

## Éléments de correction : Stéréotypes et construction de l'identité de genre

### 1. Quelques exemples de contenu stéréotypé sur les réseaux sociaux :

| Ce que montrent les hommes :   | Ce que montrent les femmes :  |
|--|---|
|  <p>Homme <u>musclé</u> qui cherche à <u>repousser les limites</u> de sa condition physique, ici dans un environnement extrême de haute montagne. Le piolet en bouche renforce l'image d'un aventurier, déterminé et intrépide. Le <u>stéréotype du sportif</u> est souvent mis en avant chez les hommes qui publient volontiers des clichés de leurs exploits.</p> <p><i>! Ce stéréotype conforte les inégalités de genre en érigeant l'esprit d'aventure comme une qualité intrinsèquement masculine !</i></p>               |  <p>Femme souriante, renvoyant l'image d'une mère <u>tendre</u> et aimante, s'occupant de son enfant avec <u>douceur</u>. Cette image correspond au <u>stéréotype de la maternelle</u>, dévouée aux autres, en particulier à sa famille.</p> <p><i>! Ce stéréotype conforte les inégalités de genre en érigeant la maternité en principale vocation féminine !</i></p>   |
|  <p>Avec cette mise en scène utilisant des codes féminins, (masque sur le visage et bandeau rose à pois) cet homme renvoie une image <u>drôle voire ridicule pour faire rire</u>. Cela correspond au <u>stéréotype de l'humoriste</u>, qui utilise volontiers des accessoires et des vêtements, voire des gestes et des expressions faciales.</p> <p><i>! Réducteur et appelant les hommes à se conformer à des normes de masculinité, ce stéréotype suggère que s'approprier des codes féminins serait risible !</i></p>     |  <p>Très <u>maquillée, hypersexualisée</u>, avec une robe courte, moulante et ajourée, cette femme s'affiche dans un rôle de tentatrice en répondant aux fantasmes masculins. Il s'agit du <u>stéréotype de la séductrice</u> qui met en avant son corps, réduit à un objet de désir et de séduction.</p> <p><i>! Si ce stéréotype accorde une forme de pouvoir à la femme, c'est un pouvoir limité à la sphère de la séduction !</i></p> |
|  <p><u>Grand</u> et <u>musclé</u>, cet homme embrasse le front de sa compagne et pose la main sur son ventre arrondi de femme enceinte. Il renvoie l'image du <u>stéréotype du protecteur</u>, renforçant une vision stéréotypée des rôles parentaux en associant l'homme à une figure protectrice et la femme à celle d'une mère fragile à préserver.</p> <p><i>! Pour correspondre à l'image du protecteur fort et rassurant, les hommes sont encouragés à ne pas montrer leurs faiblesses et leur vulnérabilité !</i></p> |  <p>Femme hypersexualisée mise en scène comme un <u>objet décoratif</u>, passif et superficiel. Avec une <u>beauté lisse et artificielle</u>, elle semble docile et soumise. Son rôle se limite à être admirée pour son apparence, comme une poupée à contempler. Il s'agit du <u>stéréotype de la poupée</u>.</p> <p><i>! Ce stéréotype réduit la femme à un objet ornemental !</i></p>   |
|  <p>Adossé au capot d'une voiture et paraissant <u>sûr de lui</u>, cet homme élégant et <u>musclé</u>, d'<u>apparence soignée</u>, a une attitude de « tombeur ». On l'imagine enchaînant les conquêtes féminines avec son charme semblant irrésistible. Il renvoie le <u>stéréotype « le séducteur »</u>.</p> <p><i>! Ce stéréotype perpétue une image réductrice de l'homme, trouvant son accomplissement dans la conquête et la manipulation des femmes !</i></p>   |  <p>Semblant vulnérable, cette femme renvoie une image d'elle rêveuse et fragile. Elle véhicule le <u>stéréotype de la sentimentale</u>, en quête perpétuelle du grand amour et du bonheur conjugal.</p> <p><i>! Ce stéréotype perpétue une image dévalorisante de la femme, censée être gouvernée par ses sentiments plutôt que par la raison !</i></p>   |
| <p><u>Ce qui caractérise les hommes sur les réseaux :</u><br/>Musclés et sportifs, toujours en quête d'aventures et d'expériences repoussant les limites.<br/>Ils ont de l'humour et ce sont des séducteurs irrésistibles.<br/>Forts, ils sont également protecteurs et virils.<br/>⇒ Ils sont maîtres de leur environnement, rien ne leur résiste.</p>  | <p><u>Ce qui caractérise les femmes sur les réseaux :</u><br/>Maternelles, douces et dévouées aux autres.<br/>Maquillées et sexy, elles séduisent et ressemblent à des poupées.<br/>Sentimentales, parfois soumises, elles peuvent sembler naïves.<br/>⇒ Elles prennent soin d'elles et des autres</p>  |

