Rapport d'analyse
Etude

« Qu'est-ce qui influence les choix d'orientation des lycéen.ne.s sur le fond et sur la forme ? »

Ressources
futures-numeriques.fr

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

Rapport d'analyse

L'étude suivante a été commandée par la Fédération Régionale des CIDFF de Nouvelle-Aquitaine (FR-CIDFF NA) au Centre de Recherche de Sémiotique dans le cadre du programme Futures-Numériques.

La méthode
Un questionnaire a été administré à 435 jeunes alliant les quatre niveaux de Seconde, Première, Terminale et BTS ; avec de façon équilibrée, une moitié de filles (220) et une moitié de garçons (211), un nombre, certes très restreint (4) indiquait ne pas avoir de sexe ou être transgenres.

Les questions, qui avaient pour objectif de cerner le rapport des jeunes à leur avenir professionnel et plus particulièrement aux métiers du numérique ont était construites avec des interrogations. Le questionnaire, sous forme de QCM, alors fermées, donnant lieu à des réponses directes, réduites exclusivement à du déclaratif spontané ainsi qu'une part de questions ouverts à partir desquelles ce rapport a travaillé une analyse qualitative. L'ensemble des questions étaient facultatives, expliquant l'écart possible relatif au nombre de réponses.

Objectif général de l'étude :

Contribuer à la féminisation des formations et des métiers du numérique grâce à l'orientation des lycéennes en Nouvelle Aquitaine

Objectifs spécifiques :

- Créer et diffuser un kit pédagogique composé de différents outils mobilisables selon les contextes à destination de personnels enseignant des lycées généraux et techniques ainsi que des parents, associations et autres acteurs.trices échangeant avec les lycéen.ne.s autour de l'orientation, afin de :
- Concrétiser le choix d'orientation vers les formations et métiers du numérique en prévenant le décrochage
- Créer de nouvelles vocations en amenant à des choix d'orientation sur Parcoursup vers les formations et métiers du numérique
- Capitalisation et préparation du passage à l'échelle avec l'identification et la formalisation de bonnes pratiques sur ce qui influence les choix d'orientation des jeunes filles. Grâce à des outils d'orientation non genrés (sur le fond, la forme et la facilitation/l'accompagnement) permettant de travailler à la levée de stéréotypes liés aux métiers du numérique, y compris chez les professionnel.le.s de l'éducation et de l'orientation ou encore chez les parents.

CeReS

Centre de Recherches Sémiotiques

En prolongement de G.D.R. « Sémiotique » (G1065) qui avait pour objectif, de 1993 à 1999, la restructuration de la recherche en sémiotique en France, le CeReS (Centre de Recherches Sémiotiques) a été créé par Jacques Fontanille en 2000, pour implanter plus clairement ces recherches à Limoges, mais aussi pour pouvoir accueillir des chercheurs susceptibles de se concentrer entièrement au développement de nouveaux programmes.

Le CeReS est un centre de recherche regroupant, dans le cadre de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines et d'autres composantes de l'université de Limoges, un ensemble d'enseignants chercheurs relevant de plusieurs disciplines. La discipline la plus représentée est la sémiotique qui donne son nom au groupe. Mais d'autres chercheurs relèvent plus particulièrement des sciences de l'information et de la communication et de la linguistique dans tous ses aspects.

La sémiotique, telle qu'elle est étudiée au sein du Centre de Recherches Sémiotiques, explore le champ du discours et par là se trouve confrontée à l'analyse de vastes domaines de production de sens, depuis l'énoncé élémentaire jusqu'aux manifestations culturelles, en passant par les dimensions du texte et les diverses pratiques dans lesquelles ils sont pris.

Didier TSALA-EFFA, membre permanent du CeReS a écrit l'étude suivante. Ses recherches et analyses, spécialisées autour de la robotique, de l'interaction, de sociosémiotique de la relation, des objets socionumériques et des discours médiatiques ont permis de mettre en valeurs les usages et attentes des lycéen.ne.s

Futures Numériques

Synthèse de l'analyse :

Les idées fortes de l'étude

L'objectif de ce rapport est de parvenir à des recommandations à même d'activer une considération et surtout une adhésion plus enthousiaste des jeunes filles vis-à-vis des métiers du numérique. De quelle manière dédramatiser les résistances et les freins dont elles sont l'objet et qui tendent à les en détourner durement ?

Plus concrètement, au regard de l'expertise élaborée à partir des modèles de communication existants, un cadre de communication est à élaborer.

