

Mémoire de fin d'études à la Haute Ecole Pédagogique du Valais

## **L'orientation professionnelle aux prises avec le genre?**

**Les critères de choix professionnels des filles dans les vidéos du  
Service de l'orientation professionnelle présentant les métiers  
dits "masculins"**

**Mayor Elodie**

Sous la direction de Nicole Jacquemet

Déposé à Saint-Maurice, le 17 février 2014

## **Remerciements**

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui nous ont aidée dans la réalisation de ce travail de longue haleine:

- Mme Jacquemet, notre directrice de mémoire à qui nous aimerions témoigner toute notre gratitude pour ses précieux conseils et sa disponibilité exemplaire.
- Nos correctrices qui ont fait preuve de patience et de rigueur.
- Notre famille et nos amis qui ont toujours su nous soutenir et nous encourager.

## Résumé

À l'issue de la scolarité obligatoire, le moment est venu pour les jeunes de choisir leur voie professionnelle. En observant la situation actuelle, le constat est le suivant: le choix du domaine de formation est marqué par l'appartenance au genre féminin ou masculin. En effet, on assiste à une division sexuée du monde du travail et cela malgré la liberté de choix des jeunes. On retrouve les garçons principalement dans les domaines techniques et scientifiques, tandis que les filles sont extrêmement nombreuses dans les filières littéraire, humaine ou bien sociale. D'après différents auteurs, au travers de leur choix professionnel, les jeunes cherchent à se conformer aux stéréotypes de genre que la société leur impose. Ces stéréotypes sont transmis dès l'enfance, que ce soit par le biais des parents, de l'école ou bien encore par celui des différents médias. Le contenu de la littérature enfantine a déjà fait l'objet de nombreuses recherches à ce sujet.

Dans le cadre de notre étude, nous nous sommes intéressée au contenu de la documentation fournie par le Service de l'orientation professionnelle. Pour permettre de découvrir la large palette des métiers, ce Service offre aux jeunes la possibilité de consulter des vidéos de présentation sur son site internet. Nous avons souhaité déterminer dans quelle mesure les vidéos des métiers dits «masculins» prennent en compte les facteurs pouvant influencer le choix professionnel des filles. En effet, afin de délimiter notre sujet d'étude, nous avons choisi de nous placer uniquement du point de vue des filles.

Parmi les nombreux facteurs influençant les filles dans leur choix professionnel, nous avons retenu ceux qui étaient observables au travers de vidéos, à savoir: la présence de modèles féminins, la féminisation des noms des métiers, la spécificité relationnelle des femmes et les conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle).

La méthode d'analyse de contenu a été utilisée. Nous avons construit une grille d'analyse qui nous a permis d'étudier le contenu des vidéos de manière qualitative et quantitative. Le corpus choisi se compose des 50 vidéos fournies par le Service d'orientation présentant des professions dites « masculines ». Chacune des quatre dimensions retenues a été analysée séparément. Pour faciliter la présentation des résultats, les métiers ont été regroupés par domaines d'activités.

Au terme de notre analyse, nous avons constaté que le Service de l'orientation professionnelle ne montre pas à parts égales des modèles de femmes et d'hommes dans ses vidéos de présentation des métiers dits « masculins »; seulement 9.62 % de modèles féminins sont montrés dans l'ensemble de ces vidéos. Concernant la féminisation des noms des métiers à l'écrit, on observe une égalité parfaite entre le féminin et le masculin, tandis qu'à l'oral, les noms des professions sont très peu cités au féminin. Quant à l'aspect relationnel, il est bien mis en évidence pour la majorité des professions. Pour terminer, les conditions de travail présentées ne correspondent pas aux attentes des filles. La possibilité d'horaires à mi-temps qui pourrait, par exemple, permettre aux femmes de gérer autant leur rôle de mère que de travailleuse, n'est jamais explicitée. L'accent est plutôt mis sur la pénibilité physique et sur les contraintes dues aux horaires.

**Mots-clés:** égalité, genre, identité sexuée, métier, orientation professionnelle, représentation sociale, stéréotype de genre

## Table des matières

<b>1. INTRODUCTION .....</b>	<b>5</b>
<b>2. PROBLÉMATIQUE ET DÉLIMITATION DU SUJET .....</b>	<b>6</b>
<b>3. CADRE CONCEPTUEL .....</b>	<b>11</b>
3.1 Le genre .....	11
3.1.1 <i>Identité sexuée</i> .....	12
3.1.2 <i>Les stéréotypes de genre</i> .....	13
3.2 L'orientation professionnelle .....	14
3.2.1 <i>Le modèle d'Huteau: «La sélection des préférences professionnelles»</i> .....	15
3.2.2 <i>Le modèle de Gottfredson: «la carte cognitive des professions»</i> .....	15
3.2.3 <i>Les facteurs influençant le choix d'un métier</i> .....	17
3.3 Les représentations sociales .....	20
<b>4. QUESTIONS DE RECHERCHE .....</b>	<b>21</b>
<b>5. DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE .....</b>	<b>21</b>
5.1 L'analyse de contenu .....	21
5.2 Le corpus choisi .....	22
5.3 La grille d'analyse .....	24
<b>6. ANALYSE DES DONNÉES .....</b>	<b>25</b>
6.1 Présence de modèles féminins .....	25
6.2 Féminisation des noms des métiers .....	28
6.3 Présence de l'aspect relationnel du métier .....	32
6.4 Conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle) .....	36
6.5 Autres constatations .....	38
<b>7. INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS .....</b>	<b>39</b>
7.1 Présence de modèles féminins .....	39
7.2 Féminisation des noms des métiers .....	39
7.3 Présence de l'aspect relationnel du métier .....	40
7.4 Conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle) .....	41
<b>8. RETOUR SUR LES QUESTIONS DE RECHERCHE .....</b>	<b>42</b>
<b>9. ANALYSE CRITIQUE DE LA DÉMARCHE .....</b>	<b>43</b>
<b>10. CONCLUSION .....</b>	<b>44</b>
10.1 Prolongements et perspectives .....	46
<b>11. LITTÉRATURE .....</b>	<b>48</b>
<b>12. ANNEXES .....</b>	<b>51</b>

## 1. Introduction

---

Par l'intermédiaire de ce mémoire, nous aimerions aborder une problématique actuelle qui concerne l'entier de notre société: la division sexuée dans le domaine de l'orientation professionnelle. Il s'agit bien entendu d'une vaste thématique de laquelle de nombreuses recherches peuvent découler. Dans le cadre de cette étude, nous avons choisi de nous intéresser plus particulièrement à la documentation (présentation des différents métiers) du Service de l'orientation professionnelle suisse.

De nombreuses recherches ont analysé, sous l'angle de la représentation des genres, le contenu des manuels scolaires, de la littérature jeunesse, etc. Mais aucune d'elles ne s'est penchée sur le contenu de la documentation fournie par le Service de l'orientation professionnelle.

Dans le cadre de cette recherche, nous avons décidé de nous placer uniquement du point de vue des jeunes filles. Cette décision a été basée sur ce que nous avons constaté à la lecture des résultats de l'enquête «Choix 2010» du Service cantonal vaudois de recherche et d'informations statistiques. Cette enquête démontre que le choix professionnel des filles s'établit dans un éventail de métiers plus restreint que celui des garçons. La moitié des choix féminins est concentrée sur quatre professions (employée de commerce, gestionnaire de commerce de détail, assistante en pharmacie et coiffeuse), tandis que la moitié des choix des garçons se fait parmi onze métiers. Notre société permet à chacun et chacune de pratiquer le métier qu'il/elle souhaite; malgré cette grande liberté de choix, les filles et les garçons continuent de choisir des métiers traditionnellement attribués à leur sexe.

Sur cette thématique, le Service de l'orientation professionnelle tient le discours suivant:

«Pendant longtemps, certains métiers exigeaient force physique et endurance. Avec la mécanisation, l'évolution de l'outillage et l'automatisation, la situation a bien changé et la très grande majorité des professions peut être exercée autant par des hommes que par des femmes. Au cours des étapes du choix professionnel, il serait regrettable d'écarter certains métiers en croyant qu'ils sont trop masculins ou trop féminins» (site internet du Service de l'orientation, rubrique: professions au masculin et au féminin).

En visionnant quelques-unes des vidéos de présentation (de métiers typiquement masculins) issues de leur site internet, nous avons constaté que les images montrées ne semblaient pas chercher à attirer les jeunes filles. Par exemple, dans certaines professions généralement attribuées aux hommes, uniquement des travailleurs de sexe masculin étaient présentés; il est peut-être difficile pour une jeune fille de se projeter dans de tels métiers sans pouvoir observer des «modèles» féminins. Bien entendu, cette constatation se base seulement sur quelques vidéos. Cependant, cela nous a quelque peu intriguée et nous souhaitons aller plus loin dans cette recherche en analysant l'ensemble des vidéos des métiers typiquement masculins, afin de savoir si ces dernières offrent aux filles une vision des professions qui pourraient correspondre à leurs critères de choix.

Nos motivations dans la réalisation d'une telle recherche proviennent également du fait que nous avons nous-même été l'une de ces jeunes filles qui a dû, à la fin de sa scolarité obligatoire, choisir un métier. Après de longues heures passées à «fouiller» le site internet du Service de l'orientation professionnelle (lecture des descriptions de métiers, visionnage de vidéos, etc.) nous avons opté pour le métier d'employée de commerce (comme 1<sup>ère</sup> profession), puis par la suite pour celui d'enseignante. Ayant toujours été une enfant très

manuelle et créative, nous nous sommes demandée pourquoi notre choix s'était porté sur ces métiers plutôt que sur des professions manuelles telles qu'ébéniste, peintre ou ferblantier. A ce jour, nous n'arrivons toujours pas à expliquer les raisons de cette décision. Était-ce une peur de «transgresser» les normes sociales? Nous a-t-il manqué, à ce moment-là, des «modèles» de femmes pratiquant des métiers manuels? ...

La présente étude poursuit ainsi l'objectif suivant: déterminer dans quelle mesure, au travers de ses vidéos de présentations des métiers, le Service de l'orientation professionnelle favorise la mixité ou bien contribue à la division sexuée du monde professionnel.

Cette thématique est indirectement liée à l'enseignement, puisque l'école est l'un des principaux agents socialisateurs. Dès l'école enfantine, l'élève intériorise les normes et les valeurs de la société à laquelle il appartient. En effet, un enfant naît sans aucune notion culturelle ou sociale; les parents, puis par la suite l'école, vont les guider pour leur permettre de s'adapter à leur nouvel environnement. Le thème de cette recherche prend encore plus de sens durant le cycle d'orientation, car l'une des tâches de l'enseignant va être d'accompagner le mieux possible ses élèves dans leur choix professionnel.

Cette recherche va ainsi nous permettre d'élargir nos connaissances sur le concept de genre et son impact sur le futur professionnel des élèves. Il nous semble primordial que l'école se doive de contribuer à la promotion d'une égalité parfaite entre les sexes et à modifier les représentations stéréotypées qui continuent de diriger certains comportements et choix d'élèves. Nous allons aussi pouvoir découvrir le fonctionnement du processus d'orientation chez les jeunes ainsi que leurs critères de choix. Cela nous permettra par la suite de mieux aider et guider les élèves dans leur réflexion quant à leur avenir professionnel.

## **2. Problématique et délimitation du sujet**

---

Cette recherche s'inscrit dans le contexte de l'orientation professionnelle en fin de scolarité obligatoire. Dans notre société, nous constatons que, dans certains corps de métiers, nous ne trouvons qu'un nombre infime de femmes.

Afin de mieux comprendre notre sujet d'étude, il nous semble essentiel de donner, tout d'abord, un bref aperçu historique de l'insertion professionnelle de la femme en Suisse. La situation actuelle de la femme s'est construite progressivement grâce à de nombreuses luttes féministes. Néanmoins, «le travail féminin n'est pas une nouveauté: les historiens rappellent que les femmes ont toujours travaillé, sur les exploitations agricoles, dans les boutiques ou les ateliers des artisans» (Etienne *et al*, 2004, p. 216). Elles gagnaient le salaire minimum en comparaison aux hommes, car la société préférait valoriser la force physique. Les options professionnelles des femmes étaient limitées en raison de l'absence de filière de formation pour les filles. De plus, de nombreux syndicats et associations d'employés étaient contre le travail de la femme, car ils y voyaient une concurrence à la main-d'œuvre masculine. Face à cela, on voit apparaître des syndicats féminins: Union des paysannes suisses, Union suisse des ouvrières, etc. D'après Sutter (1999),

les initiatives prises en faveur de l'amélioration de l'éducation et de la formation professionnelle des jeunes femmes remontent aux années 1969 et proviennent des milieux réformateurs. Elles ne sont pas sans rapport avec les difficultés croissantes de la bourgeoisie, qui n'arrive plus à fournir à ses filles un entretien conforme à leur rang et trouvent aussi un écho dans le mouvement féministe dont les efforts

d'émancipation vont dans le même sens (p. 4, partie: formation professionnelle des femmes).

Dès lors, on voit apparaître dès la fin du 19<sup>ème</sup> siècle de plus en plus de formations destinées aux jeunes filles (1837: première institution de formation des institutrices à Lausanne; dès 1868: la Poste forme des filles au métier de postière; dès 1879: à Zürich, on commence des cours de formation pour les jardinières d'enfants; 1879: la première école ménagère suisse ouvre ses portes à Coire, etc.) (Sutter, 1999, p. 5-6, partie: formation professionnelle des femmes)

En 1910, 47 % des femmes de 15 à 64 ans travaillent, dont deux tiers sont célibataires. Ensuite, on constate une baisse du travail féminin. La proportion des femmes qui ont une activité professionnelle descend à 45 % en 1920 puis à 35 % en 1941. Cette chute serait due au fait que les familles cherchent à se conformer au modèle familial bourgeois de l'époque prônant un seul salaire. Ce modèle sera dominant en Suisse durant de nombreuses années. Grâce à des mouvements féministes, les formations professionnelles pour les filles se développent. Par exemple, pour sensibiliser la société aux conditions précaires du travail féminin, on organise en 1928 et en 1958 la «Saffa» (Schweizerische Ausstellung für Frauenarbeit) qui est une exposition nationale suisse pour le travail féminin.

Un grand changement apparaît entre 1960 et 1970. En 1971, 42,5 % des femmes travaillent. On relève également que l'état civil d'une femme définit nettement moins son insertion dans le marché du travail. De surcroît, on constate que le travail à temps partiel augmente chez les femmes; il faut savoir qu'en Suisse, nous avons l'un des taux les plus élevés d'Europe en matière de travail à temps partiel.

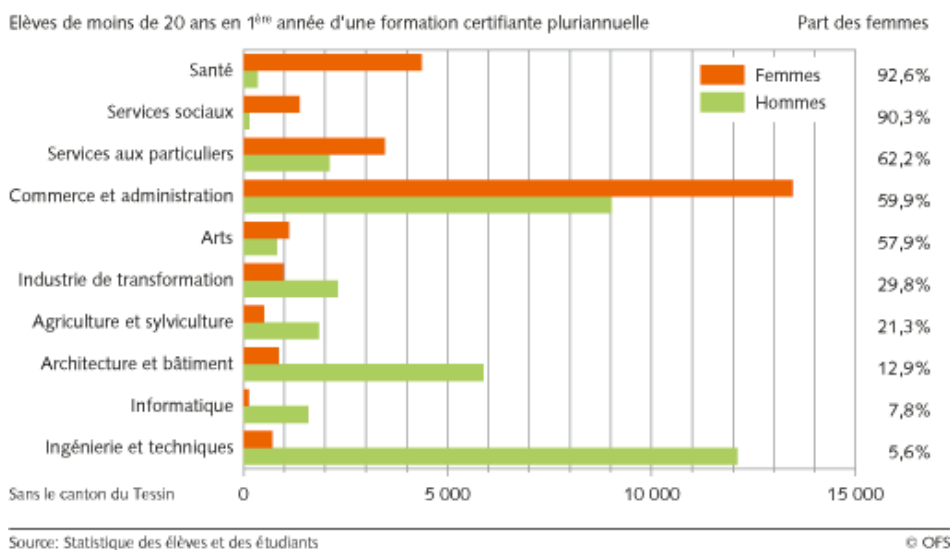
De nos jours, le taux d'activité des femmes (de 15 à 64 ans) est de 77,2 % (chiffres des statistiques suisses 2012). L'Office fédéral de la statistique suisse fait le bilan suivant concernant la situation actuelle du travail féminin:

Hommes et femmes sont toujours plus nombreux à travailler à temps partiel. Les femmes restent cependant proportionnellement beaucoup plus nombreuses que les hommes à exercer une activité professionnelle à temps partiel (55,2 % contre 13,4 %). Les femmes gagnent en moyenne 18,4 % de moins que les hommes (site internet de l'Office fédéral de la statistique).

Après ce bref aperçu historique et actuel de la situation des travailleuses en Suisse, examinons maintenant la situation des jeunes en matière d'orientation professionnelle.

Menuiserie ou coiffure? La fin de la scolarité obligatoire est un moment crucial pour les adolescentes et les adolescents; ces derniers vont devoir choisir leur future voie professionnelle. Comme mentionné précédemment, en étudiant les statistiques, on constate que les choix professionnels sont sexués et que les filles choisissent généralement parmi un nombre très restreint de métiers. En effet, d'après une étude menée dans le canton de Vaud, nous sommes obligée de constater la faible mixité professionnelle: en 2010, le 100 % des apprentis maçons, électriciens, charpentiers, mécaniciens d'automobile était des garçons (résultats de l'enquête «Choix 2010» du Service cantonal de recherche et d'informations statistiques). Au niveau suisse, le constat reste le même, le choix du domaine de formation est marqué par l'appartenance sexuelle. En effet, en observant le graphique ci-dessous, tiré de l'Office fédéral de la statistique, nous remarquons là encore des asymétries entre filles et garçons.

### Domaines d'études de la formation professionnelle initiale selon le sexe, en 2011



Graphique 1: Source: Office fédéral de la statistique (OFS), 2011

Ces chiffres correspondent aux constats de Baudelot & Establet (1992): les garçons et les filles «s'orientent ou sont orientés de manière radicalement différente, fortement influencée par les stéréotypes de genre. Domaines à fortes composantes techniques et scientifiques pour les garçons, tandis que les filles sont plus nombreuses dans les filières littéraire, humaine et sociale» (cité par Dafflon Novelle, 2004, p. 5). Pourtant, notre société permet à chacun et chacune d'entreprendre le métier qu'il souhaite. L'égalité de l'homme et de la femme est même inscrite dans la Constitution de notre pays:

L'homme et la femme sont égaux en droit. La loi pourvoit à l'égalité de droit et de fait, en particulier dans les domaines de la famille, de la formation et du travail. L'homme et la femme ont droit à un salaire égal pour un travail de valeur égale (article 8 alinéa 3).

Malgré cette grande liberté de choix, les filles et les garçons continuent à choisir des métiers traditionnellement attribués à leur sexe.

Intéressons-nous maintenant aux facteurs qui influencent le choix d'une profession. De nombreux auteurs ont tenté d'expliquer ce phénomène d'orientation sexuée. Selon Dafflon Novelle (2004), l'orientation professionnelle

se fait à l'adolescence, qui, en plus d'être une période de grand bouleversement chez les jeunes, correspond également à un moment où, même s'ils sont en révolte contre la société en général, ils n'en restent pas moins très conformistes dans leurs choix relativement aux stéréotypes de genre (p. 5).

Carvalho Arruda, Guilley et Gianettoni (2013) expliquent également qu'à l'adolescence,

filles et garçons cherchent à confirmer leur appartenance au groupe des pairs et à être reconnu-e-s par ce groupe comme étant dans la norme. C'est le moment où l'on prête une attention particulière à son habillement et à ses attitudes, par exemple, en essayant de les accorder au mieux aux stéréotypes de genre... Fait dans cette phase charnière du parcours de vie, le choix de son métier n'a rien



d'anodin. Pour les jeunes, ce choix est chargé d'enjeux, car ils et elles y jouent leur propre identité sociale, pour ne pas dire leur identité de genre (p. 1).

Selon ces auteurs, les jeunes cherchent, au travers de leur choix professionnel, à se conformer aux stéréotypes de genre de la société dans laquelle ils vivent.

