

**République Algérienne Démocratique et Populaire**

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique**

**Université de Saida Dr. MOULAY Tahar**

**Faculté des lettres, des Langues et des Arts**

**Département des Lettres et Langue Française**



**Mémoire élaboré en vue de l'obtention d'un diplôme de Master**

**Option : Sciences du langage**

**Thème :**

La socialisation des filles et des garçons dans la société algérienne, à travers les institutions, les objets et les représentations sociales.

**Réalisé par :**

HABIBES Imene Selma

**Sous la direction de :**

Monsieur Sayah Mohamed

**Devant le jury composé de :**

**Dr. Maarif Miloud Président**

**Dr. Makhoulf Lilya Examinatrice**

**Année universitaire 2021-2022**

## Remerciements

Louange à Dieu tout puissant, qui nous a permis de voir ce jour tant attendu et de nous avoir donné le privilège et la chance d'étudier et de suivre le chemin de la science et de la connaissance.

S'il faut beaucoup de motivation, de rigueur et d'enthousiasme pour bien mener ce mémoire, alors, ce travail de recherche a eu besoin de la contribution de plusieurs personnes, qu'on tient à remercier.

Je tiens à remercier particulièrement mon directeur de recherche Mr SAYAH qui m'a guidé et dirigé dans l'accomplissement de ce mémoire et qui m'a accordé son temps et son attention.

Je remercie madame Makhlouf pour son soutien et ses orientations. Mes remerciements vont également à tous les enseignants du département de Français, qui ont contribué à notre formation.

Mes plus vifs remerciements vont aussi aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont porté à mon travail.

Je ne saurai oublier mes parents qui m'ont toujours encouragé et que je suis la maintenant grâce à eux, mes deux sœurs Sara et Nour et mon petit frère Mouffok ainsi que mes amis surtout Lilly, Ines et Bouchra et tous mes collègues pour leur soutien moral et leur précieuse aide.

Et enfin, je veux remercier tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin dans l'élaboration et la finalisation de ce travail.

## **Dédicace**

Je dédie le fruit de ce travail accompagné d'un profond amour:

A ma mère Kherfi Moulette qui m'a arrosé de tendresse et d'espoir, qui a souffert sans me laisser souffrir, qui n'a jamais dit non à mes exigences et qui n'a épargné aucun effort pour me rendre heureuse,

A l'homme à qui je dois ma vie, ma réussite et tout mon respect, mon cher père  
Habibes Mustapha,

A mes chères sœurs Sara et Nour El Houda pour leurs encouragements permanents et leurs soutien moral,

A mon petit frère Habibes Mouffok pour son appui et son encouragement,

A mon cher frère HABIBES Abdelkrim, décédé trop tôt, qui a toujours été un bon exemple de courage, de volonté et de patience. J'ai trouvé en lui le conseil d'un frère et le soutien d'un ami, que ce travail soit l'expression de mon estime pour lui.

## Table des matières

Introduction générale.....	6
1. La problématique.....	6
2. Les hypothèses de recherche.....	7
3. Motivation et objectifs .....	7
4. Méthodologie et corpus.....	7
5. Plan de recherche.....	7
1 La socialisation .....	10
1.1 Définition de la socialisation.....	10
1.2 La socialisation primaire.....	11
1.2.1 Le regard des parents sur les deux sexes .....	11
1.2.2 le jouet comme objet de socialisation .....	12
1.2.3 Littérature enfantine : entre image et sexisme.....	14
1.2.4 la relation entre frère et sœur.....	15
1.3 La socialisation secondaire .....	17
1.3.1 Le rôle des enseignants dans les contributions aux différences de sexes .....	17
1.3.2 Le rôle des pairs.....	18
1.3.3 Les medias.....	19
1.3.3.1 Définition des médias.....	20
1.3.3.2 Le rôle des medias.....	22
2 La socialisation sexuée .....	23
2.1 L'identité sexuée .....	25
2.1.1 Qu'est ce que l'identité sexuée ? .....	25
3 Les théories du schème de genre.....	26
4 Les représentations sociales.....	29
4.1 les fonctions des représentations sociales .....	31
4.2 L'imaginaire collectif .....	32
4.2.1 Composition de l'imaginaire collectif.....	32
4.2.1.1 Imagination.....	33

4.2.1.2 Symbole.....	33
4.2.1.3 Concepts .....	34
4.2.1.4 Mémoire .....	34
4.2.1.5 Mythes et légendes.....	35
CHAPITRE III.....	..
Introduction.....	40
3.1 Présentation et analyse des données.....	57
3.2. Discussion et interprétation des données.....	56
Conclusion générale.....	59
Référence bibliographiques .....	63
Liste des figures .....	66
ANNEXE .....	69
Résumé.....	75

## **Introduction**

Dans le contexte de notre recherche ,nous supposons qu'une analyse superficielle qui va reposer sur le regard innocent d'un apprenti chercheur, va facilement nous permettre de constater que la société algérienne est structurée par l'ordre familial car, à notre avis, tous les comportements et les actes individuels sont affichés à l'égard des coutumes, des traditions et des valeurs sociales.

En effet, dans une société pareille, il est clair que non seulement le père va exercer une autorité prépondérante et dominante. Mais que les femmes, quant à elles, qu'elles soient épouses, mères, filles ou sœurs ne vont jamais développer une identité féminine face à l'identité masculine et elles vont finir par accepter d'être contrôlées et soumises. C'est pour cette raison que nos rues sont à dominante masculine et beaucoup plus réservées aux hommes. Cependant, avec l'impact des médias et de la publicité, l'Algérie se voit subir des mutations profondes qui tendent davantage vers une évolution de la mixité.

Par ailleurs, nous pensons qu'il existe toujours une majorité qui n'accepte pas ce changement, ce qui laisse apparaître deux types de familles qui sont obligées de cohabiter, dans un contexte culturel ouvert sur différentes cultures. Il s'agit de la famille traditionnelle et de la famille moderne.

## **Problématique :**

Le travail que nous souhaitons entreprendre, à travers cette modeste recherche, nous a conduits à étayer la problématique suivante : *Quels sont les mécanismes sociaux et psychosociaux qui se sont conjugués dans le contexte socioculturel algérien pour édifier une socialisation sexuée, à travers les institutions, les objets ainsi que les représentations sociales ?*

## **Hypothèses de recherche :**

Dans le but de tenter d'apporter des réponses à notre problématique nous émettons les hypothèses suivantes :

- 1- Les enfants sont probablement influencés par leurs familles et ils gardent les mêmes comportements tout au long de leurs vies.
- 2- le milieu socioculturel dans lequel on évolue a de l'influence sur nos attitudes.
- 3- Les médias posséderaient un rôle considérable dans la socialisation des filles et des garçons.

### **Objectifs et motivations de la recherche :**

Tout travail de recherche se définit par ses motivations et surtout par ses objectifs, notre recherche a pour but de comprendre le déroulement de la socialisation des filles et des garçons dans la société algérienne à travers les institutions, les objets et les représentations sociales, en remarquant les conditions générales de la vie en Algérie qui se transforment petit à petit ces dernières années. Et même les changements de la structure familiale qui était fondée sur la lignée paternelle, la division des rôles et la ségrégation de l'espace ainsi les changements des comportements des garçons et des filles dans la société à travers les médias. Nous essayerons à travers ce travail de recherche de trouver quels sont les mécanismes qui permettent une socialisation différenciée dans la société algérienne.

### **Méthodologie et description du corpus :**

Pour mener notre recherche on compte mettre en place une enquête de terrain qui consiste à la collecte de données à travers un questionnaire qui va être soumis à un échantillon représentatif constitué d'étudiants, d'employés et de chercheurs.

Le média que nous comptons utiliser pour collecter nos données c'est internet grâce à l'application Google form qui va nous faciliter la tâche et nous donner les résultats à travers des figures, ainsi que le logiciel SPSS pour les réponses aux questions ouvertes.

### **Plan de recherche**

Notre travail de recherche est subdivisé en deux chapitres, un chapitre théorique et un chapitre d'enquête pratique.

Dans le premier chapitre théorique nous allons donner un petit aperçu sur la société algérienne, puis nous essayerons de comprendre le contexte de socialisation ses différents types et quelques concepts fondamentaux.

Dans la partie pratique nous essayerons de mener une enquête, en analysant et en interprétant les résultats obtenus par le biais d'un questionnaire de recherche et une analyse de corpus, ce

qui nous permettrait d'apporter des réponses à la problématique posée et la vérification des hypothèses émises.

# Chapitre I

### Introduction

La question du comportement sociétal qui devrait être propre à notre pays, doit nécessairement passer par le concept de projet de société. Un état s'articule, s'érige sur un mythe fondateur, de même la société et la composante humaine de cette dernière doit de son côté s'articuler sur un projet de société.

Un tel projet a pour fonction de trouver le moyen le plus efficace et le plus approprié capable d'organiser la composante humaine (la société) à fin d'instaurer le vivre ensemble.

Dans l'histoire contemporaine, voire avant l'indépendance nationale, vers le milieu des années 50 cette question a été posée par des historiens de la révolution, à l'instar de feu ABANE Ramdane et d'autres, à savoir quel projet de société fallait-il proposer à l'Algérie indépendante. Laïcité ? Théocratie ? Ou autre. Pour des considérations d'urgence et de projet indépendantiste, la question de trouver ou proposer un schéma à même d'organiser le fonctionnement de la société a été relégué et différé.

Une fois l'indépendance acquise, la société algérienne a été tenue par une école, lieux de culte dépendants du politique. De ce fait, le rapport des individus les uns envers les autres a été dicté par une décision administrative.

A partir de ce constat, on est amené à relever que la socialisation des filles et des garçons dans notre société a été déterminé par l'administrateur au sein de l'appareil de l'état, au lieu de faire l'objet de débats et de confrontations entre spécialistes technocrates (sociologues, statisticiens, et autres spécialistes des sciences humaines).

## 1 *La socialisation*

### 1.1 Définition de la socialisation

On peut définir la socialisation comme un ensemble de processus d'intériorisation des normes et valeurs d'un groupe social ou d'une société qui disposent les individus à agir, penser, voir et anticiper d'une manière particulière et de s'intégrer dans le monde social. Elle est en quelque sorte un processus d'entrée en société. Ces processus de transmission et d'apprentissage sont souvent différenciés selon l'âge, le sexe et l'origine<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Emile Durkheim, *durkheim et socialisation*, 1911, P. 45

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

La socialisation doit être considérée comme un processus continu qui concerne les individus tout au long de leur vie.<sup>2</sup>(Dominique Bolliet, Jean Pierre Schmitt, 2002, P. 24)

### **Les différents types de socialisation**

#### **A- La socialisation primaire**

Qui désigne l'acquisition de la capacité à vivre en groupe. Elle s'opère principalement pendant la petite enfance. L'enfant n'est pas spontanément un être social, il doit apprendre à parler, à se conformer à des règles par la socialisation primaire, l'enfant intériorise le monde qui l'entoure comme étant le monde en général. Il infère des règles générales de l'observation de son milieu social.

Pour le sociologue **Emile Durkheim** (1858-1917), cette socialisation méthodique de la jeune génération par les générations précédentes " l'éducation, permet l'acquisition des normes et des valeurs qui constituent le fondement de la société."<sup>3</sup>

#### **1.1.1 Le regard des parents sur les deux sexes**

Dans la socialisation primaire, la tâche la plus importante est de prendre des décisions concernant les activités des enfants. Quelconque la décision prise elle modifie le schéma de la socialisation souhaitée. Les parents jouent un rôle déterminant vis-à-vis leurs enfants et dans certain sens, ce sont eux qui écrivent le cours de la vie de leurs enfants et se sentent responsables à leur succès et leurs échecs.

Les styles de socialisation parentale se définissent davantage comme un contexte ou un climat émotionnel que comme un ensemble de pratiques parentales spécifiques, ce qui signifie que selon ce contexte, les pratiques individuelles de chaque parent (affect, communication, sévérité, etc.) auraient un sens différent pour leur enfant.

Il est donc important de prendre en considération les styles et les pratiques des deux parents, puisque tous les deux contribuent à l'établissement du style de socialisation familiale. Analyser comment les pratiques du père et de la mère se combinent et permettent d'avoir une vision plus réaliste des ménages et des familles biparentales. Néanmoins, les études antérieures ont rarement pris en compte les deux parents (mère et père), tendant à mettre

---

<sup>2</sup> Dominique Bolliet, Jean Pierre Schmitt(2004), La socialisation, P. 24

<sup>3</sup> D.Bolliet et S.P Schmitt(2008), article universitaire sur « la socialisation de Durkheim ». Thème & débat, P. 16

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

davantage l'accent sur le style maternel que paternel, peut-être parce que les femmes ont traditionnellement passé plus de temps avec leurs enfants que les hommes, assumant une plus grande responsabilité pour leurs soins et leur éducation.

Lorsque les deux parents ont été pris en compte, dans la plupart des cas, il s'agissait de déterminer leur poids relatif ou leur contribution aux résultats d'adaptation de leurs enfants, les résultats indiquant que les deux parents jouent un rôle important. Cependant, aucun consensus n'a encore été atteint concernant l'influence du parent la plus forte, avec des preuves existantes à l'appui de la contribution paternelle et maternelle. Il est possible que ce manque de convergence soit dû, entre autres, au type de variable analysée, certains auteurs par exemple arguant que l'affect maternel favorise le développement socio-émotionnel des enfants, alors que l'absence d'affect paternel entraîne des problèmes de comportement.<sup>4</sup>

### **1.1.2 Le jouet comme objet de socialisation**

Le genre commence pendant la petite enfance et vers 2 ans, les enfants commencent à intérioriser ces différences entre les sexes.

Au fur et à mesure qu'un enfant grandit, il est exposé à une société qui s'attend à ce qu'il se conforme aux rôles et aux stéréotypes de genre qui lui sont assignés. Cela se fait principalement en fonction de leur choix de jeux et de jouets. Les jouets font partie intégrante de notre enfance. À certains égards, c'est la seule chose que les gens du monde entier partagent en commun. En tant qu'enfants, les jouets étaient également une source majeure de divertissement et d'interaction sociale, car tout et toute personne présente autour de nous étaient quelque chose avec lequel nous pouvions «jouer». Cependant, avec la population en plein essor des enfants et la croissance de l'industrie du jouet, cela a entraîné la commercialisation de l'enfance. De même, les jouets sont une méthode efficace utilisée depuis des générations pour conformer les enfants et enseigner.<sup>5</sup>

**Quels sont les facteurs qui les poussent à agir, ressentir et penser d'une certaine manière ? Et surtout, comment les jouets encouragent-ils la ségrégation et la socialisation entre les sexes ?**

---

<sup>4</sup>Peter berger et thomas luckmann (2018), la construction sociale de la réalité, P. 213, édité par Armand Collin. La collection (individu et société).

<sup>5</sup> DAFFLON NOVELLE, Anne (2009). « Filles-garçons : socialisation différenciée? », *Colloque "Filles, garçons : une même école?*, P. 219, Brussels, le 07 décembre 2009.

