

Marketing genré***Répercussions***

Vous trouverez dans ce dossier une série de documents relatant les répercussions possibles des stéréotypes de genre dans le monde de l'enfance.

Classez ces répercussions dans le tableau ci dessous. Vous pourrez ensuite ajouter des répercussions non abordées dans les documents proposés.

<i>Document</i>	<i>Stéréotype(s)</i>	<i>Répercussions</i>
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

DOCUMENT 1

Publicité Verizon : https://www.youtube.com/watch?v=DQXZ_g2d5ao

DOCUMENT 2**QUAND C'EST UN JEU, LES GARÇONS LISENT MIEUX !**

Se pourrait-il qu'à force de se faire dire qu'ils sont moins bons en lecture, les garçons aient fini par le croire et, pire, par le prouver ? Une étude menée en France et publiée récemment dans le Journal of Experimental Social Psychology tend à le démontrer. Plus encore, l'étude montre que si un contrôle de lecture est présenté comme un jeu, les garçons réussissent soudainement beaucoup mieux !

Intéressé depuis des années à l'apprentissage scolaire et en particulier à l'impact du contexte sur la réussite scolaire, Pascal Pansu, psychologue social de l'Université Grenoble-Alpes, et son équipe ont présenté une activité de lecture à 80 enfants de 9 ans. L'objectif : identifier le plus d'animaux possible dans un texte. À une partie des enfants, les chercheurs ont dit qu'il s'agissait d'un contrôle de leurs aptitudes en lecture ; aux autres, ils ont dit que c'était un jeu. Ces chercheurs sont ratoureux : ce qu'ils voulaient vérifier, c'est si le contexte avait un impact sur la performance des garçons, généralement moins habiles en lecture que les filles. Pascal Pansu et ses collègues appuyaient leur hypothèse sur la « menace du stéréotype », un phénomène mis en valeur par le psychologue Joshua Aronson voulant que, dans certaines situations, des personnes ou des groupes de personnes agissent de manière à confirmer le stéréotype dont ils sont l'objet.

« La menace du stéréotype correspond à une baisse des performances des apprenants lorsqu'ils peuvent craindre de confirmer un stéréotype négatif dont ils sont la cible ou dont leur groupe est la cible. »

— Pascal Pansu, psychologue social

Dans ce cas-ci, les garçons qui subissaient un contrôle savaient qu'ils couraient le risque de confirmer le stéréotype selon lequel ils sont moins bons en lecture... alors ils ont moins bien réussi.

Pascal Pansu suggère que les apprenants doivent gérer à la fois la tâche assignée et cette menace diffuse, mais intégrée venue du stéréotype. « Nos résultats offrent une autre vision de l'écart entre les garçons et les filles en ce qui a trait à la lecture, dit le chercheur. En mettant l'accent sur le fait que le stéréotype de genre peut nuire à l'apprentissage de la lecture. Ce qui n'est pas la même chose que de dire qu'il existe des différences intrinsèques entre les garçons et les filles quant à leur capacité de lecture. »

Ce n'est pas tant la notion de jeu, mais le poids associé à la situation d'évaluation qui est l'enjeu principal. « S'il y a un travail à faire, c'est peut-être de voir comment on s'attache à faire

Marketing genré

passer des épreuves à des élèves. Quand vous voyez comment un élève peut réussir ou pas simplement parce qu'il n'y a pas cette pression évaluative, est-ce qu'on peut dire qu'il est moins bon qu'un autre ? Non, tranche-t-il. Il a ces capacités et il arrive à les exprimer si on lui en donne la possibilité. »

ALEXANDRE VIGNEAULT, LA PRESSE+, Édition du 15 mai 2016

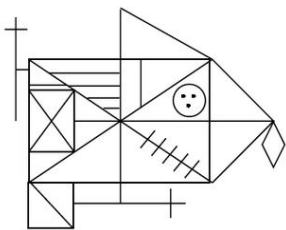
DOCUMENT 3 :**Les filles et les mathématiques, la « menace du stéréotype »**

Si l'on regarde les lauréats de la médaille Fields, la plus prestigieuse récompense pour la reconnaissance de travaux en mathématiques, pas un seul n'a été attribué à une femme depuis 1936.

