

Choix d'orientation, genre et télévision

www.adjectif.net/spip/spip.php



Pour citer cet article :

Bigeon, Christine (2013). Choix d'orientation, genre et télévision. Devenir footballeuse ou maïeuticien grâce à la télévision ? *Adjectif.net* Mis en ligne vendredi 8 mars 2013 [En ligne] <http://www.adjectif.net/spip/spip.php?article215>

Résumé :

Cet article présente une synthèse de la thèse de doctorat de Christine Bigeon concernant l'impact de la consommation télévisuelle sur les choix d'orientation des jeunes. Elle a été soutenue au Conservatoire Nationale des Arts et Métiers le 29 juin 2012 et préparée sous la direction du professeur Jean Guichard.

Mots clés :

Genres, Orientation, Télévision



par **Christine Bigeon**,
docteur en psychologie, membre associé du Centre de Recherche sur le Travail et le Développement
/Conservatoire National des Arts et Métiers

Résumé

Ce travail a pour objectif de tenter de répondre à la question, issue d'une pratique de conseillère d'orientation-psychologue : la télévision exerce-t-elle une influence sur la division sexuée de l'orientation ? En effet, les filles et les garçons continuent de choisir des formations différentes, semblant ainsi penser qu'il existe des métiers spécifiquement dévolus aux femmes ou aux hommes. Par ce qu'elle montre des métiers et du monde du travail, la télévision peut-elle avoir un rôle dans les choix d'orientation, et si oui, lequel ?

Il s'est donc agi, dans une première partie, de faire le point sur les connaissances actuelles sur le développement de la télévision, son fonctionnement, les études de son influence sur les individus ou les groupes, et sur l'utilisation qui en est faite.

Dans le domaine des médias, les techniques et les modes d'utilisation évoluent rapidement et le temps passé devant d'autres écrans prend de plus en plus de place dans la vie des jeunes. Un second chapitre est donc consacré à leur pratique de téléspectatrice ou de téléspectateur.

Mais choisir son orientation est une aventure de soi, un acte qui engage l'avenir, en mettant en jeu toute la personne, celle que l'on est et celle que l'on veut devenir. Notre troisième partie retrace la façon dont on se construit comme femme ou homme de sa culture, dont on construit son identité, en lien avec le développement des intentions d'orientation.

Par sa participation à la socialisation différenciée à laquelle les garçons et les filles sont soumis depuis leur enfance, la télévision contribuerait-elle insidieusement à accroître le conformisme des rôles sociaux de sexe ? Pour approcher cette question, nous avons recensé dans une quatrième partie ce que la télévision montre

comme métiers, en accordant une attention particulière au sexe et au statut des personnes pratiquant ces métiers. Puis nous avons tenté d'évaluer ce que les jeunes, notamment à travers les héroïnes ou les héros qu'ils se choisissent, en apprennent. Dans cette partie comme dans la suivante, nous utilisons les résultats d'observations directes ou de données recueillies auprès d'élèves de collège ou de lycée.

La cinquième partie porte sur nos recherches pour utiliser la télévision - media apprécié des jeunes - dans le domaine de l'orientation. Après nous être demandé si les séries télévisées –type d'émission apprécié des adolescents - pouvaient constituer un bon moyen d'information sur les métiers, nous avons cherché de quelle façon nous pourrions utiliser la télévision pour élargir le point de vue des jeunes sur l'orientation. Est-il possible de leur offrir d'autres modèles professionnels, d'autres formes identitaires que celles qui leur sont généralement proposées ? Ou, à travers une réflexion sur les séries, les aider à dépasser leurs idées préconçues ? Plusieurs études tentent de répondre à ces questions.

Ces deux dernières parties rendent compte du cheminement d'une réflexion, étayée par des observations, qui s'étend sur une période de dix ans, des années 2000 à 2010.

1. Le media « télévision », ses caractéristiques, ses influences sur les téléspectateurs

En parcourant les travaux de chercheurs de différentes disciplines (communication évidemment, mais aussi sociologie, économie, psychologie, neurosciences...), une conclusion semble s'imposer : la télévision exerce effectivement une influence sur les téléspectateurs. Contrairement à ce que l'on pensait à l'origine, il s'agit rarement d'une incitation directe (Marchand, 2004), mais plutôt d'un *agenda setting* (Courbet et Fourquet, 2003) : les personnages ou situations mis en lumière sont seuls reconnus comme importants et ne sont présentés que sous certains éclairages, en fonction des centres d'intérêt supposés des téléspectateurs et, surtout, d'impératifs politiques et économiques (Toussaint-Desmoulins, 2008).