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

Tout se rapporte aux manières de base que les enfants apprennent pendant leur enfance. La première façon dont les enfants apprennent peut être par expérience directe. Lorsqu'un enfant grandit, on lui enseigne le conditionnement opérant. Cela signifie qu'ils sont soit punis, soit récompensés pour leurs actions. Par exemple, une fillette pourrait être en mesure d'obtenir d'autres poupées en récompense pour avoir choisi des objets brillants et domestiques lors de la visite d'un magasin de jouets. Alors que si elle choisissait un jouet "masculin", elle n'obtiendrait rien du tout. Ainsi, la prochaine fois qu'elle visitera un magasin de jouets, elle sera plus susceptible de s'en tenir à la section des filles du magasin. Une autre façon dont les enfants apprennent est par l'observation qui consiste à regarder quelqu'un d'autre et à imiter son comportement. Les enfants choisissent des modèles de rôle de leur propre sexe. Ce sont généralement leurs mères pour les filles et leurs pères pour les garçons.

Ainsi, en grandissant, les garçons essaient d'agir comme leur père tandis que les filles imitent leur mère et développent un côté plus « nourricier » et « domestique » à leur personnalité. Ici, à titre d'exemple, on peut citer la visite du magasin de jouets, qui prouve que les jouets pour les enfants d'aujourd'hui sont en fait bien orientés vers la valorisation des « rôles d'adultes » pour les petites filles et les petits garçons qui apprennent ce qu'on attend d'eux. Faire quand ils seront grands.

Il existe en effet des rayons filles et des rayons garçons dans les centres commerciaux, hommes et femmes sont séparés dans l'espace, ce qui affecte leur perception du monde, et il en va de même pour les jouets. Le marché du jouet enseigne indirectement aux enfants à quoi appartient leur genre.

Selon Patricia Bauer, des enfants aussi jeunes que 24 mois sont capables de se classer comme garçons ou filles. À l'âge de 3 ou 4 ans, ils sont déjà sensibles à la couleur considérée comme "masculine" ou "féminine" et savent si les jouets sont classés comme masculins, féminins ou neutres. Par conséquent, nous pouvons supposer qu'il existe une catégorisation des personnes et des choses dans les premières années de l'enfance. Comme nous l'avons montré précédemment, cela relève essentiellement de la socialisation et de l'assimilation de l'environnement faite par les enfants. Cela pourrait signifier que si les parents apprenaient à leurs enfants que l'orange était la couleur des garçons et que le marron était principalement pour les filles, les enfants construiraient une autre conception du monde puisqu'ils apprennent principalement de ce que leurs parents leur enseignent. Mais ils sont rapidement confrontés à d'autres agents de socialisation comme l'école ou les médias. Les différentes organisations et

institutions sont interconnectées car elles reproduisent généralement les mêmes codes propres à une société donnée.<sup>6</sup>

### 1.1.3 Littérature enfantine : entre image et sexisme

Au cours des dernières décennies, des études approfondies dans diverses disciplines se sont concentrées sur la prise de conscience développementale des enfants des différents rôles de genre et des relations entre les sexes. Parmi ces études, les chercheurs s'accordent à dire que les livres d'images pour enfants ont une place de plus en plus importante dans le développement des enfants car ces livres sont une ressource culturelle largement disponible, offrant aux jeunes enfants une multitude d'opportunités pour s'informer, se familiariser avec les images imprimées, se divertir et découvrir des points de vue autres que les leurs. Dans ces livres, les hommes sont habituellement décrits comme actifs et dominateurs, tandis que les femmes révèlent rarement leur identité et sont très fréquemment représentées comme douces et douces. Ce lieu précieux pour le développement du genre des enfants reflète donc malheureusement des attitudes et des préjugés sociétaux enracinés dans les choix disponibles et les attentes assignées aux différents sexes. Cette représentation discriminatoire dans de nombreux livres d'images pour enfants court également le risque de conduire les enfants vers une prise de conscience déformée et erronée de leur véritable potentiel dans leur monde en expansion.<sup>9</sup>

Les préjugés sexistes tels qu'ils sont décrits dans la littérature pour enfants sont toujours aussi répandus aujourd'hui qu'au cours des dernières décennies et restent un problème compte tenu du fait que les stéréotypes de genre et le sexisme dans les livres d'images pour enfants affectent le développement de l'identité de genre chez les jeunes enfants. De nombreuses études sur le contenu de la littérature pour enfants indiquent que les personnages masculins dominent la majorité des livres. Cette condition affecte le développement et les perceptions des enfants. Les enfants adoptent certains rôles et comportements dans le cadre de leur processus de socialisation. Bon nombre de ces rôles comportementaux fondés sur le sexe découlent de l'identification aux autres. Le développement de l'identité de genre est important pour la perception de soi des enfants et influence le traitement des enfants par les adultes et les pairs .Le genre affectent les attentes des autres vis-à-vis des enfants et les jeunes ne

---

<sup>6</sup> PIRAUD-ROUET, Catherine (2017). « Stéréotypes de genre: bien les comprendre pour mieux les combattre », *Les pros de la petite enfance*, article publié Le 18janvie2017, consulté sur le site <https://lesprosdela petiteenfance.fr/bebes-enfants/psycho-pedagogie/lutter-contre-les-stereotypes-de-genre-des-la-petite-enfance/stereotypes-de-genre-bien-les-comprendre-pour-mieux-les-combattre>, publié Le 08 Novembre2018.

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

comprennent souvent pas le comportement attendu. Le but de cet article est d'examiner les questions de genre actuelles largement révélées dans la littérature pour enfants.

Comme il a déjà été mentionné, la littérature est l'un des foyers des stéréotypes de genre. Les livres que les enfants lisent et qui leur sont lus ont des usages psycho-sociaux à une époque où les enfants construisent continuellement des idées à partir des informations qui les entourent et assimilent de nouvelles connaissances à des connaissances antérieures. En général, on dit que la littérature pour enfants fournit des personnages et des événements auxquels les enfants peuvent s'identifier et à travers lesquels ils peuvent réfléchir à leurs propres actions, croyances et émotions.

Les personnages et les situations des livres initient les enfants à en quoi le monde peut ressembler à travers les yeux des autres et offrent aux enfants la possibilité de construire davantage leur propre vision de soi et du monde.

À proprement parler, tout ce que les enfants lisent contribue à la formation d'images de soi qui aident à construire l'identité de soi des enfants. Par exemple, les filles peuvent s'imaginer en femmes et les garçons peuvent s'imaginer en hommes. Les images et le langage spécifique utilisés dans les livres d'images ont le potentiel d'affecter les processus de développement des enfants de diverses manières en raison de la lecture à des stades cruciaux du développement.

### **1.1.4 La relation entre frère et sœur**

La complicité et le partage, la dispute et la rivalité sont les traits de la fratrie. Les frères et sœurs rivalisent pour façonner leur propre personnalité et le principal enjeu est l'amour parental.

Pour examiner les effets de la fratrie sur la socialisation, nous nous concentrons sur la nature des relations, les différences individuelles dans ces relations, ainsi que les associations avec d'autres relations familiales. Et aussi les preuves que ces relations affectent la socialisation personnelle, en nous basant sur deux domaines, le développement de l'adaptation et la compréhension sociale des enfants.

"Ce que nous apprenons de nos parents peut se chevaucher un peu avec ce que nous apprenons de nos frères et sœurs, mais il peut y avoir des domaines dans lesquels ils diffèrent considérablement".

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

(Laurie Kramer, 2011).<sup>7</sup>

Comme nous le savons tous Les parents ont toujours été le meilleur modèle pour enseigner les subtilités sociales des cadres formels par exemple : comment agir en public, comment ne pas se mettre dans l'embarras à table etc. Mais les frères et sœurs sont beaucoup plus meilleurs concernant les modèles des comportements plus informels comme comment agir à l'école, dans la rue, ou, le plus important, comment agir avec l'entourage qui constituent l'essentiel des expériences quotidiennes d'un enfant.

Les frères et sœurs sont plus proches des environnements sociaux dans lesquels les enfants se retrouvent pendant la majeure partie de leur journée, c'est pourquoi il est important de ne pas négliger les contributions qu'ils apportent à ce qui nous finissons par être.

Cette relation positive avec nos frères et sœurs est lié à toute une série de meilleurs résultats pour les adolescents et les adultes. De nombreuses recherches actuelles examinent comment les enfants apprennent des comportements indésirables tels que le tabagisme, la drague, les insultes etc. Par leurs frères ou sœurs aînés tels que d'autres complètement souhaitables comme la musique, les études et les bonnes manières.

Mais tout cela ne signifie pas qu'il est nécessairement que tous les enfants adoptent les comportements de leurs grands frères ou sœurs, il existe des enfants qui travaillent dur pour tracer leurs propres chemins uniques et être différents de leurs frères et sœurs.

Ils peuvent choisir une voie différente dans laquelle ils font leur marque pour fonder leur propre identité. Ces enfants peuvent choisir de se concentrer sur les sports, les arts ou être social. Cela les soulage de la pression d'être vus ou comparés à leur aîné. Les chercheurs appellent ce processus les dés identification (La désidentification est un concept de psycho-sociologie développé par l'universitaire américain José Estéban Muñoz dans son ouvrage *Disidentifications*. Muñoz y étudie les processus de construction de l'identité chez les personnes appartenant à des groupes minorisés).

Donc, ils révèlent qui ils sont, ce en quoi ils croient et ce qui est important pour eux, en réaction à la façon dont ils perçoivent leurs frères et sœurs.

---

<sup>7</sup> Laurie krammer (2006), professeur d'études familiales dans une interview sur « Brothers and Sisters, Unite » publié sur <https://www.vision.org/interview-laurie-kramer-healthy-sibling-relationships-1004>. En 2011.

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

Donc la relation de fratrie a une implication limitée sur les enfants. Ces derniers apprennent des choses en grandissant avec d'autres enfants dans la maison, tout comme ils apprennent des choses en grandissant dans un environnement plus axé sur les adultes.<sup>8</sup>

### B- La socialisation secondaire

Elle représente le processus d'évolution de la personnalité de l'agent au cours de sa vie. Il s'agit par exemple, des socialisations professionnelles, étudiante, conjugale, amicale... Elle se déroule dans différentes sphères. Par socialisation secondaire, l'individu intériorise des mondes particuliers, et surtout qu'il pense comme tels. Peter Berger et Thomas Luckmann prennent l'exemple d'un cadre qui a intériorisé qu'il fallait mettre une cravate au travail. Cette pratique relève de la socialisation secondaire : s'il change d'entreprise et en intègre une où la règle est de ne pas mettre de cravate, alors il acceptera de ne pas le faire. Par contre, il n'acceptera pas de venir nu au travail (ou en tout cas beaucoup plus difficilement) car il a acquis ce réflexe par socialisation primaire.<sup>9</sup>

#### 1.1.5 Le rôle des enseignants dans les contributions aux différences de sexes

De nombreux éducateurs approuvent les stéréotypes culturels de genre (par exemple, les mathématiques sont plus faciles pour les garçons que pour les filles) et par les Biais (montrant une préférence pour le même sexe). Ces biais peuvent être explicites (par exemple, consciemment reconnu) ou implicite (tenu inconsciemment), qui affectent le comportement de la classe de l'enseignant. Les stéréotypes et les préjugés sexistes des enseignants façonnent leur comportement en classe d'au moins trois façons d'étiquette. D'une part les enseignants modélisent souvent des comportements stéréotypés selon le sexe. Prenons l'exemple des enseignants, Présente souvent un comportement "amatophobie". D'autre part, Les enseignants suscitent souvent des attentes différentes Pour les hommes et les femmes (par exemple, créer des centres pour "s'habiller" et "construire" et accepter des centres, même facilitateur - utilisation du genre). Troisièmement, les enseignants facilitent les préjugés sexistes des enfants en marquer le genre comme important en l'utilisant pour étiqueter et organiser les élèves.

---

<sup>8</sup> Rôle de la fratrie dans la socialisation de l'enfant **Géraldine Espiau et Ania Beaumatin** Dans **L'enfant dans le lien social (2003)**, pages 113 à 117

<sup>9</sup> Définition de la socialisation secondaire <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Socialisation.htm> selon toupictionnaire

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

Dans une étude, les enseignants ont été invités à utiliser le genre pour étiqueter les enfants et organiser des activités en classe, par exemple, saluer les enfants avec "Bonjour, garçons et filles" et demander aux enfants de s'aligner par sexe.

D'autres enseignants ont ignoré le sexe des élèves. Les jeunes enfants dont les enseignants ont étiqueté et utilisé le sexe ont montré des niveaux plus élevés de stéréotypes de genre que leurs pairs.

Enseignants du préscolaire l'étiquetage et l'utilisation du genre augmentent les stéréotypes de genre de leurs élèves et évitent les camarades de jeu transgenres.<sup>10</sup>

### 1.1.6 Le rôle des pairs

Comme les enseignants, les pairs contribuent à la socialisation de la différence de genre par de multiples voies.

En entrant à l'école, les enfants rencontrent un grand nombre de pairs, dont beaucoup sont des modèles de Comportement de genre traditionnel, produisant et renforçant le contenu des stéréotypes de genre.

De plus, les écoles sont caractérisées par la ségrégation entre les sexes. Lorsque de nombreux pairs sont disponibles, les enfants ont tendance à choisir des camarades de jeu du même sexe. La ségrégation sexuelle des enfants, à son tour, affecte leur expérience de jeu, les amenant à passer plus de temps dans des jeux stéréotypés.

La ségrégation prédit la conformité future des enfants aux stéréotypes de genre. Après avoir observé enfants d'âge préscolaire pendant six mois, les chercheurs ont constaté que, comme le temps pendant lequel les enfants jouaient avec l'augmentation des pairs de même sexe, le comportement des enfants est devenu plus stéréotypé.

Les pairs contribuent également à la différenciation sexuelle en enseignant à leurs camarades de classe des stéréotypes (par exemple,

"Les cheveux courts sont pour les garçons, pas pour les filles) et les punir pour ne pas se conformer aux stéréotypes via l'harcèlement verbal et agression physique. Surtout, les

---

<sup>10</sup> Caroline Mollard, Laura Soulié, rôle de l'enseignant dans la diffusion des stéréotypes de sexe P. 29 (hal open science)

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

programmes d'intervention peuvent enseigner aux jeunes les enfants à reconnaître et à contester les remarques sexistes de leurs pairs (par exemple, "Vous ne pouvez pas dire que les filles ne peuvent pas

Jouer).<sup>11</sup>

Les écoles sont des contextes importants pour la socialisation des attitudes de genre des jeunes enfants et comportement. Les enseignants et les camarades de classe façonnent les attitudes de genre des enfants et, à leur tour, différences de cognition et de comportement. Malheureusement, les enseignants reçoivent relativement peu de formation en reconnaître et combattre les stéréotypes et préjugés sexistes.

Par conséquent, les enseignants modélisent, attendent, renforcent et jettent les bases de l'égalité des sexes. Différenciation entre leurs élèves. Ainsi, la plupart des écoles créent et entretiennent plutôt que contrecarrer les stéréotypes, les préjugés et les différences de genre traditionnels. Cependant, les éducateurs qui adopter un engagement en faveur de l'égalitarisme entre les sexes et promouvoir ainsi l'interaction entre les sexes, exposer les élèves à contrer les modèles stéréotypés, et discuter et enseigner les défis des stéréotypes de genre et le harcèlement optimisent les résultats de développement de leurs élèves.

