

Préalable 1 semaine avant la séance : Demander à chaque binôme de sélectionner 6 contenus populaires (qui ont fait suffisamment de vues) provenant de leur compte TikTok, Instagram ou Youtube. Il peut s'agir d'un extrait de vidéo, d'une photo, d'un réel... Pas de censure !! mais au moins une personne doit être visible sur le contenu sélectionné.

TP : Stéréotypes et construction de l'identité de genre

Mise en situation et recherche à mener

La sexualité englobe différents aspects tels que le sexe biologique, l'identité de genre et l'orientation sexuelle. De nombreux stéréotypes peuvent influencer la construction de l'identité de genre et contribuer à des discriminations entre individus.

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

Ressources

Définitions :

Source : lecrips-idf.net

- **Les stéréotypes** sont des représentations simplifiées, déformées, rigides, anonymes, de certaines caractéristiques attribuées à un individu ou à un groupe.
- **Les stéréotypes de genre** sont des caractéristiques arbitraires (fondées sur des idées préconçues) que l'on attribue à un groupe de personnes en fonction de leur sexe. Ces stéréotypes ont un impact sur les rôles attribués aux hommes et aux femmes dans la société. Ils servent de prétexte à les cantonner à certains rôles sexuels.

Ressource 1 : L'algorithme PageRank

D'après Wikipédia

Le *PageRank* ou *PR* est l'algorithme d'analyse des liens concourant au système de classement des pages Web utilisé par le moteur de recherche Google. Il mesure quantitativement la popularité d'une page web. [...] Le principe de base est d'attribuer à chaque page une valeur (ou score) proportionnelle au nombre de fois que passerait par cette page un utilisateur parcourant le graphe du Web en cliquant aléatoirement, sur un des liens apparaissant sur chaque page.

La façon de classer, de trier et de hiérarchiser des algorithmes n'est pas objective [...]. Le principe de classement de PageRank fait correspondre visibilité — plutôt que qualité — et légitimité. Le principal problème est que l'algorithme ne prend pas en considération les raisons pour lesquelles un article est cité, et il arrive couramment qu'un contenu soit cité justement parce qu'il est faux, ce qui lui fait inopportunément gagner de l'importance dans le classement de PageRank.



Consignes

1. **Afin d'identifier quelques stéréotypes de genre**, remplissons ensemble le tableau au verso.
2. Mettre en œuvre le protocole d'analyse de contenu **afin de mesurer la part véhiculant des stéréotypes de genre sur les réseaux :**
 - Renseigner la grille d'analyse disponible dans l'espace classe à partir de vos enregistrements personnels.
 - Enregistrer la grille complétée dans l'espace classe après l'avoir renommée (*Ajouter au nom du fichier la lettre de votre binôme et vos initiales. Attention de ne pas « écraser » le fichier original.*)
3. Après avoir répondu à l'énigme de la vidéo, analyser les résultats de la classe.
4. Utiliser la ressource 1 pour discuter de la responsabilité des algorithmes dans la part de contenu véhiculant des stéréotypes des genre qui vous est proposée.
5. **Expliquer pourquoi il s'agit d'opinions¹** véhiculées par la société.









BILAN : Répondre au problème

Une opinion¹ est un jugement de valeur que l'on porte de façon subjective sur un objet de son environnement. Elle est souvent influencée par notre entourage familial, professionnel, amical, par les médias, les réseaux sociaux. Elle se rapproche d'une croyance qu'il faut différencier d'un fait :

Un fait est une observation ou une information, concrètes, tangibles, parfois quantifiables. C'est une réalité que nul ne peut contester.

Une croyance est une opinion qui a le caractère d'une conviction intime et qui exclut le doute ; assentiment que donne l'esprit, sans réflexion personnelle. Acceptation aveugle issue de la confiance absolue que l'on a en sa source.

Quelques exemples de contenu stéréotypé sur les réseaux sociaux :

Ce que montrent les hommes :	Ce que montrent les femmes :
 <p>inoxtag Mont blanc, France</p> <p>885 596 J'aime</p>	 <p>carolinereceveur Kite beach, Jumeirah, Dubai</p> <p>151 156 J'aime</p>
 <p>normanthevaud</p> <p>213 640 J'aime</p>	 <p>enjoyphoenix Paris, France</p> <p>119 569 J'aime</p>
 <p>nabilla Marrakech</p> <p>249 572 J'aime</p>	 <p>maeva.ghennam</p> <p>156 274 J'aime</p>
 <p>carolinereceveur et hugophilip Albertal Avenue</p> <p>160 681 J'aime</p>	 <p>arianagrande</p> <p>5 442 611 J'aime</p>
Ce qui caractérise les hommes sur les réseaux :	Ce qui caractérise les femmes sur les réseaux :