Remarque : On peut aborder le concept de double standard qui se réfère à une valorisation différenciée accordée aux femmes et aux hommes. Il implique que tout ce qui est attribué aux femmes est considéré comme ayant une valeur moindre que s'il était attribué aux hommes. (Exemple du stéréotype séducteur/séductrice : Dans la société, les hommes sont souvent valorisés et admirés lorsqu'ils sont perçus comme séducteurs, tandis que les femmes peuvent être jugées négativement pour le même comportement.)

**3. L'énigme de la vidéo :** « Un père et son fils ont un grave accident de voiture. Le père meurt sur le coup. Le fils est grièvement blessé et transporté d'urgence à l'hôpital. Le meilleur docteur de l'hôpital est appelé pour l'opérer, rentre dans la salle d'opération et s'écrie : « Mais, c'est mon fils ! » Qui est le docteur ? Le docteur est la mère du garçon accidenté biensûr !

Peu de personnes trouvent la réponse à cette énigme et cela **prouve que les stéréotypes sont des croyances bien ancrées dans notre société. Ils influencent notre manière de réfléchir : le mot docteur, communément employé pour les femmes et les hommes, renvoie automatiquement à l'image d'un homme chirurgien en blouse blanche chez la plupart d'entre nous.**

La vidéo rappelle néanmoins que les stéréotypes sont utiles car ils simplifient le traitement de l'information par notre cerveau en simplifiant notre perception du monde, plus compréhensible et plus prévisible pour guider nos actions. Cette manière de penser permet d'économiser du temps et de l'énergie.

⇒ L'énigme du docteur montre l'importance de remettre en question ses propres préjugés et stéréotypes, pour avoir une vision plus juste et ouverte du monde qui nous entoure. En prenant conscience de l'influence de ces croyances sur notre façon de penser, nous pouvons apprendre à les dépasser et à adopter un regard plus nuancé et objectif sur la réalité.

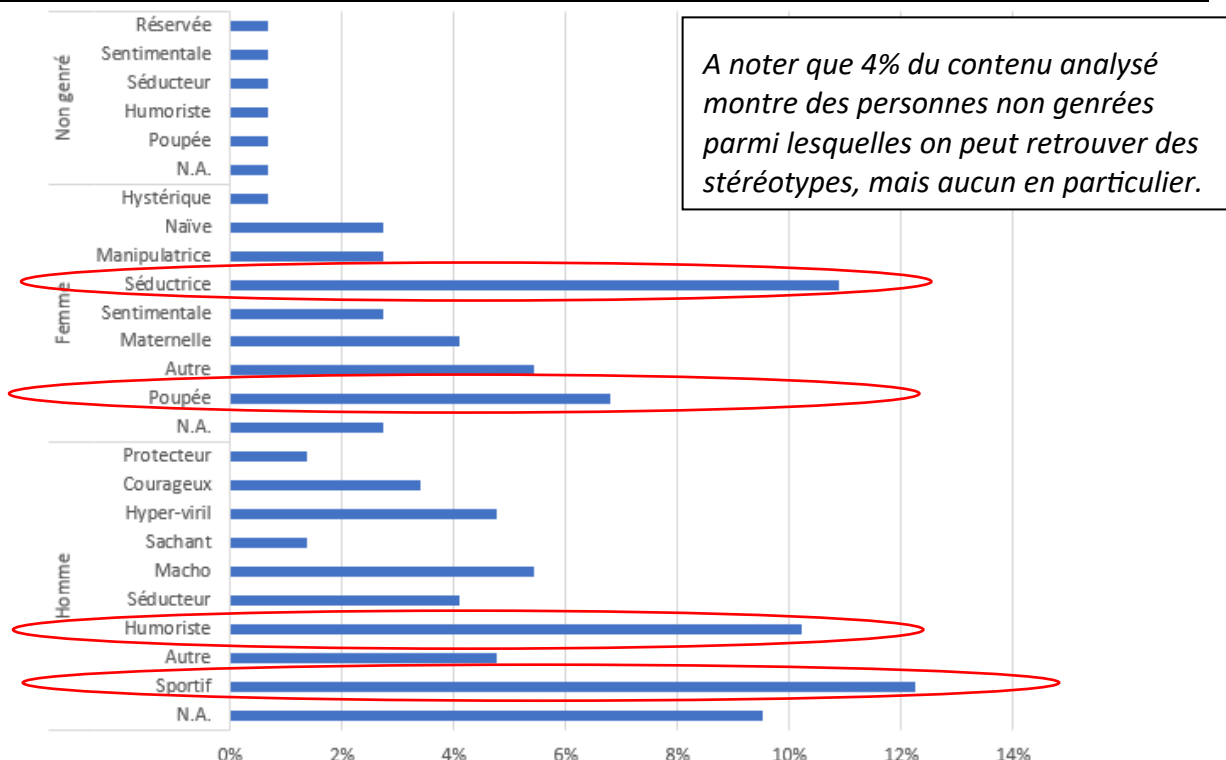
### Présentation et analyse des résultats obtenus sur 2 classes de seconde