Ces stéréotypes sont basés sur des croyances communes construites par la société qui créent des représentations stéréotypées des métiers. D'après la recherche de Bosse et Guégnard (2007), environ 45 % des élèves interrogés estiment qu'il existe des métiers correspondant davantage aux femmes et d'autres davantage aux hommes. Ces deux auteures ont cherché à comprendre les raisons de la division sexuée en s'intéressant aux représentations des jeunes. La représentation des métiers des adolescents correspondrait à l'image qu'ils se font des personnes types qui exercent ces professions. Voici quelques exemples de représentations de jeunes interrogés par ces deux auteures: «les femmes sont plus calmes, plus patientes, elles s'occupent mieux des gens», «elles sont minutieuses et peuvent exercer des métiers qui exigent de la finesse», «les femmes ont plus de facilité à parler», «elles ont le sens du rangement», etc. (p. 31). Par contre, «un travail salissant n'est pas féminin», «les professions telles que pompier, policier, militaire... sont pour les hommes, car dangereux, demandant du courage face au danger et d'être solide mentalement et physiquement», «Les métiers masculins nécessitent un certain physique et une carrure que les femmes n'ont pas», etc. (p. 33). Ainsi d'après cette enquête interrogeant 1149 élèves, la «maternité», la «douceur» et la «compréhension» sont des mots associés aux métiers généralement attribués aux femmes. Tandis que les métiers plutôt masculins exigent les qualités suivantes: «force», «résistance» et «courage». L'étude de Fontanini (2009) aboutit aussi à ces constatations. Dans la recherche de cette auteure, on retrouve quasi les mêmes représentations des métiers liés aux capacités physiques et aux goûts personnels: les filles n'ont pas (ou moins) de force, de courage, de désir d'action, de goût du risque, d'habileté et de rapidité en course. Les femmes ne savent pas viser, manier des armes et faire du bricolage. Elles ont souvent le vertige, le mal de l'air, etc. Ces représentations expliquent probablement pourquoi certains jeunes croient que le fait d'être une fille est incompatible avec certains métiers. Ces représentations persistent, car les jeunes se basent sur ce qu'ils voient dans leur vie de tous les jours. Tant qu'ils ne seront pas confrontés à des femmes mécaniciennes par exemple, leur représentation n'évoluera que difficilement.

En effet, pour une jeune fille, les «modèles de travailleuse» jouent un rôle important dans le choix d'un métier. Nous pouvons également relier les modèles de travailleuses à «la représentation linguistique des femmes au plan social» (Houdebine, 1992, p. 154), c'est-à-dire à la féminisation des noms des métiers. Ces deux aspects seront développés dans le cadre conceptuel.

Ensuite, les parents jouent également un rôle dans le choix professionnel de leur enfant. Selon Dafflon Nouvelle (2004), ils ont «une forte propension à les encourager à se conformer aux stéréotypes de genre» (p. 6). Gianettoni et Le Feuvre (2011) ont aussi constaté dans leur recherche que la famille avait une influence dans les choix professionnels. Ces auteures vont même plus loin, elles expliquent que «c'est le degré de sexisme des parents qui influence le jeune à se lancer dans une carrière atypique ou conforme à son rôle sexué» (p. 2). Selon Ipsos (2007), en comparaison avec les garçons, les filles sont davantage encouragées par leurs parents «à se soucier des autres, à partager et à faire preuve d'empathie» dès leur plus jeune âge (cité par Fontanini, 2009, p. 2).

Le choix professionnel dépend aussi des intérêts personnels. Selon l'étude de Fontanini (2009), les activités les plus recherchées par les jeunes filles dans leur future profession sont les suivantes: soigner (40,9 %), s'occuper des autres (31,8 %), enseigner (26,1 %),

conseiller et renseigner (21,6 %), parler, établir des contacts (19,3 %). Selon cette liste d'activités privilégiées chez les filles, on constate qu'elles portent une grande importance à l'aspect relationnel dans un métier. Au travers de sa recherche sur les représentations sexuées des jeunes, Fontanini (2009) a également interrogé près de 178 élèves pour connaître leurs critères les plus déterminants dans le choix de leur future profession. Les critères de choix les plus importants chez ces jeunes filles sont: faire un métier intéressant (62,5 %), gagner beaucoup d'argent (42 %), temps libre pour les enfants (50 %), trouver facilement du travail (27,3 %) et avoir un travail utile aux autres (22,7 %). Dans ce dernier critère, on retrouve là encore l'importance des relations humaines chez les femmes. Cet aspect relationnel sera davantage développé dans le cadre conceptuel.

Il semblerait donc qu'une conjonction de facteurs engendre des choix professionnels souvent stéréotypés.

Si l'on veut produire du changement social, de l'égalité et plus de liberté dans les choix d'orientation des filles, il reste encore à développer de réels questionnements théoriques et politiques pour analyser de manière plus pertinente la division sexuée de l'orientation tant du point de vue des conduites des sujets que des pratiques qui leur sont destinées (Vouillot, 2007, p. 26).

Sous les termes «pratiques qui leur sont destinées», nous pouvons, à notre avis, placer le Service de l'orientation professionnelle qui a pour but d'aider, de guider les jeunes dans leur choix vocationnel. Vouillot (2002) relève «qu'il ne faut pas se limiter à se demander comment on peut permettre aux filles/femmes de transgresser les normes culturelles de sexe» (p. 7), car «cette posture maintient implicitement la notion de frontière entre masculin et féminin, et d'autre part, contraint toujours le sujet à des négociations identitaires coûteuses» (p. 7). Au contraire, il ne faudrait pas donner l'impression aux jeunes d'avoir à transgresser les normes.

Par cette recherche, nous souhaitons ainsi analyser le contenu des vidéos de présentation des métiers (fournies par le Service de l'orientation professionnelle), afin de mettre en lien les critères de choix professionnels des filles avec les dimensions montrées dans les vidéos. Nous aimerions savoir dans quelle mesure l'orientation professionnelle contribue ou non à la division sexuée des choix professionnels des jeunes.

Au cœur d'une telle problématique, l'enjeu de taille est la liberté de choix des individus. Comme nous l'avons vu précédemment, les jeunes s'orientent professionnellement en tenant compte des limites que le système de genre leur impose. Cependant, les filles et les garçons devraient pouvoir choisir leur avenir professionnel sans être inconsciemment influencé par les dictâtes de notre société en matière de genre. Leur choix devrait être réellement fondé sur leurs propres goûts, envies et valeurs.

La sociologie se trouve au cœur de notre recherche en ce qui concerne l'identification des facteurs qui poussent les jeunes filles à choisir un métier en fonction de leur genre. La sociologie est une science qui se consacre à l'étude des phénomènes sociaux humains. Elle analyse les relations entre les personnes, les relations que ces personnes entretiennent avec le système, les formes d'organisation d'une société, la cohésion existante dans une structure sociale, entre autres.

Ce travail de recherche s'inscrit dans le domaine de la psychologie de l'orientation. Ce dernier tente de comprendre les mécanismes des choix des individus quant à leurs perspectives d'avenir et à leur projet d'insertion dans la société. Comme le dit Vouillot (2002), la division sexuée de l'orientation s'étudie sous l'angle de la psychologie de l'orientation, car «son objet est le "sujet" dans sa singularité et dans ses contextes socio-culturels» (p. 4). C'est à la psychologie de l'orientation «de produire les connaissances

relatives aux dimensions psychologiques et identitaires qui peuvent rendre compte des choix d'orientation sexués» (p. 4).

Après avoir défini la problématique de notre étude, intéressons-nous à présent au cadre conceptuel qui la soutient.

### 3. Cadre conceptuel

---

Comme le dit Vouillot (2007), «pour comprendre pourquoi les adolescentes et les adolescents s'envisagent aussi différemment dans leurs projections professionnelles, il faut mettre le genre au centre des analyses des processus de détermination des choix d'orientation» (p. 25).

«Si le "je" accompagne toutes nos pensées, ce n'est pas un sujet au neutre, nous ne cessons pas un instant de nous sentir un homme ou une femme» (Chiland, 1998, cité par Vouillot, 2002, p. 485).

#### 3.1 Le genre

D'après Beauvoir (1949), «on ne naît pas femme, on le devient» (cité par Clair, 2012, p. 17). Cette phrase, très célèbre, signifie que «le sexe n'est pas un donné, c'est une construction sociale. Être une femme est le résultat d'un apprentissage» (p. 17).

Il est, dans un premier temps, essentiel de faire la différence entre sexe et genre. D'après le Dictionnaire de la sociologie d'Etienne et al. (2004), «la distinction entre sexe et genre réserve à la notion de sexe les caractéristiques biologiques», tandis que la notion de genre est associée «aux attributs psychologiques, aux activités et aux rôles et statuts sociaux culturellement assignés à chacune des catégories de sexe» (p. 211). Le concept de genre permet donc la distinction entre le «sexe social» et le «sexe biologique». Mosconi (1994), quant à elle, fait un lien entre «sexe» et «genre»; elle dit que le genre «est la réélaboration culturelle du sexe biologique; un produit des rapports sociaux de sexes qui transforment mâles et femelles en "hommes" et "femmes" et définissent une division des sexes socialement imposée» (p. 28).

Néanmoins, Clair (2012) précise que l'identification individuelle (masculine ou féminine) ne coïncide pas toujours

avec les frontières de ces groupes: on peut être perçue comme étant une femme et pour autant être jugée masculine parce que non conforme à ce qui est attendu d'une femme dans tel milieu social, à telle époque donnée (p. 9).

Avant 1970, on ne parlait pas des femmes en sciences sociales, elles étaient

le plus souvent déclinées à travers l'universel masculin. La distinction entre sexe biologique et genre (sexe social) résume le travail de "dénaturalisation" de la variable sexe qui va s'opérer, notamment à travers le foisonnement des études féministes à partir des années 1960 (Etienne et al., 2004, p. 210).

Néanmoins, dans beaucoup de domaines d'études, le concept de genre était déjà présent, mais sous d'autres formulations: en anthropologie, on utilisait le terme «sexe social», en littérature «masculin/féminin», «hommes et femmes» en histoire, ou encore «différence des sexes» en philosophie.

Le genre permet aujourd'hui de mieux comprendre les mécanismes d'une domination masculine présente dans la quasi-totalité des sociétés humaines. Le genre serait, en effet, «le fondement en nature d'une division arbitraire du pouvoir» (Etienne et al., 2004, p. 211). Scott (1988) fait également un lien entre le genre et la notion de «pouvoir»; selon elle, le genre «est un élément constitutif des rapports sociaux fondés sur des différences perçues entre les sexes, et le genre est une façon première de signifier des rapports de pouvoir» (cité par Collet, 2011, p. 7).

D'après Clair (2012), «le travail est l'objet principal du genre» (p. 16). Tel que la sexualité, le travail serait l'un des deux domaines centraux dans lesquels le genre se fabrique. Dans la sphère du travail, on y retrouve justement la notion de «pouvoir» sous la forme de hiérarchisation ou de différenciation des sexes. En plus de se manifester dans le monde du travail, ces deux concepts s'y forment. Ainsi, plus que des thèmes de recherche, la hiérarchisation et la différenciation des sexes sont, à l'heure actuelle des problématiques spécifiques au genre.

Le genre est un domaine d'études très large qui englobe de nombreuses thématiques. Dans le cadre de ce travail de recherche, nous estimons utile de définir la notion d'identité sexuée, puisque nous verrons plus tard que l'identité, mais plus particulièrement l'identité sexuée joue un rôle important dans le choix d'une profession. Dans un deuxième temps, nous jugeons nécessaire d'aborder la notion de «stéréotypes de genre», car ces derniers influencent également le jeune dans ses choix d'orientation professionnelle.

### **3.1.1 Identité sexuée**

Avant de définir plus précisément le concept d'identité sexuée, définissons celui d'«identité»: d'après Molinier (2002),

l'identité est l'armature de la santé mentale, c'est le résultat du travail d'unification psychique qui maintient le sentiment de stabilité et de cohérence du moi à travers le temps et les vicissitudes de l'histoire singulière. Notre identité n'est jamais complètement assurée, elle a besoin d'être sans cesse re-confirmée, essentiellement par le regard d'autrui (p. 565).

Comme mentionné dans la problématique, chez les adolescents, le regard des autres joue un rôle important dans le choix d'une profession; Vouillot (2002) parlait même de «négociations identitaires coûteuses». Le jeune est tiraillé entre l'envie de faire comme tout le monde dans le but de se «fondre dans la masse» et l'envie de choisir un métier qui pourrait lui plaire en faisant abstraction des idées préconçues de la société.

La société s'attend à ce que les jeunes filles choisissent des métiers typiquement féminins afin qu'elles se conforment à leur rôle de sexe (découlant de leur identité sexuée). Molinier (2002) dit même que «normalement chaque garçon (et chaque homme), chaque fille (et chaque femme), doit apporter les preuves qu'il, elle, est comme les autres garçons (hommes), les autres filles (femmes)» (p. 565). L'identité sexuée désigne justement «le sentiment d'appartenance à son sexe culturellement défini par les normes sociales de féminité et de masculinité prescrites à chacun des deux sexes biologiques» (Vouillot, 2002, p. 485).

Ainsi, les choix d'orientation servent d'«instruments» aux jeunes, puisqu'ils leur permettent d'affirmer leur identité et de prouver leur appartenance soit au genre masculin soit au genre féminin.

Dans le cas où une jeune fille choisirait un métier typiquement masculin, on assistera à une transgression des normes. Vouillot (2002) affirme que toute transgression engendrerait

pour la personne un coût identitaire et social. Est-ce que je suis, à mes propres yeux, toujours une fille ou un garçon (en référence à ce que j'ai appris de ce que doit être et faire une fille/garçon)? Est-ce que les autres continueront à me reconnaître comme tel, à m'aimer, à m'estimer? (p. 487).

Lebreton, McKee-Allain et Ouellette (2005) soulignent également dans leur article le lien qu'il y a entre l'identité et le choix professionnel d'un individu. En effet, selon eux,

plus la personne possède une bonne connaissance de soi, c'est-à-dire plus elle se connaît en matière d'aptitudes, d'intérêts, de valeurs personnelles et d'habiletés, plus elle sera en mesure de prendre une décision éclairée par rapport à sa carrière. Si elles ne savent pas vraiment qui elles sont, les personnes vont plutôt intérioriser certaines images stéréotypées qui ne correspondent souvent pas à ce qu'elles sont (p. 134).

### 3.1.2 Les stéréotypes de genre

À présent, intéressons-nous plus précisément aux stéréotypes fondés sur le genre des individus. Comme son nom l'indique, un stéréotype de genre est une idée, une représentation simplifiée et souvent erronée que la société possède sur les femmes ou les hommes. Il faut savoir qu'un stéréotype est plus coriace qu'une opinion, car il est approuvé et soutenu par l'ensemble des membres d'un groupe.

Nous souhaitons explorer plus en détail les stéréotypes présents dans notre société liés à l'homme et la femme en dressant un bref tableau de quelques stéréotypes de genre. Pour cela, nous allons nous référer à l'article de Daréoux (2007) intitulé «des stéréotypes de genre omniprésents dans l'éducation des enfants». L'auteure de cet article interroge les stéréotypes figurant dans les médias pour enfants afin de mieux comprendre l'orientation professionnelle sexuée des jeunes. L'article contient des stéréotypes observés par l'auteure ou évoqués dans différentes études. Bien entendu cette liste n'est pas exhaustive. Pour la création de notre tableau, nous avons choisi les stéréotypes figurant dans des médias pour enfants, car c'est dès l'enfance que nos représentations sociales et notre identité sexuée se construisent. Ces stéréotypes vont donc influencer les comportements et orienter les choix des jeunes.

LES FEMMES	LES HOMMES
<i>Dans les médias pour enfant en général</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– sont des mères.</li> <li>– sont davantage illustrées à l'intérieur et dans l'univers familial.</li> <li>– sont quasiment exclues du contexte professionnel, ou alors représentées dans des rôles professionnels peu diversifiés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sont des travailleurs.</li> <li>– Le travail apparaît comme une activité exclusivement masculine.</li> </ul>
<i>Dans les contes</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– se promènent, se regardent dans un miroir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– se battent, réfléchissent et prennent des décisions.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– sont sujettes de leur propre histoire, dépendent de personnages masculins.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ont des projets, des désirs.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– La beauté est importante pour les héroïnes de contes de fées (port d'attributs liés à la coquetterie).</li> </ul>	
<i>Dans les manuels scolaires</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– sont cantonnées dans quelques professions: employée de maison, serveuse, institutrice, infirmière et</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– exercent des professions prestigieuses: capitaine des pompiers, explorateur, médecin, artiste, pilote, marin,</li> </ul>

coiffeuse (c'est à dire des substituts de fonctions dévolues aux femmes: la tenue de la maison, l'éducation des enfants, l'esthétique, le soin au corps d'autrui).	astronaute, architecte, politicien, etc. (elles représentent l'aventure, la créativité, la science, la direction des affaires et de l'état).
– Les devoirs parentaux et les tâches domestiques incombent plus aux mères.	– partagent davantage d'activités récréatives avec leurs enfants.
<i>Les jeux et les jouets</i>	
– Matériel nécessaire pour se faire belle (séduction) – Choses concrètes pour l'alimentation, le bain, la promenade (maternité) – Le mini four, le mini aspirateur, jeu de la marchande, etc. (ménage)	– Petites voitures – Jeux de construction, etc.

Tableau 1: synthèse des stéréotypes de genre dans les médias pour enfants selon Daréoux (2007)

Après avoir exploré le concept général de genre, puis celui d'identité sexuée et pour finir les stéréotypes de genre, penchons-nous à présent sur le deuxième concept-clé de notre recherche, à savoir l'orientation professionnelle.

### 3.2 L'orientation professionnelle

Plusieurs auteurs ont tenté de définir le concept d'orientation. Selon Guichard et Huteau (2006), le terme d'orientation désigne d'un côté «les modalités de production et de reproduction de la division sociale et technique du travail. De l'autre, il fait référence à l'action de donner une direction déterminée à sa vie» (p. 7). Un comité d'experts de l'UNESCO a, lui, défini l'orientation en soulignant principalement le développement social et la construction morale de la personne; cette définition est la suivante:

L'orientation consiste à mettre l'individu en mesure de prendre conscience de ses caractéristiques personnelles et de les développer en vue du choix de ses études et de ses activités professionnelles dans toutes les conjonctures de son existence avec le souci conjoint de servir la société et l'épanouissement de sa responsabilité (Danvers, 1992, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 27).

Comme la définition de l'orientation, les pratiques en orientation professionnelle peuvent se baser sur différentes manières de penser. Depuis que l'orientation a vu le jour, on a vu apparaître trois grandes perspectives d'approche distinctes qui continuent encore de coexister. Elles essayent toutes de comprendre la relation qui existe entre les caractéristiques des individus et les domaines professionnels.

D'après Guichard et Huteau (2006), la première perspective apparue fut celle de la «psychotechnique». «Elle caractérise les individus par des aptitudes, et secondairement par des intérêts» (p. 33). L'un des points de vue de cette théorie est le suivant:

Lorsqu'il y a un bon appariement individu-profession, c'est-à-dire une bonne similitude entre le profil des aptitudes décrivant la personne et le profil d'aptitudes décrivant la profession, le sujet réussit bien dans son métier, en est satisfait, et n'éprouve pas le besoin d'en changer (p. 34).

Ce modèle a été critiqué, car il ne tient pas compte de l'aspect motivationnel et les intérêts professionnels des individus.

Ensuite, ces mêmes auteurs citent la perspective de la «psychologie de la personnalité». Cette dernière «considère que le choix d'une profession est l'une des voies par laquelle la personnalité se manifeste, ou se réalise» (p. 33). «On considère que les choix d'orientation sont sous la dépendance de facteurs comme les formes d'intelligence, les composantes de la personnalité, les intérêts personnels ou les valeurs» (p. 45). Mais



cette perspective ne s'intéresse pas vraiment aux mécanismes qui sont à l'origine de ces variables.

Pour finir, dans leur ouvrage, Guichard et Huteau (2006) présentent l'approche la plus récente: la perspective «de l'activité mentale». Cette approche s'intéresse essentiellement «à la dynamique de la pensée qui conduit à l'expression de préférences et sur les paramètres individuels qui lui donnent sa forme» (p. 33).

