le luxe avec de l'argent (hôtel, belle voiture, vêtements et accessoires de luxe)</p> <p>-Occupation de l'espace public L'homme dans sa décapotable parcourt les rues de Paris cheveux au vent et occupe ainsi l'espace public. La femme reste dans la chambre d'hôtel.</p> <p>-Stéréotypes repris des films pornographiques ➔ Des relations inégalitaires avec la légitimation de la domination, et la soumission de la femme (femme au service de l'homme) ➔ femme objet du désir sexuel de l'homme ➔ plaisir centré sur l'homme</p>	<p>-Mal-être, complexes, pour les filles et garçons qui ne se retrouvent pas dans ces</p> <p>- Regard des autres sur les personnes qui ne correspondent pas à ces stéréotypes ➔ moquerie, harcèlement (exemple garçon qui veut faire de la danse classique, fille qui veut faire du rugby)</p> <p>- Moins d'attente vis-à-vis des filles pour la réussite, les performances</p> <p>-l'occupation de l'espace public. Les garçons vont investir les lieux publics, les filles moins</p> <p>Certaines femmes peuvent accepter la soumission, parce qu'elles ont intégré cette norme. Légitimation des violences faites aux femmes ...</p>

ANNEXE : Ressources pour le professeur - Séance 1

Document 1 : Tableau des stéréotypes liés au genre rencontrés dans les médias

Les stéréotypes de genre véhiculés par les médias ou dans la société	Leurs impacts
<p>Hypersexualisation / femme -Vêtements sexy, talon aiguille -Allusion sexuelle : attitude suggestive, simulation d'acte sexuel, attitude sado-maso -cadrage sur des parties sexuées (exemple poitrine, fesses) n'ayant rien à voir avec le sujet / femme objet / marchandisation du corps des femmes</p>	<p>→ On peut se sentir contraint pour être accepté socialement de se conformer à ces normes liées aux genres, même si au fond de soi-même ils sont en contradiction avec ces diktats. Certaines jeunes filles vont s'habiller sexy, par peur de ne pas plaire à un homme et non par goût personnel. → La non-conformité à ces stéréotypes peut aboutir à du rejet de la part des pairs (par exemple, mépris des garçons efféminés ou exprimant des sentiments qualifiés de " bouffon " ou de " pédés ") harcèlement, violence physique.</p>
<p>Hypersexualisation/ homme -musculature développée, mâchoire carrée, virilité associée à la force physique - position de domination, image « macho »</p>	<p>→ Ces représentations nient toute la diversité qui existe entre ces deux pôles → Développement de complexes liés au fait qu'il ne correspondent pas à l'archétype de l'homme viril : fort, insensible conquérant..., ou à la femme sexy... / Une baisse de l'image et de l'estime de soi qui peuvent entraîner des troubles du comportements alimentaire, dépression... → Ces normes ne permettent pas de valoriser les autres qualités intellectuelles ou de caractère (combativité, créativité, esprit d'initiative, humour...)</p>
<p>Les rôles des hommes et des femmes dans la société -Des femmes cantonnées à des rôles sociaux subalternes, alors que l'homme a souvent la position d'expert, de leader, de personne combative, de réussite sociale. -L'homme occupe les espaces extérieures, alors que la femme est cantonnée à des espaces fermés -Les femmes sont surreprésentées dans les sujets liés à l'habillement, la parfumerie, alimentation, distribution, cantonnée au rôle de consommatrice Image de la femme fan de shopping -Femme représentée comme sensible, les hommes insensibles</p>	<p>→ Ces stéréotypes conditionnent les filles et les garçons à des tâches, loisirs ou métiers dévolus. → Une petite fille va faire de la danse, jouer à la poupée. Plus tard, on l'incitera à s'orienter vers des métiers "féminins" (petite enfance, secrétariat, filières professionnelles plus courtes). → Un garçon sera poussé à faire des activités et sports plus "virils". Il sera encouragé, plus que les filles à l'esprit de compétition et à tenir un rôle actif dans la société (hautes études, poste à haute responsabilité).</p>
<p>Rôles des hommes et des femmes dans les relations de couple Des relations de couple inégalitaire avec la légitimation de la domination et de la violence des hommes Le comportement des hommes et des femmes est, à travers les images empreint de dépendance et de soumission. Les femmes comme étant la propriété ou la proie de l'homme</p>	<p>→ Parfois certaines jeunes filles vont accepter des rapports de domination de la part des garçons : rapports sexuels pas vraiment désirés, soumission aux désirs des garçons de peur d'être rejetées. → Certaines jeunes filles peuvent accepter des pratiques et relations sexuelles, non par plaisir mais parce qu'elles ont intégré cette norme. Il en est de même pour certains jeunes hommes → On considérera un homme qui a de nombreuses conquêtes comme un Dom Juan, et ce comportement est valorisé socialement. A l'inverse une fille ayant de nombreuses conquêtes sera considérée comme une moins que rien. → On oppose donc une sexualité féminine "rangée" empreinte d'affectivité et associée à la fidélité à une sexualité masculine plus variée, expérimentale, axée sur les besoins naturels et le plaisir. → Légitimation de la violence faite aux femmes.</p>