En matière d'orientation

De nombreux échanges autour de l'orientation se font entre pairs chez les lycéen.ne.s

Les référent.e.s pédagogiques sont identifié.e.s par les lycéen.ne.s en matière d'orientation

Un besoin de recentrer l'information en matière d'orientation a été exprimé (site unique, information trop diffuse)

En matière de numérique et d'emploi

Les filles associent le secteur du numérique à un changement sociétal plus qu'à des métiers identifiés

Les lycéen.ne.s sont d'abord concentré.e.s sur les années à valider et ont plus de difficultés à se projeter vers un métier / une activité

Les lycéen.ne.s plébiscitent des échanges avec des professionnel.le.s ou des réseaux de professionnel.le.s pour se faire une idée des métiers

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

Futures Numériques

Les analyses de l'étude

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

Constats généraux

1. Les jeunes et le travail

La relation des jeunes au travail et à leur avenir au travail semble homogène entre les garçons et les filles. En général leurs idées sont précises :

- Soit, ils savent tout à fait ce qu'ils veulent faire, comme 52% des garçons contre 40% des filles,
- Soit, ils en ont une vague idée comme 42% des garçons contre 46% pour les filles

Ces proportions ne varient que très peu quel que soit le niveau d'étude et les départements. Y compris lorsqu'ils répondent à la question fermée « sais-tu ce que tu feras après le bac ? ». C'est 61% des filles et 69% des garçons qui répondent à l'affirmative tandis que 38% des filles et 30% des garçons répondent à la négative.

Les études pour accéder à des métiers du numérique ne sont pas identifiés chez les répondant.e.s

Suivant les départements, le taux des réponses positives varie, avec 59% de réponses positives dans les Landes, 65% en Dordogne et en Gironde, 70% dans les Pyrénées Atlantiques et 80% dans le Lot et Garonne.

Cela traduit une conformité entre les études suivies et les aspirations futures. Ils arrivent à connecter leurs études et leurs aspirations professionnelles.

2. Projections et imaginaires dans le milieu du travail

- Une homogénéité des attentes vis-à-vis de l'environnement de travail, bien qu'avec des nuances entre les filles et les garçons.

Quand on leur demande de se projeter et de décrire le type d'interactions qu'ils attendent de leur environnement de travail, les jeunes, aussi bien les filles que les garçons, se projettent bien. En majorité, ils déclarent (…) être en attente d'interactions dynamiques : *travailler en groupe, travailler en équipe, avec d'autres personnes en fonction des projets.*

Cette attente est maintenue y compris lorsqu'ils s'imaginent travailler seul.e.s, à ce moment les contacts individuels deviennent importants, davantage ici chez les filles et un peu moins chez les garçons.

En tant que travailleuses et travailleurs, les jeunes, filles ou garçons, ont la conscience du collectif et des échanges individuels comme fondement pour mener des projets.

A noter : les filles montrent un peu plus d'intérêt à travailler seule, mais tout en conservant les échanges.

- Un fort clivage néanmoins dans la projection du projet professionnel

Pour la question « *plus tard qu'aimerais-tu retrouver dans ton futur travail* ? », alors que pour les garçons, le travail apparaît principalement comme un espace de performance, il est surtout l'occasion de jouer un rôle social, et de bonifier les autres et/ou la société.

Plus précisément, **pour les garçons, travailler c'est** :

se réaliser en tant que soi, s'épanouir : *avoir du temps libre et faire ce qui me plait, continuer à faire du sport, voyager, m'amuser, jeux vidéo, gaming, lien avec le monde du spectacle*

exprimer ce qu'ils ont appris, performer *: travailler en laboratoire, faire de la recherche, enseigner, faire de la programmation, concrétiser des projets, effectuer des recherches de matières scientifiques, développer des jeux, des interfaces numériques etc.*

se voir dans des métiers précis et souvent techniques ou scientifiques : *armée, mécanique, médecine, jeux vidéo, l'informatique, les laboratoires*

et **pour les filles, travailler c'est** :

contribuer au bien des autres et de la société : *les enfants, les personnes âgées, les animaux, travailler à l'hôpital, pour les personnes qui ont des problèmes mentaux, pour le bien de la société, le contact humain*

échanger, partager : *pouvoir échanger avec des personnes de domaines différents, rencontrer des personnes, découvrir des nouvelles personnes*

Elles ne perçoivent pas le monde du travail en termes de métiers – elles y réfèrent très peu –mais en termes de bénéfices apportés pour les autres, pour la société.

La relation des jeunes au numérique

1. Une connaissance hétérogène et clivée

La connaissance du numérique, pour les filles comme pour les garçons, est assez hétérogène avec un fort taux de personnes qui ne se prononcent pas, 34% chez les filles et 32% chez les garçons et un fort taux de personnes qui ne les connait pas ou que très vaguement, 78 % chez les filles et 48% chez les garçons.

L'éveil est donc, plus fort chez les garçons que chez les filles.

Néanmoins, pour ceux qui les connaissent très bien, on note une proportion plus forte des garçons quand la réponse est positive 27% contre 6% à peine pour les filles.

Ce clivage devient plus prégnant lorsqu'on leur demande de définir ce qu'est le numérique, en général.