Dans le cadre de ce travail de mémoire, nous allons approfondir deux modèles faisant partie de cette dernière perspective, tous deux décrits dans l'ouvrage de Guichard et Huteau (2006). L'un nous intéresse, car il traite des représentations des métiers et l'autre, parce qu'il tient compte de la masculinité – féminité des professions.

### 3.2.1 Le modèle d'Huteau: «La sélection des préférences professionnelles»

Le premier modèle est celui d'Huteau (1982). «Il est destiné à rendre compte de l'émergence des préférences pour des formations ou des activités professionnelles» (p. 95). Cet auteur a schématisé son modèle par le tableau ci-dessous; il y a deux catégories de représentations qui jouent un rôle dans la formation des préférences en orientation: les représentations de soi ainsi que les représentations des professions et formations.

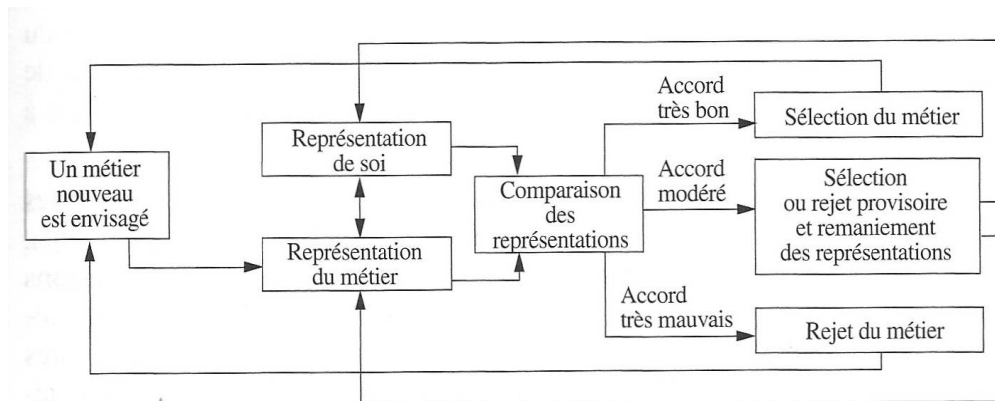


Schéma 1: „La sélection des préférences professionnelles“ (Huteau, 1982, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 95)

Le sujet dispose en mémoire d'une information sur lui-même stockée sous forme de différents schémas de soi qui le positionnent sur quelques traits (représentation de soi). Il dispose aussi d'une information sur le monde stockée sous la forme de prototypes qui décrivent les formations et les professions au moyen de quelques attributs jugés essentiels (représentation du métier) (p. 95).

Lorsqu'on demande à un jeune de choisir une profession, ce dernier va activer son schéma de soi et un prototype (représentation de la profession). Par exemple: schéma de soi: «J'aime bricoler ma moto». Prototype: «Un mécanicien démonte des moteurs» (p. 54). Le jeune va évaluer la congruence de ces deux représentations. «En cas de mauvaise congruence, l'issue envisagée sera provisoirement rejetée; en cas de bonne congruence, elle sera provisoirement retenue» (p. 96). Comme le disent Guichard et Huteau (2006), ce modèle expose l'activité mentale d'un individu à un moment donné, mais cette activité d'évaluation est fréquente, ce qui va permettre de stabiliser progressivement les préférences.

### 3.2.2 Le modèle de Gottfredson: «la carte cognitive des professions»

Le deuxième modèle est celui de Gottfredson, cette dernière est persuadée que le choix professionnel d'un jeune se précise au fur et à mesure de son développement au sein de

sa famille et dans la société dans laquelle il vit. Dans ses recherches, Gottfredson s'est principalement intéressée aux effets restrictifs de la socialisation d'un individu dans son développement vocationnel. D'après Gottfredson, l'élément déterminant dans le choix d'un métier est la représentation sociale des professions.

Son idée fondamentale est que l'être humain, au fur et à mesure qu'il se développe de l'enfance à l'adolescence, se forme une carte cognitive des professions sur laquelle il circonscrit celles qui l'intéressent. Puis, en fonction des opportunités qu'il perçoit, il effectue des compromis dont la logique est la même pendant toute la vie (Guichard & Huteau, 2006, p. 157).

Définissons plus précisément le concept de «carte cognitive des professions» de Gottfredson: depuis son enfance, le jeune s'est formé une carte structurée des métiers autour de deux dimensions: la masculinité-féminité ainsi que le niveau de prestige de chaque métier. Cette carte constitue «une carte du monde social au sens large des positions sociales qu'offrent les différents métiers» (Gottfredson, 1996, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 158).

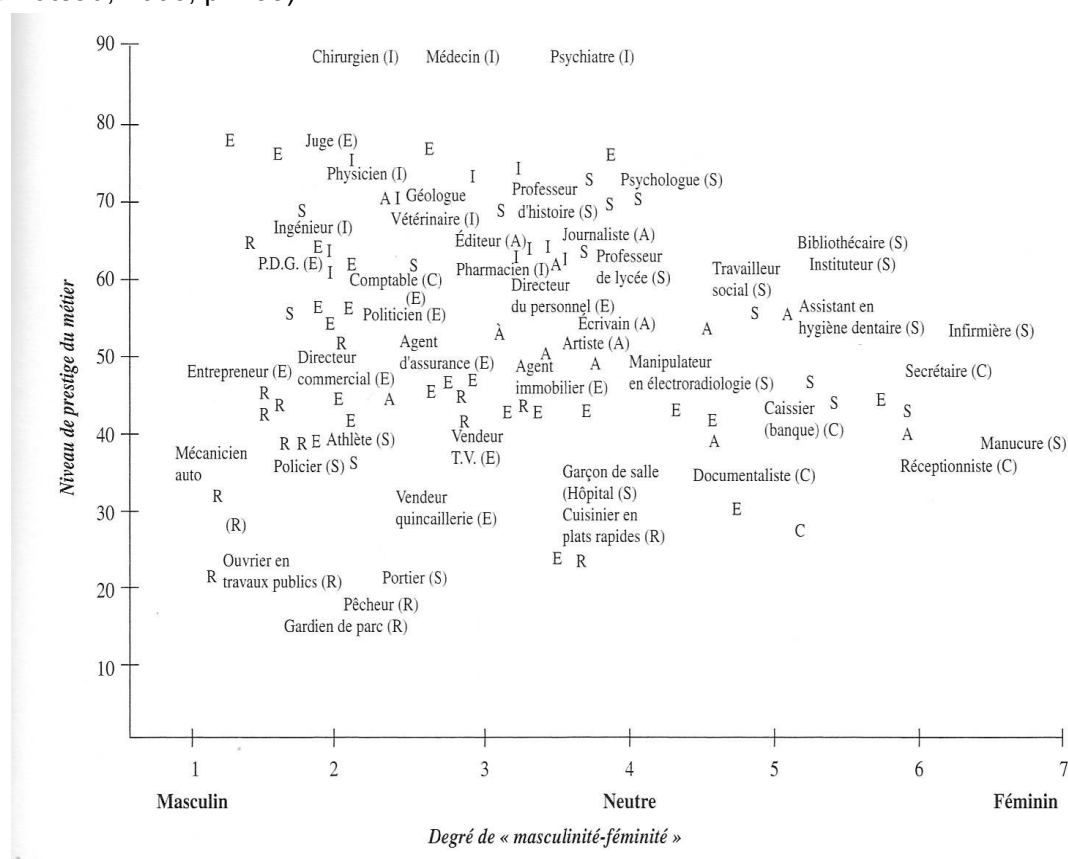


Schéma 1: „La sélection des préférences professionnelles“ (Huteau, 1982, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 95)

Dans le cadre de ce travail, nous souhaitons examiner davantage la dimension «masculinité-féminité» de la carte cognitive de Gottfredson; le prestige des professions ne nous intéresse pas dans cette recherche. Selon cette auteure, dès cinq ou six ans, les enfants sont déjà conscients qu'il existe des rôles différents en fonction du sexe d'un individu. «Étant particulièrement moralistes et rigides, les enfants de cet âge considèrent souvent l'adhésion à leur rôle de sexué comme un impératif moral» (Gottfredson, 1996, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 159). Leurs préférences se créent ainsi en fonction



de ce qu'ils pensent être en accord avec leur propre rôle sexué. «Ces préférences manifestent clairement un rejet actif des comportements correspondant à l'autre sexe. Les jeunes ont désormais construit la limite des professions sexuellement acceptables ou non» (Gottfredson, 1996, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 160).

En fonction de cette limite, les individus se situent à des endroits différents. Gottfredson appelle «circonscription» la délimitation sur la carte «d'un territoire» de professions envisageables par une personne. Qu'en est-il des intérêts, des goûts personnels dans la théorie de cette auteure? D'après Gottfredson, les intérêts, les capacités et les valeurs d'un individu vont permettre d'affiner son choix. Néanmoins, la détermination précise du choix ne se fera que dans la zone limitée par les deux grandes dimensions.

Ainsi pour cette auteure, le critère en lien avec l'image sexuée du métier est prioritaire dans le choix d'un jeune par rapport aux critères liés aux goûts et valeurs personnelles.

Par ailleurs, Guichard & Huteau (2006) relèvent tout de même qu'il peut parfois y avoir des exceptions.

Certains choix professionnels, sexuellement atypiques, peuvent être l'occasion d'affirmer certaines de ses images de soi. Par exemple, une jeune fille garçon manqué qui a choisi de préparer un baccalauréat de construction mécanique décrit la revendication de cette orientation comme une stratégie identitaire personnelle (p. 167).

### **3.2.3 Les facteurs influençant le choix d'un métier**

Dans la problématique, nous avons déjà brièvement énuméré les principaux facteurs influençant un adolescent ou une adolescente dans son choix de métier. Pour cette recherche, nous souhaitons développer plus particulièrement quatre facteurs qui jouent un grand rôle dans le choix professionnel d'une jeune fille, puisque nous avons choisi d'orienter notre travail uniquement du point de vue des filles:

- Présence de modèles
- Féminisation des noms des métiers
- Spécificité relationnelle des femmes
- Conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle)

Notre choix s'est porté sur ces quatre dimensions, car ces dernières sont observables dans une vidéo de présentation d'un métier. Par exemple le facteur «influence des parents» ou celui de «croyances» des jeunes n'est pas observable dans notre analyse de vidéos. Ces quatre facteurs nous serviront par la suite de base dans la construction de notre grille d'analyse.

#### **Présence de modèles féminins**

Selon Dafflon Novelle (2004),

pour pouvoir se projeter dans un rôle professionnel, il est nécessaire d'avoir eu à sa disposition, à un moment ou à un autre de son existence, des modèles réels ou fictifs de personnes de son propre sexe exerçant cette profession (p. 5).

D'après cette auteure, l'accès à des modèles féminins exerçant des métiers généralement attribués à l'autre sexe est difficile. Cela serait dû au fait que «tant dans la réalité que dans la fiction (livres pour enfants, télévision, etc.) les femmes sont représentées de manière très stéréotypée: insertion quasi exclusivement familiale, activités domestiques et maternantes, rôles professionnels peu variés et très traditionnels» (p. 5).

Il en résulte un manque d'exemples féminins valorisés et valorisants pour les filles. En effet, il est excessivement difficile pour un-e jeune de se projeter dans un univers

professionnel habituellement réservé aux personnes du sexe opposé; et, pour se conforter dans son choix, il lui est nécessaire de disposer de modèles de son propre sexe (p. 5).

Un jeune interrogé dans le cadre de la recherche de Bosse et Guénard (2007) dit par exemple la chose suivante: «Je n'ai jamais eu l'occasion de voir un homme secrétaire, on voit surtout des femmes dans ce domaine» (p. 32). Dans son étude, Fontanini (2009) se demande aussi si un manque de modèle influence le choix professionnel, car dans ses interviews, «certain-e-s élèves ont précisé n'avoir jamais vu de pilotes d'avion féminines» (p.8). Pour cette raison, il s'agit, selon les élèves interrogés, d'un métier qui convient plutôt aux hommes.

### **Féminisation des noms des métiers**

Il faut savoir qu'au Moyen-Âge, dans les corporations, les noms des métiers étaient toujours cités au masculin et au féminin (par exemple: apothicairesse, peintresse, tisserande, etc.). Puis, au XVII<sup>ème</sup> siècle, le grammairien Claude Favre de Vaugelas (1647) décréta «pour une raison qui semble être commune à toutes les langues que le genre masculin, étant le plus noble, doit prédominer toutes les fois que le masculin et le féminin se trouvent ensemble» (cité par Baudet, 1997). Cette nouvelle règle prédomine encore notre grammaire actuelle et nous fait dire «homme et femme» au lieu de «femme et homme»; pourtant l'ordre alphabétique voudrait que nous choissions la deuxième proposition. Baudet (1997), qui a fait un compte rendu de l'ouvrage de Labrosse (1996) «Pour une grammaire non sexiste» formule la remarque suivante:

L'absence de désignations féminines dans les titres et les fonctions, la prétention de faire du genre masculin un genre neutre et la règle d'accord postulant que le masculin l'emporte sur le féminin sont autant de phénomènes linguistiques que Labrosse met en évidence comme manifestations flagrantes de l'exclusion des femmes du droit à être représentées publiquement dans la langue. Et cet effacement de la présence des femmes entraîne, d'après les résultats de nombreuses enquêtes, une représentation de la réalité d'où les femmes n'émergent pas comme sujets» (p. 170).

Selon Khaznadar (1990), «Les filles sont accoutumées à ne pas être nommées, ne pas se nommer, ou à n'être nommées toujours qu'en second, et dans l'embarras» (p. 43, cité par Baudet, 1997).

Comme le dit Moreau (1991), «le langage n'est pas neutre, il est à la fois miroir et moteur des préjugés et stéréotypes d'une société» (p. 15). Cette auteure cite un passage du rapport de la commission d'études sur la condition féminine en Valais qui résume bien, selon elle, le problème:

La langue est généralement en retard sur les structures sociales: alors que, dans le domaine de la technique, un vocabulaire nouveau a surgi au fur et à mesure des découvertes; dans le domaine des métiers ou des titres, on assiste à un immobilisme affligeant. En effet, il existe infiniment plus de titres réservés aux hommes que de titres dévolus aux femmes. De nombreuses professions se sont ouvertes aux femmes sans que l'on ait réussi à féminiser le vocabulaire s'y rapportant (p. 15).

Ainsi, pour qu'une jeune fille puisse se projeter dans tous les métiers, il serait également primordial qu'elle puisse entendre ou lire le nom de toutes les professions également au féminin.

### **Spécificité relationnelle des femmes**

Dans la problématique, l'importance de l'aspect relationnel dans le choix d'un métier a été relevée. Elle serait, d'après Cuerrier (2010), une variable spécifique aux femmes. D'après cette conseillère en orientation, la construction de l'identité de la femme se structure autour de la capacité d'établir et de maintenir des liens avec les autres. À tous les niveaux de leur vie, les femmes ressentent le besoin d'être en lien, en relation avec autrui. «La prépondérance de la dimension relationnelle teinte du même coup leur perception de leur projet professionnel» (p. 3).

Dans leurs études, Bédard, Paiment et Spain (1998), ont abouti à la même constatation que Cuerrier (2010). Ces trois auteurs ont réalisé une recherche qui avait pour objectif «de contribuer à l'établissement de bases théoriques du cheminement de carrière féminin sous l'éclairage de la dimension relationnelle» (p. 97); pour cela, ils ont interrogé de nombreuses femmes. Bédard, Paiment et Spain ont pu noter que «la majorité des femmes interrogées ont témoigné de la présence importante et inévitable des préoccupations relationnelles» (p. 101) dans leur choix vocationnel.

Ces chercheurs relèvent que «La dimension relationnelle apparaît être un principe actif à travers lequel l'identité féminine se construit. En effet, un grand nombre de femmes évoluent davantage dans la poursuite d'une relation d'interdépendance avec des personnes significatives de leur entourage...» (p. 98). De plus, ils constatent également que

la dimension relationnelle n'est pas statique. Au contraire, elle obéit au mouvement du processus évolutif de la personne auquel elle contribue. Si sa présence apparaît constante, du moins dans le cheminement de carrière de ces femmes, la manière dont elle se manifeste et les effets qu'elle entraîne dans les orientations professionnelles se transforment avec le temps (p. 100).

Il semblerait donc que la femme privilégie des professions dans lesquelles elle parviendrait à développer des relations avec autrui, puisque, selon elle, le relationnel est l'une des clés de son accomplissement personnel.

### **Conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle)**

«Pour les filles, l'orientation est davantage un "choix de vie" plutôt qu'un strict choix professionnel...» (Bédard, Paiment & Spain, 1998, p. 96). Les femmes ne choisissent pas un métier seulement en étudiant leurs intérêts, leurs valeurs, leurs aptitudes, etc. puisque la maternité est également un élément important dont elles tiennent compte dans leur choix professionnel. (p. 96). En effet, «Les jeunes femmes sont vite confrontées au dilemme "profession ou famille". C'est la raison pour laquelle nombreuses sont celles qui se décident pour une profession qui prépare au rôle de mère ou qui apparaît compatible avec celui-ci» (Sutter, 1999, p. 2)

Dans leur article, Lebreton, McKee-Allain et Ouellette (2005) parlent eux de «multiplicité des rôles» des femmes. Les différents rôles «que les femmes sont appelées à jouer les amènent souvent à relever un défi d'un autre ordre: celui d'agencer de façon harmonieuse les rôles de femme, de mère et de professionnelle» (p. 133).

Après avoir défini ces deux concepts majeurs, à savoir «le genre» et «l'orientation professionnelle», nous nous sommes aperçue que le concept de «représentation sociale» était apparu à plusieurs reprises dans notre cadre conceptuel. Pour cette raison, nous souhaitons également l'approfondir.

### 3.3 Les représentations sociales

L'orientation professionnelle sexuée est due en grande partie au besoin des jeunes de se conformer aux représentations sociales. Chaque corps de métier possède une représentation, en d'autres termes une image de la profession qui influence fortement le choix vocationnel d'un jeune.

Il ne faut pas confondre représentations sociales et stéréotypes. Les représentations sociales sont «un ensemble organisé de cognitions relatives à un objet, partagées par les membres d'une population homogène par rapport à cet objet» (Flament, 1994, cité par Negura, 2006, p. 4). Doise (1990), lui, les définit comme «des constructions créées dans les dynamiques du champ social» (cité par Negura, 2006, p. 4). «Les représentations sociales ont donc la particularité de se fabriquer collectivement et de se construire en interaction» (Valence, 2010, p. 13). Une représentation sociale est donc une image de la réalité créée par des individus. D'après Valence (2010), les représentations sociales sont constituées «de jugements, croyances, opinions, images, normes, idéologies, attitudes, stéréotypes, thémata, nexus, etc.» (p. 28). Il est primordial de souligner le fait qu'elles ne sont pas des reproductions parfaites de la réalité, mais une interprétation de cette dernière. On pourrait comparer les représentations sociales à une paire de lunettes avec laquelle nous percevons la réalité et, en fonction de notre interprétation personnelle, nous agissons d'une certaine manière.

Valence (2010) définit quatre fonctions des représentations sociales (p. 34 – 35):

- *La fonction de savoir*: «L'acte de représentation est acte de connaissance». Les individus vont tenter de comprendre et de donner du sens au monde grâce à ces représentations.
- *La fonction d'orientation*: «Elle s'applique aux comportements qu'elle guide, en ce sens que les représentations sont prescriptives de pratiques et interviennent dans la définition de la finalité de l'action».
- *La fonction identitaire*: En raison des représentations sociales, les individus vont se situer dans la société, car «elles génèrent un ensemble d'attentes normatives qui vont asseoir la spécificité du groupe».
- *La fonction de justification*: Les représentations sociales guident d'une part les actions d'une personne, mais permettent également de les justifier après les avoir réalisées.

Quant au stéréotype, il est, d'après Tap (1985), une «représentation erronée par généralisation abusive, par simplification idéologique, caractérisée par sa rigidité, son aspect catégorique et catégoriel, sa stabilité relative et sa résistance au changement même lorsque la preuve de son caractère erroné est apportée» (cité par Duru-Bellat, 1990, p. 55). En d'autres termes, la stéréotypie exprime «le degré de généralité d'une opinion, d'acceptation ou de rejet d'une représentation, d'un groupe ou d'une personne» (Moscovici, 1976, cité par Nagura, 2006, p. 7).

