

DIONNE, MICHELLE

Université Ryerson

Subvention de développement Savoir 2006

Obstacles socioculturels à la participation des femmes au sport : le rôle de l'auto-objectification et de la menace du stéréotype

Sommaire du projet

Dans le sport, les femmes et les filles ont longtemps été la cible de cynisme au sujet de leurs capacités physiques, cynisme en bonne partie perpétué par les médias dans les portraits mettant l'accent sur l'apparence, la féminité et la sexualité (hétéro), plutôt que sur les compétences athlétiques, qu'ils diffusent. Bien que les femmes athlètes aient marqué des gains au chapitre de la reconnaissance internationale, de l'accès au financement et des possibilités, elles continuent de faire l'objet de représentations négatives et des stéréotypes qui en résultent au sujet de leur place dans le sport. En dépit des réflexions donnant à penser que ces attitudes peuvent constituer des obstacles très sérieux à la participation des femmes et à leur performance dans le sport, il existe encore remarquablement peu de recherches fournissant des preuves tangibles de cet effet. Toutefois, des données parallèles montrent que la performance à des tâches cognitives diminue quand les participants de sexe féminin sont mis en contact avec des stéréotypes au sujet des femmes (menace du stéréotype), et d'autres études montrent des effets similaires quand l'attention est concentrée sur l'apparence de la participante (auto-objectification). Il y a des raisons de croire que ces mécanismes ont une incidence similaire sur les performances physiques.

Le lien avec la participation au sport se présente comme suit. Si les stéréotypes au sujet des femmes et du sport sont intériorisés, la performance peut être compromise. Après des tentatives répétées aboutissant à des résultats moins qu'optimaux, la motivation à l'égard de nouveaux essais de participation décline. La personne choisit alors de s'engager dans d'autres activités où la performance n'a pas la même incidence sur le sentiment de valeur personnelle. Si les femmes ne se sentent pas compétentes ou confiantes dans leur participation au sport et à l'exercice, elles seront moins susceptibles de s'engager dans ce genre d'activités. Telle est la question que nous souhaitons étudier.

Notre objectif spécifique était de déterminer si les stéréotypes et l'auto-objectification peuvent entraîner des diminutions de la performance à des tâches physiques, y compris des activités sportives. Nous avons aussi posé pour hypothèse que ces effets peuvent être attribuables, au moins partiellement, à des changements dans la perception de soi, l'effort ou la motivation. Nos constatations préliminaires sont parmi les premières preuves que la performance sportive peut être compromise par la mise en relief de stéréotypes au sujet des femmes. Qui plus est, ces stéréotypes conduisent les femmes à avoir une vision amenuisée comme des athlètes. Des résultats similaires sont obtenus quand l'attention est concentrée sur l'apparence physique des femmes plutôt que sur leurs capacités physiques. Nous estimons que ces stéréotypes peuvent empêcher les femmes de participer au sport à cause des attitudes négatives qu'ils engendrent.

Méthodes de recherche

Pour vérifier nos hypothèses, nous avons utilisé des études expérimentales en laboratoire, comme c'est couramment le cas en recherche psychologique.

Dans une étude, nous avons demandé aux participants de sexe féminin de jouer une partie de golf en utilisant une console Nintendo Wii et en optant pour un avatar de sexe masculin ou féminin (personnage représentant un joueur). À la moitié des participantes, nous avons dit qu'aucune différence liée au sexe n'était observée dans la performance à cette tâche, tandis qu'aux autres, nous avons dit que les hommes obtenaient généralement des résultats supérieurs à ceux des femmes. En plus de cette tâche, les participantes devaient fournir elles-mêmes des mesures de leur identification comme athlète et de leur perception d'elles-mêmes sur le plan physique.