Chez les filles, les réponses sont assez vagues, elles l'imaginent :

en terme de conséquences : *métier d'avenir, vie devant l'écran, pour les accros aux écrans, métier qui recrute, qui évoque le futur*

en terme de complexités : *métier compliqué, beaucoup de codage, métier imprévisible, métier en lien avec la technologie*

en terme de cibles spécifiques : *métier jeune, métier de geeks*

en terme d'innovations : *créateur de logiciel, jeux vidéo, animations*

Chez les garçons, les réponses sont beaucoup plus précises et ancrées. S'Ils définissent aussi le numérique en termes de conséquences, *métiers du futur, métiers qui embauchent, métiers en pleine évolution,*

les métiers sont décrits et définis avec plus de précision : *ingénieur, ingénieur réseau, développeur, concepteur, graphiste 3D*

les procédés techniques sont convoqués : *programmation, codage, robotique, internet, 3D, intelligence artificielle*

ils s'enthousiasment sur les bénéfices : *il y a toujours de nouvelles choses, c'est le métier d'aujourd'hui*

2. Une définition clivée des métiers du numérique

Pour les filles, le numérique intervient dans des métiers qui ont principalement un impact social et ancré dans le quotidien *: jeux vidéo, marketing, site internet, sites de vente, réseaux, annonces,* à minima dans la technologie, pure et dure.

Pour les garçons, le numérique intervient à 57% dans les métiers *de l'industrie, la logistique, recherche,* et, à minima dans *le management, le design, la communication*.

3. Le numérique, en tant qu'orientation : une culture à construire

Alors que les jeunes ont une vision claire des métiers associés au numérique, ils n'arrivent pas à y associer une démarche d'orientation en tant que filière de formation. Leur imaginaire sur le sujet du numérique est approximatif, presque non identifié, tant pour les filles que pour les garçons.

A la question « *quels sont les termes les plus parlant pour toi* » pour évoquer le numérique, 76% ne se prononcent pas, filles et garçons confondus, les autres réponses restent très générales, voire convenues 9% pour les métiers du digital et du numérique, 6% pour les métiers d'internet et 1% pour les métiers du Web et de la Tech.

50,6 %

des répondant.e.s considère que la représentation du numérique se fait par l'image de l'ordinateur.

Le numérique en tant que filière de formation est, au mieux, un univers comme un autre. Le terme numérique pour parler de métier est-il vraiment approprié ?

La même défaillance est observée lorsqu'on pose la question « *connais tu l'option NSI ?* ».

87% ne se prononcent pas, filles et garçons confondus. Chez les filles 8% seulement disent la connaître et 10% chez les garçons. Le numérique n'est pas encore installé dans les esprits comme étant une perspective d'orientation, c'est donc normal qu'ils le projettent encore moins dans le métier.

72,8 %

des répondant.e.s pensent que le terme « métiers du numérique » est le plus parlant

Leur représentation du numérique se réduit à l'imaginaire banal d'un écran d'ordinateur pour 52% d'entre eux et 32% des personnes ne se prononcent pas.

Une conséquence est le faible engagement de l'ensemble des jeunes, très certainement dû à une ignorance de cette filière.

Le numérique reste donc une culture à construire et à diffuser auprès des jeunes. Une information préalable serait à faire pour les filles et les garçons.

L'information des jeunes sur les métiers

La disposition des jeunes à s'informer sur les métiers existe, aussi bien chez les filles que chez les garçons. Restent les bons médiums pour y parvenir.

Les jeunes privilégient davantage les échanges avec des professionnels d'un secteur, que les autres médiums beaucoup plus impersonnels comme les forums des lycéens, les interventions en lycée, Instagram et médias sociaux. Les réseaux sociaux peuvent venir en soutien lors d'intéractions : live, chats, réels…

L'information y apparaît comme plus crédible et plus légitime, car incarnée, plutôt que les autres réseaux, qui le sont moins.

79,5 %

des répondant.e.s souhaiteraient rejoindre un réseau de professionnel.le.s pour échanger autour de leurs métiers

Au bilan

Une conscience avérée des jeunes par rapport à leur avenir professionnel. Un clivage sur le rapport au travail :

- une approche plus sociale pour les filles,
- et plus dans la performance et l'expression de soi pour les garçons.

Le numérique, en tant que phénomène, est connu aussi bien des garçons que des filles. Les nuances qui apparaissent comportent en elles les différences de vue qui définissent leur projection dans le champ professionnel.

Alors que les jeunes ont une vision claire des métiers associés au numérique, ils n'arrivent pas à y associer une démarche d'orientation en tant que filière de formation.

Il s'agit d'une question préalable qui nous semble intéressante d'interroger, afin d'asseoir plus précisément les freins qui limiteraient l'accès aux formations en général et plus précisément, pour les filles.

Bien évidemment, des biais sont déjà perceptibles en l'occurrence, dans la manière de qualifier les métiers du numérique.