En France, le Centre national de la recherche scientifique (CNRS), compte dans ses effectifs 16% de mathématiciennes. Dans les rangs universitaires c'est guère mieux, avec 20 % de femmes.

Les conclusions à en tirer ? Aucune, enfin pas celles que vous croyez.

Des expériences en psychologie sociale apportent un éclairage intéressant sur cette question. Des chercheurs de l'Université de Provence ont fait passer un test neuropsychologique à des écoliers et à des écolières. Ils leur ont montré la figure complexe de Rey-Osterrieth en leur expliquant qu'ils allaient devoir la reproduire de mémoire à main levée.



La figure de Rey est composée de 18 éléments organisés en trois parties : une forme globale (le grand rectangle), des éléments externes (carrés, croix, triangles), et des éléments internes à la forme globale (lignes, ronds...). La figure de Rey est un bon outil pour étudier le degré du développement cognitif chez les enfants par l'évaluation des fonctions exécutives telles les capacités visuo-spatiales et visuo-constructives, la mémoire non verbale et la

mémoire de travail, l'attention et la planification.

Lorsque l'on dit aux enfants qu'il s'agit d'un exercice de géométrie, les filles réussissent moins bien que les garçons. Mais lorsque l'on dit qu'il s'agit d'un exercice de dessin, les filles obtiennent des résultats meilleurs que les garçons alors que le test est rigoureusement le même dans les deux cas.

Autrement dit, la seule évocation de la géométrie, référence directe aux mathématiques, a constitué un obstacle pour les filles dans le cadre de cette étude. Tout se passe comme si très tôt les filles intégraient l'idée-reçue selon laquelle elles seraient moins bonnes en mathématiques au point qu'elles perdent leurs moyens devant une épreuve du genre. D'autres études de ce type aboutissent à des conclusions similaires.

À qui la faute ? Un peu tout le monde. Mais puisque ce blog s'adresse principalement aux enseignants voyons quel rôle vous pouvez jouer.

Marketing genré

Sachez tout d'abord que l'entretien de ce stéréotype est insidieux. Des chercheurs ont mené des études dans des classes et ils ont observé que dans cette discipline, statistiquement les enseignants interrogent un petit peu moins les filles que les garçons, et que lorsque les filles prennent la parole, ils les incitent à parler moins longtemps. Les chercheurs ont fait ses observations sur les enseignants qui n'ont absolument pas conscience de cette différence de traitement et qui souhaiteraient sincèrement qu'il y ait davantage de femmes dans ce domaine. Le concept de menace du stéréotype relève de l'étude des stéréotypes dans le domaine de la psychologie sociale. Il représente l'effet psychologique qu'un stéréotype peut avoir sur une personne visée par celui-ci. Voilà pourquoi il est nécessaire d'informer les enseignants sur cette question et les inciter à proposer des modèles de réussite aux filles pour qu'elles puissent davantage se projeter et imaginer faire carrière dans cette discipline.

<https://www.netmath.ca/fr-ca/articles/les-filles-et-les-mathematiques-la-menace-du-stereotype/>

DOCUMENT 4

Selon une étude, publiée vendredi dans la revue américaine Science, les petites filles se considèrent moins intelligentes que les garçons dès l'âge de 6 ans.

A l'âge de six ans, les petites filles associent davantage l'intelligence aux hommes qu'aux femmes, un stéréotype qui limite potentiellement leurs aspirations et leur carrières futures. C'est ce que démontre une étude, publiée vendredi 27 janvier, dans la revue américaine Science, réalisée sur un panel de 400 enfants entre 5 et 7 ans.

L'un des tests a consisté à raconter aux enfants une histoire courte sur une personne "vraiment très intelligente" sans leur dire s'il s'agissait d'un homme ou d'une femme. À 5 ans, garçons et filles ont attribué à part égale leur propre sexe comme étant celui de ce personnage "très intelligent". Mais à 6 et 7 ans, les filles étaient nettement moins nombreuses – entre 20 et 30 % – à faire ce choix que les garçons.

