

A blue and white steam iron is the central focus, positioned diagonally on a light-colored carpet. In the background, a blue and white patterned cloth is visible. The text 'Education Citoyenne' is overlaid in large, bold, white letters with a black drop shadow.

Education Citoyenne

Stéréotypes

Stéréotypes

Toute l'année, les différents lieux de socialisation peuvent constituer des milieux favorables à la diffusion des stéréotypes : école, famille, activités parascolaires. Mais la période des fêtes de fin d'année est particulièrement propice aux stéréotypes de sexe. Ces derniers sont omni présents dans les catalogues de jouets et les dépliant publicitaires. Ces médias sont d'excellentes armes de diffusion massive d'images stéréotypées. Ils utilisent pour cela d'une part les couleurs foncées et bleues pour les garçons et pastels et roses pour les filles et d'autre part ils associent un sexe au jouet. Les garçons sont fait pompier, chevalier ou encore bâtisseur; alors que les filles sont princesse, maman ou ménagère. On observe les mêmes phénomènes dans les dépliant publicitaires adultes où la femme est présentée comme heureuse de recevoir un aspirateur ou un fer à repasser pour la fête des mères et de Noël alors que son mari aspire à recevoir des appareils de musculation ou une télévision.

Qu'entend-t-on par stéréotype?

Voici quelques exemples que l'on peut souvent entendre : les Belges sont des mangeurs de frites; les Suisses sont lents; les femmes sont de mauvaises conductrices; les hommes ne savent pas faire deux choses en même temps ; les Suédoises sont toutes blondes, grandes et belles; les hommes sont machos; les pompiers sont tous beaux et musclés; etc.... On peut donc voir que ces idées peuvent aussi bien être positives que négatives et qu'elles ne provoquent pas d'étonnement quand on les entend puisque souvent, il s'agit d'idées que la société dans laquelle nous vivons partage largement.¹

Le concept de stéréotype a été pour la première fois décrit dans le sens où nous l'entendons en science sociale par Walter Lippmann en 1922 qui les présente comme « des images dans nos têtes [...] des catégories descriptives simplifiées par lesquelles nous cherchons à situer autrui ou des groupes d'individus ».

Il définit différentes caractéristiques : « – les stéréotypes sont des idées consensuelles, c'est-à-dire socialement partagées; – les stéréotypes sont rigides, c'est-à-dire qu'ils résistent à la preuve du contraire ;– les stéréotypes sont des généralisations excessives; – les stéréotypes sont faux ou mal fondés.²

Aujourd'hui, la définition du stéréotype que nous retiendrons est la suivante «un ensemble de croyances à propos d'un groupe social » cette définition est beaucoup plus prudente que celle que proposait Lippmann : on n'exige plus la notion de conceptuel ni le caractère faux.³

Mais qu'est qu'un stéréotype de sexe ?

« Il s'agit d'une représentation schématique et globalisante sur ce que sont et ne sont pas les filles et les garçons, les femmes et les hommes. ».⁴

1 J.B. LEGAL, S. DELOUVEE, Stéréotypes, préjugés et discrimination, Paris, 2015, p. 16.

2 J.B. LEGAL, S. DELOUVEE, Stéréotypes, préjugés et discrimination, Paris, 2015, p. 9.

3 J.B. LEGAL, S. DELOUVEE, Stéréotypes, préjugés et discrimination, Paris, 2015, p. 9.

4 Définition consultée sur le 1 septembre site <https://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000624.pdf> et Informations consultées le 18 octobre 2018 sur le site http://www.egalite.cfwb.be/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&g=0&hash=93490bd117df361055

Comme les filles aiment le rose et jouent à la poupée et les garçons aiment le bleu et jouent à la guerre.

Est-ce que c'est problématique d'avoir des stéréotypes ?