Les métiers du numérique :

Pour les filles, sont des métiers qui ont un impact social et ancré dans le quotidien ;

Pour les garçons, sont des métiers surtout liés à la production et à la recherche scientifique.

Les discours d'orientation vers les métiers du numérique

Pour cette partie, une analyse de corpus autour de 24 ressources a été réalisée afin d'observer les outils actuellement déployés et les rendus produits. Corpus : fiches Onisep, conférences dans des forums étudiants, mini films d'expériences positives (orientation-formation et insertion professionnelle)

La sensibilisation actuelle autour du numérique devrait concerner tout autant les filles que les garçons. Mais dans quelle mesure ?

Si des clivages émergent, pour autant, la cible à l'étude reste celle des lycéennes et lycéens en fin de cycle et des étudiants en bac +2. Autrement dit, nous avons affaire à un public d'abord concerné par sa poursuite d'études et très précisément par sa réussite aux examens. Si le sujet de l'insertion professionnelle advient, il l'est souvent par ricochet, ce qui le rend plutôt secondaire.

Il s'agit ici d'un présupposé pour cerner avec bénéfice les termes des communications émises à ce jour pour parler des filières et des métiers du numérique

65,4 %

des répondant.e.s savent ce qu'ils.elles veulent faire après le baccalauréat

47,5 %

des répondant.e.s ont « une vague idée » de ce qu'ils veulent faire plus tard

Connais-tu les métiers du numérique ?

25,1% : oui très bien

56,1% : vaguement

Futures Numériques

L'analyse d'un corpus d'orientation

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

1. Etat des lieux

1.1 Préalables

Telles que conçues à ce jour, et selon le corpus qui nous a été destiné, les communications pour les métiers et filières du numérique ne dérogent pas aux caractéristiques des formats habituels des communications générales sur les formations et les métiers :

> des fiches métiers qui dessinent le contenu des formations, les diplômes requis pour y accéder, la durée d'études, les lieux de formation, les débouchés ;

> des forums des formations et des filières avec des prises de paroles, par des spécialistes du domaines, des étudiants, ou les deux en même temps ;

> des mini films de 1 à 3 minutes, presque des réclames, avec pour objet une présentation succincte des avantages et bénéfices de telle filière ou formation ou de tel parcours de réussite ;

> des reportages filmés beaucoup plus longs, entre 6 et 15 minutes, qui peuvent être des conférences ou alors des panoramas étoffés autour d'une formation d'une filière ou d'un métier.

1.2 Lecture critique

Quant à leur contenu, ces communications varient selon le statut d'acteur retenu pour transmettre ces informations : les pédagogues, les élèves en formation, les conférenciers spécialisés, les jeunes travailleurs, les recruteurs.

Il en ressort des degrés de complexité qui projettent différemment la lisibilité des informations émises et surtout leur pertinence en fonction des cibles et de ce qui les spécifie : niveau d'études, ambition professionnelle, genre notamment.

La communication portée par les pédagogues

Exemple https://www.youtube.com/watch?v=ya62TdBj308

Il s'agit de configurations où la prise de parole met en scène un contexte d'apprentissage, en général avec un enseignant dont la tâche consiste à étayer les définissables de telle filière spécifique du numérique, par exemple la filière NSI.

Le discours est multifocal, consistant à souligner de manière holistique l'ensemble des avantages afférentes à la filière :

- on varie les points d'intérêt,
- on varie les modèles de présentation : des prises de parole motivées, les élèves, fille/garçon ; l'enseignant ; des sous-titres),
- on varie les lieux de présentation : la salle de cours, le bureau de l'enseignant,
- on varie les situations : les élèves en groupe de travail ; les élèves seul-e-s ; les élèves en interaction avec l'enseignant, etc.
- Si besoin on recourt à des chiffres et à des comparaisons.

La forme argumentative est déductive. On organise le discours pour que les conclusions qui suivent paraissent aller de soi : *« je fais ceci parce que j'aimerais... » « ceux qui réussissent sont ceux qui s'investissent ainsi... »*

La tonalité est pondérée, explicative pour attribuer son intérêt effectif à chaque point abordé.

Et les filles ?

Quant à la référence aux filles, elle ne fait l'objet ici d'aucune focalisation particulière. Si en parle, c'est sans focalisation exclusive

La communication portée par les élèves en formation

Exemple https://www.youtube.com/watch?v=zRDW-dh8Hgc

Pour ce modèle de communication, il s'agit de discours, monos centrés, qui mettent en scène spécifiquement tel élève en train de raconter son parcours ainsi que les satisfactions qui en sont issues

- on parle de la qualité de la formation,
- on de l'environnement de la formation,
- on parle du programme, de diplôme, de poursuites d'études,
- on parle aussi de motivation (pourquoi j'ai choisi ce diplôme).

La forme argumentative est dialogale, l'élève étant presqu'enjoint de détailler chaque point de son parcours, pour en démontrer l'évidence.