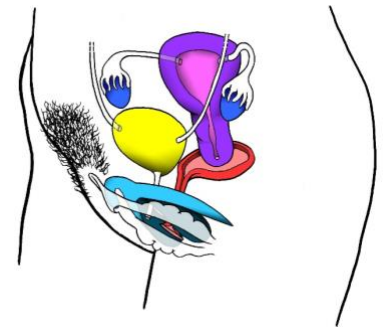
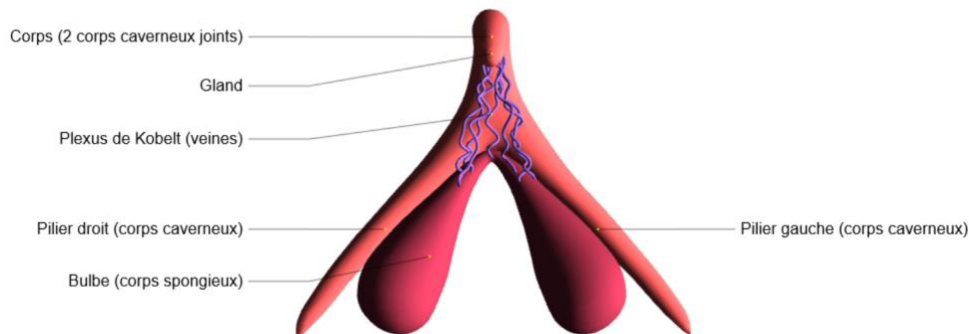
ANNEXE : Documents élève - Séance 2

Document 1 :

Anatomie du clitoris <http://odile.fillod.free.fr>

Mars 2017

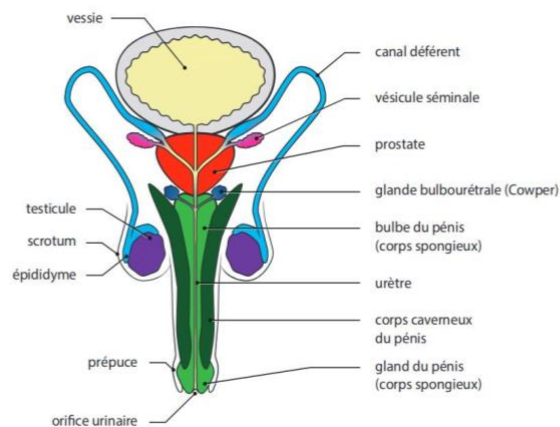
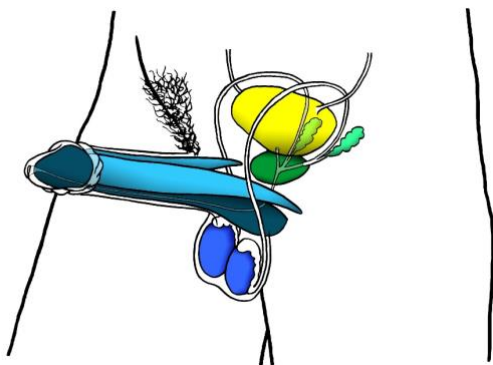
Modélisation 3D : P.COSENTINO d'après les données, croquis et consignes d'O. FILLOD
Programmation de l'interface : P.COSENTINO