### **1.1.7 Les medias**

Dans la société d'aujourd'hui les medias contribuent à l'émergence de valeurs pour que l'individu les accepte comme valable. Ce processus commence dès notre plus jeune âge et connaît une formidable accélération avec les nouveaux moyens de communication.

Ils sont l'un des principaux agents de socialisation qui touche plus les adultes car ils sont tous le temps entourés par les médias.

Les médias de masse les aident à former leurs propres types de croyances, l'impact des médias est à la fois dans le contenu et dans le processus, sur tous les domaines de la société. Chaque secteur de la vie est touché et influencé par le pouvoir des médias de masse. Les gens se rapportent à ce qu'ils voient ou entendent. Ils dictent ce qui est pertinent ou important pour la vie de quelqu'un et ce qui mérite plus d'attention. Ils incitent les gens à certaines

---

<sup>11</sup> Philippe Dessus, Socialisation par le groupe de pairs, Octobre 2000, P. 125.

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

croyances sociales par la persuasion et en s'appropriant sélectivement leurs messages. Ces adultes sont facilement façonnés par tout ce à quoi ils sont exposés.<sup>12</sup>

L'audience est l'un des facteurs initiaux pris en compte par toute forme de média de masse, qu'il soit diffusé ou imprimé. Il s'agit du groupe de consommateurs pour lequel le texte médiatique a été construit ainsi que de toute autre personne exposée au texte ou au message. Chaque média de masse a un certain public visé qu'il veut manipuler. Une émission télévisée qui a pour décor une école secondaire ou un article publié dans un journal qui se concentre sur les problèmes que les adolescents rencontrent habituellement et qui conduisent nombre d'entre eux à commettre des crimes sont généralement des exemples de médias de masse adressés aux jeunes et au peuple qui s'inquiètent de la façon dont les jeunes grandiront comme les parents et les enseignants. Cela pourrait être attribué au fait que les personnages principaux de l'émission télévisée ou de l'article sont des adolescents. La publication d'un tel article ou la sortie d'une telle émission a également souligné qu'il y a des gens qui veulent comprendre les jeunes dans l'étape la plus compliquée de leur vie. Outre les personnages principaux, le cadre et les problèmes abordés dans l'article ou l'émission télévisée pourraient également déterminer le public visé par les médias de masse.

### **1.1.7.1 Définition des medias**

« Un media est une institution ou un moyen impersonnel permettant une diffusion large et collective d'information ou d'opinions, quel qu'en soit le support : la radio, la télévision, la presse, les livres et les publicités ».(Léonard Gallot,2015)<sup>13</sup>

Il permet de communiquer vers un très grand nombre de personnes sans qu'il y ait possibilité de personnaliser le message .On parle aussi de mass-média. Les principaux supports de diffusion ou de transmission de l'information sont :

- Les messages écrits (presse, édition, affichage publicitaire)
- La radiodiffusion (radio)
- La télédiffusion, câblée ou par satellite (télévision)
- La projection cinématographique (film, documentaire, publicité)

---

<sup>12</sup> Léonard Gallot, L'influence des médias sur la société <https://www.journaldunet.com>, publié le 12/11/2015

<sup>13</sup> Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Warburton, Media comme agent de socialisation.2005.P267\_300

- Le réseau internet (sites d'information, de propagandes, spams)

La communication est l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances à quelqu'un ou, s'il y a échange, de les mettre en commun (ex : le dialogue).

La science de la communication a pour objet de conceptualiser et de rationaliser les processus d'échange, de transmission d'information, entre les deux entités (individus, groupes d'individus ou machine). La chaîne de communication est constituée : De l'émetteur (ou expéditeur), Du récepteur (ou destinataire), Du message qui est transmis du l'un à l'autre, Du code qui sert à transmettre le message (ex : la langue), Le canal de transmission (ex : de vive voix, téléphone..). Et le contexte.

### 1.1.7.2 Le rôle des médias

L'impact des médias sur la socialisation dépend des motivations personnelles à utiliser des médias spécifiques. L'approche des usages et des gratifications dans les études des médias regarde spécifiquement dans quelles gratifications les utilisateurs des médias tentent de tirer de leur expérience médiatique.

Cette approche suppose que les utilisateurs de médias recherchent activement un contenu spécifique afin de satisfaire leurs besoins individuels. En outre, il suppose que les utilisateurs de médias choisissent le contenu multimédia pour diverses raisons : ils ont des motivations cognitives (par exemple, pour en savoir plus sur le monde et contrôler son environnement), des motivations affectives (par exemple, parvenir à gérer son humeur), des motivations habituelles (par exemple, structurer sa journée), des motivations sociales (par exemple, ont des interactions para sociales). Dans leur création de contenu, les médias sociaux cherchent à satisfaire cinq besoins psychosociaux : montrer de l'affection, exprimer des sentiments négatifs, être reconnu, se divertir et satisfaire ses besoins cognitifs. En fonction des gratifications qu'ils attendent, les utilisateurs se tournent vers divers types de médias numériques pour la création de contenu en ligne. Bien qu'il s'agisse de l'une des théories les plus influentes dans les études sur l'utilisation des médias, les utilisations et l'approche des gratifications ont été critiquées pour supposer que le public des médias est conscient de leurs besoins et de leurs motivations. Depuis les années 1950, la théorie de l'évasion sert

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

d'explication à l'utilisation des médias comme moyen d'échapper à la réalité d'un quotidien insatisfaisant.<sup>14</sup>

Dans cette perspective, l'utilisation des médias est une forme de gestion de l'humeur et est souvent associée à genres médiatiques hautement émotionnels tels que la comédie, la romance, l'érotisme, l'action et la violence. D'autres motivations individuelles qui ont un impact sur le comportement d'utilisation des médias et éventuellement sur les effets médiatiques peuvent être attribuées à des types de personnalité spécifiques. Extraverti les individus préfèrent les interactions en face à face aux interactions sociales médiatisées. Inversement, les types de personnalité introvertis essaient d'éviter les interactions face à face avec d'autres personnes en raison à leur timidité; ils préfèrent donc communiquer numériquement. Types de personnalité narcissique trouve gratifiant d'être en contact permanent avec de nombreuses personnes, ce qui les fait se sentir importante et bénéfique.

L'utilisation des médias cultive les visions du monde et les valeurs, par exemple les attitudes politiques et stéréotypes culturels, sexistes ou minoritaires. Les médias de masse ont été décrits dans de nombreuses études comme de puissants agents de socialisation politique, des agents qui influencent attitudes et comportements électoraux. L'utilisation spécifique des nouvelles prédit de manière significative la participation politique. Cependant, il n'y a pas nécessairement de relation causale ici, car l'intérêt en politique génère de l'intérêt pour l'actualité politique. Dans la recherche sur la culture, les téléspectateurs ont été l'objectif principal. Des études révèlent que les utilisateurs fréquents de télévision ont tendance à être beaucoup plus anxieux que les téléspectateurs occasionnels. Téléspectateurs fréquents - ceux qui regardent davantage la télévision plus de 4 heures par jour - ont montré qu'elles surestimaient les chances d'implication dans la violence et généralement d'accord pour dire que la criminalité est en hausse. Les analyses montrent que plus le niveau d'éducation, plus les effets de la culture ne sont faibles ; mais les différences entre téléspectateurs fréquents et non fréquents restent plus importantes que les écarts d'éducation.

Plus récemment, les jeux vidéo violents ont été au centre de bon nombre d'études des effets des médias sur les comportements violents ou agressifs.

Les stéréotypes sont des hypothèses généralisées sur des groupes spécifiques d'individus. Tous les deux les stéréotypes positifs et négatifs tendent à être des concepts

---

<sup>14</sup> Lucile Merra, Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux médias et interactions. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01143685>, publié le 19 Avril 2015

simplifiés d'intérêts personnels ou culturels. Les caractéristiques. Des études approfondies sur la représentation des minorités de genre, raciales et sexuelles dans les films américains les plus populaires ont révélé des représentations stéréotypées et une sous-représentation massive des filles et des femmes, des minorités raciales et des communautés gaies, lesbiennes, bisexuelles et transgenres.

En ce qui concerne les compétences technologiques, les stéréotypes de genre ont tendance à se renforcer. Les médias de masse présentent virtuellement des technologues compétents, des passionnés d'informatique et des joueurs, des codeurs ou des pirates exclusivement masculins.<sup>15</sup>

### 2 La socialisation sexuée

La socialisation de genre, ou le processus d'apprentissage des rôles de genre, commence au début de la vie humaine et se produit par des voies culturelles, structurelles et cognitives.

Les premières déclarations à la naissance d'un enfant comportent des références au sexe du nourrisson. Parents et amis s'angoissent à l'idée d'acheter des cadeaux bleus ou roses selon le sexe du nouveau-né. Au-delà de l'acquisition d'items « bleus pour les garçons » et « roses pour les filles » et des informations inhérentes présentées par ces items, les nourrissons subissent un traitement différent selon leur sexe. Les adultes, consciemment ou non, ils traitent les filles en bas âge avec plus de douceur que les garçons et commentent les traits délicats des filles mais les traits forts des nourrissons de sexe masculin. Par exemple, dès 24 heures après la naissance d'un enfant, les mères et les pères décrivent les nourrissons de sexe féminin comme plus fins, plus doux, plus petits et plus inattentifs que les nourrissons de sexe masculin. Cela se produit malgré l'absence des différences significatives entre les bébés filles et garçons en ce qui concerne la taille et le poids à la naissance. Cette différence de traitement se produit même avant l'acquisition du langage par les enfants et avant qu'ils ne deviennent cognitivement conscients d'un comportement approprié au genre.<sup>16</sup>

L'acquisition de l'identité de genre devient apparente chez les enfants à l'âge de trois ans. La théorie de l'apprentissage social offre une explication du développement des rôles de genre et des préférences à un âge aussi précoce. Cela suggère que les enfants apprennent un comportement approprié à leur sexe grâce à l'observation des autres. Cela se produit grâce à

---

<sup>15</sup> Edith Salès-Wuillemin, La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale, DUNOD, pp.365, 2006, PsychoSup.

<sup>16</sup> Véronique Rouyer, Yoan Mieyaa et Alexis le Blanc, Socialisation de genre et construction des identités sexuées. Contextes sociétal et scientifique, acquis de la recherche et implications pratiques, 2009, p. 97-137

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

un apprentissage par observation dans lequel l'enfant observe le comportement des autres, parents et autres adultes, et imite leur comportement. De plus, les adultes renforcent les enfants pour un comportement du genre acceptable et les punissent s'ils sortent de l'ordinaire. Par exemple, si un jeune garçon commence à jouer avec la poupée de sa sœur, ses parents peuvent le regarder avec désapprobation ou même retirer la poupée de son aire de jeu<sup>5</sup>. En plus de faire directement l'expérience des contingences de récompense, les enfants sont témoins d'un renforcement par procuration. Le renforcement par procuration fait référence au renforcement ou à la punition observée des parents, des amis, des enseignants et des personnages de la télévision pour leur comportement cohérent ou incohérent entre les sexes, que les enfants imitent en fonction de la récompense anticipée. Le renforcement des autres observés envoie des messages à l'enfant concernant l'acceptabilité des actions de l'individu observé. Par conséquent, les enfants reçoivent des informations concernant non seulement la mécanique réelle des comportements, mais également la valeur sociale de leur imitation.<sup>17</sup>

Le processus de socialisation de genre se déroule également dans les deux sens, les enfants participant à leur propre socialisation et Les enfants qui catégorisent cognitivement les informations qu'ils apprennent activement grâce au renforcement et à la modélisation d'un comportement approprié au genre. La théorie du développement cognitif suggère que les enfants aiment afficher des comportements prescrits adaptés à leur sexe. Alors que les contingences de récompense façonnent certains comportements différenciés, les enfants forment également leurs propres préférences concernant les jouets, les activités et les personnes de même sexe. De manière cyclique, les processus sociaux et cognitifs maintiennent ces préférences de genre et encouragent tous deux le renforcement et la performance d'un comportement cohérent entre les sexes. À son tour, la réalisation de comportements appropriés augmente le renforcement des activités et des cognitions sexuées.

La préférence des enfants par les pairs se produit également en raison de la propension des parents et des garderies à séparer les enfants dans des groupes de jeux de même sexe en fonction des activités différenciées. Ces activités (telles que les sports ou les projets de groupe) encouragent les liens entre leurs participants et la formation de stéréotypes intra-groupe et hors-groupe et offrent aux enfants un lieu pour développer davantage de relations homosexuelles. De plus, les enfants, comme les adultes, prêtent attention aux comportements conformes à leurs stéréotypes de genre et s'en souviennent. Inversement, les comportements

---

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

incohérents de genre passent inaperçus et non assimilés dans le schéma général de genre de l'enfant. En conséquence, les enfants apprennent que les garçons et les filles passent normalement du temps séparés et dans des activités différentes.

### **2.1 L'identité sexuée**

En socialisation, l'identité joue un rôle très important et elle se manifeste en premier lieu en poussant l'individu à développer un concept de soi et à se comporter strictement pour son plaisir.

#### **2.1.1 Qu'est ce que l'identité sexuée ?**

C'est le fait de se sentir un homme ou une femme et d'être reconnu socialement comme tel. Cette première définition est la plus communément admise.

L'identité n'est pas innée, elle s'élabore pendant les premières années de la vie et peut s'énoncer au moment de l'acquisition du langage. Elle sera confirmée à l'adolescence.

Elle est le résultat d'une construction dans laquelle interviennent des facteurs biologiques, sociaux et psychologiques.

- Le premier facteur qui se base sur le sexe génétique, les caractéristiques sexuelles corporelles de la personne. Il y a adéquation entre le sexe génétique, les organes génitaux externes et le phénotype pour le plus grand nombre de personnes ;
- Le deuxième qui s'agit de sentiment d'appartenir au sexe masculin ou féminin par l'appropriation des normes de masculinité et de féminité socialement définies. Le terme de genre correspond à cette dimension sociale ; il concerne les attributs de chaque sexe mais aussi les rapports sociaux entre les sexes, la partition et l'hierarchie entre les femmes et les hommes qui traversent toutes les cultures.
- Et le dernier qui est du côté de l'appropriation subjective, en lien avec la représentation et les attentes de l'entourage. Elle dépend de la façon dont l'individu adhère aux normes sociales de féminité et de masculinité. La construction de l'identité est personnelle, évolue au cours de la vie en fonction des échanges entre l'individu et son environnement social, avec plus ou moins de conformité aux normes socialement édictées. Certaines personnes vivent une discordance, se sentant femme dans un corps masculin ou homme dans un corps féminin. Il s'agit du transsexualisme. Dans certains

pays est reconnu un troisième sexe : individu ni homme ni femme, à la fois femme et homme. Par exemple une loi votée en Allemagne en 2013 permet l'enregistrement sous le sexe indéterminé des enfants intersexués (leurs organes génitaux sont difficiles à définir comme masculins ou féminins).<sup>18</sup>

### 3 Les théories du schème de genre

Cette théorie du schème de genre développée par Martin et Halverson (1981) et Bem (1981) se base sur la façon dont l'enfant intègre les informations du monde environnant et les catégorise. Le schéma de genre permet de mémoriser et d'organiser les expériences sociales à partir desquelles le sujet va pouvoir effectuer des généralisations. Ces dernières vont guider, par la suite, l'enfant dans la compréhension, dans la structuration du monde environnant, dans la sélection d'indices et le stockage des informations ultérieures. Classiquement, deux types de schémas sont impliqués dans cette modélisation. Le premier schéma général intragroupe /hors groupe est composé de toutes les informations de base dont l'enfant a besoin pour catégoriser les objets, les comportements, les traits de personnalité, les rôles en féminin et masculin... Le deuxième concerne un schéma plus détaillé associé à son propre sexe. Il est plus focalisé et se compose des informations que l'enfant possède sur chaque catégorie (objets, comportements...) qui caractérise son propre sexe. Cette structure permet à l'enfant, à partir de peu d'informations, de pouvoir faire une grande quantité de prédictions et de construire la bi-catégorisation de genre.