La tonalité est ainsi explicative, souvent technique, mais aussi lacunaire

Et les filles ?

Quant aux filles, on s'y réfère pour regretter leur absence, jugée alors comme un manque déplorable. Elles auraient bien toute leur place !

La communication portée par les conférenciers spécialisés

Exemple https://www.youtube.com/watch?v=zRDW-dh8Hgc

Deux modèles de communications sont à retenir ici : celle portée par les spécialistes de la communication des formations, chargés de mettre en lumière telle filière de communication et celle portée par les spécialistes experts, capables de présenter un domaine de formation à travers l'ensemble de ses détails.

Pour la communication portée par les spécialistes des formations
https://www.youtube.com/watch?v=sdeuEvPd8HM

Le discours est synoptique : on prend un secteur et on fait le tour pour en magnifier les atouts et les avantages :

- on vante la filière,
- on vante les enjeux (une filière d'avenir qui concerne toute la société),
- on vante les spécialités,
- on vante les perspectives,
- on incite à s'y former,
- on met en les performances de façon ostentatoire.

L'argumentation est incitative, très clairement à la manière d'une réclame qui ne laisse aucune place à l'analyse (il n'y a pas mieux que de choisir cette filière).

La tonalité est laudative, ce qui ne peut susciter que de l'adhésion.

Et les filles ?

L'absence ou le peu de présence des filles est évoquée, comme un très grand regret

Et pour la communication des spécialistes experts

Exemple https://www.youtube.com/watch?v=11xAEd9TZr0

Le discours est exhaustif, presque holistique. L'idée est d'insister sur le détail de l'ensemble des données définitoires de la filière et de tout ce qui l'entoure

- On catégorise les informations,
- On les illustre,
- On fait appel à des spécialistes par catégorie,
- On s'appuie sur des grilles,
- On s'appuie sur des chiffres documentés,
- Etc.

L'argumentation est didactique, comme s'il s'agissait d'un cours magistral avec une accumulation et une diversité d'informations spécialisées et souvent techniques. A chacun de faire son tri dans ce qui lui conviendrait.

La tonalité est sérieuse, maîtrisée, ce qui demande de la distance pour s'en approprier.

Et les filles ?

Il n'y a pas de référence au genre, ou alors il s'agit de digression, ce qui n'est pas habituel.

Pour la communication portée par les jeunes travailleurs

Exemple : https://www.youtube.com/watch?v=PFzg-8yJyH0

Ce modèle de communication consiste à mettre en scène des activités du jeune travailleur au fur et à mesure, à la manière d'un récit processuel et positif.

- Le jeune travailleur est suivi dans son cadre de travail, son bureau, et en interaction avec ses collègues,
- Il prend la parole, détaille les attendus de sa mission et décrit ses objectifs,
- Il rappelle ses motivations et l'intérêt d'avoir suivi sa formation (« J'adore les voitures, et le numérique est très demandé dans cet univers… »).

L'argumentation procède par l'exemplification. Il y a un bénéfice évident à choisir les métiers du numérique : une multitude de secteurs est concernée et on les liste.

La tonalité est enjouée, pour susciter de l'enthousiasme. (Cibler les jeunes en insertion ?)

Et les filles ?

Finalement, alors que tout se passe bien, le manque de filles est évoqué comme incompréhensible.

Pour la communication portée par les recruteurs

Exemple https://www.youtube.com/watch?v=73Sff8gkwmQ

Il s'agit d'un modèle de communication didactique. On présente les métiers via des focus synthétiques sur différents points d'intérêts :

- Qu'est-ce ce métier ?
- Qu'y fait-on ? Pourquoi on le fait ?
- Quels sont les requis pour y parvenir ? Comment peut-on s'y former ?
- Comment travaille-t-on ?
- Quelles sont les procédures d'insertion ?

L'argumentation est explication et descriptive, ce qui permet d'être le clair et le plus direct possible.

La tonalité est incitative, presque journalistique, avec un fort pendant documentaire.

Et les filles ?

Quant aux filles, certes elles sont convoquées, comme un profil spécifique, mais l'objet est surtout de dédramatiser toutes complexités qui opéreraient comme un frein pour se projeter dans ce métier.

Que retenir ?

Il s'agit d'un modèle de communication didactique. On présente les métiers via des focus synthétiques sur différents points d'intérêts :

Et les filles ?

Quant aux filles, certes elles sont convoquées, comme un profil spécifique, mais l'objet est surtout de dédramatiser toutes complexités qui opéreraient comme un frein pour se projeter dans ce métier.

Que retenir ?

Ce corpus analysé permet d'observer que la recherche d'informations mais aussi de lieux ressources pour affiner les choix d'orientation et de métiers sont probants.