Dans une autre étude, nous avons activé un état d'auto-objectification (type d'auto-attention sur l'apparence) et avons demandé aux participantes d'exécuter une tâche athlétique. Plus précisément, nous avons demandé à des participantes de porter des vêtements de sport ajustés et moulants, et à d'autres de porter des vêtements amples et dissimulant les formes. L'attribution des vêtements était faite au hasard. Puis, pour exacerber les effets de l'auto-objectification, nous avons demandé aux participantes d'un groupe d'estimer les proportions de leur corps en se regardant dans un miroir et en indiquant la mesure de leurs épaules, de leur taille et de hanches sur un écran situé à proximité. Nous avons aussi demandé aux membres d'un groupe témoin d'estimer la taille d'un objet de contrôle à trois endroits désignés. Enfin, on a demandé à toutes les participantes d'exécuter deux tâches axées sur la performance : un test de vérification de la performance au golf miniature en vrai (Mini-putt) et au golf miniature virtuel à l'aide d'une console Nintendo Wii.

Résultats de recherche

Les constatations clés corroborent les hypothèses de départ. Dans le cas de l'étude portant sur la menace du stéréotype, les résultats indiquent que les femmes obtiennent une performance légèrement supérieure quand elles jouent avec un avatar masculin, plutôt qu'avec un avatar féminin, quelle que soit l'information explicite donnée au sujet de la performance liée au sexe. Les résultats concernant les auto-perceptions en tant qu'athlètes sont encore plus clairs. Les femmes ayant joué avec un avatar masculin étaient plus susceptibles de déclarer se voir comme étant « sportives » et compétentes sur le plan physique que celles ayant joué avec un avatar féminin.

Dans le cas de l'étude sur l'auto-objectification, les résultats obtenus, bien que moins clairs, tendent à confirmer nos hypothèses. Plus précisément, les femmes invitées à porter des vêtements de sport ajustés et montrant les formes avaient tendance à avoir une performance légèrement inférieure dans l'exécution de la tâche de golf. Qu'il suffise ici de rappeler les désormais célèbres commentaires de Sepp Blatter (président de la FIFA), qui a affirmé que le soccer féminin attirerait plus d'amateurs si les joueuses portaient des vêtements plus moulants, pour comprendre d'où proviennent ces attitudes et où elles peuvent conduire le sport féminin.

Si ces résultats sont prometteurs, ils présentent aussi des limites. Les deux études nécessitent la collecte de données additionnelles, ce que nous allons faire pour accroître la valeur statistique des analyses. Aussi, nous souhaitons procéder à des contrôles additionnels et mener une étude parallèle auprès de participants de sexe masculin pour explorer plus à fond les différences entre les sexes.

Répercussions sur les politiques

Il a été établi par des décennies de recherches que les médias, et plus particulièrement les médias sportifs, offrent des types de messages qui, selon certaines théories, contribuent à l'auto-objectification et à la formation de stéréotypes au sujet de la pertinence du sport pour les femmes. Il reste à faire la preuve que ces attitudes ont une incidence négative sur la performance sportive des femmes et leur capacité de tirer plaisir de la pratique du sport. Si les femmes ne se voient pas comme ayant la compétence physique d'un athlète capable de réussir, elles seront moins susceptibles d'entreprendre des activités sportives et plus susceptibles d'abandonner celles qu'elles pourront entreprendre. Il importe de poursuivre, voire d'améliorer les politiques en place pour assurer un accès égal au sport aux deux sexes, y compris un accès égal au financement, à l'entraînement et aux installations. Les chercheurs qui s'intéressent à cette question aux États-Unis font souvent référence à la Loi connue sous le nom de Title IX, qu'ils présentent comme le moment décisif du sport féminin aux États-Unis. Les Canadiens doivent continuer d'assurer un accès égal, avec ou sans une telle politique.

Prochaines étapes

Une orientation que les psychologues qui s'intéressent aux médias pourraient clairement donner à cette recherche serait de concevoir et de tester des interventions médiatiques permettant aux femmes de résister aux messages culturels concernant leur capacité de participer au sport et d'y connaître le succès.

Principaux intervenants et avantages

Ces résultats peuvent présenter un intérêt pour l'Association canadienne pour l'avancement des femmes, du sport et de l'activité physique <http://www.caaws.ca/f/index.cfm>.