Dans la même perspective, Bussey et Bandura définissent trois modes sociocognitifs d'influence : le modelage, l'expérience propre de l'enfant et l'enseignement direct.

- Le modelage n'est pas simplement l'imitation de comportements, mais plutôt un processus par lequel les rôles et les structures incarnés dans les exemples sont extraits pour être généralisés dans de nouveaux motifs de comportements conformes aux propriétés structurales de ce que les sujets ont vu ou entendu. Quatre processus gouvernent le modelage : l'attention aux modèles, la représentation cognitive, la production de comportements, et la motivation. Cette dernière se décline selon trois formes : encouragements directs, encouragements indirects (les sanctions de l'entourage social), et évaluation par l'enfant des comportements.

---

<sup>18</sup> Véronique Rouyer, Olivia Troupel-Cremel, Socialisation et construction de l'identité sexuée, Dans Penser la socialisation en psychologie (2013), pages 99 à 111.

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

- L'expérience propre de l'enfant : regroupe les conduites sexuées de l'enfant qui, selon leur plus ou moins grande adéquation par rapport aux attentes de l'entourage, suscitent des réactions (on retrouve ici la question des renforcements positifs et négatifs prodigués par l'entourage social de l'enfant).
- L'enseignement direct : présent à l'enfant les rôles, les comportements liés au genre sous une forme intégrée. Pour les enfants les plus jeunes, son action est moindre par rapport au modelage et à l'expérience dont il peut cependant aider à généraliser l'impact par l'addition des significations générales et des exemples rencontrés dans la vie quotidienne. Si l'influence des modes sociocognitifs est modulée par l'âge de l'enfant et la structure sociale des expériences, tous n'ont également pas le même poids selon les périodes de développement.

Ces différents modes d'influence sont, pour une grande part, orientés vers les formes traditionnelles de conduites sexuées (toutefois, dans certains milieux, l'évolution des conceptions et des normes (familiales, sociales...) liées au genre va augmenter la diversité des sources d'influence, qui seront plus ou moins convergentes). C'est l'enfant qui fera progressivement la synthèse de ces diverses influences pour construire son point de vue. Ainsi, le développement des conceptions des rôles de genre relève pleinement d'une construction, plus que d'une simple incorporation de ce qui est socialement transmis.

Bussey et Bandura ont, par ailleurs, défini trois grands types de facteurs qui expliquent le développement de l'identité sexuée :

- les facteurs personnels, sous la forme d'événements cognitifs, affectifs et biologiques : ce sont les conceptions de genre, les comportements et jugements, et la régulation par l'enfant des différentes influences ;
- les comportements : ce sont les patterns d'activité qui tendent à être liés au genre ;
- les événements environnementaux qui se situent dans le large réseau d'influences de la vie quotidienne.

Ces facteurs sont en interaction et la contribution respective de chacun d'eux dépend des activités, des situations, des contraintes et des opportunités socio-structurelles. Il n'y a pas

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

donc de motifs fixes d'interaction réciproque et leur impact peut fluctuer dans le temps selon les situations et les domaines d'activités.<sup>19</sup>

Ainsi, la liaison entre les facteurs sociaux et cognitifs semble pleinement réalisée dans les travaux qui relèvent du modèle sociocognitif. On peut noter, cependant, que l'aspect psychoaffectif du développement de l'identité sexuée du jeune enfant n'est pas vraiment pris en compte. Or, l'identité sexuée est reconnue comme étant « un organisateur et un intégrateur de la personne, dans ses aspects biologiques, cognitifs, affectifs et sociaux » (Hurtig, M.C., Kail, M., Rouch, H, 2003)<sup>20</sup>

Peu de recherches articulent directement la question du père et celle des catégories relatives à l'identité sexuée du jeune enfant. Cependant, en référence à la théorie du schéma de genre (Martin & Halverson, 1981 ; Bem, 1981 ; Le Maner-Idrissi, nous pouvons émettre l'hypothèse que le père, introduit précocement dans le monde de l'enfance, peut apporter des informations relatives aux rôles, aux traits de personnalité, aux objets, aux attributs sexués... avec un caractère distinctif, non redondant par rapport à la mère. Le père, par les expériences qu'il suscite, peut jouer un rôle dans la construction de « l'intragroupe/hors groupe », dans le développement du « sexe propre », et donc dans l'élaboration des structures cognitives relatives à l'identité sexuée.

Grâce aux informations et à cette pluralité de signes qu'il recueille et qu'il interprète, l'enfant va construire les catégories de sexe « garçon-fille » et « homme-femme », et savoir à quelle catégorie de sexe il appartient.

Pour Goguikian-Ratcliff, l'évolution des figures masculine et féminine n'est pas linéaire, mais on peut observer un « passage du référentiel familial au référentiel social » entre 3 et 4 ans. La figure paternelle ou plutôt « l'élaboration de la spécificité de l'image masculine » joue alors un rôle essentiel, c'est le déclencheur vers 3 ans de la catégorisation sociale des sexes. Le père, « par la place qu'il occupe dans la problématique œdipienne, rend possible la transformation des relations interpersonnelles en objet de catégorisation sociale » (Goguikian-Ratcliff, 1997, p. 218-219). Ainsi, entre la période précœdipienne et la période œdipienne,

---

<sup>19</sup> Bandura, A., Bussey, K., 2004. Sur l'élargissement de la portée cognitive, motivationnelle et socio- structurelle de la théorie sur le développement et le fonctionnement du genre : Commentaire sur Martin, Ruble et Szkrybalo (2002). Bulletin psychologique, 130(5), 691-701

<sup>20</sup> Hurtig, M.C., Kail, M., Rouch, H, 2003. Sexe et genre. De la hiérarchie entre les sexes. CNRS Editions, Paris (1991. pour la première édition)

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

« s'opérerait non seulement une différenciation des figures parentales, mais également par l'adhésion aux représentations sociales du masculin et du féminin, une distinction entre la sphère familiale (individuelle) et le niveau social (public) » (Goguikian-Ratcliff, 1997, p. 219). De ce fait, dans un premier temps, l'enfant commence à s'interroger sur la sexuation possible d'un rôle, puis, dès 3 ans, les rôles sont polarisés à partir des stéréotypes sexués et, dans un troisième temps, l'enfant porte son intérêt de manière spécifique aux rapports entre les deux groupes de sexe.

### **4 Les représentations sociales**

La représentation sociale est un produit et processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe, reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique. Les représentations sociales sont des systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres qui, orientent et organisent les conduites et les communications sociales. Les représentations sociales sont des phénomènes cognitifs engageant l'appartenance sociale des individus par l'intériorisation de pratiques et d'expériences, de modèles de conduites et de pensée. Pour Moscovici, le père fondateur de la théorie des représentations sociales (TRS), c'est : « une manière d'interpréter le monde et de penser notre réalité quotidienne, une forme de connaissance sociale que la personne se construit plus ou moins consciemment à partir de ce qu'elle est, de ce qu'elle a été et de ce qu'elle projette et qui guide son comportement. Et corrélativement (la RS est) l'activité mentale déployée par les individus et les groupes pour fixer leurs positions par rapport à des situations, événements, objets et communications qui les concernent.

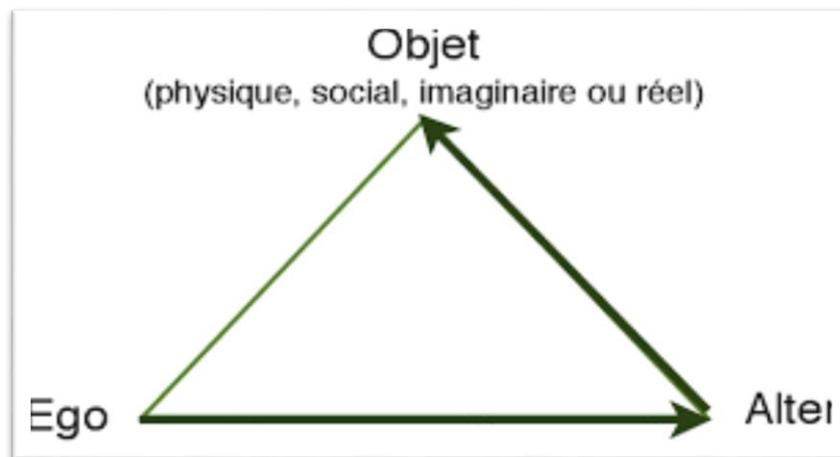
La représentation sociale est une notion qui a débuté avec des sociologues et des anthropologues de renom entre 1830 et 1930 comme Emile Durkheim, qui fait la distinction entre représentations individuelles et représentations collectives. Pour ce dernier, la conscience individuelle n'a pas beaucoup de poids et n'existe qu'à travers la conscience collective qui s'impose aux individus d'une génération à une autre et se concrétise matériellement par des règles de fonctionnement juridiques, économiques, morales, religieuses, etc.

Moscovici il s'est différencié, car pour lui, comme nous allons le voir plus en avant, les RS s'inscrivent dans un processus dialectique et construisent l'individu tout autant que celui-ci construit ses représentations. La société contemporaine, contrairement à la société traditionnelle, est plus individualisée et donc plus favorable à la constitution de groupes

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

différents avec des connaissances, des croyances et des pratiques spécifiques. Ces représentations sont donc le reflet de prises de positions spécifiques au sein du groupe social, là où, dans la société traditionnelle, la représentation collective s'imposait à tous de manière figée. L'une est plus le fait des individus, l'autre d'une collectivité.

Donc une représentation sociale est un « objet » partagé entre un « moi » (l'égo) et « les autres » (l'alter). C'est un univers d'opinions partagées par un groupe élaboré par le biais des communications. Elle est le reflet des expériences individuelles et des pratiques sociales des individus. La représentation permet de comprendre et d'agir sur le monde.<sup>21</sup>



**Figure :** Le regard psychosocial

Moscovici 1984,2003

Pour Serge Moscovici l'explication psychosociale doit tenir compte des liens entre l'individuel et le collectif, entre le sujet et le système. Cette conceptualisation fait de la psychologie sociale européenne une alternative à la psychologie sociale américaine, tant du point de vue théorique que méthodologique.

« Une représentation sociale est une organisation d'opinions socialement construites, relativement à un objet donné, résultant de communications sociales, permettant de maîtriser l'environnement et de l'approprier en fonction d'éléments symboliques propres à son ou ses groupes d'appartenance » (Pour Roussiau et Bonardi, 2019 P. 133). Une représentation

<sup>21</sup> Denise JODELET, Les représentations sociales, Paris, PUF, 1997.

sociale est donc un « objet » partagé entre un « moi » (l'égo) et « les autres » (l'alter). C'est un univers d'opinions partagées par un groupe élaboré par le biais des communications. Elle est le reflet des expériences individuelles et des pratiques sociales des individus. La représentation permet de comprendre et d'agir sur le monde.<sup>22</sup>

### 4.1 Les fonctions des représentations sociales

Les représentations sociales ont quatre fonctions essentielles :

#### - Une fonction de savoir :

Elles constituent une grille de lecture de l'environnement physique et social pour les individus. Les RS permettent d'assimiler de l'information en l'intégrant à un cadre existant et en cohérence avec les valeurs partagées par le groupe auquel ces individus appartiennent. Elles facilitent la communication et le partage de l'information intra-groupe. Une RS fonctionne comme un concept et regroupe toute une classe d'objets particuliers qui en sont autant d'illustrations.

#### - Une fonction identitaire :

Elles aident à définir et à sauvegarder l'identité, la cohésion de l'individu ou du groupe et à garder une image positive de son groupe d'appartenance.

#### - Une fonction d'orientation :

Elles permettent aux individus d'orienter leurs comportements et leurs pratiques, notamment face à l'étrangeté ou à la nouveauté. Elles déterminent a priori les conduites à tenir et jouent à ce titre un rôle prescriptif, car elles définissent ce qui est licite et tolérable de faire et de dire dans un contexte social déterminé.

#### - Une fonction justificatrice :

Elles permettent aux individus d'expliquer et justifier leurs actions futures (rationalisation) ou passée (a posteriori) pour cautionner et préserver leur vision du monde.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Jean-Claude ABRIC, Pratiques sociales et représentations, Paris, PUF, 1994, 2e édition 1997

<sup>23</sup> Philippe de Carlos, La représentation : un concept emprunté à la psychologie sociale Thèse de doctorat, publié le 3-11-2015, P48-49

### 4.2 L'imaginaire collectif

Les grecs de l'Antiquité, et plus particulièrement les philosophes, parlaient de doxa pour désigner l'ensemble des croyances, des opinions, des images, des visions et autres préjugés qui servent à un individu à se faire une représentation de la réalité. C'est, à peu de choses près, ce qui s'apparente le plus à l'imaginaire.

Quand on parle de doxa, c'est qu'en matière de rhétorique, la plupart des thèses se fondent sur une doxa personnelle, collective et/ou universelle. Nous pourrions tout aussi bien parler d'imaginaire personnel, collectif et universel. Il faut comprendre par là que plus un imaginaire est partagé, plus les thèses qui sont fondées à partir de cet imaginaire (ou de cette doxa) seront convaincantes ou vraisemblables pour le groupe qui partage cet imaginaire.

L'imaginaire collectif est donc une représentation à la fois personnelle et collective de la réalité.

Pour exemple, nous pourrions parler d'imaginaire collectif pour un parti politique, pour une communauté religieuse, pour une catégorie sociale et beaucoup d'autres groupes qui, en leur sein, sont constitués par un ensemble d'individus qui partagent une vision, une idéologie, une croyance, un préjugé, une opinion, etc.