Par ailleurs, les lycén.ne.s ne plébiscitent pas seulement de l'information mais aussi – et surtout – des échanges avec leurs pairs, des professionnels et cherchent à établir le contact avec leurs référent.e.s pédagogiques en qui ils ont confiance. Les référent.e.s peuvent répondre à leurs questions mais également les guider dans des voies inattendues ou les accompagner à explorer des secteurs peu connus voire peu appropriés par les étudiant.e.s.

En matière d'information disponible dans ce corpus

- Des modèles de communication principalement orientés « métiers »
- Des cibles d'abord préoccupées par la réussite des études et l'obtention de leur diplôme
- Des formats de communication génériques conçues en priorité pour valoriser les atouts généraux des formations et des filières
- Une conscience du défaut des filles dans ces filières et dans ces métiers du numérique
- L'argumentation pour les y attirer est surtout concessive : on regrette leur absence ou alors on la considère comme incompréhensible

Futures Numériques

Les chiffres de l'étude

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

Les chiffres de l'étude

Question : Sais-tu ce que tu vas faire après le bac ?

- 65,4 % savent ce qu'ils veulent faire après le bac
- 34,6 % ne savent pas

Q : Sais-tu ce que tu veux faire plus tard ?

- 45,2 % ont une idée précise de ce qu'ils.elles souhaitent faire plus tard
- 47,5 % ont une vague idée
- 9,2% ne savent pas vraiment mais se renseignent
- 5% ne savent pas du tout

Q : Tu as envie de travailler …

- 50,8 % : en groupe, mais pas forcément une équipe identique
- 37,6 % : avec une équipe unique
- 43,8 % : Seul.e ou avec des contacts mais lors d'échanges individuels

Q : Pour échanger avec des professionnel.le.s d'un secteur, serais-tu intéressée pour rejoindre un réseau ?

- 79,5 % : oui

Q : Connais-tu les métiers du numérique ?

- 25,1 % : oui très bien !
- 56,1 % : vaguement
- 18,8 % : non, je ne les connais pas particulièrement

Q : Quelle est la meilleure représentation du numérique pour toi :

- 79 % : devant un écran
- 36,6 % : sur site, en action
- 24,4 % : devant une caméra
- 52,8 % : dans un bureau, en équipe
- 1 % : chez soi

Q : Quels sont le ou les termes les plus parlants pour toi ?

- 46,9 % : métiers du digital
- 41,1 % : métiers d'internet
- 72,8 % : métiers du numérique
- 41,3 % : métiers du web
- 23,5 % : métiers de la tech

Q : Quels sont les autres formats sur lesquels tu aimerais trouver des informations sur ces métiers ? (177 réponses)

A noter, les réponses étaient ouvertes, de nombreuses réponses sont revenues, et certaines étaient composées de plusieurs choix.

4 réponses majoritaires :

- Je ne sais pas : 22,4 %
- Echanges avec des professionnels, avec les professeurs, en conférences : 16,6 %
- Youtube / format vidéo / sur les réseaux sociaux : 15,6 %
- Plateforme / site internet agrégateur d'informations : 14,5 %

Futures Numériques

Référentiel de communication à destination des lycéennes

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

Pour un référentiel de communication

L'enjeu est d'établir les règles de discours les plus adéquates à destination des jeunes filles pour leur permettre de s'orienter vers les métiers du numérique en s'imposant le moins de freins possibles.

Les énoncés doivent être audibles, c'est-à-dire précisément ciblés ; accessibles, c'est-à-dire faciles à comprendre ; et surtout efficients, c'est-à-dire crédibles et à même de susciter une adhésion intrinsèque.

Une première règle est de ne pas s'écarter des formats de communication habituels des formations et des filières.

De ce point de vue, parmi les modèles disponibles, celui qui apparaît le plus proche est sûrement le modèle de communication porté par les pédagogues.

- Il restitue adéquatement la cible visée, des élèves en construction
- Il mêle des univers évidents et déjà identifiés par des élèves (la classe, les camarades, les situations d'enseignement, l'enseignant en interaction avec les élèves et dans leur position d'expert) ;
- Et il s'offre en tant que point de départ pertinent pour entamer un discours d'insertion professionnelle, quel qu'en soit la portée.

Comment y parvenir ? Autrement dit quels types de signaux devrait-on en déduire ? C'est sur cette base que nous proposons d'esquisser un des référentiels à partir duquel il est possible d'envisager des communications ciblées.

Rappel du contexte et méthodologie

La demande du FR-CIDFF NA conduit à spécifier les partis pris communicationnel essentiellement en faveur de la cible des jeunes filles encore élèves ou primo étudiantes. Elle part du principe que pour des raisons fondamentalement genrées, ces dernières en arrivent à s'auto-exclure des métiers précis du numérique. Il faut donc œuvrer pour les y intéresser.