Selon un psychologue français: « nous partageons tous les mêmes stéréotypes mais leur transformation en préjugés – racisme, sexisme, homophobie... – dépend de notre histoire personnelle. Les stéréotypes sexués se construisent et s'apprennent très tôt, au sein de la famille et à l'école et ils sont véhiculés par les médias, Internet, ou encore la publicité. « Ils sont tellement intériorisés qu'ils fonctionnent comme des «prêts-à-penser» dont la validité n'est que rarement remise en cause ».⁵

Si on prend l'exemple du spectacle pour enfant LA FA MI, il n'est pas problématique de voir une maman « à plein temps » courir dans tous les sens pour le bien-être de ses enfants et d'un papa « fort » qui est présent pour jouer le soir. Ce qui pose problème c'est donc la répétition des stéréotypes dans les albums jeunesse, dans ce que les enfants vivent à la maison, ou entendent à l'école. Cette répétition amène donc les enfants à considérer des exemples comme une norme.

Les stéréotypes sont-ils des vecteurs de discrimination ?

Comme dit précédemment, les stéréotypes ne sont pas toujours négatifs prenons par exemple : les femmes sont gentilles. De là est né un préjugé : les femmes sont trop gentilles pour avoir de l'autorité. Ce préjugé peut influencer un employeur qui n'engage pas de femme pour diriger une équipe précisément cette raison.

Si le stéréotype est de l'ordre de l'idée, la discrimination est de l'ordre du comportement et toujours négative à l'égard des membres d'un groupe envers lequel nous entretenons des préjugés.⁶

Faut-il lutter contre les stéréotypes ?

Cette lutte serait probablement vaine. Comme nous l'avons dit précédemment, les stéréotypes sont créés par notre cerveau pour se simplifier la tâche et éviter la surcharge cognitive. Mais s'appuyer sur une image généralisée du groupe et négliger l'individualité de la personne peut conduire à des conduites discriminatoires.

Il faudrait donc veiller à ne pas diffuser uniquement des images stéréotypées et pousser au maximum le questionnement sur celles-ci. Ainsi, on est amené à conscientiser les stéréotypes pour qu'ils ne puissent pas être pris comme une norme et utilisés pour discriminer. Pour cela, il faut que le plus souvent possible, on les questionne au sein de la famille et de l'école et que l'on rappelle leur statut d'idée simplifiée. Pour un enseignant de petites interventions de quelques mi-

b36d9b2345f2efef65f83a&file=fileadmin/sites/sdec_III/upload/sdec_III_super_editor/sdec_III_editor/documents/Publications/Sexes__manuels_FINAL.pdf

5 Informations consultées le 2 septembre 2018 sur le site <https://www.laboratoiredelegalite.org/wp-content/uploads/2016/04/Les-st%C3%A9r%C3%A9otypes-cest-pas-moi-cest-les-autres-Laboratoire-de-l%C3%A9galit%C3%A9-nov-2013.pdf>

6 R. Y. BOURHIS, J.-P., LEYENS (Eds), Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes, Liège, Mardaga, 1994.



nutes de temps en temps suffisent quand un stéréotype est énoncé. Par exemple : Liam : « les garçons sont plus forts que toutes les filles. ». Son professeur : « Tu ne crois pas qu'il existe une fille qui soit plus forte qu'un seul garçon ? » Liam: « Si, à mon club de boxe, plein de filles sont plus fortes que moi ». L'espace d'une discussion de cinq minutes, cet enfant a pris conscience que l'idée que les garçons étaient plus forts que les filles, était un stéréotype.

Liam a tellement l'habitude d'entendre que les garçons sont plus forts que les filles, qu'il a intégré cette idée. Liam n'a que huit ans, il est encore possible de le sensibiliser et de l'amener à comprendre qu'il s'agit d'un stéréotype et non d'un fait. Mais plus on grandit et que l'on a été confronté à des stéréotypes présentés comme des faits établis plus il est difficile de remettre en cause des idées toute faites.

Pourquoi les stéréotypes sont-ils toujours aussi présents dans les catalogues de jouets ?