Les auteurs de l'étude ont également demandé aux enfants de deviner qui, parmi deux garçons et deux filles, avaient obtenu les meilleures notes à l'école.

Dans ce cas précis, toutes les petites filles de 5 à 7 ans ont estimé que les filles avaient probablement les meilleures notes, suggérant une distinction entre le fait d'être "brillant" et les performances scolaires, fondées sur le travail et l'assiduité.

Des stéréotypes "susceptibles d'affecter les femmes dans leur choix de carrière"

Enfin, les chercheurs ont demandé aux enfants de choisir entre deux jeux, l'un présenté comme étant destiné "à des enfants très très très intelligents", et l'autre décrit comme étant "pour des enfants qui font beaucoup d'efforts". Les filles de 6 et 7 ans ont montré moins d'intérêt que les garçons du même âge pour le jeu destiné aux enfants "intelligents", alors qu'à 5 ans, il n'y avait aucune différence dans le choix des filles et des garçons.

Selon Lin Bian, chercheuse à l'université d'Illinois qui a conduit cette étude, ces résultats pourraient être importants pour déterminer comment les stéréotypes se développent et sont susceptibles d'affecter les femmes dans leur choix de carrière. Cela pourrait expliquer pourquoi

Marketing genré

moins de femmes se dirigent vers des disciplines réputées difficiles comme la physique et la philosophie ou l'ingénierie.

Pour Sarah-Jane Leslie, qui enseigne la philosophie à Princeton, "ces conclusions montrent que les stéréotypes de ce genre commencent à avoir un impact sur les choix des filles à un âge désespérément jeune. Une enquête, publiée également dans Science en janvier 2015 et réalisée au niveau universitaire, concluait que le stéréotype, selon lequel les hommes sont plus brillants intellectuellement, pénalise les femmes aux États-Unis, notamment dans les sciences.

"Les résultats de l'étude confortent l'hypothèse, selon laquelle il s'agit de préjugés inconscients enracinés dans des stéréotypes sur l'homme et la femme dans notre société", expliquait alors Andrei Cimpian, professeur de psychologie à l'université d'Illinois, auteur de cette étude.

Avec AFP

Première publication : 27/01/2017

<http://www.france24.com/fr/20170127-enfants-education-etude-sciences-filles-garcons>

DOCUMENT 5***Est-ce que le modèle des superhéros ont une influence négative sur la construction genrée des enfants?***

Regarder des séries télévisées avec Iron Man ou Hulk pourrait rendre les petits garçons plus enclins aux jeux sexistes stéréotypés et rendre les garçons et les filles plus susceptibles de jouer avec des armes factices, selon de nouvelles recherches.

L'étude a révélé que les enfants d'âge préscolaire exposés à plus de super-héros ont montré ces modèles de jeu, même lorsque les parents ont tenu à parler avec eux de leur consommation de médias.

"Ces types de programmes peuvent contribuer à ce que j'appelle l' hypermasculinisation de la société américaine", a déclaré la chercheuse Sarah Coyne, professeur de vie familiale à l'université Brigham Young. Cette hypermasculinisation célèbre un comportement dur et agressif et demande aux garçons d'étouffer leurs émotions, a déclaré Coyne à *Live Science*. (...)

Les super-héros deviennent sombres

Coyne était en train de faire des recherches sur l'influence que les princesses de Disney ont sur les filles d'âge préscolaire quand elle a décidé d'examiner de plus près le type de médias que les garçons consomment couramment. Les super-héros, y compris les femmes, ont tendance à se conformer aux stéréotypes masculins traditionnels. Ils sont musclés, audacieux, forts et agressifs. Des adaptations récentes, comme le film Batman de 2008 *The Dark Knight*, amènent le genre dans un territoire particulièrement sombre et graveleux.