Au regard de ce principe ainsi que des constats critiques établis, **il nous semble essentiel d'aller vers un discours surtout inscrit dans une perspective de parcours** :

considérer opportunément la cible comme étant constituée d'abord de jeunes filles en formation, peut-être avec en vue un métier, mais d'abord parce qu'elle souhaite réaliser leurs objectifs immédiats, réussir ses examens, obtenir ses diplômes.

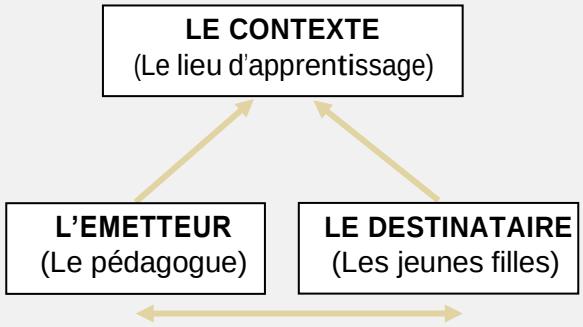
Le choix de communication portée par un pédagogue se justifie, selon nous, de différents points de vue

Cette communication reconnaît le statut intermédiaire des filles ; elles sont dans un parcours de formation, sûrement en vue d'un métier, mais leur préoccupation première reste de réussir à leur examen ou d'obtenir leur diplôme

Elle installe le pédagogue comme un médiateur, c'est-à-dire comme un tuteur à même de garantir l'assentiment des jeunes élèves face aux informations qu'on leur fait

Elle fonde et conforte l'environnement pédagogique comme le plus légitime pour aborder sereinement les problématiques d'évolution professionnelle des jeunes filles.

Il est possible d'en dégager les préalables nécessaires pour une communication d'adhésion : introduire un contexte partagé pour induire une acceptabilité des messages : une transaction contractuelle entre un émetteur et un destinateur et un contexte partagée. Soit le schéma suivant, dont la mobilisation devrait permettre de mieux cibler la communication désirée.



Des illustrations a mettre en place pour valoriser les métiers et les filières

L'émetteur, le pédagogue

Il.elle a un rôle important : agit comme un tuteur.tutrice. Il.elle est reconnu.e par ses élèves et partage les mêmes objectifs : faire acquérir des connaissances sur une matière particulière.

Les informations ne sont pas assénées de manière péremptoire, mais de proche en proche, par approximation successive. Par ailleurs, quelles qu'elles soient, elles se doivent toujours d'être environnées par un cadre et des manières de faire pédagogique :

A noter : Le rôle de pédagogue peut être interprété par un.e professeur.e ou une rôle-modèle qui pourra incarner le métier.

a. Des échanges et les discussions entre l'enseignant et les élèves/étudiants,

b. Des vidéos de présentation de professionnels des métiers : parcours d'orientation et de profession, façons d'exercer les métiers,

c. Des exposés d'élèves issus de recherches opportunes (projets tuteurés, travaux pratiques),

d. Des fiches synthétiques ou des cahiers pédagogiques,

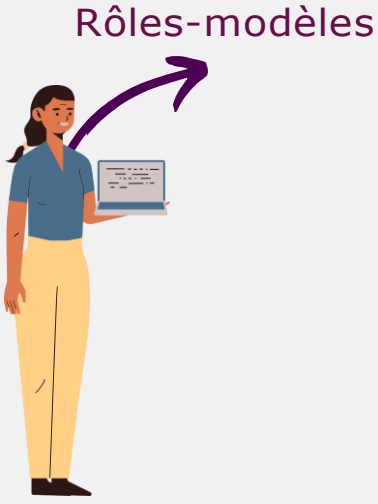
e. Des interventions de professionnels sur les vertus d'une formation sur le numérique, en soutien avec l'enseignant,

f. Des stages de découverte en entreprise, encadrés par un tuteur,

g. Etc.

Le destinataire, les jeunes filles

Ce sont d'abord des élèves ou de jeunes étudiant.e.s. Il serait nécessaire de les faire valoir comme tel.les :



Dans une salle de classe, un amphi, affairé.e.s à leur matériel : un dossier, un ordinateur, seul.e.s ou en groupe de travail, etc.

Le public est mixte et avec les profils élèves/étudiant.e. s habituel.le.s

Les prises de parole sont assurées indifféremment par les filles et par les garçons, pour discuter de sujets généraux sur l'insertion professionnelle dans les métiers du numérique : les enthousiasmes, mais aussi les appréhensions, les rêves, les visions personnalisées.

Le contexte

On imagine ici divers dispositifs tant physiques qu'organisationnels qui informent ce contexte pédagogique.

Par exemple l'environnement privilégié est ici le lieu d'apprentissage, la salle de classe en lycée ou l'amphi ou la salle de travaux à la faculté.

La prise de parole obéit à un style pédagogique, tant pour l'écrit que pour l'oral, des questions, des précisions, des répétitions, etc.