Site SVT égalité

Anatomie du pénis

Appareil reproducteur mâle



Site SVT égalité

Schemas © R. Dewaele (Bioscope), J. Abdulcadir (HUG), C. Brockmann (Bioscope), O. Fillod, S. Valera-Kummer (DIP), www.unige.ch/ssi

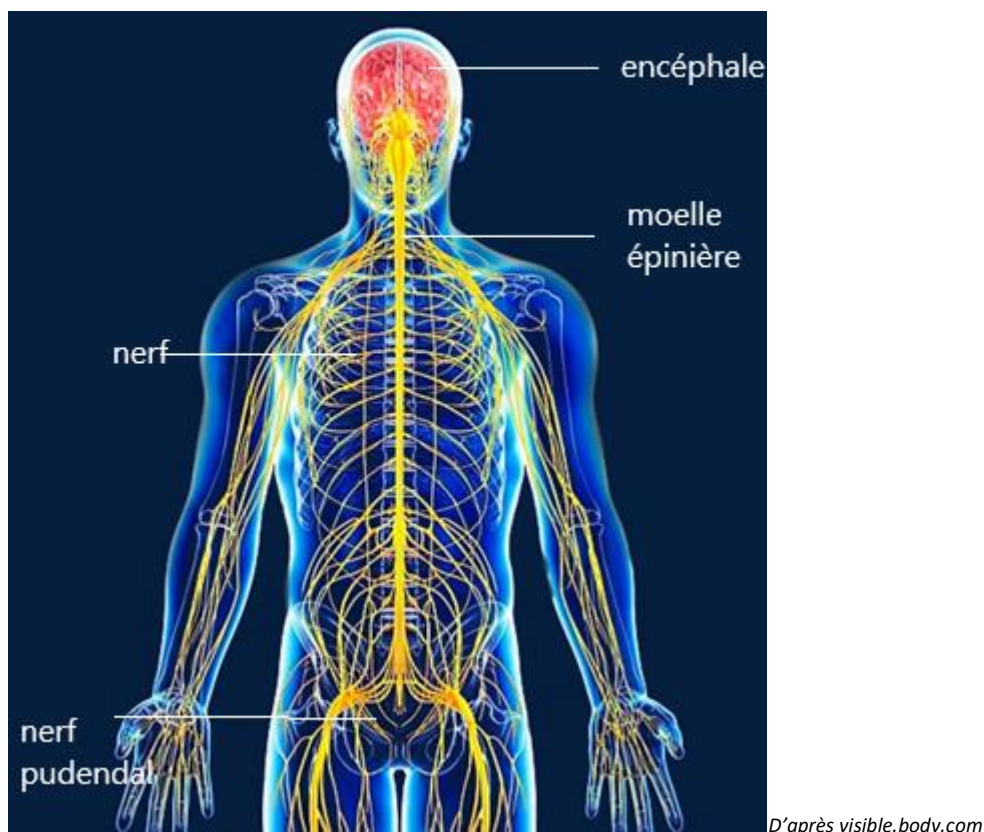


Homologie clitoris/ pénis (<https://odilefillod.wixsite.com/clitoris/anatomie>)



Le clitoris et le gland du pénis possèdent une grande richesse en terminaisons nerveuses provenant du nerf pudendal. Ce nerf joue un rôle sensitif envoyant des messages nerveux à l'encéphale, mais aussi un rôle moteur contrôlant l'afflux de sang contrôlant l'afflux de sang responsable de l'érection du pénis et du clitoris.