Malgré l'interdiction au moins de 13 ans pour ce film, la publicité autour de *The Dark Knight* avait également pour cible un les enfants, a déclaré Mark Tappan, professeur d'éducation au Colby College dans le Maine. (...) Mattel a par exemple développé une ligne de figurines d'action *Dark Knight*, a déclaré Tappan, et des jouets Batman ont été vendus avec des repas pour enfants dans des restaurants fast-food dans le cadre du film.

Marketing genré

Pour déterminer si les super-héros influencent les jeunes enfants , Coyne a recruté 134 parents (principalement des mamans) pour remplir des sondages sur les émissions de super-héros et les habitudes d'écoute des films de leurs enfants de 3 à 6 ans. Un an plus tard, elle a approché les mêmes parents et leur a demandé de répondre à la même série de questions. Cent cinq ont terminé le suivi.

Enfants et super-héros

Dans l'ensemble, les petits garçons étaient plus susceptibles que les filles de voir des émissions de super-héros et des films, même s'ils variaient considérablement. Environ 20% des garçons n'ont jamais regardé d'émissions ou de films de super-héros, alors que 20% en ont regardé une fois par semaine ou plus. Le reste des garçons se situait entre les deux. En revanche, près de la moitié des petites filles avaient vu des émissions de super-héros ou des films une seule fois ou jamais, et seulement 2 pour cent regardaient les médias de super-héros une fois par semaine ou plus.

Les garçons qui ont regardé le plus de médias de super-héros avaient une chance plus élevée de jouer avec des armes factices, ainsi que de jouer de façon stéréotypée masculine (jouer à la bagarre, par exemple, VS jouer à se déguiser). C'était vrai même après que les chercheurs aient contrôlé le niveau de jeu des garçons au premier point, montrant que des niveaux plus élevés de jeu des garçons suivaient après avoir regardé plus de spectacles de super-héros.

Les chercheurs ont également contrôlé l'exposition à la violence à la télévision en général. Les super-héros n'ont pas influencé les niveaux de jeu sexiste des filles , mais les ont rendus plus susceptibles de jouer avec des armes, ont rapporté les chercheurs en ligne le 8 mai dans la revue Sex Roles.

Coyne et ses collègues ont également demandé aux parents s'ils parlaient souvent à leurs enfants des choses qu'ils voyaient dans les films et à la télévision. Étonnamment, les enfants qui discutaient fréquemment n'étaient pas moins susceptibles de jouer avec des armes ou de jouer selon des stéréotypes sexistes que ceux qui n'en avaient pas. Pour les filles, les conversations parentales renforçaient même la probabilité qu'elles jouent avec des armes.

"En tant que parent d'un enfant d'âge préscolaire ... j'ai été déçu!" Coyne a dit. (...)

Est-ce que le modèle des superhéros endommage les rôles de genre des enfants?

Marketing genré

Il y a aussi un grand débat parmi les psychologues pour savoir si le jeu genré ou le jeu d'armes est un problème . Ferguson

est sceptique :

"Le jeu des armes est quelque chose que les enfants ont fait à travers l'histoire", a-t-il dit. "Si ce n'était pas des fusils

aujourd'hui, c'était des épées, ou tout ce qu'ils avaient à l'époque égyptienne."

Coyne, cependant, voit des raisons de s'inquiéter :

"En général, nous constatons que lorsque les gens souscrivent à de plus grands stéréotypes de genre, c'est problématique",

a-t-elle dit. "Vous êtes plus susceptible de souscrire à une culture de domination et de violence."

Coyne s'intéresse à ces effets à long terme.

"C'est une étude d'un an, alors qui sait?" dit-elle. «J'aimerais faire une étude à long terme pour découvrir les enfants qui sont

vraiment des super-héros à l'âge de 4 ans, à quoi ressemblent-ils à l'âge de 10 ans, en tant qu'adolescents, en tant que jeunes adultes?

En attendant, les parents peuvent avoir besoin d'utiliser leur bon sens pour décider si le petit Timmy est autorisé à

regarder Spider-Man. Coyne a vite noté que les superhéros ne sont pas tous mauvais - "Je pense que l'Amérique va détester

cette étude, parce que nous aimons tellement les super-héros", a-t-elle dit - et qu'ils ont aussi pris la défense des faibles et défendu le bien.