L'imaginaire collectif que l'auteur différencie des notions connexes de représentation, d'idéologie et même d'imaginaire social, désigne l'ensemble des éléments qui s'organisent, pour un groupe donné mais à son insu, en une unité significative. Psychosociologue clinicienne, pratiquant la recherche et l'intervention depuis de longues années dans différents milieux professionnels, Florence Giust-Desprairies nous propose ici une théorisation originale de la notion d'imaginaire collectif, référée à une pluralité d'auteurs mais articulée directement à son expérience des groupes et des organisations. Comme le dit Eugène Enriquez dans sa préface, l'auteur nous plonge dans l'univers " d'écoles, de centres de formation, d'une entreprise industrielle, à la rencontre de sujets saisis individuellement ou en groupe. On les voit s'affronter, agencer les éléments pertinents de leurs constructions collectives, découvrir des scénarios méconnus qui fondent leurs actions, élaborer de nouvelles significations... L'auteur sait nous rendre proches ces sujets qui bougent, désirent, se protègent, s'affrontent devant nous dans de véritables courts métrages où l'on voit se faire et se défaire " l'imaginaire collectif ".

### Définition selon Florence Giust-Desprairies

Donc comme son nom l'indique "collectif", mais aussi une partie de l'individuel, comme l'exprimait Winston Churchill en 1909 lorsqu'il indiquait qu'"il n'est pas possible de tracer une ligne dure et rapide entre l'individualisme et le collectivisme".

La nature de l'homme est une double nature. Le caractère de l'organisation de la société humaine est double. Pour certaines fins il doit être collectiviste, pour d'autres il l'est, et il restera à jamais un individualiste."

L'idée d'esprit est ancienne, mais pas si ancienne. Il précède l'âge des romantiques, mais après les Grecs, les Romains et la montée du christianisme. D'esprit néoclassique, il est considéré comme un mécanisme des XVIe, XVIIe et XVIIIe siècles. Par conséquent, l'idée de créativité telle que nous la comprenons maintenant doit tacitement quelque chose à tous: l'ancien, le chrétien, le néoclassique et le romantique.

Avec la création et l'expansion des médias, cet imaginaire collectif partage désormais son héritage symbolique avec d'autres communautés. Avec ces changements, un nouveau terme a été créé appelé "village global" qui correspond à l'union de toutes les communautés en une seule.

Ainsi, l'individu et la société sont engagés l'un envers l'autre, chacun est traduisible dans l'autre. Si l'individu porte en lui des pensées, des sentiments et des expériences, il porte aussi ceux des autres, c'est-à-dire ceux de la société.<sup>24</sup>

### 4.2.1 Composition de l'imaginaire collectif

Selon Francesco Varanini, il existe deux formes d'imaginaire collectif : le premier est l'imaginaire qui explore l'inconnu et la seconde l'imaginaire qui l'explique, l'imaginaire explicite.

#### 4.2.1.1 Imagination

L'imagination peut être définie comme la capacité de l'esprit qui permet la création et la représentation d'objets. L'imagination nous permet de voir autour de nous pour voir ce qui n'est pas là.

---

<sup>24</sup> Florence Giust-Desprairies L'imaginaire collectif 2009 Pages : 256 Collection : Société - Poche Édité par Eres.

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

Dans l'imaginaire collectif, l'imaginaire est une faculté incongrue, individuelle et sociale à la fois, puisqu'on ne sait pas et on ne peut dire exactement où finit l'imaginaire individuel et où commence l'imaginaire collectif.

Selon Etienne Wenger, le caractère créatif de l'imaginaire est ancré dans les interactions sociales et les expériences communes. L'imagination en ce sens n'est pas seulement la production de fantasmes personnels, puisque loin d'un retrait individuel de la réalité, c'est un mode d'appartenance qui implique toujours le monde social pour étendre la portée de la réalité et de l'identité.

Par l'imaginaire, chacun peut se situer dans le monde et dans l'histoire et inclure dans son identité d'autres sens, d'autres possibles, d'autres perspectives. C'est à travers l'imagination que les pratiques elles-mêmes sont vues comme des histoires continues qui atteignent le passé, et c'est à travers l'imagination que de nouveaux développements sont conçus, des alternatives sont explorées et des scénarios futurs possibles sont proposés.

### **4.2.1.2 Symbole**

Le terme symbole est composé de deux parties : le signifiant (qui appartient à la réalité concrète) et le sens (représentation abstraite qui peut être déterminée par une religion, une nation, un fait historique, etc.).

Il existe des symboles connus uniquement d'une ville, d'un état, d'un pays ou il peut y en avoir dans le monde entier.

L'imaginaire collectif implique une communication symbolique : croyances ou mythes, actions ou rituels et symboles sacrés ou divinités.

Cornelius Castoriadis, parle du pouvoir des symboles et de l'imagination, et le philosophe Cornelius affirme que les individus et les sociétés assimilent le monde de manière imaginaire et symbolique.

### **4.2.1.3 Concepts**

C'est une idée ou une notion, une conception de quelque chose faite par l'esprit et exprimée par des mots, des allégories, des comparaisons ou des représentations symboliques.

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

Il y a des concepts qui sont universels, tout comme il y a des concepts individuels qui sont considérés comme plus abstraits car ils peuvent être quelque peu subjectifs.

### **4.2.1.4 Mémoire**

La mémoire est la capacité de stocker et de récupérer des données ou des informations. La mémoire n'est pas l'imagination mais ces deux là sont complices. L'imagination fait ce que fait l'historien. Selon Kant, l'histoire est le passé rendu présent, et l'imagination est la fusion du passé et du présent, du présent et du futur.

La mémoire peut être individuelle ou collective. Dans le cas de l'imaginaire collectif, on travaille avec des données qui peuvent être exprimées par un certain groupe de personnes et qui ont un sens commun.

### **4.2.1.5 Mythes et légendes**

Pour certains, la liste de la composition de l'imaginaire collectif se termine au point 4. Cependant, il y a des auteurs qui ajoutent à ce classement les mythes des sociétés.

Un mythe est considéré comme une histoire qui a une signification très profonde pour une culture, où une explication divine est généralement présentée qui établit une croyance qui traverse plusieurs générations, et qui sont en fait peu probables ou ne peuvent pas être vérifiées.

Selon Varanini, le mythe est l'imaginaire collectif qui explique, communique et donne un sens à l'expérience partagée des individus. Plus la société vit la transition, plus les mythes sont importants et deviennent véritablement un vecteur de transformation. Ils émergent de la peur instinctive du changement et décident de l'interprétation de l'évolution de l'environnement, conduisant ainsi à la transformation.

Une légende est une histoire très ancienne (ou un ensemble d'histoires) qui raconte un événement ou une personne célèbre, mais ce n'est pas toujours vrai. Par exemple : "la légende dit que la reine Joaquín portait toujours ses bottes au lit" ; "Le match de 1952 est une légende du baseball" ; "L'opéra est basé sur une légende islandaise".<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Florence Giust-Desprairies, L'imaginaire collectif (2009), pages 13 à 21

## **Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.**

---

Dans la société d'aujourd'hui les médias contribuent à l'émergence de valeurs pour que l'individu les accepte comme valable. Ce processus commence dès notre plus jeune âge et connaît une formidable accélération avec les nouveaux moyens de communication.

Ils sont l'un des principaux agents de socialisation qui touche plus les adultes car ils sont tous le temps entourés par les médias.

Les médias de masse les aident à former leurs propres types de croyances, l'impact des médias est à la fois dans le contenu et dans le processus, sur tous les domaines de la société. Chaque secteur de la vie est touché et influencé par le pouvoir des médias de masse. Les gens se rapportent à ce qu'ils voient ou entendent. Ils dictent ce qui est pertinent ou important pour la vie de quelqu'un et ce qui mérite plus d'attention. Ils incitent les gens à certaines croyances sociales par la persuasion et en s'appropriant sélectivement leurs messages. Ces adultes sont facilement façonnés par tout ce à quoi ils sont exposés.

L'audience est l'un des facteurs initiaux pris en compte par toute forme de média de masse, qu'il soit diffusé ou imprimé. Il s'agit du groupe de consommateurs pour lequel le texte médiatique a été construit ainsi que de toute autre personne exposée au texte ou au message. Chaque média de masse a un certain public visé qu'il veut manipuler. Une émission télévisée qui a pour décor une école secondaire ou un article publié dans un journal qui se concentre sur les problèmes que les adolescents rencontrent habituellement et qui conduisent nombre d'entre eux à commettre des crimes sont généralement des exemples de médias de masse adressés aux jeunes et au peuple qui s'inquiètent de la façon dont les jeunes grandiront comme les parents et les enseignants. Cela pourrait être attribué au fait que les personnages principaux de l'émission télévisée ou de l'article sont des adolescents. La publication d'un tel article ou la sortie d'une telle émission a également souligné qu'il y a des gens qui veulent comprendre les jeunes dans l'étape la plus compliquée de leur vie. Outre les personnages principaux, le cadre et les problèmes abordés dans l'article ou l'émission télévisée pourraient également déterminer le public visé par les médias de masse.

### **4.3 Les représentations de chaque sexe :**

Chaque sexe a ses propres représentations qui articulent des qualités qui lui sont présumé, qualités qui expriment un état des représentations du féminin et du masculin, des objets, des pratiques et des comportements qui les expriment.

Quand on interroge les parents sur leurs souhaits en matière des activités pour leurs enfants on distingue clairement deux répertoires. Pour les filles : la natation, les sports individuels,

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

l'équitation et les arts plastiques mais pour les garçons : le football, les sports collectifs ainsi que les arts martiaux.

Les parents préfèrent des activités plutôt calmes, de la créativité, de la performance et des talents artistiques pour leurs filles. Quant aux garçons ils soulignent le besoin de bouger et de se défouler.

Les représentations du genre sont basées sur l'activité, mais elles ne sont pas neutres en termes de genre. Les objets culturels ont eux-mêmes des caractéristiques de genre, et cette catégorisation peut être déduite en partie des caractéristiques de genre de leurs adeptes (visite, intensité de consommation, et type d'utilisation ou de réception), mais est également liée à la représentation. La lecture, l'écoute de la musique et les pratiques artistiques amateurs ont été classées parce que leurs adeptes étaient majoritairement des filles, en termes de pratiques « féminines », tandis que les jeux vidéo ont été classés en termes de pratiques « masculines ». Ainsi, alors que les garçons sont plus nombreux à faire du sport, les filles sont plus susceptibles d'écouter de la musique, de lire, de pratiquer les arts amateurs.

La naturalisation de ces caractéristiques fonde des enjeux de régulation familiale et sociale : lorsqu'une caractéristique générale (la violence) est inférée d'un objet (les jeux vidéo) à un groupe d'individus (les garçons), puis du groupe à l'individu (c'est une caractéristique masculine) et inversement, on peut comprendre comment, dans les représentations et dans les discours, violence des jeux vidéo et danger des addictions afférentes sont liés à la régulation d'une violence potentielle des garçons.<sup>26</sup>

Bien qu'une comparaison des attentes et des résultats décrits par Belotti suggère que ce changement est lent : l'utilisation de l'espace intérieur reste pertinente pour les filles et performative pour les garçons. Lorsque les filles s'emparent d'espaces autrefois masculins, elles semblent le faire tout en restant fidèles aux comportements et aux valeurs féminines qui leur ont été inculquées très tôt : les filles à cheval sont moins voyantes que les garçons et plus soucieuses des soins aux animaux. Ces qualités sont également influencées par les différences sociales : la classe ouvrière semble adopter des normes de genre plus strictes que la classe supérieure, dont le discours renvoie plus systématiquement à la recherche de l'accomplissement personnel des enfants.

---

<sup>26</sup> Albenga (Viviane), « Le genre de "la distinction" : la construction réciproque du genre, de la classe et de la légitimité littéraire dans les pratiques collectives de lecture », *Sociétés et représentations*, vol. 2, n° 24, 2007, pp. 161-176.

## Chapitre I : Cadre méthodologique et concepts fondamentaux.

---

Mais étonnamment, dans les mêmes enquêtes quantitatives que dans les entretiens, les parents ont décrit des pratiques souhaitées pour leurs enfants qui étaient plus limitées que les domaines de pratique qu'ils pratiquaient réellement, en particulier pour les filles. Les parents de filles rêvent de natation, de danse, de musique ou d'équitation car ils ont adopté des comportements plus diversifiés, s'inspirant de l'arsenal d'activités autrefois considérées comme masculines : micro-informatique, sports collectifs, etc. La cohérence entre les prédictions des parents et le comportement des garçons était plus importante, et un répertoire fortement exprimé était dessiné autour du mouvement et de la technologie, seule la lecture était plus une prédiction d'un parent que le goût d'un garçon.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Françoise, F. (1996), *Masculin/Féminin, la pensée de la différence*, Paris, Odile Jacob p. 48.

## Chapitre II : Partie analytique

## Chapitre II

---

### Introduction

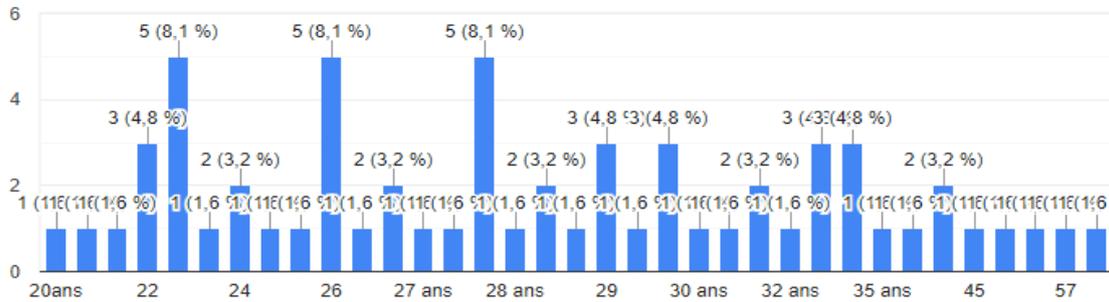
Ce chapitre est la phase ultime dans notre travail. Elle consiste en une phase pratique une enquête qui a pour objectif de connaître le déroulement de la socialisation des filles et des garçons en Algérie a fin d'avoir un aperçu sur :

- L'influence de la publicité sur les comportements d'chats
- La façon dont les médias algériens traitent l'image de l'homme comparé à l'image de la femme
- Les différents points de vue concernant l'annonce publicitaire « ooreedoo amigos » (annexe)
- L'influence du milieu socioculturel sur nos attitudes
- Le changement du comportement de l'enfant dans un autre milieu que sa famille
- La contribution de la publicité sur le rangement des sexes
- La possibilité de combattre la socialisation sexuée dans les sociétés

## Chapitre II

### Le questionnaire

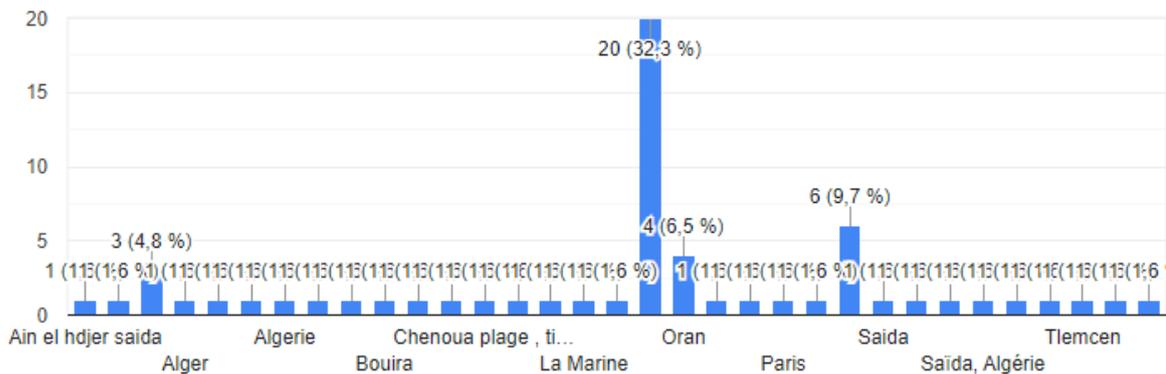
D'après les données collectées selon le questionnaire distribué :



**Figure 02 : L'âge des interrogés**

#### ➤ Commentaire

On remarque que différents âges sont présents de 20 ans jusqu'à 58ans avec une grande présence dès 23,29ans. Et c'est parce que cette catégorie est la plus active sur les réseaux sociaux puisque le media qu'on a utilisé pour la distribution du questionnaire c'était facebook et Instagram ainsi que le thème les attire beaucoup plus puisqu'il englobe les medias, la publicité et la socialisation des filles et des garçons.