Il s'agit donc de deux concepts différents; néanmoins, Moscovici (1976) fait un lien entre les stéréotypes et les représentations sociales de la manière suivante: selon lui, «le contenu d'une représentation sociale est constitué de trois types d'éléments: les opinions, les attitudes et les stéréotypes» (cité par Nagura, 2006, p. 4).

Nous sommes à présent au terme de notre cadre théorique. Penchons-nous maintenant sur les questions de recherche retenues.

## 4. Questions de recherche

---

La question générale retenue est la suivante:

- Dans quelle mesure les vidéos de présentation des métiers fournies par le Service de l'orientation professionnelle prennent-elles en compte les critères de choix des filles?

Afin de répondre à cette question, nous l'avons décomposée en quatre sous-questions; ces dernières reprennent les quatre dimensions retenues dans notre cadre conceptuel.

- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle montre-t-il aux jeunes filles des modèles féminins de travailleuses dans ses vidéos de présentation des métiers typiquement masculins?
- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle féminise-t-il les noms des professions dans ses vidéos de présentation des métiers dits «masculins»?
- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle présente-t-il la dimension relationnelle des professions dans ses vidéos de présentation des métiers typiquement masculins?
- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle présente-t-il les conditions de travail répondant aux critères de choix professionnels des jeunes filles dans les vidéos de présentation des métiers dits «masculins»?

## 5. Dispositif méthodologique

---

### 5.1 L'analyse de contenu

Les vidéos vont être analysées par le biais de la méthode «analyse de contenu». Concernant ce dispositif méthodologique, nous nous sommes référée essentiellement à l'ouvrage de Laurence Bardin (1977) «L'analyse de contenu».

L'analyse de contenu est «un ensemble de techniques d'analyse des communications utilisant des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages» (p. 42). Bardin (1977) compare l'analyse à un archéologue qui doit lui aussi travailler à partir de traces (dans notre cas le contenu de vidéos). «L'analyste tire parti du traitement des messages qu'il manipule pour inférer (déduire de manière logique) des connaissances sur l'émetteur du message ou son environnement» (p. 43). Cette auteure relève deux visées principales à l'analyse de contenu. Tout d'abord, «le dépassement de l'incertitude» qui correspond à la confrontation entre ce que l'on croit voir et ce qui figure vraiment. La deuxième visée est «l'enrichissement de la lecture»: en analysant le contenu d'un document, on va y découvrir davantage que si l'on s'en tenait à une simple lecture (p. 32).

Il existe plusieurs domaines possibles d'application de ce type d'analyse. On peut, en effet, avoir recours à l'analyse de contenu sur des supports linguistiques (oral ou écrit), iconiques ou tous autres codes sémiotiques (musique, comportements, code olfactif, etc.) (p. 38). Dans le cas de notre étude, nous serons confrontée à une analyse linguistique orale pour déterminer s'il y a une féminisation des noms des professions, si les films mentionnent les conditions de travail en lien avec la gestion d'une famille et s'ils abordent la dimension relationnelle du métier. De surcroît, une analyse iconique sera également effectuée lorsque nous nous intéresserons aux modèles féminins de travailleuses présentes ou non dans les vidéos.

Bardin (1977) décrit, dans son ouvrage, les trois grandes étapes d'une analyse de contenu: 1) la préanalyse, 2) l'exploitation du matériel et 3) le traitement des résultats, l'inférence et l'interprétation. La première étape (la préanalyse) est la phase d'organisation de l'analyse. Elle correspond, selon Bardin (1977), à «une période d'intuitions» (p. 125). Durant cette étape, nous avons principalement déterminé les dimensions et les indicateurs que nous souhaitons étudier grâce à l'élaboration du cadre conceptuel et à la consultation de quelques vidéos. Nous avons également dû définir le corpus à analyser. Dans le cadre de ce travail, nous nous sommes limitée à l'étude des films sur les métiers typiquement masculins. Ensuite vient «l'exploration du matériel». Il s'agit de «l'administration systématique des décisions prises. Cette phase, longue et fastidieuse, consiste essentiellement en opérations de codage, décompte ou énumération en fonction des consignes préalablement formulées» (p. 132). Quant à la dernière étape (le traitement des résultats, l'inférence et l'interprétation), elle consiste à faire «parler» les résultats. «Des opérations statistiques simples (pourcentages) ou plus complexes (analyse factorielle) permettent d'établir des tableaux de résultats, diagrammes, figures, modèles qui condensent et mettent en relief les informations apportées par l'analyse» (p. 132). Dans notre cas, nous nous servons essentiellement de pourcentage pour rendre nos chiffres significatifs. Pour soutenir notre analyse de données, nous élaborerons également des graphiques.

## **5.2 Le corpus choisi**

L'échantillon qui va être analysé est l'ensemble des vidéos de présentation des métiers typiquement masculins se trouvant sur le site internet du Service de l'orientation professionnelle suisse ([www.orientation.ch](http://www.orientation.ch)). Ce site présente les différentes professions possibles en Suisse; pour chaque métier on y trouve des informations sur la formation, les perspectives professionnelles, les qualités requises et des adresses utiles, etc.

Étant donné que les vidéos se trouvent sur un site internet, nous ne passerons donc pas par l'étape «recueil de données». Par contre, puisqu'il s'agit de vidéos, nous devons tout de même sélectionner et retranscrire les données qui nous intéressent.

La page de présentation de certains métiers comporte un onglet «Film». Il s'agit de petits reportages permettant de plonger dans le monde du travail en suivant des travailleurs dans leurs tâches quotidiennes. Dans chaque vidéo, les reporters interviewent des apprentis/es ou des employés/es qui parlent librement de leurs activités. Malheureusement, seulement une centaine de métiers dispose de ce type de mini film. Concernant les autres professions, il y a uniquement des informations écrites.

Il s'agit soit de films issus de la collection «Coup d'œil sur...» réalisés par le Centre suisse de services : formation professionnelle/orientation professionnelle, universitaire et de carrière, soit des vidéos de la collection «Zoom sur les métiers» produites par l'Office cantonal d'orientation scolaire et professionnelle du canton de Vaud en collaboration avec «Médiaprofil».

Dans le cadre de cette recherche, nous retenons uniquement les métiers comportant un film de présentation. Comme mentionné précédemment, parmi cette série de professions, notre analyse portera uniquement sur les métiers dits «masculins». Au total, nous analyserons ainsi 50 films. Les professions en lien avec les domaines suivants ont été retenues:

- Agriculture, horticulture, sylviculture, animaux
- Alimentation, économie familiale
- Bâtiment, construction
- Bois, papier, cuir



- Droit, sécurité, police
- Electricité, électronique
- Hôtellerie, restauration, tourisme
- Informatique, multimédia
- Mécanique, horlogerie, métallurgie
- Transports, logistique, véhicules

Nous avons également souhaité analyser le métier de cuisinier/ère, bien que les stéréotypes de genre attribuent généralement aux femmes tout ce qui est en lien avec le monde de la cuisine. Malgré ces stéréotypes, il faut savoir que ce métier est plutôt masculin. En effet, d'après les chiffres de l'étude vaudoise «Choix 2010», cette année-ci, dans la formation de cuisinier/ère, on compte 74,3 % de garçons contre 25,7 % de filles. Des chiffres similaires sont également présents pour la profession de boulanger/ère-pâtissier/ère, mais ce métier ne figure pas dans la liste, car il n'existe pas de vidéo le présentant sur le site du Service de l'orientation.

Les vidéos des métiers ci-dessous vont être examinées:

- |    |  |
|----|--|
| 1  | Aide technique du bâtiment   |
| 2  | Assistant/Assistante en maintenance d'automobiles  |
| 3  | Automaticien/Automaticienne  |
| 4  | Boucher-charcutier/Bouchère-charcutière  |
| 5  | Carrossier-peintre /Carrossière-peintre - Carrossier-tôlier/Carrossière-tôlière          |
| 6  | Charpentier/Charpentière   |
| 7  | Conducteur de véhicules lourds/Conductrice de véhicules lourds                           |
| 8  | Constructeur d'appareils industriels/Constructrice d'appareils industriels               |
| 9  | Constructeur d'installations de ventilation/Constructrice d'installations de ventilation |
| 10 | Constructeur de bateaux/Constructrice de bateaux   |
| 11 | Constructeur de routes/Constructrice de routes   |
| 12 | Constructeur métallique/Constructrice métallique   |
| 13 | Cuisinier/Cuisinière   |
| 14 | Dessinateur-constructeur industriel/Dessinatrice-constructrice industrielle              |
| 15 | Ébéniste   |
| 16 | Électricien de montage/Électricienne de montage  |
| 17 | Électricien de réseau/Électricienne de réseau  |
| 18 | Électronicien/Électronicienne  |
| 19 | Electronicien en multimédia/Electronicienne en multimédia                                |
| 20 | Employé en industrie laitière/Employée en industrie laitière                             |
| 21 | Ferblantier /Ferblantière  |
| 22 | Forestier-bûcheron /Forestière-bûcheronne  |
| 23 | Géomaticien/Géomaticienne  |
| 24 | Informaticien /Informaticienne   |
| 25 | Installateur en chauffage /Installatrice en chauffage                                    |
| 26 | Installateur sanitaire /Installatrice sanitaire  |
| 27 | Installateur-électricien/Installatrice-électricienne                                     |
| 28 | Logisticien/Logisticienne  |
| 29 | Maçon/Maçonne  |
| 30 | Mécanicien en cycles/Mécanicienne en cycles  |
| 31 | Mécanicien en machines de chantier/Mécanicienne en machines de chantier                  |
| 32 | Mécanicien en motocycles/Mécanicienne en motocycles                                      |
| 33 | Mécatronicien d'automobiles/Mécatronicienne d'automobiles                                |
| 34 | Médiamaticien/Médiamaticienne  |
| 35 | Micromécanicien/Micromécanicienne  |
| 36 | Monteur frigoriste /Monteuse frigoriste  |
| 37 | Planificateur-électricien/Planificatrice-électricienne                                   |
| 38 | Plâtrier /Plâtrière  |
| 39 | Plâtrier-peintre/Plâtrière-peintre   |
| 40 | Policier/Policière   |
| 41 | Polybâtitseur/Polybâtitseuse   |

- 42 | Polymécanicien/Polymécanicienne
- 43 | Poseur de sols - parquet/Poseuse de sols - parquet
- 44 | Projeteur en technique du bâtiment/Projeteuse en technique du bâtiment
- 45 | Ramoneur /Ramoneuse
- 46 | Recycleur /Recycleuse
- 47 | Scieur de l'industrie du bois /Scieuse de l'industrie du bois
- 48 | Technologue du lait
- 49 | Télématicien/Télématicienne
- 50 | Viticulteur/Viticultrice

L'analyse de contenu réalisée pour cette recherche est quantitative et qualitative.

«L'approche quantitative est fondée sur la fréquence d'apparition de certains éléments du message» (p. 147). Ce type d'analyse permet d'obtenir «des données descriptives par une méthode statistique» (George, 1959, cité par Bardin, 1977, p. 147).

Quant à l'analyse qualitative, elle est

surtout valable pour faire des déductions spécifiques à propos d'un événement, d'une variable d'inférence précise et non pour des inférences générales. Elle se caractérise par le fait que l'inférence – chaque fois qu'elle est faite – est fondée sur la présence de l'indice (thème, mot, personnage, etc.) et non pas sur la fréquence de son apparition» (George, 1959, cité par Bardin, 1977, p. 148).

Pour effectuer cette analyse de contenu, une grille d'analyse a été construite.

### **5.3 La grille d'analyse**

Cette grille, composée d'indicateurs, nous permettra ensuite de mesurer les relations entre le contenu des vidéos et la présence des variables retenues pouvant influencer le choix professionnel des jeunes filles. La grille d'analyse comporte quatre grandes parties, ce qui correspond aux quatre dimensions précédemment citées, soit: présence de modèles féminins, féminisation des noms des métiers, spécificité relationnelle des femmes et conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle).

Concernant la présence de modèles, nous compterons et comparerons le nombre d'hommes et de femmes présents dans les reportages. Si une même personne apparaît à plusieurs reprises, elle ne sera comptée qu'une seule fois. Nous souhaitons compter le nombre de modèles différents qui figurent dans le contenu des vidéos et non pas leur nombre d'apparitions.

Pour la féminisation des noms des métiers, nous écarterons les professions ayant un nom épïcène. En effet, seuls les métiers avec un nom pouvant être mis au féminin nous intéressent; au total 47 métiers ont ainsi été retenus. Nous compterons le nombre d'occurrences écrites et orales du nom de chaque profession au féminin et au masculin.

Ensuite, deux indicateurs ont été retenus concernant la dimension relationnelle, le premier indicateur est observable: il s'agit du nombre de fois où l'on voit une collaboration entre deux ou plusieurs travailleurs ou travailleuses (entraide, contact direct avec autrui, échanges, discussions, etc.). Les données en lien avec le deuxième indicateur, quant à elles, sont explicitées, soit par le présentateur soit par des employés/es ou des apprentis/es interviewés/es. Nous compterons le nombre de fois où une personne donne des informations en lien avec la dimension relationnelle du métier. Il faut, cependant, noter qu'uniquement 36 vidéos sont concernées par cette dimension. En effet, certains métiers ne comportent presque pas de relationnel (travail plutôt autonome, pas de contact avec la clientèle, etc.); ces métiers-ci ne seront donc pas analysés sous l'angle de cette dimension. Pour déterminer quels métiers ont une dimension relationnelle, nous nous



sommes intéressée aux qualités requises explicitées sur la page de présentation du métier. Uniquement les métiers nécessitant des qualités en lien avec l'aspect relationnel ont été retenus. Ces qualités sont les suivantes: aptitude à travailler en équipe, facilité de contact, sens commercial.

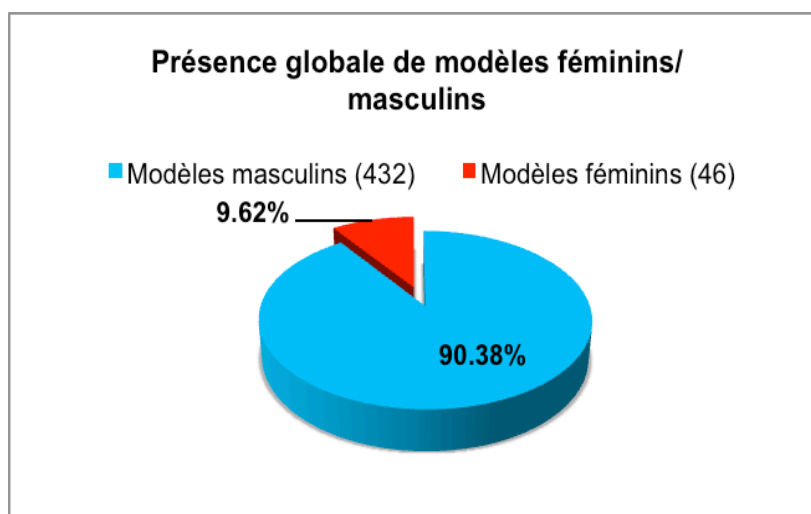
Quant aux conditions de travail en lien avec la gestion d'une famille en parallèle, nous repérerons toutes informations qui concernent cette dimension: horaires de travail, travail pendant le week-end ou les jours fériés, heures supplémentaires, déplacements, etc.

## 6. Analyse des données

Cette partie «analyse des données» va être fractionnée en quatre grandes parties. En effet, comme mentionné précédemment, nous avons rédigé quatre sous-questions; pour chacune de ces questions, nous avons observé des éléments différents lors du visionnage des vidéos. Pour cette raison, nous analyserons les données de chaque question séparément.

### 6.1 Présence de modèles féminins

Commençons notre analyse en étudiant, de manière quantitative, la présence de modèles féminins dans les vidéos. Dans un premier temps, à l'aide d'un graphique, nous avons représenté de manière globale les résultats obtenus. En observant le graphique ci-contre, nous constatons que la part des hommes est nettement plus élevée que celle des femmes: 46 travailleuses contre 432 travailleurs.

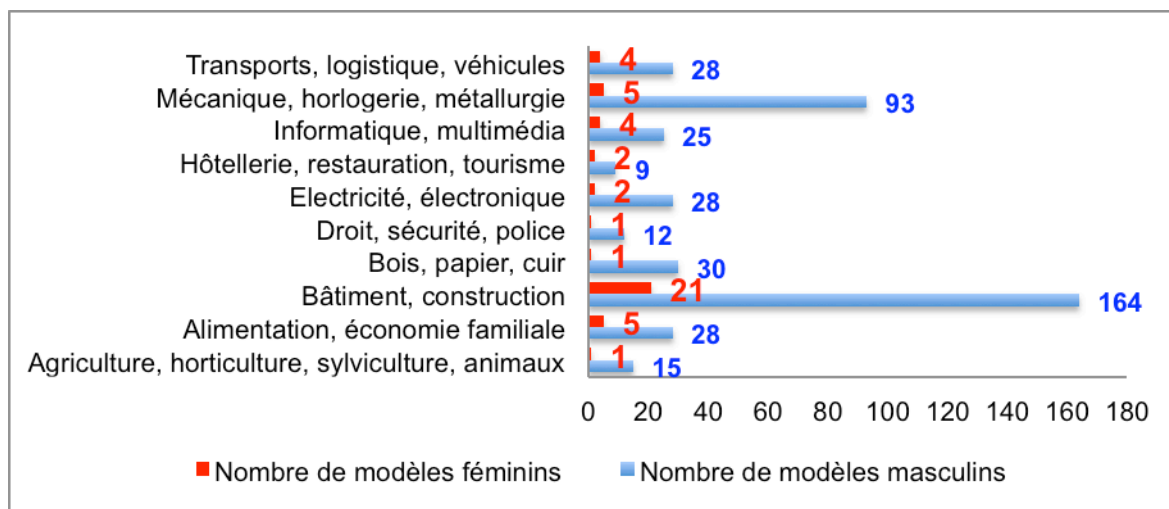


Graphique 3: Pourcentage de modèles masculins et féminins présents dans l'ensemble des vidéos

Intéressons-nous maintenant plus en détail à ces chiffres. Nous avons catégorisé les 50 métiers analysés par domaines d'activités. Nous nous sommes servie des domaines figurant sur le site internet du Service de l'orientation. Les professions ont été classées dans les dix domaines professionnels suivants: agriculture, horticulture, sylviculture, animaux/alimentation, économie familiale/bâtiment, construction/bois, papier, cuir/droit, sécurité, police/électricité, électronique/hôtellerie, restauration, tourisme/informatique, multimédia/mécanique, horlogerie, métallurgie/transport, logistique, véhicules.

Certains métiers appartiennent parfois à plusieurs domaines d'activités; par exemple, la profession de charpentier/ère appartient au domaine du bois, papier, cuir, mais également au domaine du bâtiment, construction. Nous avons choisi de placer ce métier avec les ébénistes et les scieurs/scieuses de l'industrie du bois, afin d'éviter qu'il n'y ait qu'un ou

deux métiers par catégorie, puisque dans le domaine de la construction on compte déjà 19 professions.



Graphique 4: Nombre de modèles masculins et féminins dans les vidéos (métiers classés par domaines professionnels)

En examinant les chiffres du graphique ci-dessus, nous remarquons que dans tous les domaines d'activités, les femmes sont nettement moins présentes que les hommes. On constate tout de même quelques différences entre les domaines. Dans les trois domaines suivants, la différence entre le nombre de femmes et d'hommes présents dans les vidéos est la plus basse: «hôtellerie, restauration, tourisme» (2/9); ce qui équivaut à 18.18 % de modèles féminins/alimentation, «économie familiale» (5/28; 15.15 %) / «informatique, multimédia» (2/9; 13.79 %). Avec 11.35 % et 12.50 % de présence féminine, la différence est légèrement plus grande dans le domaine du «bâtiment, construction» (21/164) et dans celui des «transports, logistique et véhicules» (4/28). Puis, pour trois autres domaines, la différence est encore plus grande; ces trois domaines ont des résultats relativement similaires avec entre 6.25 % et 7.69 % de modèles féminins: «agriculture, horticulture, sylviculture, animaux» (1/15) / «droit, sécurité, police» (1/12) et «électricité, électronique» (2/28). Pour terminer, la différence entre le nombre de femmes et d'hommes dans les vidéos est la plus grande dans le domaine du «bois, du papier et du cuir» avec 1 femme contre 30 hommes présents (3.23 %).