Les thématiques des cours doivent évidemment apparaître comme la priorité. Pour autant, elles se doivent aussi d'être l'occasion d'exposés documentés à la faveur des métiers du numérique, l'idée étant de pratiquer le principe de l'alibi, de la coïncidence ou du biais cognitif.

Futures Numériques

Recommandations pour un kit pédagogique conforme aux attentes exprimées

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine

Kit pédagogiques et ouvertures des communications vers les métiers du numérique à proposer

Pour les encadrants, personnel éducatif, parents : Le secteur étant un fourmillement d'informations, un lieu simple d'accès et encadré par des outils pratiques et facilement utilisable sera une opportunité à saisir.

Le kit, livrable en entier ou par partie, comprend :

➔ Un webinaire non genré de présentation du secteur ainsi que sa fiche d'animation

Outil qui peut être complété par l'intervention d'un.e professionnel.le, co-animé avec plusieurs professeur.e.s, et les salarié.e.s des CIDFF. Il répond à nombre de questions des filles sur le numérique mais fait aussi la lumière le secteur, les métiers…

➔ Un kit de fiche

Ces fiches accompagnent thématique la personne vers des proposition de lecture, d'analyse et de dialogue avec les lycéen.ne.s. Elles sont travaillées avec un axe orientation non genrée pour amener au questionnement personnel autour de la représentation des métiers.

1. La relation des jeunes à l'emploi et des jeunes aux métiers du numérique
2. Se connaitre pour s'orienter
3. Le droit de recommencer
4. Orientation non genrée : orienter les filles vers le numérique

➔ Des outils de communication

Divers outils de communication « pensez aux métiers d'avenir, pensez au numérique »

1. Affiche
2. Infographie chiffres du secteur du numérique
3. Posts réseaux sociaux « pense aux métiers d'avenir, pense au numérique » pour les outils des CVL et Lycées
4. Contenu pour les pages des sites internet des conseils de vie lycéennes mais aussi des établissements scolaires

Pour les lycéennes :

Au regard de l'analyse et des échanges menés dans le cadre du projet depuis plusieurs mois, différentes propositions ont été confortées et imaginées.

Les lycéennes ont formulé des besoins : centralisation d'informations, échanges avec les professeurs et professionnels pour livrer les données du secteur, partager des expériences de parcours qui livrent des informations sur les « dessous » des métiers, sur les possibilités d'évolutions, de réorientation…

Il est également important de livrer l'information relative à l'impact du métier lui-même dans le cadre d'une communication auprès des lycéennes : apporter un regard relatif à l'engagement pour le care, le bien commune, grâce au numérique, à son impact sociétal et sortir de l'axe « seulement » centré autour de la compétence et la performance.

L'impact du métier reste un point très important pour les lycéennes

➔ Les lycéen.ne.s plébiscitent les formats d'échanges avec les professionnels, en vidéo ou lors d'intervention en établissement : dans les classes, en conférences, en ateliers.

Interventions avec des actrices professionnelles et professeur.e.s dans un même temps : sur site ou en temps réel (en ligne). Des interventions qui ne parleront pas que du métier mais de son action dans le quotidien : travail en équipe VS en individuel et motivation des choix, travail pour un organisme public ou un établissement privé, impacts notables, choix faits autour des envies et des passions…

Ces axes permettront de valoriser les métiers, les actions dans un environnement – besoins et attentes identifiés dans les réponses des lycéennes.

Proposition d'échanges avec les professeurs spécialisés pour qu'ils.elles expliquent le secteur et gardent le lien de confiance.

Création de communications mobilisables (webinaire, infographies, visuels, fiches) pour le personnel éducatif autour du secteur du numérique et de l'orientation non genrée.

➔ Mise en place d'ateliers, de moments de pratiques et meilleur éclairage des formes d'usage de métiers

Echanges autour de l'orientation et des parcours d'orientation. Ces moments seront l'occasion de répondre aux sujets des enjeux Webinaire, vidéos, témoignages.

➔ Lieu d'information où agréer des données sur le secteur à disposition des lycéen.ne.s

Plateforme futures-numeriques.fr à faire vivre avec des informations sur le secteur, des infographies à relayer, des actus à partager.

Soutien de la plateforme par les réseaux sociaux, les interventions dans les lycées, actions d'informations via les DAN des académies.

➔ Outils de communication à mettre à disposition ou afficher dans les établissements

Outils qui pourront interroger sur les représentations des métiers, rappeler les opportunités de travail (chez soi, en équipe, en collectif) ; travailler sur les stéréotypes ; parler emploi et opportunité d'embauche / stage.

Rapport d'analyse
Etude

Contact :

Laure WATEL, cheffe de projet
l.watel@frcidffna.org

Claire VEYRIRAS, coordinatrice
c.veyriras@frcidffna.org

Ressources
futures-numeriques.fr

FR-CIDFF
Fédération régionale des centres d'information sur les droits des femmes et des familles
Nouvelle-Aquitaine