Tableau présentant la part de contenu véhiculant des stéréotypes de genre sur 180 publications analysées

| Stéréotypes          | non        | oui        | Total général |
|----------------------|------------|------------|---------------|
| Youtube              | 5%         | 18%        | 23%           |
| Instagram            | 7%         | 37%        | 45%           |
| TikTok               | 3%         | 29%        | 33%           |
| <b>Total général</b> | <b>16%</b> | <b>84%</b> | <b>100%</b>   |

Les publications analysées, provenant essentiellement d'Instagram (45%) mais aussi de TikTok (33%) et de Youtube (23%), **véhiculent des stéréotypes de genre pour 84% d'entre elles.**

Graphique présentant la part de chaque stéréotype parmi toutes les 84% de publications stéréotypées



39% du contenu analysé met en scène des femmes parmi lesquelles 11% véhiculent le stéréotype de la séductrice (environ 1 sur 3) et 7% véhiculent le stéréotype de la poupée (environ 1 sur 5)

57% du contenu analysé met en scène des hommes parmi lesquels 12% véhiculent le stéréotype du sportif (plus d'1 sur 5) et 10% véhiculent le stéréotype de l'humoriste (plus d'un sur 6)

4. D'après la ressource 1, les algorithmes comme le PageRank, utilisés par des plateformes comme Instagram et TikTok, contribuent à répandre les stéréotypes de genre **en influençant la visibilité du contenu** en ligne.
- Si les publications véhiculant des stéréotypes sont très populaires, les algorithmes les mettent **d'avantage en avant**. Elles sont alors vues et partagées plus souvent, ce qui perpétue ces représentations stéréotypées.
  - Cela **entraîne ensuite des suggestions de contenus similaires** et de la publicité ciblée qui **renforcent encore les stéréotypes existants**.

En rendant plus visibles les contenus populaires qui véhiculent souvent des stéréotypes de genre, les algorithmes comme le PageRank influence notre perception du monde qui nous entoure.

5. Avec les stéréotypes, les hommes sont associés à la force et au courage alors que les femmes sont associées à la douceur et à la délicatesse. **Il s'agit de préjugés portés de façon subjective** qui peuvent modifier nos comportements. **Véhiculés par la société, ils sont amplifiés par les réseaux sociaux**. Il s'agit donc d'opinions (voir définition donnée). Ces opinions se rapprochent de croyances si elles prennent le caractère d'une conviction intime en s'activant de manière automatique, comme avec l'énigme de la vidéo. Repérer nos idées reçues permet de prendre conscience du phénomène pour modifier nos croyances.

#### **BILAN : Quelles peuvent être les conséquences des stéréotypes véhiculés par les réseaux sociaux sur la construction de l'identité d'un individu ?**

En véhiculant des stéréotypes de genre, les réseaux les banalisent et favorisent leur ancrage dans la société. Ils **influencent les comportements** en incitant les femmes à être belles et douces et les hommes à être virils et forts. Cela fait automatiquement émerger des rôles distincts assignés au genre qui peuvent **conditionner les choix d'activités voire d'orientation**. Ceux qui ne se soumettent pas aux injonctions en lien avec ces stéréotypes peuvent se sentir exclus et subir des discriminations. C'est pourquoi la construction de l'identité sexuelle est fortement influencée par les réseaux sociaux qui **reflètent des opinions de la société**.

« La question de **la valorisation des contenus sur Internet est intrinsèquement liée aux bases de données qui sont biaisées ainsi qu'au calibrage des algorithmes et à celles et ceux qui les créent**. Or aujourd'hui encore que ce soit dans les grandes entreprises ou les start-ups, la filière numérique reste largement dominée par les hommes et en conséquence caractérisée par une **forte culture sexiste** » comme le rappelle le **rapport du haut conseil pour l'égalité entre les femmes et les hommes, publié le 7 novembre 2023**.