En fait, sa prochaine étape consiste à examiner si les enfants qui aiment les super-héros sont plus susceptibles d'intervenir pour protéger les autres enfants contre les intimidateurs .«Les parents ont la responsabilité d'engager leurs enfants dans la conversation sur tous les médias qu'ils rencontrent », a-t-il déclaré.

Et, bien sûr, il n'y a pas de substitut au bon sens. La franchise The Dark Knight est classée PG-13 pour une raison, après tout.

Les super-héros «peuvent être une force de bien, et ce sont des exemples moraux, toutes ces grandes choses, mais les enfants d'âge préscolaire (3 et 4 ans) ne sont tout simplement pas en train de s'en occuper», a déclaré Coyne. "C'est la question du développement qui me préoccupe."

Par Stephanie Pappas, Collaboratrice scientifique en direct | 18 juin 2014 08h11 HE

DOCUMENT 6

Peut mieux faire... C'est en substance la conclusion d'un rapport présenté cette semaine par le Haut Conseil à l'Egalité (HCE). Les stéréotypes perdurent sur les bancs de l'école et les enseignants n'en ont pas toujours conscience.

« En seconde générale, à 10 de moyenne, 41% des garçons n'hésitent pas à demander une orientation en filière scientifique, contre 27% des filles. » A l'occasion de la présentation du rapport d'activité du HCE, sa présidente Danielle Bousquet a tenu à rappeler pourquoi, selon elle, les pratiques pédagogiques doivent encore évoluer. « Beaucoup attribuent cette réalité disproportionnée à des penchants naturels. » Or, a-t-elle souligné, les ressorts conduisant à ces écarts dans l'orientation des élèves n'ont rien d'inné. Ils peuvent découler de stéréotypes sexués que les enseignants contribuent, parfois sans le vouloir, à faire perdurer. « Leur fréquence d'interaction est en moyenne de 56% avec les garçons, contre 44% avec les filles, » a en particulier pointé Danielle Bousquet.

Des inégalités ignorées par certains futurs enseignants

Afin de favoriser une prise de conscience au sein des établissements scolaires, la loi pour la refondation de l'Ecole du 8 juillet 2013 a instauré, au sein des cursus de formation des enseignants, une éducation à l'égalité. « Nous devons saluer cette volonté », a reconnu la présidente du HCE. « Désormais, les 32 Ecoles supérieures du professorat et de l'éducation (ESPE, ex-UIFM) ont pour obligation de former les futurs enseignants et enseignantes à l'éducation à l'égalité. » Si l'initiative est salubre, sa mise en œuvre est, elle, laborieuse. Ainsi, ce nouveau volet de formation reste disparate : seule la moitié des ESPE considère en effet former l'ensemble des étudiants. Le volume horaire varie quant à lui de 2 à 57 heures annuelles. « Les responsables de ces établissements nous disent ne pas savoir vers qui se tourner, à qui faire appel pour mettre en place ces formations et les animer, » a souligné Françoise Vouillot, présidente de la Commission « lutte contre les stéréotypes », au sein du HCE. « Certains de ces centres nous ont également fait part d'un déni des inégalités entre les sexes, de la part des étudiants. S'associe à cela un manque d'intérêt pour la thématique car ces aspirants-enseignants sont polarisés par la préparation de leur concours. » Pour contrer ce phénomène, le HCE préconise de transformer le module dédié à l'égalité entre les sexes en une compétence exigée pour l'obtention du diplôme. L'institution recommande par ailleurs l'élaboration d'un « Guide pratique de la formation à l'égalité filles-garçons », pour mieux accompagner le corps enseignant.

Car, pour Françoise Vouillot et ses collègues, l'enseignement de l'égalité doit rester une priorité, à une époque où les stéréotypes continuent de peser sur les épaules de bon nombre de jeunes filles : « songez qu'entre 1999 et 2010, le temps moyen consacré par les hommes aux tâches ménagères n'a augmenté que d'une minute », a ironisé Margaux Collet, responsable des études au HCE. Un chiffre parmi d'autres : seuls 20% des experts invités dans les médias sont des expertes. Quant à l'écart salarial entre hommes et femmes, il reste de 16% en moyenne au sein de l'Union européenne. Des inégalités qui concernent les filles dès les rangs de l'école primaire, et se cristallisent aux premiers instants de leur vie professionnelle.