Document 2 : les voies nerveuses féminines et masculines sont identiques



Document 3 : Structures cérébrales impliquées dans le plaisir sexuel

Activité avec le logiciel Edanatomist2

On peut comparer les zones actives d'un cerveau d'un homme observant une image érotique avec celui d'un patient observant une image neutre en utilisant la technique d'imagerie par résonance magnétique (IRMf). Les zones actives de l'encéphale apparaissent colorées.

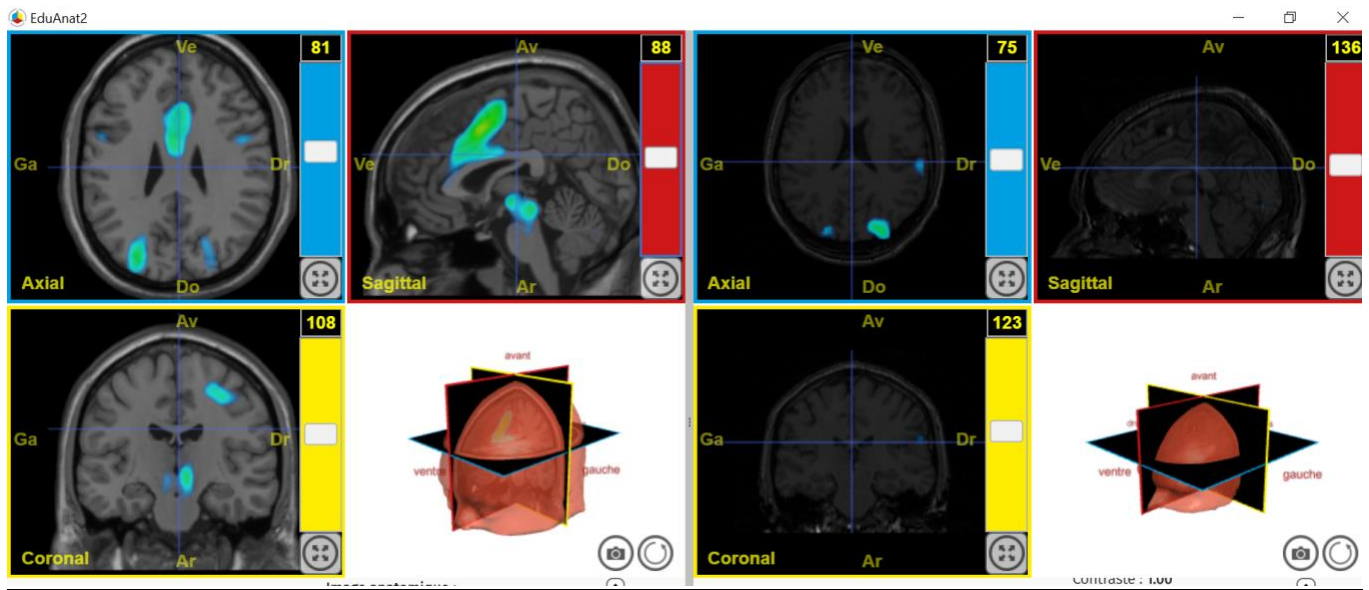
- Ouvrir le logiciel Eduanatomist 2
 - Ouvrir une image anatomique dans la banque AnaPeda : 131Imagesfonctionnelles → 132FonctionsCognitives → 1324Systèmesderécompense
 - Ouvrir un calque fonctionnel : IRMsujet13241Recompense_ErotiqueSupControle (Image fonctionnelle d'un patient regardant une image érotique)
 - Pour comparer cette IRM avec celle d'un patient observant une image neutre, cliquer sur « comparer deux images » → sensibilité motricité → 1313 Vision → 13132 vision mouvement → IRMsujet131321.anat
- Ouvrir le calque fonctionnel IRMsujet131321VisionMouvements.fonc.nii

Pour plus de lisibilité, vous pouvez faire varier le curseur sur la droite entre les valeurs de 70 à 140