**Figure 03 : La ville des interrogés**

## Chapitre II

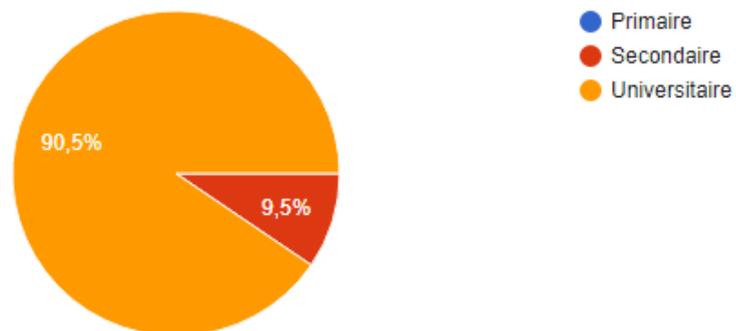
---

### ➤ **Commentaire**

Selon le lieu de résidence, plusieurs villes sont présentes mais beaucoup plus Oran 32.3% et Saida 9.7% parce que le questionnaire à été publié sur des pages Facebook ou il y a une grande présence de ces dernières

#### Niveau d'études

63 réponses



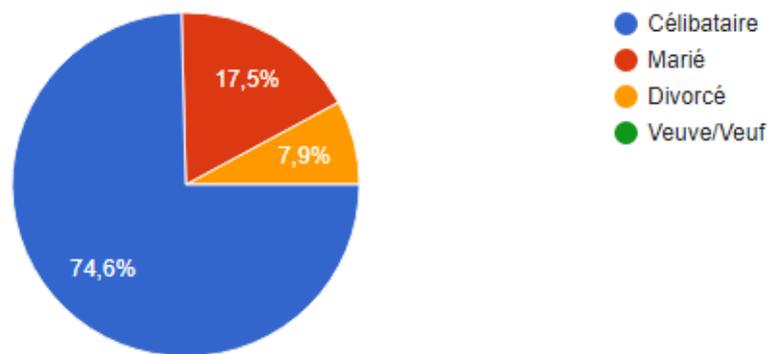
**Figure 04 : niveau d'étude**

### ➤ **Commentaire**

Pour avoir une idée sur les différents niveaux d'études (primaire, secondaire et universitaire) on constate que c'est les universitaires qui ont beaucoup répondu au questionnaire soit 90.5% car ils sont des chercheurs et c'est la catégorie la plus instruite et murs.

### Situation matrimoniale

63 réponses



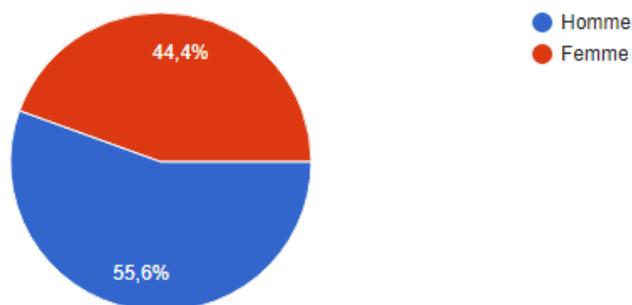
**Figure 05 : La situation matrimoniale**

#### ➤ **Commentaire**

Concernant la situation matrimoniale, le plus grand pourcentage des célibataires (74,6%), (18,3%) mariés et que (8,3%) mariés divorcés

### Etes-vous

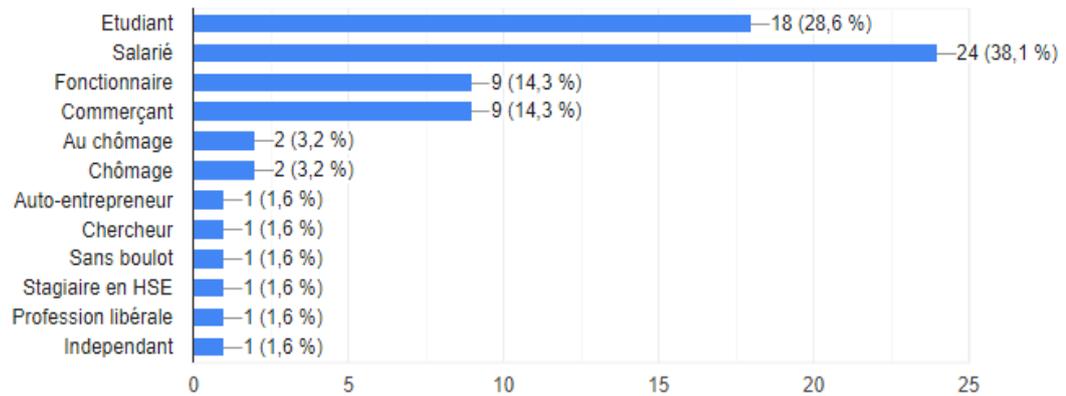
63 réponses



**Figure 06 : Sexe**

#### ➤ **Commentaire**

Selon le sexe les résultats sont presque identiques étant donné que le thème de socialisation intéresse les deux sexes. Dont le taux des hommes soit 55.6% et les femmes 44.4%.



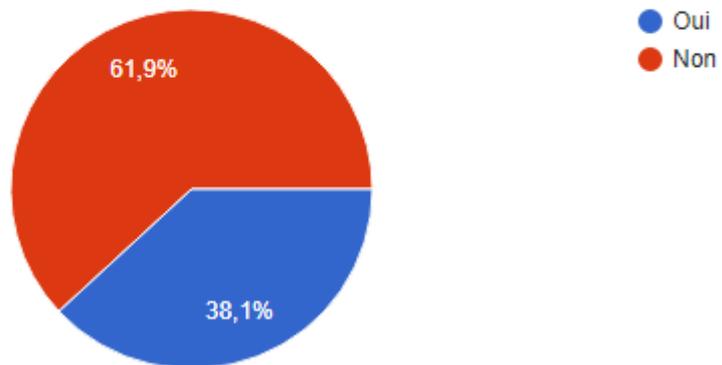
**Figure 07 : niveau d’instruction**

### ➤ **Commentaire**

La population qui a le plus répondu au graphique (6) est composée par les salariés 38.1% et des étudiants 28.6%. Les premiers sont majoritairement mariés, les seconds (étudiants) sont des futurs mariés. Ceci, démontre que la question de la socialisation des filles et des garçons intéresse davantage les hommes et les femmes en couple ou mariés.

Etes-vous interpellé par la publicité algérienne ?

63 réponses



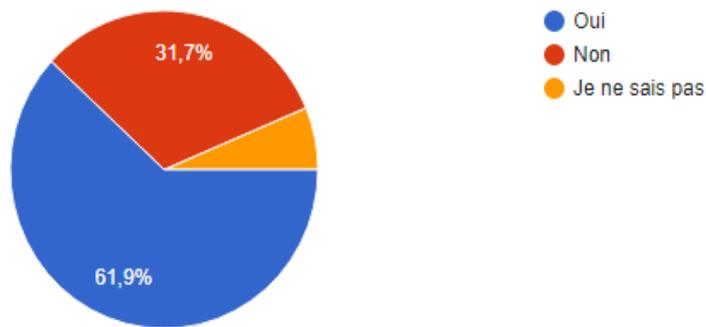
**Figure 08 : Interpellation publicitaire**

➤ **Commentaire**

On constate dans les résultats obtenus que la différence entre les deux réponses soit un taux de (61.9 %) qui ont répondu par oui et (38.1 %) par non réside dans la qualité des spots publicitaires algériennes ou sont pas très attrayantes, en comparaisons avec les publicités des chaînes étrangères tel que égyptiennes, turques, françaises...etc.

Pensez-vous que la publicité algérienne influence vos comportements d'achats ?

63 réponses



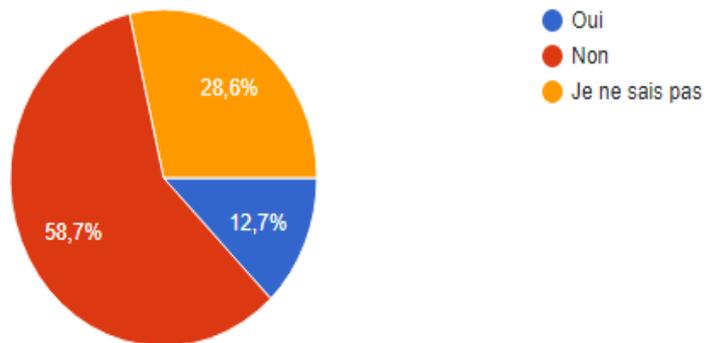
**Figure 09 : l'influence de la publicité algérienne sur les comportements d'achat**

➤ **Commentaire**

D'après les réponses sur l'influence de la publicité sur les comportements d'achat un grand pourcentage a répondu par oui avec un taux de 61.9% tant dis que 31.7% ont répondu par non. C'est du à la publicité en règle générale impacte le comportement des auditeurs et des téléspectateurs qui regardent les programmes algériens. Et c'est le propre but du message publicitaire.

Pour vous, les médias algériens traitent-ils de la même façon un sujet d'actualité impliquant l'image d'un homme comparée à un sujet impliquant l'image d'une femme

63 réponses

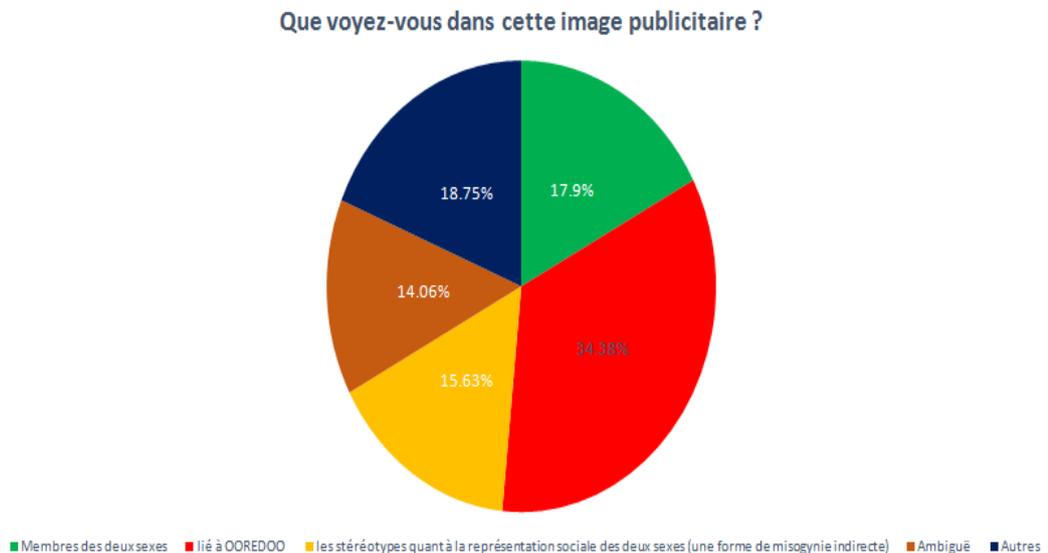


**Figure 10 : l'image de la femme et de l'homme dans la publicité algérienne**

### ➤ **Commentaire**

Selon le diagramme suivant Les medias algériens ne traitent pas un sujet d'actualité impliquant l'image d'une femme comparée à l'image de l'homme de la même façon est évident soit un taux de 58.7%, alors que 12.7% répondent le contraire, cette disparité dans le traitement obéit à l'influence de la société. Autrement dit, la société ne place pas les hommes et les femmes autant que citoyens, mais autant que catégorie sexuée.

### Que voyez-vous dans cette image publicitaire ?



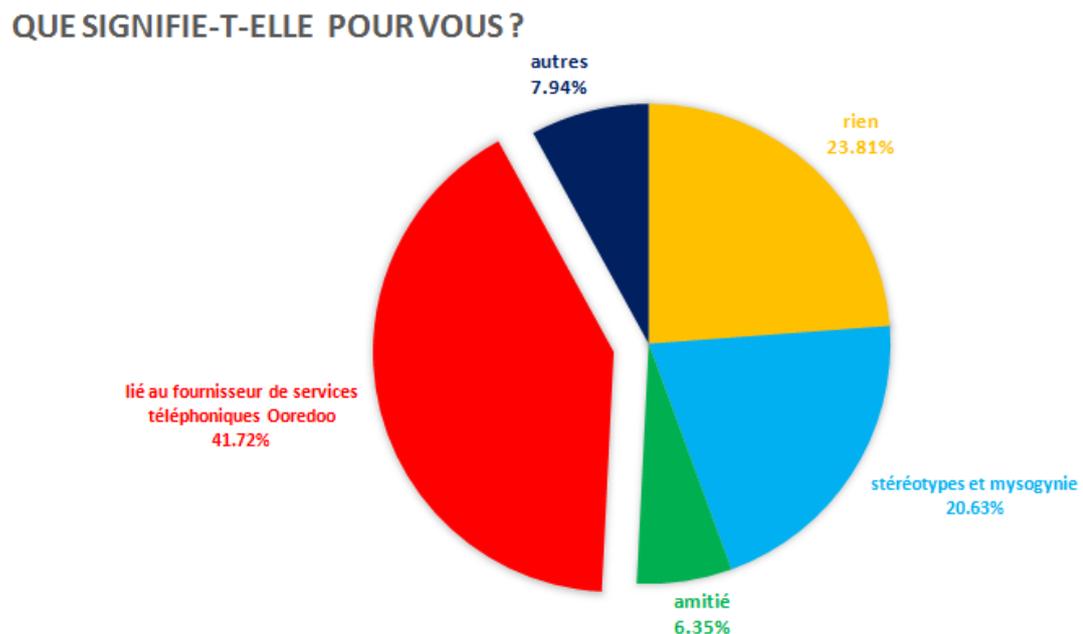
**Figure 11 : la vision des interrogés sur l'image publicitaire**

#### ➤ **Commentaire**

Différentes réponses ont été envoyées concernant le regard des interviewers sur l'annonce publicitaire :

- Une grande catégorie de 34.38% a remarqué qu'il s'agit juste d'une publicité d'un opérateur ooredoo et qui ont fait appel à deux filles et deux garçons.
  - Une autre a remarqué que c'est une image sexiste sur les femmes qui sont prises pour des personnes superficielles et qui s'intéressent qu'à leurs apparences et celles du sexe opposé
  - Et d'autre ont vu qu'elle intègre l'égalité des sexes puisque ils ont fait appel à deux filles et deux garçons.
  - Et sans oublier de mentionner la catégorie qui a trouvé qu'il s'agit juste d'une publicité inutile et ennuyeuse
- L'annonceur (ooredoo) à travers cette publicité parait cibler une catégorie de clients bien précise à savoir les jeunes branchés.