Marketing genré

D'après l'enquête d'insertion publiée en juillet 2015 par Sciences Po Paris et réalisée auprès des étudiants diplômés deux ans plus tôt, les jeunes femmes ont, en moyenne, des rémunérations inférieures de 30% à celles de leurs homologues masculins. Autant de faits et statistiques plus que regrettables, alors que, a rappelé Danielle Bousquet, comme l'écrivait Simone de Beauvoir (en 1949 !), « c'est par le travail que la femme a en grande partie franchi la distance qui la séparait du mâle ; c'est le travail qui peut seul lui garantir une liberté concrète. »

<http://www.elle.fr/Societe/Le-travail/Faire-bouger-les-choses/Les-stereotypes-de-genre-toujours-aussi-vifs-dans-les-salles-de-classe-que-les-cours-de-recre-3435302>

Marketing genré

DOCUMENT 7

DOCUMENT 8 : Lawrence Cohen, Qui veut jouer avec moi ?

- *“Pour commencer, il est bon de rétablir des liens émotionnels. L'empathie, l'intelligence émotionnelle ou la gentillesse s'apprennent dans le cadre de relations intimes et non dans les livres ou des leçons de morale. Elles s'apprennent aussi par le jeu. Le malheur – pour ne pas dire le drame –, c'est que tout ce qui pourrait aider les garçons à se rapprocher de leur entourage passe pour des « trucs de fille » – les câlins, jouer à la poupée, lire ou écrire de la poésie, jouer d'un instrument, chanter, danser. Certains garçons s'y intéressent mais en général moins que les filles, plus valorisées dans ces domaines. Les garçons qui se livrent malgré tout à des activités dites « de fille » risquent d'en payer le prix fort : ils finissent souvent par y renoncer ou se faire traiter de « chochottes ».*
Ironie du sort : il est facile d'inciter un garçon à jouer à la poupée. De nombreuses études ont montré que visionner des films où l'on voit des hommes pouponner donne envie aux écoliers en maternelle de suivre leur exemple. Seulement, notre société ne le souhaite pas forcément. Nous aimerions qu'en grandissant, les garçons deviennent des pères aimants, mais nous ne voulons pas assumer le risque qu'ils deviennent efféminés.”
- *“On se moque des garçons qui pleurent et on s'étonne ensuite qu'ils frappent ou détruisent plutôt que verser une larme.”*
- *“Bon nombre d'attitudes perçues comme agaçantes et menaçantes par les adultes masquent en réalité une recherche de contact, une tentative de rapprochement.”*

DOCUMENT 9 : Myla et Jon Kabat-Zinn

“Partout, dans les magasins, dans la presse, à la télévision et au cinéma, les filles sont exposées à des images de la femme qui peuvent profondément affecter leur vision d'elles-mêmes. De manière plus ou moins subtile, ces images suggèrent que leur plus grande force est d'être des consommatrices et des objets sexualisés. Ces messages sont terriblement limitatifs et dommageables pour les filles, surtout à l'approche de l'adolescence.

Ces images sont utilisées pour vendre toutes sortes de produits. Non seulement l'accent est mis constamment sur l'achat et la consommation, mais des industries entières se consacrent à convaincre les femmes et les jeunes filles qu'elles doivent rendre leur corps plus beau et plus « parfait ». Pourtant, la plupart des images montrent des corps que les femmes n'ont jamais naturellement, ou seulement pendant très peu de temps.”

Ainsi, on accorde une importance suprême à l'apparence. On met l'accent sur le look à cultiver, la surface à sculpter. Par conséquent, beaucoup de jeunes filles dépensent un temps et une énergie insensés à se soucier de leur allure. Cela peut se produire aux dépens de leur force physique, de leur créativité ou de leur moi profond.