Lors du visionnage des vidéos, nous avons aussi constaté que dans chaque présentation de métier, entre un et trois employés/es ou apprentis/es étaient interviewés et plus longuement filmés. Nous avons donc voulu aller plus loin dans notre recherche en nous demandant quelle part de femmes avait été choisie pour parler de leur métier parmi les femmes présentes. Nous avons représenté les résultats sous forme de tableau. La première partie du tableau indique, par domaine, le total de modèles montrés et la seconde partie, le total de modèles choisis pour être interviewés.

total de modèles montrés	masc.	fém.	total de modèles interviewés	masc.	fém.
<b>Agriculture, horticulture, sylviculture, animaux</b>					
16	15	1	4	4	0
Pourcentage	93.75%	6.25%	Pourcentage	100.00%	0.00%
<b>Alimentation, économie familiale</b>					
33	28	5	6	6	0
Pourcentage	84.85%	15.15%	Pourcentage	100.00%	0.00%
<b>Bâtiment, construction</b>					
185	164	21	33	28	5
Pourcentage	88.65%	11.35%	Pourcentage	85%	15%
<b>Bois, papier, cuir</b>					
31	30	1	6	6	0
Pourcentage	96.77%	3.23%	Pourcentage	100.00%	0.00%
<b>Droit, sécurité, police</b>					
13	12	1	2	1	1
Pourcentage	92.31%	7.69%	Pourcentage	50.00%	50.00%
<b>Electricité, électronique</b>					
30	28	2	4	2	2
Pourcentage	93.33%	6.67%	Pourcentage	50.00%	50.00%
<b>Hôtellerie, restauration, tourisme</b>					
11	9	2	2	1	1
Pourcentage	81.82%	18.18%	Pourcentage	50.00%	50.00%
<b>Informatique, multimédia</b>					
29	25	4	6	5	1
Pourcentage	86.21%	13.79%	Pourcentage	83.33%	16.67%
<b>Mécanique, horlogerie, métallurgie</b>					
98	93	5	24	21	3
Pourcentage	94.90%	5.10%	Pourcentage	87.50%	12.50%
<b>Transports, logistique, véhicules</b>					
32	28	4	7	4	3
Pourcentage	87.50%	12.50%	Pourcentage	57.14%	42.86%

Dans les branches, «agriculture, horticulture, sylviculture, animaux», «alimentation, économie familiale» et dans celle du «bois, papier, cuir», nous constatons qu'aucune femme n'a été choisie pour être interviewée, malgré que, dans chacun de ces trois domaines, une femme au moins a été filmée. Si nous prenons l'exemple de la branche «agriculture, horticulture, sylviculture, animaux», seule une femme paraît dans les reportages et cette dernière n'a pas été interviewée ni même filmée plus de quelques secondes. En effet, il s'agit d'une viticultrice qui a été montrée très rapidement une seule fois. Pour l'interview et la réalisation de nombreuses images, on a choisi de se focaliser sur le patron de cette employée.

Ensuite, si l'on s'intéresse aux autres domaines, on remarque que c'est dans le domaine de la «mécanique, horlogerie, métallurgie» qu'on relève le plus grand écart. 24 personnes ont été interviewées et filmées plus longuement; sur ce total, seulement 3 sont des femmes, pourtant 5 femmes au total ont été montrées. Des résultats similaires sont observables dans le domaine du «bâtiment, construction» (28 hommes interrogés contre 5 femmes) et dans «informatique, multimédia» (5 hommes interviewés contre 1 femme).

Concernant le domaine «transport, logistique, véhicules», la différence homme/femme est moins grande que dans les autres domaines précédemment cités. En effet, 4 hommes contre 3 femmes ont été interviewés. Au total 4 femmes ont été montrées et 3 d'entre elles ont été interrogées.

Quant aux domaines «droit, sécurité, police» et «hôtellerie, restauration, tourisme», on note une égalité entre hommes et femmes. En effet, dans ces deux branches, un homme et une femme ont été interrogés plus spécifiquement. Par contre, il faut tout de même relever que pour chacun de ces deux domaines, un seul métier a été répertorié: cuisinier/ère et policier/ère. Ces chiffres ne sont donc bien entendu pas représentatifs d'un domaine entier.

De plus, en «électricité, électronique», on relève également une égalité homme/femme concernant les personnes interviewées. On remarque aussi qu'en tout deux femmes apparaissent dans les reportages et que ces deux dernières font partie des employés interrogés.

Jusqu'à présent, nous avons discuté des résultats de manière globale, puis par domaines professionnels. Si l'on s'intéresse plus en détail à certaines vidéos de métiers, on s'aperçoit des grandes disparités en terme d'égalité de modèles présents d'un reportage à l'autre. Prenons l'exemple de deux professions issues du domaine «ingénierie et technique» : mécanicien/mécatronicienne d'automobiles et automatique/automatique. Dans la profession de mécanicien/mécatronicienne d'automobiles, durant toute la vidéo, on a choisi d'interroger et de filmer plus particulièrement trois hommes. Néanmoins, à la fin du reportage, une femme mécanicienne est très rapidement filmée, mais seulement quelques secondes et cette dernière n'est pas interviewée. Par contre, nous tenons à relever le contenu de la vidéo sur la profession d'automatique/automatique. Malgré le fait qu'il s'agisse d'un métier typiquement masculin, durant l'entier du reportage, une jeune femme a été choisie pour être suivie et interrogée. Nous avons pu l'observer longuement dans ses tâches quotidiennes. Autour d'elle gravite une série d'hommes, mais un grand nombre d'images et de paroles provient de cette jeune automatique.

## 6.2 Féminisation des noms des métiers

Passons maintenant à l'analyse de la deuxième dimension retenue: la féminisation des noms des métiers.

Nous rappelons que nous avons réalisé notre analyse de données en tenant compte d'une part des occurrences orales au féminin et au masculin, et d'autre part du nombre d'apparitions du féminin et du masculin à l'écrit.

Penchons-nous d'abord sur nos résultats concernant les occurrences orales. Sur les 47 métiers analysés, cinq n'ont jamais été cités au féminin dans les vidéos: assistant/assistante en maintenance d'automobiles, constructeur/constructrice d'installations de ventilation, employé/employée en industrie laitière, plâtrier/plâtrière et poseur/poseuse de sols – parquet. Si nous comparons les résultats de ces cinq métiers plus en détail, il y a tout de même des différences à relever. En effet, dans la vidéo du métier d'assistant/assistante en maintenance d'automobiles, de poseur/poseuse de sols – parquet et dans celle d'employé/employée en industrie laitière, il est vrai que le métier n'a pas été cité au féminin, mais pas non plus au masculin. Nous ne pouvons donc pas parler d'inégalité dans ces cas-ci. Dans ces trois vidéos, le reporter et les travailleurs ou travailleuses interrogés ont parlé de leur métier sans rappeler le nom de ce dernier. Par contre, en ce qui concerne les deux autres vidéos, le nom du métier a été mentionné seulement au masculin: «... qui sont construits par des constructeurs d'installations de ventilation», «les constructeurs d'appareils de ventilation fabriquent les pièces...», «Les plâtriers contrôlent soigneusement...», «Quand on est plâtrier, il faut avoir la forme et un dos en bon état», «les plâtriers jouent un rôle important dans le domaine de l'optimisation», etc.

Néanmoins, nous tenons à relever que dans le reportage sur la profession de constructeur/constructrice d'installations de ventilation, à un moment, le reporter dit «il n'y a rien de plus agaçant pour l'installatrice que de constater...». Une apprentie a effectivement été filmée en train de monter un appareil de ventilation, mais nous avons souhaité être rigoureuse dans la sélection des données, nous n'avons donc pas compté cette féminisation, car au féminin le nom du métier est «constructrice» et non pas «installatrice».

Dans la tranche de 10 à 19 % de noms féminisés, on trouve les 9 professions suivantes:

- installateur-électricien/installatrice-électricienne (11.11 %)
- micromécanicien/micromécanicienne (12.50 %)
- plâtrier/plâtrière peintre (12.50 %)

- viticulteur/viticultrice (12.50 %).
- dessinateur-constructeur industriel/dessinatrice-constructrice industrielle (14.29 %)
- ramoneur/ramoneuse (16.67 %)
- recycleur/recycleuse (16.67 %)
- télématicien/télématicienne (16.67 %)
- monteur frigoriste/monteuse frigoriste (18.75 %)

Quant aux professions ayant entre 20 et 29 % de noms mentionnés au féminin, on compte 15 métiers au total, ces professions sont les suivantes:

- mécanicien en cycles/mécanicienne en cycles (20 %)
- médiamaticien/médiamaticienne (20 %)
- scieur de l'industrie du bois/scieuse de l'industrie du bois (23.08 %)
- boucher-charcutier/bouchère-charcutière (25 %)
- charpentier/charpentière (25 %)
- électricien de montage/électricienne de montage (25 %)
- électricien de réseau/électricienne de réseau (25 %)
- constructeur d'appareils industriels/constructrice d'appareils industriels (25 %)
- mécatronicien d'automobiles/mécatronicienne d'automobiles (25 %)
- policier/policière (25 %)
- polymécanicien/polymécanicienne (25 %)
- projeteur/projeteuse en technique du bâtiment (27,27 %)
- constructeur de routes/constructrice de routes (28.57 %)
- électronicien/électronicienne en multimédia (28.75 %)
- forestier-bûcheron/forestière-bûcheronne (28.57 %)

Ensuite, 9 présentations de métiers contiennent entre 30 et 39 % de noms mis au féminin sur le total des noms cités; il s'agit de:

- cuisinier/cuisinière (30 %)
- maçon/maçonne (30 %)
- mécanicien/mécanicienne en machines de chantier (30 %)
- installateur/installatrice sanitaire (33.33 %)
- mécanicien/mécanicienne en motocycles (33.33 %)
- planificateur-électricien/planificatrice-électricienne (36.36 %)
- informaticien/informaticienne (37.50 %)
- logisticien/logisticienne (37.50 %)
- ferblantier/ferblantière (38.46 %)

Il reste 5 métiers qui n'atteignent pas non plus une égalité entre féminisation et masculinisation; néanmoins, la part de noms cités au féminin s'élève entre 40 et 49 %:

- constructeur métallique/constructrice métallique (40 %)
- carrossier-peintre/carrossière-peintre - carrossier-tôlier/carrossière-tôlière (40 %)
- automatique/automatique (44.44 %)
- électronicien/électronicienne (42.86 %)
- géomaticien/géomaticienne (42.86 %)

On atteint une égalité parfaite entre le nombre d'occurrences féminines et masculines pour seulement trois professions; il s'agit des métiers de conducteur/conductrice de véhicules lourds, constructeur/constructrice de bateaux et d'installateur/installatrice en chauffage. Prenons l'exemple de l'installateur/installatrice en chauffage; à deux reprises, le nom du métier a été cité, une fois au féminin et une fois au masculin: «l'installatrice en chauffage s'attache les cheveux et les cache sous un bonnet» et «les installateurs en chauffage doivent se tenir au courant concernant les défis de l'avenir».

En outre, nous tenons à signaler qu'aucune vidéo analysée n'a mentionné davantage de fois le nom de la profession au féminin qu'au masculin.

Il est intéressant de relever que pendant le visionnage des reportages sur les métiers de polymécanicien/polymécanicienne, logisticien/logisticienne et cuisinier/cuisinière, des femmes ont été interrogées et ces dernières ont dit les choses suivantes en parlant de leur profession: «Tout ce qu'un polymécanicien effectue, c'est tout d'abord...», «la possibilité pour un polymécanicien, c'est, ou de se spécialiser dans le montage, ou de faire de la production», «nous sommes deux cuisiniers», «il y a seulement deux cuisiniers», «Il y a 75 logisticiens». Même lorsque ces travailleuses parlent de leur métier, elles le citent au masculin.

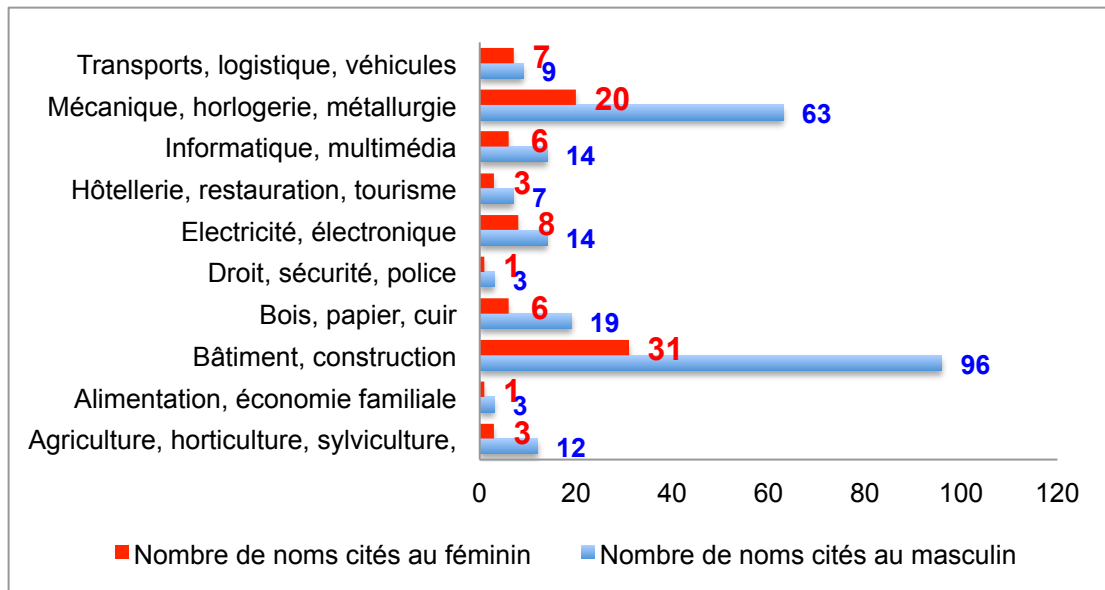
Il y a eu tout de même une ferblantière qui a mentionné: «pour faire le métier de ferblantier ou ferblantière, il faut comme qualité beaucoup d'imagination...». On constate qu'elle reconnaît son statut de femme dans cette profession, mais elle a tout de même cité le nom du métier également au masculin qui a été, d'ailleurs, prononcé en premier. Cela n'a jamais été le cas chez les travailleurs de sexe masculin; les exemples sont nombreux: «les ramoneurs contrôlent et nettoient périodiquement les installations de chauffage...», «pour être recycleur, il ne faut pas avoir le vertige», «l'installateur sanitaire a la responsabilité du bon fonctionnement de l'arrivée et de l'évacuation de l'eau dans le bâtiment», «le constructeur métallique est amené à faire plusieurs choses au sein de l'atelier...», etc. En effet, nous n'avons jamais pu relever qu'un travailleur masculin interrogé cite le nom de la profession uniquement au féminin ni même au masculin et au féminin en même temps. Dans la plupart des présentations de métiers, lorsque l'on féminisait le nom du métier, cela avait lieu au début du film, au moment où le reporter annonçait la profession qui allait être exposée; ensuite pendant le reportage, les travailleurs interrogés ne le faisaient pas.

Nous avons également remarqué un autre phénomène que nous aimerions mettre en évidence. Dans le cadre de cette recherche, nous nous sommes intéressée aux occurrences des noms de métiers, mais, souvent, des pronoms personnels étaient utilisés pour les remplacer. Les pronoms personnels au masculin ou au féminin n'ont pas été pris en compte dans nos chiffres. Un exemple serait tout de même intéressant à présenter. Prenons le dernier métier de la liste, soit celui de viticulteur/viticultrice. Nous avons relevé que le métier a été cité sept fois au masculin et à une reprise au féminin. Si nous avions tenu compte des pronoms personnels, la masculinisation aurait été beaucoup plus élevée. En effet, nous avons relevé la présence de cinq pronoms personnels au masculin et aucun pronom au féminin: «il s'occupe de la production des raisins et du vin», «du printemps à l'automne il prépare la terre...», «ils doivent aussi encaver et vinifier le jus de raisin», «il s'occupe plus principalement de ce qui arrive à la cave», «en général, il va chercher les ouvriers chez eux...».

Des différences entre le reporter et les travailleurs interrogés sont à noter. Le reporter fait généralement l'effort de mettre le pronom aux deux genres, ce qui n'est pas le cas des travailleurs interrogés; exemples de paroles prononcées par le présentateur des reportages: «il ou elle prépare la mise en place du chantier» (constructeur/constructrice de routes), «il ou elle travaille essentiellement en atelier» (électronicien/électronicienne en multimédia), «ils ou elles établissent des diagnostics» (mécatronicien/mécatronicienne d'automobiles), «il ou elle effectue les services d'entretien, remplace les pièces usagées...» (mécanicien/mécanicienne en machines de chantier).



Après avoir étudié les résultats pour chaque métier, analysons à présent ces résultats en regroupant les professions par domaine d'activités comme nous l'avons fait pour la partie précédente «présence de modèles féminins».



Graphique 5: Nombre de noms cités au masculin et au féminin dans les vidéos (métiers classés par domaines professionnels)

Comme nous pouvons le constater par le biais de ce tableau, dans aucun domaine d'activité, la part de noms cités au féminin n'est plus élevée ou égale à celle des noms cités au masculin.

En analysant plus en détail ces chiffres, on remarque qu'un domaine se démarque tout de même des autres. En effet, la différence la plus basse se situe dans la branche «transports, logistique, véhicules», avec un rapport de 7/9 (43.75 %). Ensuite, dans le domaine en lien avec l'électricité et l'électronique, on note l'occurrence de 8 noms au féminin contre 14 occurrences de noms au masculin; ce qui équivaut à 36.36 % de féminisation. Il s'agit là des deux domaines comportant les plus petites différences entre féminisation et masculinisation des noms de professions.

Puis, avec un rapport 6/14 et de 3/7, les domaines «informatique, multimédia» et «hôtellerie, restauration, tourisme» obtiennent tous deux 30 % de noms mentionnés au féminin dans leur vidéo.

Dans deux branches, on constate qu'un quart des noms cités ont été féminisés. En effet, dans le domaine «alimentation, économie familiale», au total 1 nom au féminin a été cité contre 3 noms au masculin. Dans le domaine lié à la sécurité, au droit et à la police, on note exactement le même résultat, soit 3 noms au masculin contre 1 nom au féminin.

On obtient une différence presque similaire dans les trois domaines suivants:

- «bâtiment, construction»: 96 occurrences au masculin contre 31 occurrences au féminin (24.41 %)
- «mécanique, horlogerie, métallurgie»: 63 occurrences au masculin contre 20 occurrences au féminin (24.10 %)
- «bois, papier, cuir»: 19 occurrences au masculin contre 6 occurrences au féminin (24 %)

Pour terminer, d'après ces résultats, la branche qui arrive en queue de classement est celle liée à l'agriculture, l'horticulture, la sylviculture et les animaux. Dans les vidéos de ce domaine, sur les 15 noms cités au total, seulement 3 ont été dits au féminin; cela équivaut à 20 % de féminisation.

Après avoir analysé les occurrences orales, intéressons-nous maintenant aux noms de métiers écrits présents dans les reportages. Dans la plupart des vidéos, le nom du métier apparaît en début de présentation. Nous avons constaté que dans toutes les vidéos, lorsque le nom du métier était écrit, il était toujours au masculin et au féminin. En effet, on a pu observer une égalité parfaite. Par contre, nous relevons tout de même que le nom du métier au masculin précédait toujours celui écrit au féminin.

### **6.3 Présence de l'aspect relationnel du métier**

Comme nous l'avons mentionné dans notre partie théorique, des études ont montré que les femmes portent une importance particulière à la dimension relationnelle lorsqu'elles choisissent une profession.

Pour l'analyse de cette partie, nous avons tenu compte de deux indicateurs nous permettant d'identifier la présence ou non de la dimension relationnelle dans les vidéos: aspect relationnel observé; aspect relationnel explicité.

