



Communiqué

24.07.2015

Quand les jeux vidéo influencent nos comportements

L'image des femmes et des hommes dans les médias a fait l'objet d'une étude sur la perception et l'influence des rôles stéréotypés dans les jeux vidéo et les paroles de chanson. Lors d'une présentation des résultats clé à la presse, la ministre de l'Égalité des chances, Madame Lydia Mutsch, a notamment insisté sur le contexte sociétal et les défis de l'ère digitale qui ont mené le ministère de l'Égalité des chances à initier ce projet de recherche avec l'Université du Luxembourg.

Une des missions phares du ministère de l'Égalité des chances consiste à déconstruire les stéréotypes de genre qui peuvent freiner les femmes et les hommes à vivre pleinement leur choix de vie et assumer ensemble leurs rôles dans la société.

La lutte contre les stéréotypes est d'ailleurs inscrite dans le programme gouvernemental et ancrée dans le Plan d'action national d'égalité depuis 2006 et figure régulièrement à l'agenda politique européen.

Dans des sondages publics du ministère de l'Égalité des chances sur la perception de l'égalité au Luxembourg, plus de la moitié des personnes pensent que les médias reproduisent les clichés traditionnels. Les enquêtes de terrain du projet universitaire sur les médias de divertissement ont confirmé que les stéréotypes y restent bien ancrés.

L'étude menée par l'Université du Luxembourg a mis en lumière que les jeux nous présentent des protagonistes stéréotypés et essentiellement au comportement à connotations masculines. L'industrie de divertissement semble donc créer des jeux essentiellement pour les garçons sans mettre en valeur des caractères de jeu qui puissent plaire davantage aux filles. De plus, quand des personnages féminins apparaissent, ils sont souvent très sexualisés.

La console de jeu reflète et reproduit des normes sociétales stéréotypées

Les jeux vidéo ont une influence sur le développement des compétences médiatiques des enfants et adolescents qui passent beaucoup de temps devant les écrans et consoles de jeu. C'est en effet par le jeu que les jeunes apprennent à maîtriser les médias électroniques et ces compétences seront essentielles pour leur évolution professionnelle dans le monde digital. Selon des enquêtes récentes, il existe un écart significatif en faveur des garçons quand il s'agit du temps passé avec des jeux vidéo, ce qui pourrait également freiner l'acquis de compétences médiatiques par les filles.

Sur le marché de l'emploi, les femmes demeurent largement sous-représentées dans le secteur des nouvelles technologies. Selon un rapport de la Commission européenne (1), seulement 9 sur 100 développeurs des applications « App » sont des femmes et seules 19% des managers en ICT sont des femmes alors qu'elles constituent 45% dans les services en général.



Parmi les développeurs de jeux vidéo, il y a également très peu de femmes.

Il reste donc un écart entre le vécu des femmes et des hommes et l'image virtuelle véhiculée. Il sera dès lors intéressant de réfléchir, en partenariat avec les médias, à mettre en place une stratégie commune pour promouvoir un monde de jeu plus neutre.

Pour accéder aux documents et analyses de l'étude : www.mega.public.lu

(1) [European Commission Study on women active in the ICT sector \(2013\):
http://bookshop.europa.eu/is-bin/INTERSHOP.enfinity/WFS/EU-Bookshop-Site/en_GB/-
/EUR/ViewPublication-Start?PublicationKey=KK0113432](http://bookshop.europa.eu/is-bin/INTERSHOP.enfinity/WFS/EU-Bookshop-Site/en_GB/-/EUR/ViewPublication-Start?PublicationKey=KK0113432)

(2) <http://www.mega.public.lu/fr/sondages/etudes/index.html>

Communiqué par le ministère de l'Égalité des chances