La segmentation de genre permet aux entreprises de vendre plus. En effet, les jouets peuvent moins se transmettre au sein de la fratrie. Par exemple, lorsque les parents achètent un vélo rose à leur fille ils se sentiront souvent obligés d'acheter un autre vélo s'ils ont un fils cadet. C'est donc volontairement que les magasins continuent à séparer des jeux de fille et de garçon. Certaines marques ont fait le choix de ne plus utiliser ces pratiques marketing et présentent désormais des catalogues non genrés mais ils ne représentent pas une majorité et de grands noms de la vente de jouets continuent chaque année à diffuser des stéréotypes dans leur catalogue enfermant des enfants dans des rôles dans un simple but commercial.

Comme nous l'avons vu précédemment, il est impossible et inutile de lutter directement contre les stéréotypes. Cependant, il est important de veiller à ce que les enfants ne soient pas enfermés dans une vision stéréotypée de la société et qu'ils apprennent à faire la différence entre stéréotype et faits scientifiques. Les filles peuvent jouer à la poupée, jouer à faire le ménage mais cela ne doit pas être des tâches qui leur sont réservées, ni les préparer à devenir des petites femmes au foyer si ce n'est pas le choix.

Pour cela, il faudrait pouvoir sensibiliser les familles, nous prônons donc l'importance de campagnes de sensibilisation en matière de stéréotypes qui rappellent que ces images ne sont une option mais qu'ils en existent d'autres.

Nous proposons également de rappeler aux différents médias et commerçants l'importance de présenter une multitude de situations de vie quotidienne pour que les enfants aient la possibilité de choisir à qui s'identifier du danseur à la déménageuse. Chacun doit être libre de choisir ses passions et son métier.

Le troisième point et sur lequel nous pensons avoir le plus de chances d'avoir un impact direct est la formation des enseignants. L'école est un lieu d'ouverture pour les enfants. Cependant en termes de stéréotypes et d'inégalités de genre, on observe que les enseignants ne sont pas formés, ni sensibilisés pendant leur formation initiale. S'il existe des formations en cours de carrière si elles ne sont pas imposées par la direction, ne s'y inscrirons que les enseignants qui sont déjà en questionnement. Nous militons donc pour que tous les acteurs éducatifs reçoivent au moins à

assister à une conférence, un colloque, avoir un module de cours qui leur démontre l'importance de leurs actes et paroles dans ce domaine et l'impact que cela peut avoir sur leurs élèves.

En conclusion

Si avoir des stéréotypes semble inévitable et même quelque chose de salutaire pour le cerveau humain qui brasse chaque jour un nombre incalculable d'informations. Il est primordial que l'on s'assure que les stéréotypes ne soient pas détournés pour devenir des préjugés et qu'ils ne soient pas ensuite utilisés pour discriminer certaines catégories de personnes. De plus, la persistance des stéréotypes sexuels et sexistes a une incidence importante sur la façon dont les filles et les garçons perçoivent le rôle qu'ils ont à jouer en société.⁷ Pour cela, il faut agir en sensibilisant à cette problématique tous les acteurs éducatifs depuis les milieux d'accueil jusqu'à l'université. Il faudrait que davantage de campagnes de sensibilisation soient réalisées pour réaliser des piqures de rappel à l'ensemble de la population et que celles-ci impliquent également des pétitions pour rappeler aux différents médias que les stéréotypes ne doivent pas être utilisés pour faire vendre d'avantage.

Si nous sommes confrontés à des images variées tout au long de notre vie, les stéréotypes de n'auront plus de raison d'être et ils ne pourront plus être utilisés pour discriminer des personnes.

⁷ Informations consultées le 18 octobre 2018 sur le site <http://www.scf.gouv.qc.ca/fileadmin/Documents/Stereotypes/Rapport-livres-jouets-sexe.pdf>

Education citoyenne

Stéréotypes

Texte : Marie Béclard
Maquette : Inside
Mise en page : Daniel Leclercq

Décembre 2018

ISBN : 978-2-87440-134-3
Dépôt légal : D/2018/3423/6

FAML asbl

Av de Stalingrad 54
1000 Bruxelles
Tél: 02 476 92 83
Fax: 02 476 94 35
info@faml.be
www.faml.be



Avec le soutien de