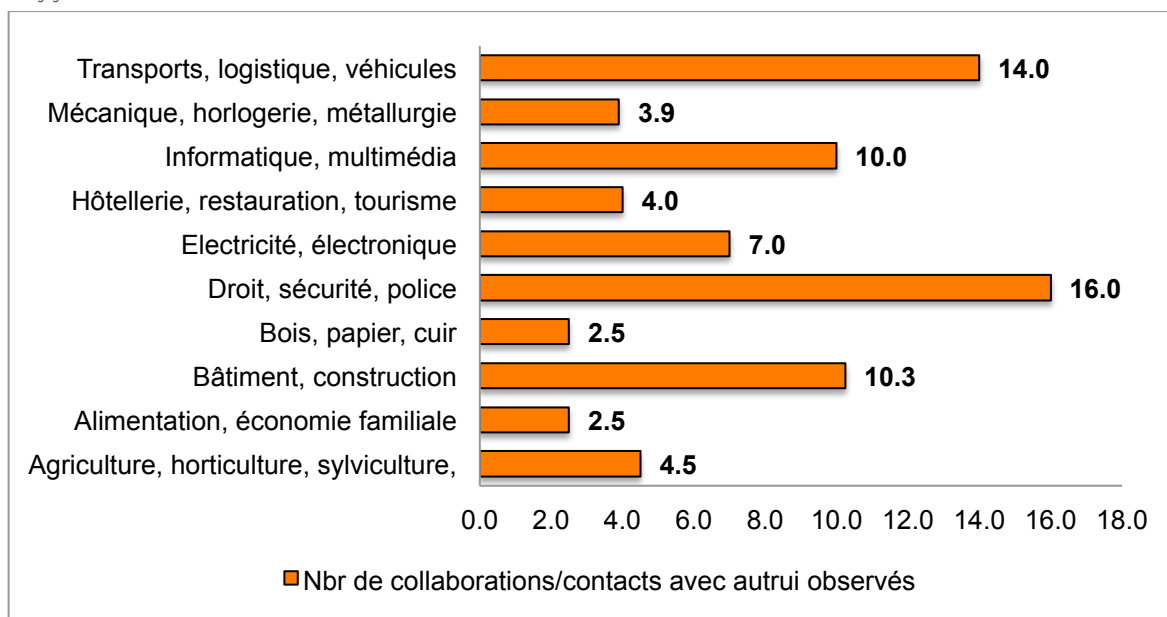
En effet, dans une vidéo, on peut étudier deux sources d'informations: les images montrées, mais également le contenu des paroles des interviewés et du présentateur. Ces deux dimensions vont être analysées séparément.

Tout d'abord, intéressons-nous au contenu des images choisies pour la réalisation des reportages (indicateur observable). Pour chaque métier, nous avons compté le nombre de fois où l'on pouvait observer une collaboration entre deux ou plusieurs travailleurs ou travailleuses. Il s'agissait d'images montrant de l'entraide entre collaborateurs, par exemple pour l'installation de machines, pour des réparations, etc. Par exemple, sur des chantiers, les employés/employées collaboraient systématiquement. Dans la vidéo de plusieurs métiers, nous pouvions aussi remarquer un formateur donnant des conseils à un apprenti ou une apprentie. L'aspect relationnel était également présent lorsque des employés participaient à des réunions. Par exemple, pour le métier d'automaticien/automaticienne on voyait un groupe de personnes discutant autour d'une table au sujet d'un nouveau projet d'appareil. Elles définissaient les critères de l'appareil, les modalités de fabrication, etc. Pour certains métiers (ramoneur/ramoneuse, installateur-électricien/installatrice-électricienne, etc.) on pouvait observer des travailleurs ou des travailleuses se rendant directement chez des clients (des privés ou des entreprises). Ces déplacements étaient généralement dans le but de réparer ou d'installer quelque chose.

Avant de poursuivre, nous rappelons que l'analyse de cette dimension concerne les 36 professions exigeant des qualités en lien avec l'aspect relationnel. Sur ces 36 métiers, seulement deux vidéos ne comportaient pas d'images montrant une collaboration entre des employés/employées ou bien un contact avec de la clientèle. Il s'agit des métiers d'assistant/assistante en maintenance d'automobiles et de scieur/scieuse en industrie du bois; plusieurs travailleurs différents ont été montrés, mais ils ont toujours été filmés seuls dans l'exécution de leurs tâches quotidiennes.

Pour l'analyse des résultats, nous allons procéder de la même manière que précédemment, c'est-à-dire en classant les professions par domaine d'activités. Étant donné que les branches professionnelles n'ont pas toutes le même nombre de métiers répertoriés, nous avons opté pour le calcul d'une moyenne. Ces moyennes nous permettront de comparer les résultats obtenus.





Graphique 6: Aspect relationnel des métiers. Moyenne du nombre de collaborations et/ou contacts avec autrui observés (métiers classés par domaines professionnels)

Le plus grand nombre d'images en lien avec la dimension relationnelle d'un métier a été observé dans les domaines «droit, sécurité, police» (16 fois) et dans «transports, logistique, véhicules» (14 fois). Par contre, nous tenons à souligner que dans ces deux domaines, seul un métier est répertorié (policier/policière et logisticien/logisticienne); nous ne pouvons donc pas parler de moyenne dans ces cas-ci.

Ensuite, la branche liée au bâtiment et à la construction obtient une moyenne de 10.3. Il s'agit du domaine comportant le plus grand nombre de métiers, 16 au total. Cependant, en étudiant plus en détail les chiffres de ce domaine, on constate de grandes différences entre les professions. Dans les vidéos des métiers de projeteur/projeteuse en technique du bâtiment et de polybâtitseur/polybâtitseuse, on a pu observer 24 et 22 images illustrant l'aspect relationnel de la profession. Par contre, dans ce même domaine, trois vidéos de métiers contenaient seulement 2 images montrant une collaboration ou un contact avec autrui: constructeur/constructrice de routes, constructeur/constructrice d'installations de ventilation et ramoneur/ramoneuse.

Avec un résultat presque identique, la branche professionnelle «informatique, multimédia» obtient la moyenne de 10 images présentant l'aspect relationnel du métier. Quant au domaine en lien avec l'électricité et l'électronique, il arrive à une moyenne de 7.

Ensuite, dans la branche «agriculture, horticulture, sylviculture et animaux», nous avons pu observer en moyenne 4.5 images de collaborations ou de contacts avec autrui. Avec un résultat proche de celui-ci, dans le domaine «hôtellerie, restauration, tourisme» on a pu voir à 4 reprises la dimension relationnelle. Néanmoins, ces résultats ne sont pas représentatifs de ces deux domaines, car seulement deux métiers sont répertoriés dans la branche «agriculture, horticulture, sylviculture et animaux» et un seul dans le domaine «hôtellerie, restauration, tourisme».

Pour terminer, les trois domaines suivants obtiennent les résultats les plus bas:

- «Mécanique, horlogerie, métallurgie»: moyenne 3.9
- «Bois, papier, cuir»: moyenne 2.5
- «Alimentation, économie familiale»: moyenne 2.5

Nous souhaitons souligner l'écart qu'il y a entre les deux professions du domaine «bois, papier, cuir»; dans la vidéo de présentation de charpentier/charpentière, 5 images de

collaborations ou contacts avec autrui ont été observées, tandis qu'aucune image illustrant la dimension relationnelle du métier de scieur/scieuse en industrie du bois n'a été montrée.

Passons maintenant à l'analyse du deuxième indicateur. Comme nous l'avons dit précédemment, nous avons aussi compté le nombre de fois où une personne a donné des informations liées à l'aspect relationnel du métier. Les informations pouvaient être citées par le reporter ou bien par un travailleur ou une travailleuse interviewé. Pour apporter plus de précision à nos résultats, nous avons souhaité créer deux sous-catégories dans la dimension relationnelle. En effet, nous avons fait une différence entre la collaboration et les contacts entre travailleurs ou travailleuses (aspect relationnel interne) et les contacts relationnels entre un travailleur ou une travailleuse et des clients (aspect relationnel externe).

Dans un premier temps, nous avons établi une liste organisée de mots-clés, en lien avec l'aspect relationnel, apparus dans les présentations de métiers. Nous avons ensuite compté le nombre d'occurrences de paroles comportant ces différents mots-clés, dans le but de déterminer le nombre de fois où la dimension relationnelle du métier a été abordée.

<i>Aspect relationnel interne</i> (collaborations/contacts entre travailleurs/travailleuses)	<i>Aspect relationnel externe</i> (contacts entre un travailleur ou une travailleuse et des clients)
<p><u>Contact</u> en contact avec..., avoir le sens du contact, avoir de la facilité de contact...</p> <p><u>Collaboration</u> (collaborer avec..., travailler en collaboration avec..., esprit de collaboration, travailler sous la direction de..., assister quelqu'un...</p> <p><u>Travail d'équipe</u> travailler en groupe, esprit d'équipe, travailler avec, avoir une réunion (réunion de projet, participer aux séances)...</p> <p><u>Communication</u> communiquer avec..., discuter...</p> <p><u>Entraide</u> Compter sur les uns et les autres, très soudé, besoin de tout le monde, besoin de l'aide des autres, s'entraider en cas de besoin, confiance mutuelle...</p>	<p><u>Rencontre</u> Rencontrer des personnes, en contact avec d'autres cultures, d'autres classes sociales, lier des liens...</p> <p><u>Contact avec la clientèle</u> Servir la clientèle, relation avec le public, être patient et tolérant, contact direct avec la clientèle, métier nécessitant bon contact avec la clientèle, rendez-vous avec des clients, en contact quotidien avec la population...</p> <p><u>Aider</u> Savoir écouter, fournir des renseignements, voir les clients chez eux et résoudre leur problème, déplacement chez les clients, analyser les besoins de la clientèle et proposer des solutions sur mesure, conseils à la clientèle, comprendre leur problème...</p>

Nous avons choisi de présenter les résultats obtenus sous forme de tableau. En analysant les chiffres de ce tableau, nous constatons que dans tous les domaines la dimension relationnelle a été abordée au minimum deux fois. Si nous comparons les chiffres de la partie précédente (aspect relationnel observé) avec cette partie-ci (aspect relationnel explicité), nous remarquons la chose suivante: dans la quasi-totalité des branches, l'aspect relationnel a été davantage observé que cité. Dans un seul domaine d'activités, la dimension relationnelle a été plus explicitée que montrée: il s'agit de la branche «bois, papier, cuir». Prenons l'exemple du métier de scieur/scieuse de l'industrie du bois (faisant partie de ce domaine); précédemment nous avons relevé qu'aucune image illustrant la dimension relationnelle de ce métier n'avait été montrée. Par contre, les employés interviewés ont mentionné les éléments suivants: «Il faut aimer travailler en équipe» (dit deux fois) et «nous devons toujours travailler en groupe». De plus, le reporter a indiqué que les scieurs/scieuses travaillent «en collaboration avec les autres professionnels actifs dans la chaîne de production».

	Présence total aspect relationnel explicite	Aspect relationnel interne	Aspect relationnel externe
<b>Agriculture, horticulture, sylviculture, animaux</b>			
Total	6	3	0
Moyenne	3	1.5	0
<b>Alimentation, économie familiale</b>			
Total	4	2	2
Moyenne	2	1	1
<b>Bâtiment, construction</b>			
Total	66	53	13
Moyenne	4.1	3.3	0.8
<b>Bois, papier, cuir</b>			
Total	8	8	0
Moyenne	4	4	0
<b>Droit, sécurité, police</b>			
Total	5	4	1
Moyenne	5	4	1
<b>Electricité, électronique</b>			
Total	9	8	1
Moyenne	4.5	4	0.5
<b>Hôtellerie, restauration, tourisme</b>			
Total	2	2	0
Moyenne	2	2	0
<b>Informatique, multimédia</b>			
Total	11	4	7
Moyenne	5.5	2	3.5
<b>Mécanique, horlogerie, métallurgie</b>			
Total	19	17	2
Moyenne	2.7	2.4	0.3
<b>Transports, logistique, véhicules</b>			
Total	9	3	6
Moyenne	9	3	6

Dans la plupart des métiers, les chiffres représentant la collaboration entre employés/employées au sein d'une même entreprise (aspect relationnel interne) sont plus élevés que ceux concernant les contacts avec des personnes extérieures (aspect relationnel externe). Par contre, on constate une tendance inverse dans la vidéo de présentation du métier de policier/policière. Dans cette profession, l'aspect relationnel avec des personnes externes a davantage été relevé: «On est en contact quotidien avec la population», «Il y a certaines fois des gens qui se présentent à la réception, qui sont en pleurs, qui ont besoin d'être écoutés, qui ont besoin de conseils. Il faut savoir les écouter pour pouvoir les orienter», «il faut avoir une bonne présentation, on est quand même en contact tous les jours avec la population», «on est sans arrêt avec des gens de toutes les cultures, toutes les classes sociales... ».

La grande majorité des informations en lien avec la dimension relationnelle a été mentionnée par des hommes, puisque, comme vu précédemment, la plupart des personnes interviewées étaient de sexe masculin. Par contre, il est intéressant de relever un commentaire fait par une constructrice d'installation de ventilation: «Je suis toujours étonnée de voir que je suis bien acceptée en tant que femme sur les chantiers et traitée de manière correcte». Une électronicienne s'est aussi exprimée sur la dimension relationnelle de son métier en indiquant l'importance d'une bonne collaboration avec autrui: «Je travaille quotidiennement avec des gens issus de différentes professions. Par exemple avec des électroniciens, des ingénieurs en électronique, des informaticiens, des automaticiens, des polymécaniciens, etc. Je dois être en mesure de communiquer avec ces personnes et avoir une bonne connaissance de leur travail» et

«Comme plusieurs personnes travaillent sur le même projet, c'est absolument essentiel qu'elles coopèrent».

Dans certains reportages, nous avons constaté la présence d'éléments qui ne comportaient pas les mots-clés listés dans le tableau des indicateurs, mais qui, selon nous, ont un rapport indirect avec l'aspect relationnel d'une profession:

- «Il faut aussi du savoir-vivre» (aide en technique du bâtiment)
- «Il est surtout absolument indispensable d'être poli et serviable. L'humeur négative se répand très vite, ce qui n'est pas bon pour les affaires» (ferblantier/ferblantière)
- «Pour le service, il faut être gentil et poli» (installateur/installatrice sanitaire)
- «Les qualités pour ce métier, c'est avoir confiance en soi, être serviable et être poli» (logisticien/logisticienne)
- «Suivant sur qui on tombe, il faut être diplomate des fois, parce que c'est pas toujours facile à gérer les situations» (installateur-électricien/installatrice électricienne)

Les jeunes filles à la recherche d'un projet professionnel peuvent être sensibles à ces qualités qui indiquent que des compétences relationnelles sont nécessaires dans l'exercice de ces professions.

Après avoir étudié la présence de la dimension relationnelle dans les vidéos de présentation des professions typiquement masculines, passons maintenant à la dernière partie de notre analyse de données: «les conditions de travail répondant aux critères de choix professionnels des jeunes filles».

#### **6.4 Conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle)**

Les filles ont un critère qui leur est propre dans leur choix professionnel. En plus de choisir une profession en fonction de leurs intérêts, valeurs, etc. elles optent de préférence pour un métier compatible avec la gestion d'une future vie familiale. En règle générale, les jeunes filles sont, dès lors, très sensibles aux horaires de travail qui permettent de combiner harmonieusement leurs rôles de travailleuse et de mère.

Pour seulement 13 professions, la thématique liée aux horaires est abordée. La quasi-totalité des informations à ce sujet indique que les horaires sont irréguliers et qu'il faut savoir faire preuve d'une grande flexibilité.

Exemples de remarques faites par des travailleurs interrogés:

- «Les inconvénients, ça peut être aussi les horaires, parce qu'on peut être amené à partir plus tôt, à finir plus tard, à rouler de nuit, les week-ends». (conducteur/conductrice de véhicules lourds)
- «L'inconvénient du métier, c'est clair qu'on n'est pas dans un bureau ni dans une banque où on finit à des heures fixes. On peut être appelé des fois à rester jusqu'à 19h30 - 20h sur un chantier si ce n'est pas fini", "Il peut arriver de faire des journées très longues quand on doit remettre un chantier par exemple et que le client doit arriver». (électronicien/électronicienne)
- «Un des inconvénients, c'est qu'on peut être appelé à faire un dépannage le soir ou durant le week-end", "Il faut être flexible dans les horaires». (informaticien/informaticienne)
- «Au niveau des horaires, ça peut s'étaler de 6h le matin à point d'heure le soir ou au milieu de la nuit». (médiamaticien/médiamaticienne)
- etc.

C'est dans les présentations des métiers de cuisinier/cuisinière et monteur/monteuse frigoriste que nous avons relevé le plus d'informations relatives à un horaire difficilement compatible avec la vie de famille:

##### Cuisinier/cuisinière

- «Les cuisiniers ou les cuisinières travaillent la journée, mais aussi le soir, le week-end ou les jours fériés en fonction de leur lieu de travail».
- «Au niveau des horaires, nous commençons le matin souvent à 9h. Nous finissons le service du midi vers 14h. On part en pause jusqu'à 18h, on termine le service quand il n'y a plus de client bien sûr. Ensuite, il y a les jours fériés, nous travaillons les jours fériés et les week-ends le plus souvent, il peut arriver qu'on ait un week-end en congé bien sûr».
- «On est en congé ou en repos quand les gens travaillent».
- «Le métier de cuisinier, c'est clair que les horaires sont difficiles, nous finissons tard».

##### Monteur/monteuse frigoriste

- «Il faut être disponible aussi, donc en vue des dépannages qu'on effectue sur des services de maintenance, on se doit d'être disponible les week-ends donc les samedis et dimanches et jours de fête».
- «Le plus grand inconvénient du monteur frigoriste, ça reste le service de dépannage donc on entend le service de piquet, donc ça veut dire qu'après une journée de travail

de huit voire neuf heures en plein été, on peut se retrouver encore à travailler deux voire trois heures en dehors de nos heures de travail effectives».

- «On peut commencer à 4h le matin et finir à minuit le soir. On peut aussi commencer à 7h30 et finir à 17h30 et faire les heures normales».

Par exemple, les informations sur les horaires de travail des technologues du lait peuvent être considérées comme positives pour la gestion d'une famille en parallèle, car l'horaire permet d'avoir l'après-midi de congé. Néanmoins, dans ce métier, on nous parle aussi de travail pendant le week-end et les jours fériés.

- «Nous avons des journées qui commencent assez tôt le matin, entre 5h00 et 5h30 et qui se terminent en général à midi. L'après-midi, en règle générale, il n'y a aucune activité dans l'entreprise; par contre, nous travaillons aussi les week-ends et les jours fériés».

Pour terminer avec cette thématique relative aux horaires, nous tenons à relever le commentaire d'un policier qui a été la seule personne à faire un lien entre l'irrégularité des horaires et la vie de famille: «Les inconvénients: on dira que c'est beaucoup les horaires irréguliers qui peuvent avoir un impact sur la vie familiale, la vie de couple».

Ensuite, dans toutes les vidéos, nous avons constaté la présence d'une autre thématique pouvant également freiner les jeunes filles dans leurs choix professionnels. Il s'agit de la pénibilité du métier. Dans la quasi-totalité des vidéos, les personnes interviewées ont parlé au moins une fois de la pénibilité physique du métier et de la nécessité d'être fort physiquement:

- «La charge physique est importante, nous devons déplacer des tas de choses», «Il faut être robuste pour faire ce métier». (aide en technique du bâtiment)
- «Comme qualité, il faut avoir une bonne condition physique quand même, parce qu'on lève des grosses charges; parce que les journées, c'est quand même éreintant et à la fin de la journée on est quand même fatigué. Faut avoir une bonne endurance aussi, l'été il fait très chaud, l'hiver il fait très froid». (charpentier/charpentière)
- «Le montage des échafaudages est un rude travail, il faut porter de lourdes charges, travailler à l'extérieur par tous les temps et souvent à des hauteurs vertigineuses. Ceci demande évidemment une solide constitution et il ne faut en aucun cas avoir le vertige». (polybâtitseur/polybâtitseuse)
- etc.