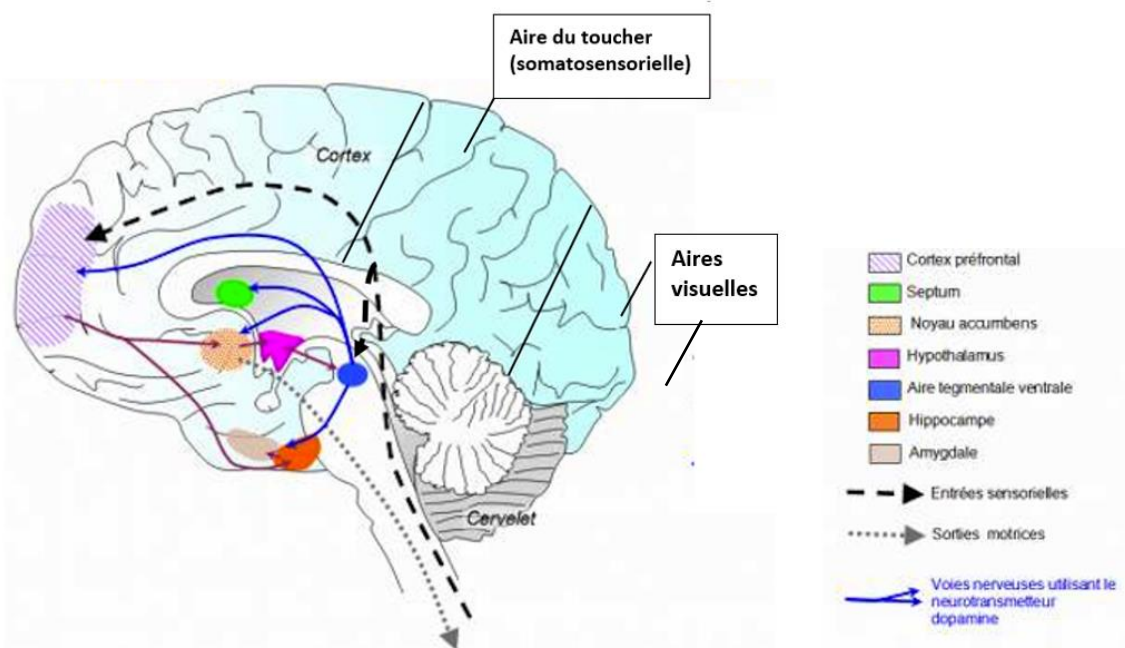
Document secours : Résultats obtenus avec le logiciel Eduanatomist2 (copie d'écran) A donner après l'activité sur Eduanatomist si nécessaire

Patient auquel on a proposé de regarder une image érotique

Patient auquel on a proposé une image neutre



Document 4 : Le système de la récompense (document à donner après l'exploitation des résultats avec eduanatomist) <https://toxiqueoumanie.wordpress.com/le-circuit-de-la-recompense/>



L'aire tegmentale reçoit les messages nerveux des aires sensorielles qui reçoivent les messages nerveux des zones érogènes (entrées sensorielles) stimulées lors de l'acte sexuel. Les autres zones (septum, **Noyau accumbens**, Hypothalamus, Hippocampe et amygdale) permettent d'évaluer le plaisir lié à une situation ou une action. Ces différentes zones communiquent entre elles par l'intermédiaire de substances chimiques dont la principale est la dopamine. A noter que ce système de récompense est également activé dans d'autres situations provoquant le plaisir, pour des fonctions autres que la sexualité.

Le cortex préfrontal est très développé chez l'homme comparé à d'autres mammifères. Il est le siège de processus cérébraux mettant en jeu la mémoire, le raisonnement, l'apprentissage, l'attention... Ainsi la sexualité d'un humain dépend de facteurs sensoriels, affectifs, cognitifs qui sont essentiellement liés à son histoire personnelle et au contexte socio-culturelle. Elle n'est pas un comportement instinctif comme chez les autres mammifères, exceptés les primates, elle est peut-être contrôlable, et varie selon l'expérience individuelle, les cultures, les règles sociales et religieuses.