Dans cette approche, le choix des personnages jeunes, cool, stéréotypés et superficiels devient évident. Autrement, si le produit était destiné au grand public, Le choix des personnages de la publicité devient inapproprié.

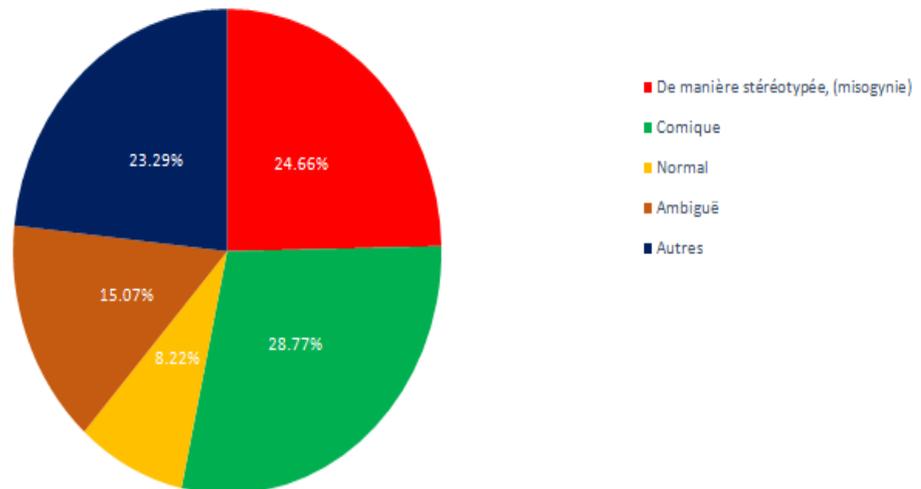


**Figure 12 : La signification de l'image publicitaire**

### ➤ **Commentaire**

D'après les résultats obtenus, le taux le plus élevé de 41.72% trouve que l'image est juste lié au fournisseur de services téléphoniques Ooredoo, un autre taux de 20.63 % trouve que cette publicité représente des stéréotypes de la misogynie, 23.81% pense que la publicité n'a aucune signification, 6.35% qui ont remarqué une certaine amitié mais vu que c'est une question ouverte les interviewers ont le droit de répondre librement mais cette réponse n'apporte rien a mes hypothèses.

Comment sont représentés les personnages de cette publicité ?



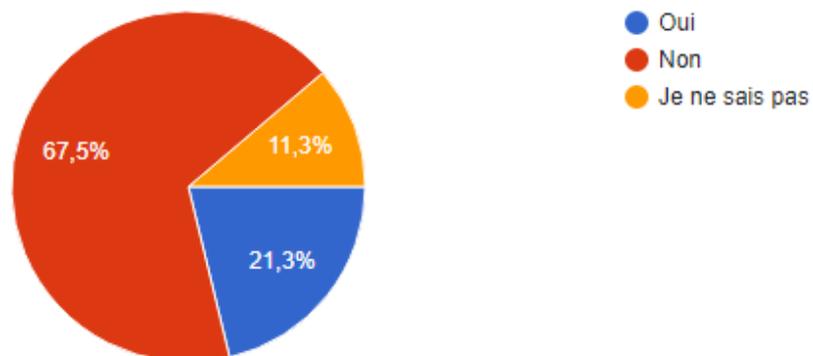
**Figure 13 : La présentation des personnages dans la publicité**

### ➤ **Commentaire**

Le diagramme -10- montre que 24.66% trouve que les personnages de cette publicité sont représentés de manière stéréotypée puisque y a deux filles qui sont intéressées à leur apparence et au sexe opposé et les garçons représentés comme exemple de force et de pouvoir, 28.77 % trouve qu'ils sont représentés d'une façon comique vis-à-vis leur poses prises, 15.07% trouve qu'il y a une certaine ambiguïté et 23.29 % autre .

S'agit-il d'une publicité qui reflète la réalité

80 réponses

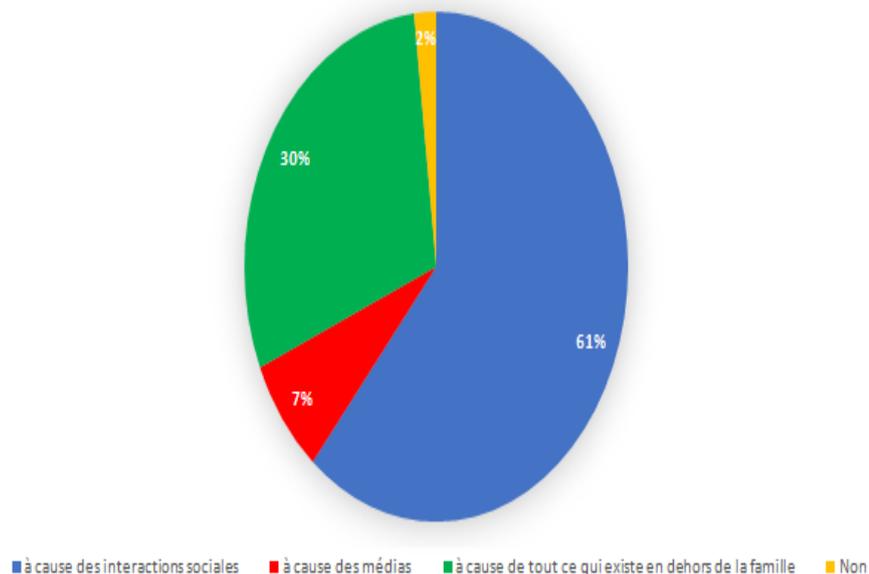


**Figure 14 : la publicité reflète-elle la réalité**

➤ **Commentaire**

Selon le diagramme -12- on observe que 67.5% répond que l'annonce publicitaire ne reflète pas la réalité, seulement 21.3 % trouve qu'elle reflète la réalité alors que 11.3% ne savent si la publicité reflète la réalité.

Est-ce que le comportement de l'enfant change lorsqu'il commence à découvrir un autre milieu que sa famille, pourquoi ?



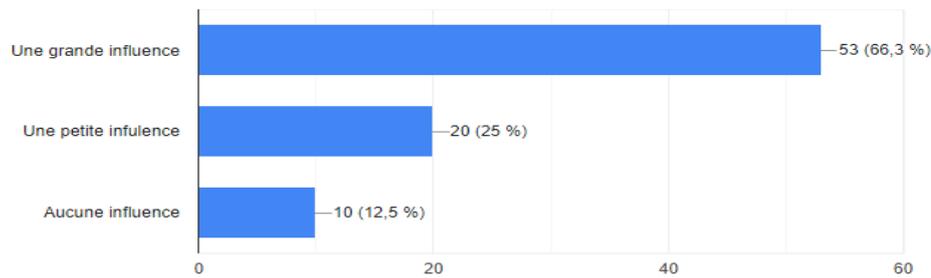
**Figure 15 : Le changement du comportement de l'enfant**

### ➤ **Commentaire**

On remarque d'après le diagramme -11- que 61% trouve que le comportement de l'enfant change lorsqu'il commence à découvrir un autre milieu que sa famille et c'est à cause des interactions sociales, 30% pense que c'est à cause de tout ce qui existe en dehors de la famille (les amis et les institutions), 7% ont répondu que c'est à cause des médias et une minorité de 2% trouve que le comportement de l'enfant ne va pas changer.

Trouvez-vous que le milieu socioculturel dans lequel on évolue a de l'influence sur nos attitudes

80 réponses



**Figure 16 : l'influence du milieu socioculturel sur les attitudes**

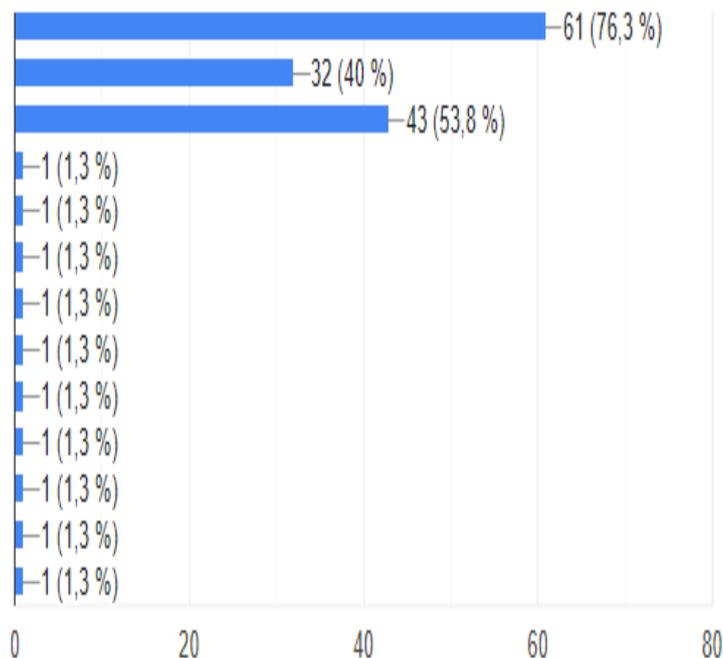
### ➤ **Commentaire**

L'enquête a donné lieu à la détermination de plus que la moitié des clients répondants soit 66.3% sont tout à fait d'accord que le milieu socioculturel à une grande influence sur nos attitudes, en outre un taux de 25% qui trouvent que ce dernier à une petite influence. Ainsi qu'en 3eme position seulement 12.5% qui trouvent que le milieu socioculturel n'as aucune influence. On a Appréhendé cela comme étant une sorte d'opinion synthétique de l'ensemble des répondants.

## Chapitre II

---

- À travers l'éducation (61)
- A travers de nouveaux discours qui vont inversés certains stéréotypes(32)
- Une campagne de sensibilisation au niveau de toutes les institutions (famille, école, médias.etc.)(43)
- C'est surtout avec l'éducation primaire
- Arrêter de faire la différence entre les filles et les garçons
- Activités de divertissement mixte pour casser ce stéréotype de mal vue de la socialisation sexuée
- A travers un changement socioculturel radical
- Combattre les discriminations et condamner le sexisme
- Des changements juridiques
- A travers la remise en question de ces publicités, nous devons inculquer l'esprit de la critique et de l'analyse au public et ne pas se contenter de faire des publicités politiquement correctes
- Si ça devrait être une problématique, c'est parce que c'est un problème social de premier degré. Les solutions ne doivent et ne peuvent être élaborées hors contextes. C'est à dire, elles doivent trouvées à travers l'éducation et surtout par la famille. Et aussi par une culture islamique moderne et équilibrée.



### **Figure 17 : Le combat de la socialisation sexuée du garçon et de la fille dans la société algérienne**

#### ➤ **Commentaire**

Nous remarquons que la majorité des interrogés, soit un taux de 73.3% qui trouvent qu'il est possible de combattre la socialisation sexuée d'un garçon et d'une fille dans les sociétés et cela à travers l'éducation, on a noté ainsi 53.8% ceux qui ont approuvé que cela est possible en menant une campagne de sensibilisation au niveau de toutes les institutions (Famille, école, médias.ect...), tant dis que 40% des répondants ont voté que c'est à travers de nouveaux discours qui vont inversés certains stéréotypes.

En dernier lieu, un taux très faible de 1.3% qui représente réciproquement une variété de réponses telle que (à travers la remise en question des publicités, des changements juridiques et l'enseignement).

## **Chapitre II**

---

### **Discussion et interprétation des réponses**

#### **Question N° 07 et 08**

**« Etes-vous interpellé par la publicité algérienne ? »**

**« Pensez-vous que la publicité influence vos comportements d'achat »**

L'intérêt des répondants pour les spots publicitaires étrangères peut s'expliquer par le fait que ces derniers ont un contenu marketing et communicationnel plus travaillé que celui des spots publicitaires algériens, tant dis que cette dernière repose beaucoup plus sur la qualité imagière.

L'étude du marché algérien en vers ses consommateurs fut plus développé et cela tout en ayant un impact sur leurs comportement des achats, alors que cela ne pouvait pas être aussi fluent sans une stratégie publicitaire qui engendre un impact assez remarquable.

#### **Question N° 09**

**Pour vous, les medias algériens traitent ils de même façon un sujet d'actualité impliquant l'image d'un homme comparée à un sujet impliquant l'image d'une femme ?**

En effet, le contenu des spots publicitaires algériens est contradictoire avec la réalité des hommes et des femmes dans la société, mais ces derniers essayent d'apporter une évolution dans la culture et de normaliser certains comportements et de changer la vision sexiste dans le quotidien des algériens.

#### **Question N° 10**

**Que voyez-vous dans cette image publicitaire ?**

On distingue une catégorie mitigée sur l'affiche publicitaire affichée pour les interrogés, d'où on sort avec deux résultats sur notre étude qui est l'idée de l'égalité entre les deux sexes prend son élan dans la vision des algériens, tant dis les autres sont encore fixé sur le fait que ces spots publicitaires sont banales et ne voient aucun intérêt. Et comme interprété

## **Chapitre II**

---

précédemment le contenu de ces affiches reste encore sexiste en vers la femme et l'homme avec des stéréotypes qui ne reflètent pas la réalité.

### **Question N° 14**

**Est-ce que le comportement de l'enfant change t il lorsqu'il commence à découvrir un autre milieu que sa famille, pourquoi ?**

Le comportement de l'enfant commence par une phase de découverte qui est dirigé par l'autorité parental, mais cela ne dure pas assez longtemps car l'enfant une fois éloigné de cette phase il est confronté à des événements et des phénomènes qui vont par la suite affecter son comportement et ces décisions en étant adulte, car c'est des actions innées qu'il les adopte tout au long de son développement.

### **Question N° 15**

**Trouvez vous que le milieu socioculturel dans lequel on évolue à de l'influence sur nos attitudes ?**

L'évolution du comportement de l'être humain se manifeste par la relation qu'il entretient avec son milieu socioculturel et cela tout en suivant son instinct qui a été prouvé durant notre étude, en effet l'impact de ce milieu peut influencer le comportement (à travers les institutions), comme il ne le peut pas sachant que la société algérienne est une société patriarcale.

### **Question N°16**

**Comment sera-t-il possible de combattre cette socialisation sexuée du garçon et de la fille dans la société algérienne ?**

Après avoir mené notre étude, on sort avec un résultat qui servira dans un prochain temps la future société algérienne afin de combattre la socialisation sexuée de la fille et du garçon et cela en optant vers une éducation comportant un aspect qui englobe une forte communication, l'élimination de certains tabous ce qui va permettre un développement psychologique de la génération qui reflétera l'image de la société algérienne et qui elle par la suite donnera une vision plus vaste.