Par contre, il est intéressant de souligner que certains travailleurs interrogés ont mentionné le fait qu'à l'heure actuelle, de nouvelles technologies ont vu le jour, ce qui diminue la pénibilité de la profession:

- «Alors les techniques de travail ont bien évolué depuis pas mal de temps, surtout les moyens de levage: toutes les charges physiques sont atténuées, maintenant qu'on arrive à avoir une bonne technologie, ça allège pas mal le métier». (maçon/maçonne)
- «Vu l'évolution du métier, c'est devenu beaucoup plus automatisé et mécanisé, donc il y a beaucoup moins de travaux pénibles, donc ça veut bien dire qu'une dame qui a envie de faire le métier de scieur a tout à fait la possibilité de faire cette formation sans difficulté». (scieur/scieuse de l'industrie du bois)
- etc.

Une ferblantière s'est exprimée sur la pénibilité physique de son métier en expliquant qu'elle est parvenue à s'y habituer. Par contre, elle relève tout de même les éventuels problèmes relationnels entre hommes et femmes que pourrait rencontrer une fille dans ce

métier: «Oui, c'est un métier physique, mais moi, j'ai très bien pu y arriver, je m'y suis habituée, les muscles se forment au fur et à mesure... Ce qui va être plus difficile, c'est de s'imposer au début par rapport aux garçons qui vont venir taquiner... mais si on se démarque au début, ils ont compris et ils arrêtent tout de suite, pour moi tout s'est très bien passé».

## 6.5 Autres constatations

Avant de clore cette présentation des résultats, nous aimerions mettre en évidence un dernier élément apparu dans les reportages. À la fin de la quasi-totalité des vidéos, le reporter a demandé à une personne interviewée ce qu'il en était de la place de la femme dans la profession en question. L'ensemble de ces avis est plutôt positif quant au travail des femmes dans ces métiers. Par contre, il est vrai que les travailleurs encouragent les filles à faire ces formations, mais rappelle tout de même la nécessité d'avoir une bonne condition physique, du courage et du caractère:

- «Dans ce métier, il y a principalement des hommes qui le pratiquent, c'est aussi bien accessible aux femmes qu'aux hommes, à condition d'avoir une bonne santé et un bon physique». (Forestier-bûcheron/forestière-bûcheronne)
- «Le métier de maçon est super physique, mais je pense qu'une femme qui a du physique et de la volonté, elle pourrait bien le faire aussi, c'est sûr qu'elle se sentirait en minorité, mais si elle a du courage, elle y arrivera aussi». (Maçon/maçonne)
- «Le métier est tout à fait accessible pour une femme, faut pas avoir peur de se salir, il faut avoir une condition physique relativement bonne, avoir une certaine force parce qu'on est toujours en train de soulever des pièces relativement lourdes, mais le métier est tout à fait accessible pour une femme». (Mécanicien/mécanicienne en motorcycle)
- «Le métier d'installateur-électricien, pour une femme, est tout à fait possible, il faudrait juste qu'elle soit consciente qu'il y a une partie physique assez importante et qu'elle ait quand même un peu de caractère, notamment pour travailler sur les chantiers». (Installateur-électricien, installatrice-électricienne)
- «Il ne faut pas que les filles aient peur de ce métier, c'est un métier comme un autre, intéressant et j'encourage les filles à faire ce métier». (Constructeur/constructrice métallique)
- etc.

Les quatre dimensions ont été analysées et interprétées séparément; néanmoins, il serait intéressant de mettre à présent en lien l'ensemble des résultats obtenus par domaine professionnel. En regroupant les chiffres de chaque branche, nous pouvons constater que de manière générale, certains domaines obtiennent des résultats médiocres. En matière de présentation des critères pouvant intéresser des jeunes filles, ces trois domaines sont les plus à la traîne.

- «Bois, papier, cuir»
- «Agriculture, horticulture, sylviculture»
- «mécanique, horlogerie, métallurgie»

Quant aux domaines exposant le plus d'images et de commentaires pouvant correspondre aux critères spécifiques des femmes, on trouve les branches professionnelles suivantes:

- «Transports, logistique, véhicules»
- «Hôtellerie restauration, tourisme»
- «Droit, sécurité, police»

Nous tenons tout de même à rappeler que ces trois derniers domaines sont ceux qui ne comportent qu'un seul métier.



Nous arrivons maintenant au terme de cette analyse. Nous allons passer à l'interprétation de ces résultats.

## 7. Interprétation des résultats

---

Pour chaque dimension analysée, nous allons discuter les résultats obtenus à la lumière de notre cadre conceptuel.

### 7.1 Présence de modèles féminins

Nos résultats ont démontré que nettement moins de femmes que d'hommes sont présentes dans les vidéos. En effet, de manière globale, la part de modèles féminins s'élève seulement à 9.62 %. Ces résultats sont représentatifs du pourcentage réel de femmes travaillant dans des domaines dits « masculins ». D'après l'Office fédéral de la statistique, il y avait, en 2011 dans notre pays, 5.6 % de femmes dans le domaine « ingénierie et techniques », 7,8 % dans la branche « informatique », ou encore 12.9 % de travailleuses dans le domaine lié au bâtiment. La représentation du féminin dans les vidéos ne favorise donc pas une identification à des modèles, puisqu'ils ne sont que très peu nombreux; dans certains métiers, il n'y en a d'ailleurs aucun (forestier-bûcheron/forestière-bûcheronne, maçon/maçonne, télématicien/télématicienne, etc.). Il est possible que cela soit dû au fait qu'il n'existe aucune femme exerçant ces métiers en Suisse. Prenons l'exemple de la profession d'installateur-électricien/installatrice-électricienne: dans la vidéo de présentation de ce métier, aucune femme n'a été aperçue, pourtant il en existe. En effet, d'après le tableau de l'étude vaudoise « choix 2010 », 3.6 % des apprenties de première année étaient des filles.

Les destinataires de ces vidéos sont des jeunes à la recherche d'un projet professionnel, ces reportages jouent donc un rôle dans leur choix. Comme le dit Dafflon Novelle (2004), le manque de modèle peut influencer ces choix vocationnels, car, pour pouvoir se projeter dans un métier, il est essentiel d'avoir eu, à un moment donné, un modèle de son propre sexe exerçant la profession en question. Cette auteure (2004) souligne dans ses recherches qu'il est difficile pour les jeunes filles d'avoir à disposition des modèles féminins exerçant des métiers généralement attribués au sexe masculin. Nous avons pu constater ce fait au travers de l'analyse des reportages.

Comme nous l'avons déjà relevé dans l'analyse de données, il est important de noter qu'un métier en particulier n'a pas suivi cette tendance: automaticien/automaticienne. Tout au long du reportage, une apprentie a été suivie dans ses travaux et longuement interrogée. Le grand nombre d'images et de paroles de cette jeune femme a pu créer un réel modèle féminin pour cette profession. Il en va de même pour quelques autres métiers, où il est vrai que peu de femmes différentes ont été filmées, mais les rares femmes présentées ont été autant filmées que les hommes (par exemple: ramoneur/ramoneuse, policier/policie, etc.).

### 7.2 Féminisation des noms des métiers

Comme nous l'avons relevé dans notre cadre conceptuel, selon Moreau (1990), le langage n'est pas neutre. L'absence de féminisation est considérée par Labrosse (1996) comme un phénomène linguistique diminuant la présence des femmes dans la langue, ce qui peut entraîner une représentation erronée de la réalité. Pour qu'une fille réussisse à se projeter dans un métier plutôt masculin, en plus de modèles féminins, il serait aussi important qu'elle puisse entendre ou même lire le nom du métier au féminin.

Dans notre recherche, nous avons analysé la féminisation des noms des métiers par le biais de deux indicateurs: féminisation écrite; féminisation orale.

En ce qui concerne les noms de métiers écrits, nous avons constaté une égalité parfaite entre les noms au féminin et ceux au masculin. Par contre, nous avons relevé que le masculin précédait toujours le féminin, ce qui correspond à la règle établie par Claude Favre de Vaugelas (1647). Ce grammairien décréta que le masculin, plus noble que le féminin, devait prédominer. On constate que cette règle est toujours en vigueur de nos jours.

Concernant les occurrences orales, cette même égalité n'a été constatée que pour seulement trois professions. La féminisation des autres métiers varie entre 11.11 % et 42.66 %. Nous avons aussi noté que cinq métiers n'ont pas été cités au féminin dans leurs vidéos respectives. D'après le compte-rendu de Baudet (1997), l'absence de féminisation exclut les femmes du droit à être représentées et, à cause de cet effacement, les femmes n'apparaissent pas comme sujets dans la représentation de la réalité des individus.

Dans notre cadre conceptuel, nous avons cité un passage du rapport de la commission d'études sur la condition féminine en Valais (1991) qui disait que «nombreuses professions se sont ouvertes aux femmes sans que l'on ait réussi à féminiser le vocabulaire s'y rapportant» (p. 15). Dans notre étude, nous n'avons pas été confrontée à ce constat. Pour 47 métiers sur les 50 répertoriés au total, les noms existaient aussi au féminin. Les trois autres noms de métier restants sont épicènes, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas marqués du point de vue grammatical en raison soit de leur terminaison par une consonne suivie d'un -e muet ou soit à cause de leur suffixe -iste, ou -logue (aide en technique du bâtiment, ébéniste, technologue du lait).

Dans notre analyse de données, nous avons relevé que des femmes avaient cité le nom de leur métier uniquement au masculin «tout ce qu'un polymécanicien effectue, c'est tout d'abord...», «la possibilité pour un polymécanicien...», «nous sommes deux cuisiniers», «Il y a 75 logisticiens». On constate, dès lors, que, même lorsque ces travailleuses parlent de leur métier, elles le citent au masculin; elles ne semblent pas désireuses d'être reconnues en tant que femme dans leur profession. Ce phénomène nous rappelle les dires de Khaznadar (1990) cités dans le cadre théorique: «Les filles sont accoutumées à ne pas être nommées, à ne pas se nommer, ou à n'être nommées toujours qu'en second, et dans l'embarras» (p. 43, cité par Baudet, 1997). On peut aussi faire un lien entre ces travailleuses qui ne citent pas leur profession au féminin et les dires de Vouillot (2002). Cette auteure mentionne dans ses recherches que les filles qui choisissent un métier typiquement masculin «transgressent les normes» et cela engendre pour elle un coût identitaire et social. Le fait de ne pas se nommer, c'est ne pas se reconnaître en tant que femme dans sa profession, cela peut donc engendrer un coût identitaire.

Par contre, une ferblantière avait dit «pour faire le métier de ferblantier ou ferblantière, il faut comme qualité...»; dans ce cas-ci, cette employée reconnaît son statut de femme dans sa profession. Par contre, on remarque dans ces dires que, là encore, le masculin prédomine, puisqu'il est mentionné en premier. Quant aux paroles des hommes, elles respectent ce que Favre de Vaugelas a décrété: le masculin est plus noble que le féminin. Les hommes ont cité leur métier uniquement au masculin. On note donc une différence entre hommes et femmes face à la féminisation des noms; les hommes ne parlent qu'au masculin tandis que les femmes nomment leur profession soit au masculin soit au féminin.

### **7.3 Présence de l'aspect relationnel du métier**

D'après Cuerrier (2010), Bédard, Paiment et Spain (1998), l'aspect relationnel serait une variable spécifique aux femmes, et déterminante dans le choix professionnel de ces



dernières. Dans la présentation du métier de policier/policière, on constate cette caractéristique. En effet, un homme et une femme ont été plus longuement suivis et interrogés; sur ces deux travailleurs, la femme a relevé davantage d'éléments liés à la dimension relationnelle. Elle a soulevé plus particulièrement ses activités d'aide à autrui lorsqu'elle est au guichet et qu'elle reçoit des personnes. Tandis que l'homme n'a pas abordé cet aspect de sa profession.

Cependant, nous notons que, dans notre étude sur les vidéos des métiers typiquement masculins, la dimension relationnelle est beaucoup ressortie. En effet, malgré le fait que la majorité des personnes interviewées étaient des hommes, l'aspect relationnel a été relevé dans la quasi-totalité des vidéos. Les hommes sembleraient être aussi sensibles à l'importance de cette dimension dans leur profession. Un apprenti informaticien a, par exemple, justifié son choix professionnel par la raison suivante: «on fait beaucoup d'aide aux utilisateurs quand on fait informaticien, donc c'est vraiment ce que je cherchais: nouvelle technologie et aider les autres».

On constate tout de même que dans la présentation de deux professions, l'aspect relationnel n'a pas pu être observé, malgré que, dans la liste des qualités requises pour exercer ces deux professions, figure «aptitude à travailler en équipe». Il est regrettable qu'aucune image de collaboration ou de contact avec autrui n'ait été utilisée pour la réalisation de la vidéo. Nous soulignons, néanmoins, que dans ces deux cas, l'une des personnes interrogées a tout de même relevé cet aspect de sa profession.

#### **7.4 Conditions de travail (gestion d'une famille en parallèle)**

Quant aux conditions de travail permettant à une femme d'assurer ses rôles de travailleuse et de mère, aucune remarque ou information à ce sujet n'a été citée. C'est plutôt les aspects négatifs de certains horaires de travail qui ont été relevés (heures supplémentaires fréquentes, travail de nuit, travail pendant le week-end, jours fériés, etc.). Bien entendu ces contraintes sont bel et bien réelles dans les métiers en question. Cependant, la possibilité d'horaire à mi-temps n'a été abordée, par exemple, dans aucune vidéo.

Par contre, les conditions de travail en lien avec la pénibilité du métier ont beaucoup été mentionnées. Ces informations sur la difficulté physique du métier ont souligné les stéréotypes dont parlent Bosse et Guénard dans leur recherche (2007). Selon ces auteurs, ces stéréotypes sont construits sur des croyances communes élaborées par la société. Leur étude a déterminé que 45 % des élèves interrogés ont des représentations stéréotypées des métiers. D'après ces jeunes, les métiers plutôt masculins demandent les qualités suivantes: «force», «résistance» et «courage». Ils ont aussi mentionné que «les métiers masculins nécessitent un certain physique et une carrure que les femmes n'ont pas» (p. 33). Dans le contenu des vidéos de présentation des métiers typiquement masculins, on retrouve justement ces stéréotypes. En lien avec la force, le terme «physique» est apparu très fréquemment. Les travailleurs ont, en effet, souvent souligné l'importance d'avoir un bon physique, ce qui peut freiner le choix des filles pour une telle profession: «il faut être résistant pour faire mon métier» «automaticien, c'est quand même un métier physique», «c'est assez physique, on est toute la journée debout», «mon métier exige pas mal de résistance physique», «le travail d'un ferblantier est assez physique».

D'après les adolescents et les adolescentes interrogés par Bosse et Guénard (2007), les filles sont, quant à elles, «minutieuses et peuvent exercer des métiers qui exigent de la finesse» (p. 31). Malgré le fait qu'une grande partie des 50 métiers retenus pour notre analyse sont plutôt «manuels», cet aspect lié à la minutie et à la finesse n'a que très peu été relevé. Comme nous l'avons souligné, la force physique a été davantage abordée.

L'étude de Fontanini (2009) présentée dans notre cadre conceptuel aboutit au même constat que Bosse et Guénard. Cette auteure a pu constater aussi que, d'après les jeunes, les filles n'ont pas (ou moins) de force, de courage, etc. On retrouve, par exemple, ce stéréotype dans les paroles de travailleurs interrogés sur la question de la place de la femme dans leur métier: «La formation est quand même envisageable pour une fille, mais elle est quand même un peu éprouvante». «Le métier d'installateur-électricien, pour une femme, est tout à fait possible, il faudrait juste qu'elle soit consciente qu'il y a une partie physique assez importante et qu'elle ait quand même un peu de caractère notamment pour travailler sur les chantiers». Dans ces dires destinés aux filles, on les informe qu'il est possible de faire ce métier, mais on relève quand même les difficultés qu'elles pourraient rencontrer en tant que femme.

En plus de la difficulté physique, les travailleurs soulignent aussi la difficulté pour une fille de s'imposer dans ce métier. Dans les paroles citées précédemment, on nous parle d'avoir du caractère et pour le métier de conducteur/conductrice de véhicules lourds, il est dit: «Ce métier il est tout à fait ouvert au filles, après c'est sûr qu'il faut commencer à faire sa place, mais après on arrive tout à fait à s'intégrer dans ce milieu». Ces dires rappellent indirectement que ces métiers sont plutôt réservés aux hommes et cela peut freiner une fille dans ses choix professionnels, car il lui indique une difficulté supplémentaire qu'elle rencontrera en tant que femme.

Nous sommes au terme de cette interprétation, nous allons maintenant revenir sur les questions qui sous-tendaient notre étude.

## **8. Retour sur les questions de recherche**

---

Quatre questions ont été formulées; chacune d'elles traite de l'une des dimensions précédemment analysées. À la lumière de nos résultats, nous allons, à présent, y répondre.

La première question était en lien avec la présence de modèles féminins:

- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle montre-t-il aux jeunes filles des modèles féminins de travailleuses dans ses vidéos de présentation des métiers dits «masculins»?

D'après nos résultats, le Service d'orientation ne montre pas à parts égales des modèles de femmes et d'hommes dans ses vidéos de présentation des métiers généralement réservés aux hommes. Une faible part de femme est présente (9.62 %), mais nous relevons des différences entre les différents métiers; ce résultat n'est donc qu'un résultat global.

Ensuite, répondons à la question relative la féminisation des noms des professions:

- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle féminise-t-il les noms des professions dans ses vidéos de présentation des métiers dits «masculins»?

Dans ses vidéos de présentation des métiers typiquement masculins, le Service de l'orientation professionnelle féminise à chaque fois le nom des professions à l'écrit. Mais, à l'oral, les différences entre masculin et féminin sont criantes. Les travailleurs ne féminisent jamais le nom de leur profession. Dans de rares cas, le féminin a été cité aussi souvent que le au masculin; jamais, le féminin n'a été davantage cité.

Quant à la troisième question, elle interrogeait le contenu des vidéos sous l'angle de l'aspect relationnel:

- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle présente-t-il la dimension relationnelle des professions dans ses vidéos de présentation des métiers dits «masculins»?

Que ce soit par l'intermédiaire d'explications orales ou par le biais d'images, dans l'ensemble, l'aspect relationnel est bien relevé dans les vidéos de présentation des métiers typiquement masculins. Dans la quasi-totalité des reportages, l'aspect relationnel était plutôt de type «interne»; c'est-à-dire qu'on pouvait observer principalement des collaborations entre travailleurs d'une même entreprise ou avec des travailleurs d'une même branche. Cette dimension relationnelle «interne» a aussi été la plus présentée par les travailleurs interviewés. Le mot le plus fréquemment mentionné était «travail d'équipe».

Passons maintenant à la dernière question que nous nous sommes posée:

- Dans quelle mesure le Service de l'orientation professionnelle présente-t-il les conditions de travail répondant aux critères de choix professionnels des jeunes filles dans les vidéos de présentation des métiers dits «masculins»?

Les conditions de travail telles qu'elles sont présentées ne correspondent pas aux attentes des filles. Les critères de choix des jeunes filles en lien avec la gestion d'une famille en parallèle ne sont pas exposés dans ces vidéos de présentation des métiers typiquement masculins. En effet, aucune information en lien avec «la multiplicité des rôles» des femmes n'est explicitée dans le contenu de ces reportages.

Après avoir répondu à ces quatre questions, nous allons revenir sur ce qui a été fait et exposer les limites de cette recherche.

## **9. Analyse critique de la démarche**

---

L'analyse de contenu a été un dispositif méthodologique adéquat pour la réalisation de notre recherche. Cette méthode nous a permis de „décortiquer“ le contenu des reportages à l'aide d'une grille. Les dimensions et les indicateurs de notre grille d'analyse ont été choisis sur la base des études mises en évidence dans notre cadre conceptuel. Nous sommes très satisfaite des quatre dimensions retenues (présence de modèles, féminisation des noms de métiers, présence de l'aspect relationnel et conditions de travail), car elles ont permis de porter un large regard sur le contenu des vidéos. En effet, notre étude ne s'est, ainsi, pas restreinte à l'analyse d'un seul critère pouvant influencer le choix professionnel d'une jeune fille, mais à plusieurs.

Concernant le corpus, nous avons retenu l'ensemble des métiers dits «masculins» qui possédaient un reportage de présentation sur le site internet du Service de l'orientation. Nous voyons là une limite à notre recherche, car elle a été basée seulement sur ces 50 professions. De nombreuses professions habituellement masculines ne figuraient pas dans notre échantillon, parce qu'elles ne possédaient malheureusement pas de vidéos. Nos résultats ne sont donc que moyennement significatifs. En ce qui concerne notre corpus, nous souhaiterions relever un deuxième élément: nous avons constaté que mis à part le métier de policier/policrière, ces métiers étaient tous des formations professionnelles de type initial (formation en apprentissage). Aucun métier nécessitant des études supérieures ne disposait d'un reportage (par exemple: ingénieur en génie

mécanique, agrotechnicien, etc.). Notre corpus n'est donc vraisemblablement pas représentatif de l'ensemble des métiers dits «masculins».

Nous avons fait preuve d'une grande rigueur tout au long de notre analyse de données. Par contre, durant cette analyse, nous avons constaté une certaine subjectivité lorsque nous comptons les occurrences des différentes dimensions. Notre analyse se basait sur des images, c'était donc à nous de déterminer si telle image correspondait ou non à l'un des indicateurs de notre grille. Prenons l'exemple du comptage des modèles féminins et masculins: si une même personne apparaissait à plusieurs reprises, nous avons décidé de ne la compter qu'une seule fois; cette manière de faire nous a parfois posé problème. Il est arrivé que les travailleurs ou travailleuses soient filmés extrêmement rapidement ou bien de dos. Dans ces conditions, définir s'il s'agissait d'une personne que nous avions déjà répertoriée ou non était parfois ardu. À plusieurs reprises, nous n'avons pas eu le choix de prendre une décision. Nous relevons donc que ces probables erreurs ont pu altérer l'exactitude des résultats.

Une réflexion a dû être menée pour savoir comment gérer la présentation des résultats de 50 professions. Nous avons opté pour le regroupement des métiers par domaines d'activités; cela a créé au total dix branches professionnelles (nous nous sommes référée aux branches figurant sur le site internet du Service de l'orientation). La présentation des résultats a été, dès lors, plus aisée, pourtant une limite est à noter: le nombre de métiers par domaine était inégal. Par exemple, «hôtellerie, restauration, tourisme» ainsi que «droit, sécurité, police» ne comportait qu'un seul métier; ce qui ne créait pas une représentation satisfaisante du domaine. Seul le domaine en lien avec le bâtiment et la construction englobait une grande variété de métiers, 19 au total. De plus, le fait d'avoir regroupé les professions en seulement 8 branches professionnelles a diminué la précision des résultats. À notre avis, il aurait fallu créer des sous-groupes pour chaque domaine d'activités. Prenons l'exemple de l'horlogerie; cette branche professionnelle était placée dans le même domaine que la mécanique et la métallurgie. Sur les 12 métiers retenus dans cette branche, seul le métier de micromécanicien/micromécanicienne est réellement en lien avec l'horlogerie. L'horlogerie n'était donc pas représentée à parts égales.

## 10. Conclusion

---

Au travers des résultats obtenus, nous constatons que les vidéos de présentation des métiers ne sont pas épargnées par les stéréotypes de genre. Nos résultats illustrent ce que Vouillot (2002) relève dans l'un de ses articles:

La prégnance des normes de sexe est toujours très vivace et oriente (à des degrés divers) nos manières d'être, nos conduites et nos activités. Même si, dans notre culture, il y a des évolutions, on est encore loin de l'abolition des frontières culturelles de sexe et de la "désexualisation" des rôles et activités investis par les hommes et par les femmes. La division sexuée est notamment particulièrement résistante dans le domaine de l'orientation scolaire et professionnelle (p. 486).

Pour la réalisation des reportages, il est probable que pour certaines professions dites «masculines», il soit difficile de trouver des travailleuses et, qui plus est, étant d'accord d'être filmées et interrogées. Néanmoins, nous avons été surprise de voir que plusieurs fois des femmes ont été brièvement filmées, mais pas interviewées. N'ont-elles pas souhaité être plus longuement filmées et interrogées? Ou était-ce un choix de la part des reporters de préférer des travailleurs masculins?

Ce manque d'images d'employées est regrettable. Comme nous l'avons déjà mentionné, en observant une quasi-totalité de modèles masculins, une projection personnelle dans les métiers en question est difficile pour une jeune fille.

Ensuite, il est vrai que les travailleurs interrogés sont libres de s'exprimer, mais il aurait peut-être été intéressant de les sensibiliser à la question et de leur demander de citer le nom du métier dans les deux genres grammaticaux. Les rédacteurs du site internet du Service de l'orientation professionnelle écrivent les métiers au masculin et au féminin et dans les vidéos, les métiers sont également écrits dans les deux genres. Il est regrettable que cela ne soit pas toujours le cas dans le contenu oral des reportages. Tout comme des modèles concrets de travailleuses, la féminisation contribue aussi indirectement à la création de modèles permettant aux filles de se projeter plus facilement dans une profession.

Sutter (1999) propose quelques pistes plus générales qui pourraient aussi améliorer la situation:

Les mesures visant l'égalité des sexes dans le choix de la profession doivent tabler sur plusieurs plans. Elles doivent d'une part sensibiliser les jeunes femmes à la valeur d'une bonne formation professionnelle de base et continue et les soutenir dans leur recherche d'un métier. D'autre part, ces mesures doivent abolir les barrières culturelles et structurelles qui existent encore dans la formation et le monde du travail afin de faciliter, pour les femmes comme pour les hommes, la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle lors de la planification de la carrière et de la formation continue. (p. 2)

L'une des solutions clé que soutient Vouillot (2007) rejoint celle proposée par Sutter (2009) sur l'abolition des barrières culturelles:

Comment faire pour que filles et garçons puissent s'envisager dans une formation et une profession sans avoir le sentiment de transgresser? Il faudrait que cesse l'injonction paradoxale: les métiers, les compétences n'ont pas de sexe, alors que les messages distillés par la famille, l'école, les médias véhiculent des images des rôles de sexe toujours très marqués et présentés comme «naturels» qui confortent les filles et les garçons dans des comportements et des activités nettement différenciées. (p.26)

Concernant cette impression de transgresser mise en évidence par Vouillot (2007), nous avons relevé un élément intéressant sur le site internet du Service de l'orientation professionnelle. Comme l'ont montré les résultats, les vidéos ne sont pas neutres en matière de représentations du féminin et du masculin. Par contre, ce Service d'orientation tente tout de même d'encourager les filles à choisir des métiers «atypiques» pour leur sexe. Il existe une rubrique «jeunes femmes dans des métiers techniques ou artisanaux». Cette rubrique propose des vidéos de femmes parlant de leur métier, mais ces travailleuses sont sorties de leur contexte. En effet, elles sont toutes filmées devant un fond neutre et non pas sur leur lieu de travail. À notre avis, cela ne facilite pas la projection personnelle d'une jeune fille dans un métier; ces reportages hors contexte donnent une impression de situation peu concrète. De plus, le fait de constater qu'il y a une rubrique «spéciale» pour les femmes exerçant certains métiers renforce, selon nous, l'idée de transgression des normes. Comme nous l'avons vu dans notre cadre conceptuel, s'autoriser à faire des choix vocationnels étiquetés «masculins» engendre des difficultés identitaires et sociales.

Comme le montre la psychologie de l'orientation (Guichard et Huteau, 2005), la représentation de soi est au cœur de l'orientation professionnelle.

Un projet scolaire ou professionnel est toujours la projection d'une image de soi possible, d'une forme identitaire que l'on souhaite réaliser... Faire un projet est donc une forme de création de soi: comment je m'imagine, comment je m'envisage. (Vouillot, 2007, p. 93)

Ainsi, donner l'impression aux filles d'être «différentes» ou «hors normes», ne va pas diminuer la division sexuée actuelle du monde du travail.

Comme le dit Vouillot (2002), la situation s'améliorera «le jour où nous cesserons de penser à partir du genre et que nous pourrons imaginer le non-genre» (p. 8). Plus le problème est médiatisé, plus cela confirme et rappelle qu'il y a des métiers typiquement masculins et d'autres typiquement féminins.

Cette recherche nous invite ainsi à réfléchir aux rôles des médias et à leur impact sur la vision sexuée des jeunes d'aujourd'hui. Au travers de cette étude, nous nous sommes penchée sur un média en particulier, mais nous tenons à rappeler que bien d'autres facteurs peuvent être responsables de la formation et du maintien des stéréotypes de genre: la famille, la société, les activités extrascolaires, la télévision, les livres, mais aussi l'école.

En tant que future enseignante, c'est sur ce dernier facteur que nous pourrions personnellement jouer un rôle. Cette recherche a été, pour nous, une prise de conscience sur le sujet. L'enseignant-e peut éviter les stéréotypes de plusieurs manières: par exemple en favorisant une littérature enfantine neutre. Ensuite, il serait intéressant de discuter de ces thématiques avec les élèves et de développer chez eux un esprit critique face aux représentations qu'on leur propose. Selon Vouillot (2007), «il faudrait faire prendre conscience aux jeunes des systèmes de normes qui les guident dans leurs choix» (cité par Gianettoni & Le Feuve, 2011, p. 2).

De plus, en tant que future enseignante, nous aimerions favoriser la découverte de tous les métiers chez les élèves afin d'élargir leur champ des possibles.

À l'école enfantine et primaire, les jeux et les jouets ont encore une place importante. Là encore, les choix des enseignants-es peuvent parfois favoriser des stéréotypes de genre. En effet, certaines marques de jouets continuent par exemple à cantonner les femmes seulement aux rôles de femme au foyer, de mère et d'épouse.

## **10.1 Prolongements et perspectives**

Notre étude soulève d'autres questions qui n'ont malheureusement pas pu être traitées dans le cadre de ce travail de fin d'études; les prolongements possibles qui peuvent en découler sont nombreux.

Les vidéos ne sont pas la seule source d'information dont les jeunes disposent pour se renseigner au sujet des métiers. Il existe également, pour la plupart des professions, une documentation écrite. Il aurait été dès lors intéressant de compléter notre étude en analysant la représentation du féminin dans les brochures des métiers typiquement masculins.

Ensuite, pendant l'analyse des résultats, nous nous sommes demandée comment les reporters choisissaient les entreprises visitées et les employés qui étaient plus longuement filmés et interrogés. Nous pourrions envisager de poursuivre cette recherche en interviewant les créateurs de ces vidéos pour connaître les raisons de ces choix.



Nous serions également curieuse d'interroger des filles ayant fait des choix de parcours professionnels dits «atypiques». Il serait intéressant de connaître les raisons de leur choix, leur motivation, l'image qu'elles ont d'elles-mêmes dans leurs activités quotidiennes, etc.

Au travers de nos lectures, la présence de modèles féminins est ressortie comme étant l'un des facteurs clé pouvant aider les filles à oser «transgresser» les normes. Notre dernière proposition de prolongement est la suivante : sur un échantillon de filles exerçant une profession plutôt masculine, nous serions intéressée de connaître la part d'entre elles qui ont eu accès à un modèle féminin. Puis, nous pourrions questionner l'importance et le rôle que ces modèles ont joué dans leur choix professionnel.

Pour clore notre travail, nous souhaitons présenter un cas concret d'évolution en matière de représentation du genre féminin. La marque danoise «Lego» vient récemment de créer la première figurine scientifique féminine. Jusqu'à présent, les scientifiques «Lego» ont toujours été représentés par des figurines masculines. Sensible à l'importance des femmes dans le domaine scientifique, cette célèbre marque a fait un pas en avant vers l'égalité des sexes. À quand des figurines hommes et femmes pour tous les métiers?

Nous espérons que d'autres exemples de ce genre continueront de voir le jour à l'avenir.



Figure Lego „la professeur Bodin“

## 11. Littérature

---

Bardin, L. (1977). *L'analyse de contenu*. Paris: PUF.

Baudelot, C. & Establet, R. (1992) Allez les filles ! *Revue française de pédagogie*, 101, 123-124.

Baudet, C. (1997). Pour une grammaire non sexiste. *Recherches féministes*, 1, 170-172.

Bédard, L., Paiement, L. & Spain, A. (1998). Conception révisée du développement de carrière au féminin. *Recherches féministes*, 11, 95-109.

de Beauvoir, S. (1950). *Le Deuxième Sexe*. Paris: Gallimard.

Bosse, N. & Guégnard, C. (2007). Les représentations des métiers par les jeunes: entre résistances et avancées. *Travail genre et société*, 18, 27-46.

Carvalho Arruda, C., Guilley, E. & Gianettoni, L. (2013). Quand filles et garçons aspirent à des professions atypiques. *Revue Reiso*. En ligne <http://www.reiso.org/spip.php?article2992>, consulté le 25 mars 2013.

Chiland, C. (1998). *Le sexe mène le monde*. Paris: Calmann-Lévy.

Clair, I. (2012). *Sociologie du genre*. Paris: Armand Colin.

Collet, I. (2011). Comprendre l'éducation au prisme du genre. *Théories, questionnements, débats*. Les Carnets des sciences de l'éducation: Université de Genève.

Constitution fédérale de la Confédération suisse du 18 avril 1999, article 8 alinéa 3.

Cuerrier, C. (2010). *Guide pratique, une carrière au féminin, être au fait des caractéristiques particulières du cheminement professionnel des femmes*. Services à la vie étudiante. UQÀM: Université du Québec à Montréal.

Dafflon Nouvelle, A. (2004). *Socialisation différentielle des sexes: quelles influences pour l'avenir des filles et des garçons?* Le genre en vue. Conférence Suisse des déléguées à l'égalité, projet des places d'apprentissage 16+.

Dafflon Nouvelle, A. (2006). *Filles-garçons. Socialisation différenciée?* Grenoble: PUG.

Danvers, F. (1992). *700 mots clefs pour l'éducation*. Lille: PUL.

Daréoux, E. (2007). Des stéréotypes de genre omniprésents dans l'éducation des enfants [Version électronique]. *Empan*, 65, 89-96.

Doise, W. (1990). *Les représentations sociales. Traité de Psychologie Cognitive 3: Cognition, Représentation, Communication*. Paris: Dunod.

Duru-Bellat, M. (1990). *L'école des filles, quelles formations pour quels rôles sociaux?* Paris: L'Harmattan.

Etienne, J et al. (2004). *Dictionnaire de la sociologie. Les notions, les mécanismes, les auteurs*. Paris: Hatier.

- Favre de Vaugelas, C. (1647). *Remarques sur la langue française*. Paris: Slatkine.
- Flament, C. (1994). Structure, dynamique et transformation des représentations sociales. *Pratiques sociales et représentations*. Paris: Presses Universitaires de France. 37-57.
- Fontanini, C. (2009). Les représentations des métiers par les élèves de cycle 3: permanences et perspectives d'évolution. *Recherche & Educations*, 2, 167-177.
- George, A. (1959). Quantitative and qualitative approaches to content analysis. *Trends in Content Analysis*. Urbana : University of Illinois Press, 7-32.
- Gianettoni, L. & Le Feuvre, N. (2011). *Genre, orientation scolaire et professionnelle, questions de méthodes*. Colloque international, Université de Lausanne, Grange de Dorigny.
- Gottfredson, L. (1981). Circumscription and Compromise: a Developmental Theory of Occupational Aspirations. *Journal of Counseling Psychology Monograph*, 6, 545-579.
- Gottfredson, L. (1996). Gottfredson's Theory of Circumscription and Compromise. *Career Choice and Development*, San Francisco, Jossey-Bass, 179-232.
- Guichard, J. & Huteau, M. (2006). *L'orientation scolaire et professionnelle*. Paris: Dunod.
- Houdebine, A.-M. (1992). Sur la féminisation des noms des métiers en France. *Recherches féministes*, 5, 153-159.
- Huteau, M. (1998). Les mécanismes psychologiques de l'évolution des attitudes et des préférences vis-à-vis des activités professionnelles. *L'Orientation scolaire et professionnelle*, 11, 107-125.
- Ipsos Public Affairs Ipsos/DIF. (2007). *Les parents face à la représentation sexuée des métiers*. Ipsos.
- Khaznadar, E. (1990). *Le nom de la femme: virtualisation idéologique et réalité linguistique*. Université de Toulouse.
- Labrosse, C. (1996). *Pour une grammaire non sexiste*. Montréal: Les éditions du remue-ménage.
- Lebreton, D., McKee-Allain, I. et & Ouellette, J.-G. (2005). La spécificité des femmes en matière d'insertion socioprofessionnelle. *Éducation et francophonie*, 33, 124-139.
- Molinier, P. (2002). Féminité sociale et construction de l'identité sexuelle, perspectives théoriques et cliniques en psychodynamique du travail. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 4, 565-580.
- Moreau, T. (1991). *Le langage n'est pas neutre, réflexions sur les discriminations touchant les femmes et les hommes dans l'information professionnelle et guide de rédaction non discriminatoire*. Lausanne: ARCOSP
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Negura, L. (2006). L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales. *Revue SociologieS, théories et recherches*. En ligne <http://sociologies.revues.org/993>, consulté le 21 août 2013.

Scott, J. (1988). Le genre de l'histoire. *Cahiers du GRIF*. 125-153.

Statistique Vaud, Orientation à l'issue de la scolarité obligatoire et des filières de transition: résultats de l'enquête «choix 2010».

Sutter, E. (1999), *Femmes – pouvoir – histoire: événements de l'histoire des femmes et de l'égalité des sexes en Suisse de 1848 à 1998*, Partie 2. Commission fédérale pour les questions féminines

Tap, P. (1985). *Masculin et féminin chez l'enfant*. Toulouse: Privat

Valence, A. (2010). *Les représentations sociales*. Bruxelles: De Boeck

Vouillot, F. (2002). Construction et affirmation de l'identité sexuée et sexuelle: éléments d'analyse de la division sexuée de l'orientation. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 4, 485-494.

Vouillot, F. Mezza, J., Thiénot, L. & Steinbruckner, M.-L. (2011). *Orientation scolaire et discrimination. Quand les différences de sexe masquent les inégalités*. Paris: La documentation française.

Vouillot, F. (2007). L'orientation aux prises avec le genre. *Travail, genre et société*, 18, 87-108.

Projet dans le cadre du Programme national de recherche «Égalité entre hommes et femmes» (PNR 60). Aspirations et orientations professionnelles des filles et garçons en fin de scolarité obligatoire: Quels déterminants pour plus d'égalité? En ligne <http://www.nfp60.ch/F/Pages/home.aspx>, consulté le 22 septembre 2014.

### **Les graphiques, tableaux et schémas présents dans le mémoire:**

- |                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Graphique 1:</b> | Source: Office fédéral de la statistique (OFS), 2011  |
| <b>Graphique 2:</b> | La carte cognitive des professions (Gottfredson, 1981, cité par Guichard & Huteau, 2006)  |
| <b>Graphique 3:</b> | Pourcentage de modèles masculins et féminins présents dans l'ensemble des vidéos  |
| <b>Graphique 4:</b> | Nombre de modèles masculins et féminins dans les vidéos (métiers classés par domaines professionnels)   |
| <b>Graphique 5:</b> | Nombre de noms cités au masculin et au féminin dans les vidéos (métiers classés par domaines professionnels)  |
| <b>Graphique 6:</b> | Aspect relationnel des métiers. Moyenne du nombre de collaborations et/ou contacts avec autrui observés (métiers classés par domaines professionnels) |
| <b>Tableau 1:</b>   | Synthèse des stéréotypes de genre dans les médias pour enfants selon Daréoux (2007)   |
| <b>Tableau 2:</b>   | Part de femmes ayant été choisies pour être interviewées en comparaison à la part d'hommes interrogés   |

**Tableau 3:** Résultat et moyenne par domaine de la présence de la dimension relationnelle dans les vidéos

**Schéma 1:** «La sélection des préférences professionnelles» (Huteau, 1982, cité par Guichard & Huteau, 2006, p. 95)

## 12. Annexes

---

<b>Annexe I</b>	Grille d'analyse vierge
<b>Annexe II</b>	Résultats détaillés de la présence de modèles féminins et masculins (organisés par domaines d'activités)
<b>Annexe III</b>	Résultats détaillés de la féminisation écrite et orale des noms des métiers (organisés par domaines d'activités)
<b>Annexe IV</b>	Résultats détaillés de la présence observable et explicite de l'aspect relationnel dans les métiers (organisés par domaines d'activités)

### Attestation d'authenticité

Je certifie que ce mémoire constitue un travail original et j'affirme en être l'auteure. Je certifie avoir respecté le code d'éthique et la déontologie de la recherche en le réalisant.

Saint-Maurice, le 17 février 2014