## **Chapitre II**

---

### **Conclusion**

En somme, dans ce chapitre - Présentation et analyse des données -, nous avons pu récolter un bon nombre d'interventions ; différentes, le plus souvent complètes et bien détaillées et explicites ; et cela nous a permis, après analyse et interprétation des données nous avons pu relever nombreuses constatations et résultats qui devraient répondre à nos questionnements initiaux. Ces aboutissements seront exhibés en détails dans la conclusion générale

## **Conclusion générale**

En guise de conclusion, nous pouvons dire que le thème de la socialisation des filles et des garçons ou ce qui est communément qualifié comme le rangement des sexes dans certaines sociétés modernes qui sont allées jusqu'à édifier certaines théories telle que celle de la théorie des genres qui se veut un mouvement révolutionnaire qui combat le sexisme dans ses moindres méandres ne constitue plus une spécificité d'une société particulière. Néanmoins vu l'ampleur du phénomène dans certaines communautés patriarcales qui refusent d'octroyer un cadre juridique officiel qui essaye de contrecarrer les pratiques du sexisme, nous avons, à travers notre recherche qui s'est basée sur la collecte de données, tenter d'examiner les processus psychosociaux qui contribuent d'une manière ou d'une autre à installer ou à cautionner une socialisation sexuée dans la société algérienne.

Pour ce faire on a élaboré une enquête de terrain qui s'est appuyée sur la collecte de données à partir d'un outil d'investigation que nous avons jugé le mieux approprié dans notre cas d'étude.

En effet, c'est grâce à un questionnaire qui s'est vu contraint de passer par des entretiens directifs et semi directifs que nous avons réussi à ériger une enquête qui serait à la fois quantitative et qualitative, afin de trouver réponses à notre objet d'étude, à savoir décrypter les mécanismes sociaux et psychosociaux qui contribuent à la socialisation des filles et des garçons dans la société algérienne.

Par ailleurs, le choix des médias qui nous a servi de support pour collecter des informations qui sont en relation directe avec le vécu des citoyens est celui de la publicité car cette dernière à l'insu de la conscience de beaucoup de consommateurs algériens est un moyen de communication très stratégique auquel recourt la totalité des multinationales pour refaçonner nos rapports aux objets de la réalité.

Tout au long de l'analyse des données collectées soit à partir du questionnaire soit à partir de l'exploitation de l'annonce publicitaire de  nous avons pu récolter un bon nombre d'interventions, différentes, le plus souvent complètes, bien détaillées et explicites et cela nous a permis d'arriver à une finalité et d'affirmer nos hypothèses de recherche et s'assurer que les parents (personnes âgées) ainsi que les médias ont énormément d'influence sur les comportements futurs de nos enfants.

Sommairement, nous pouvons déduire, à partir de nos investigations que le processus de socialisation différenciée commence tôt dans la vie. Les enfants développent une

compréhension des catégories de genre à un jeune âge. Effectivement ces enfants à bas âge développent la capacité d'associer la vision et l'audition, en associant des voix masculines et féminines à des photographies d'hommes et de femme. Ainsi, les enfants parviennent à former leur propre identité de genre.

Parallèlement à cet apprentissage que se fait le plus souvent grâce à l'imitation de l'autre ,nos enfants ont également commencé à apprendre les normes de genre de leur culture, y compris les jouets, les activités, les comportements et les attitudes associés à chaque sexe. La connaissance que les enfants ont des rôles et des stéréotypes de genre peut avoir un impact sur leurs attitudes envers leur propre genre et celui des autres.

Les jeunes enfants, en particulier, peuvent devenir particulièrement rigides sur ce que les garçons et les filles « peuvent » et « ne peuvent pas » faire. Cette réflexion sur le genre atteint son apogée entre 5 et 7 ans, puis devient plus flexible. Cependant la socialisation de genre est un processus qui dure toute la vie car les croyances que nous avons acquises dans l'enfance peuvent nous affecter tout au long de notre vie malgré l'impact du milieu social et des médias.

Voyons notre recherche qui tire vers sa fin, nous pouvons confirmer, sans trop d'hésitations, que pareillement aux sociétés capitalistes, les mécanismes qui permettent une socialisation différenciée dans la société algérienne sont généralement occasionnées certaines pratiques inappropriées soit au niveau de la famille soit au niveau des institutions dans lesquelles évoluent nos enfants telles que l'école ou l'environnement médiatique qui perpétuent ces phénomènes de génération en génération à travers les objets, les institutions et les représentations sociales.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

### ❖ Ouvrages / Livres

Albenga (Viviane), « Le genre de “la distinction” : la construction réciproque du genre, de la classe et de la légitimité littéraire dans les pratiques collectives de lecture », *Sociétés et représentations*, vol. 2, n° 24, 2007, pp. 161-176.

Bandura, A., Bussey, K., 2004. Sur l'élargissement de la portée cognitive, motivationnelle et socio- structurelle de la théorie sur le développement et le fonctionnement du genre : Commentaire sur Martin, Ruble et Szkrybalo (2002). *Bulletin psychologique*, 130(5), 691-701.

Caroline Mollard, Laura Soulié Rôle de l'enseignant dans la diffusion des stéréotypes de sexe P29.

DAFFLON NOVELLE, Anne (2009). « Filles-garçons : socialisation différenciée? », *Colloque “Filles, garçons : une même école?”*, P219, Brussels, le 07 décembre 2009.

D.Bolliet et S.P Schmitt, Un article universitaire sur « la socialisation de Durkheim ». *Thème & débat*, 2008, P. 16.

Denise JODELET, *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 1997.

Edith Salès-Wuillemin, *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*, DUNOD, pp.365, 2006, PsychoSup.

Florence Giust-Desprairies *L'imaginaire collectif* 2009 Pages : 256 Collection : Société - Poche Édité par Eres.

Florence Giust-Desprairies, *L'imaginaire collectif* (2009), pages 13 à 21.

Françoise, F. (1996), *Masculin/Féminin, la pensée de la différence*, Paris, Odile Jacob p. 48.

Géraldine Espiau et Ania Beaumatin, Rôle de la fratrie dans la socialisation de l'enfant (2003), P. 113 à 117.

Hurtig, M.C., Kail, M., Rouch, H., (Eds.). 2003. Sexe et genre. De la hiérarchie entre les sexes. CNRS Editions, Paris (1991. pour la première édition).

Jean-Claude ABRIC, Pratiques sociales et représentations, Paris, PUF, 1994, 2e édition 1997.

Peter berger et thomas luckmann Livre « la construction sociale de la réalité », 342 pages, édité par Armand Collin en 2018. La collection (individu et société).

Philippe Dessus, Socialisation par le groupe de pairs, Octobre 2000, P125.

Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Warburton, Media comme agent de socialisation.2005.P267\_300.

Philippe de Carlos, La représentation : un concept emprunté à la psychologie sociale Thèse de doctorat, publié le 3-11-2015, P48-49.

Véronique Rouyer, Olivia Troupel-Cremel, Socialisation et construction de l'identité sexuée, Dans Penser la socialisation en psychologie (2013), pages 99 à 111.

Véronique Rouyer, Yoan Mieyaa et Alexis le Blanc, Socialisation de genre et construction des identités sexuées. Contextes sociétal et scientifique, acquis de la recherche et implications pratiques, 2009, p. 97-137..

#### ❖ Sites internet

<https://www.toupie.org/Dictionnaire/Socialisation.htm> selon toupictionnaire. Le 03/04/2022 par le site Google.

PIRAUD-ROUET, Catherine (2017). « Stéréotypes de genre: bien les comprendre pour mieux les combattre », *Les pros de la petite enfance*, article publié Le 18janvie2017, consulté sur le site <https://lesprosdela petiteenfance.fr/bebes-enfants/psycho-pedagogie/lutter-contre-les-stereotypes-de-genre-des-la-petite->

enfance/stereotypes-de-genre-bien-les-comprendre-pour-mieux-les-combattre, publié  
Le 08 Novembre 2018.

Laurie Kramer professeur d'études familiales dans une interview sur « Brothers and Sisters, Unite » publié sur <https://www.vision.org/interview-laurie-kramer-healthy><https://www.vision.org/interview-laurie-kramer-healthy> ling-relationships-1004. En 2011.

Définition de la socialisation secondaire

<https://www.toupie.org/Dictionnaire/Socialisation.htm> selon toupictionnaire

Léonard Gallot, L'influence des médias sur la société <https://www.journaldunet.com>,  
publié le 12/11/2015

Lucile Merra, Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux médias et interactions. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01143685>, publié le 19 Avril 2015.

## Liste des figures

N°	Intitulé	Page
(I, 01)	Le regard psychosocial de Moscovici	29
(II, 02)	L'âge des interrogés	40
(II, 03)	La ville	40
(II, 04)	Niveau d'études	41
(II, 05)	La situation matrimoniale	42
(II, 06)	Sexe	43
(II, 07)	Niveau d'instruction	42
(II, 08)	Interpellation publicitaire	44
(II, 09)	l'influence de la publicité algérienne sur les comportements d'achat	45
(II, 10)	l'image de la femme et de l'homme dans la publicité algérienne	46
(II, 11)	la vision des interrogés sur l'image publicitaire	47
(II, 12)	La signification de l'image publicitaire	48

(II, 13)	La présentation des personnages dans la publicité	49
(II, 14)	la publicité reflète-elle la réalité	50
(II, 15)	Le changement du comportement de l'enfant	51
(II, 16)	l'influence du milieu socioculturel sur les attitudes	52
(II, 17)	Le combat de la socialisation sexuée du garçon et de la fille dans la société algérienne	53

**Annexe**

## Annexes

### 1. Questionnaire de recherche électronique

1.1. [https://docs.google.com/forms/d/1\\_nTnqIIEqSONkhcdssb6oqyja6xjsOj9kQuF0JY83tA/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1_nTnqIIEqSONkhcdssb6oqyja6xjsOj9kQuF0JY83tA/edit#responses)

### 1.2. Captures d'écran

The screenshot shows a Google Form titled "Questionnaire". The form contains the following text:

Le présent document est un questionnaire qui entre dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'études en vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Sciences du langage. L'enquête traite de la thématique de la représentation des filles et des garçons dans les différents discours.

Afin d'analyser les différents processus qui contribuent à une socialisation sexuée du garçon et de la fille nous vous invitons à répondre à quelques questions à ce propos.

The form is divided into three sections, each with a blue header bar:

- Votre âge**  
Réponse courte  
.....
- Lieu de résidence**  
Réponse courte  
.....
- Niveau d'études \***
  - Primaire
  - Secondaire
  - Universitaire

Situation matrimoniale

- Célibataire
- Marié
- Divorcé
- Veuve/Veuf

---

Etes-vous \*

- Homme
- Femme

---

Etes-vous \*

- Etudiant
- Salarié
- Fonctionnaire
- Commerçant
- Autre...

Etes-vous interpellé par la publicité algérienne ? \*

Oui

Non

---

Pensez-vous que la publicité algérienne influence vos comportements d'achats ? \*

Oui

Non

Je ne sais pas

---

Pour vous, les médias algériens traitent-ils de la même façon un sujet d'actualité impliquant l'image d'un homme comparée à un sujet impliquant l'image d'une femme ? \*

Oui

Non

Je ne sais pas



Que voyez-vous dans cette image publicitaire ? \*

Réponse longue

Que signifie-t-elle pour vous ? \*

Réponse longue

Comment sont représentés les personnages de cette publicité \*

Réponse longue

---

S'agit-il d'une publicité qui reflète la réalité \*

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Trouvez-vous que le milieu socioculturel dans lequel on évolue a de l'influence sur nos attitudes \*

- Une grande influence
- Une petite influence
- Aucune influence

Est-ce que le comportement de l'enfant change lorsqu'il commence à découvrir un autre milieu que sa famille \*

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

---

Si oui, Pourquoi ?

Réponse longue

.....

---

A travers vos expériences, pensez vous que la publicité contribue au rangement des sexes, dans une société \*

- Oui
- Non

---

Si oui, Justifiez votre réponse

Réponse longue

.....

Comment sera-t-il possible de combattre cette socialisation sexuée du garçon et de la fille dans les sociétés

- A travers l'éducation
- A travers de nouveaux discours qui vont inversés certains stéréotypes
- Une campagne de sensibilisation au niveau de toutes les institutions (famille, école, médias, etc.)
- Autre...

## **Résumé**

Ce travail se veut une recherche qui traite des mécanismes psychosociaux qui vont contribuer d'une manière ou d'une autre à installer une socialisation différenciée dans la société algérienne, à travers de simples objets offerts à nos enfants ou bien via des représentations sociales véhiculées et ancrées par les institutions. En effet, nous supposons que dans une société patriarcale où l' « Homme » a toujours le dernier mot, les interactions quotidiennes des parents possèdent une énorme influence sur les comportements des garçons et des filles au sein de la même famille. Par ailleurs nous avons constaté, d'après une étude toute spéculative qui se base sur les fondements théoriques d'une approche sémio-communicationnelle, que les enfants apprennent, en premier lieu par imitation, les agissements de leurs parents ainsi que de leurs enseignants. En second lieu, les enfants entre 12 et 25 ans sont beaucoup plus soumis aux assauts des médias, de la famille ainsi que de l'école. Ces institutions, à l'insu de beaucoup de gens vont avoir une grande influence sur nos modes de consommation, nos habitudes de vie ainsi que nos discours. Donc la différenciation se fait en fonction de la reconnaissance de l'efficacité des conduites à dispositions. Sommairement, dans un contexte socioculturel typiquement algérien, nous souhaitons, à travers cette modeste recherche, éclairer la problématique qui tourne essentiellement autour des mécanismes psychosociaux, afin d'explicitier les facteurs qui contribuent à édifier une socialisation sexuée des genres, à travers les institutions, les objets ainsi que les représentations sociales ?

**Les mots clés :** socialisation, discours, représentations sociales, communication, sexisme, comportement, image, signe.

## **Abstract**

This work is intended as a research that discusses the psychosocial mechanisms that contribute in one way or another to the installation of a differentiated socialization in Algerian society, through simple objects offered to our children or through social representations conveyed and anchored by institutions. Indeed, we assume that in a patriarchal society where the male always has the last word, the daily interactions of parents have a huge influence on the behaviors of boys and girls within the same family. Furthermore, according to a speculative study based on the theoretical foundations of a semio-communicational approach, we have noted that children learn, first and foremost by imitating the actions of their parents and their teachers. Secondly, children between the ages of 12 and 25 are much more

likely to submit to attacks from media, family and school. These institutions, unbeknownst to many people, will have a great influence on our consumption patterns, our lifestyles and our discourse. So the differentiation is based on the recognition of the effectiveness of the behaviors provided. Briefly, in a typical Algerian socio-cultural context, we wish, through this modest research, to shed light on the problem which essentially revolves around psychosocial mechanisms, in order to explain the factors which contribute to building a gendered socialization, through institutions, objects as well as social representations?

**Key words:** socialization, discourse, social representations, communication, sexism, behavior, image, sign.