L'influence va prendre diverses formes : convaincre des relais d'opinion pour inciter à consommer ou à voter, diffuser des normes de comportement social... Les objectifs peuvent être clairement affirmés ou implicites : peser sur les achats ou les suffrages ; alerter l'opinion face à des situations alarmantes ; diffuser des modèles de « bonne conduite » à des fins de santé publique... Mais, que les objectifs soient éducatifs ou mercantiles, les techniques d'action et les processus de réception sont les mêmes.

L'influence de la télévision s'exerce aussi à travers la façon dont son ou plutôt ses publics se l'approprient : utilisée en premier lieu dans sa fonction de délasserment ou de divertissement, elle constitue un lien à l'intérieur de différents groupes sociaux ; elle peut également contribuer à l'acclimatation des nouveaux arrivants à la culture dominante du pays d'accueil. Mais des téléspectateurs issus de cultures différentes peuvent donner au contenu d'une même émission des significations différentes en fonction de leur culture.

Quant au rôle de la télévision dans la formation des intentions d'avenir des jeunes et plus particulièrement dans la division sexuée de l'orientation, deux grands tableaux se dessinent : le premier touche à la façon dont le monde du travail est illustré dans les différents types d'émissions (Macé, 2006) : un univers de professionnels privilégiés, essentiellement peuplé d'hommes, plutôt jeunes, blancs de peau - des dirigeants, des experts, des artistes, des sportifs... Le second tableau concerne les places respectives des femmes et des hommes à la télévision : même à notre époque, les femmes sont encore beaucoup moins nombreuses que les hommes à apparaître sur les écrans. On leur concède la sphère domestique ou les domaines qui en découlent, tandis que les hommes s'arrogent la politique, l'économie, le sport, les fonctions d'autorité et d'expertise.

Que font les jeunes de cette vision du monde ?

2. Les jeunes face à la télévision

En dépit de l'extraordinaire développement des autres médias de communication, les jeunes continuent à consacrer plusieurs heures par jour à la télévision, essentiellement pour se distraire.

Malgré des méthodologies très diversifiées et des axes de recherche différents, toutes les études tendent à montrer que la télévision exerce une influence sur les téléspectateurs, en particulier les jeunes. On trouve par

exemple un parallélisme entre les images que montre la télévision et les représentations des rôles de sexe que se forment les jeunes qui la regardent (Jacquemain et al. 2006). Sans pouvoir parler d'un processus d'influence de la télévision, on peut affirmer qu'en cette matière, elle véhicule de grands stéréotypes sociaux sans chercher à les ébranler.

Les recherches sur le développement des comportements violents (Tisseron, 2002) montrent plus nettement d'autres effets de la télévision : si la simple imitation des actes violents est relativement rare, on peut constater différents phénomènes, tels une certaine accoutumance diminuant la sensibilité à la violence, des sentiments de crainte ou de malaise... L'hypothèse cathartique selon laquelle la vision de spectacles violents permettrait aux personnes de se libérer de leurs pulsions agressives n'est pas démontrée, bien au contraire.

En matière d'éducation, de formation et d'apprentissage, la télévision peut être vue aussi bien comme un obstacle que comme un atout. On peut faire l'hypothèse que l'usage familial de la télévision – socialement déterminé – est un des facteurs à l'œuvre dans la reproduction des rapports sociaux par l'école.

Cependant la télévision n'a pas que des aspects négatifs. Elle peut faciliter l'acculturation de publics d'origine étrangère. Elle permet aussi d'assimiler des informations sur les métiers et les professions. Enfin, elle est susceptible de jouer un rôle dans la façon dont certains jeunes bâtissent leurs intentions d'avenir.

3. La formation des intentions d'avenir

De quelle façon ces intentions d'avenir se construisent-elles ? Comme nous l'avons évoqué, filles et garçons diffèrent quant à leurs choix d'études et de métiers, de la même façon que femmes et hommes exercent des professions et occupent de positions différentes dans le champ du travail (Vouillot, 2007). Il semblerait que ces disparités, loin d'être naturelles, s'expliquent davantage par le rôle de la société, tant par l'éducation donnée que par les modèles différents qu'elle propose aux filles ou aux garçons (Le Maner-Idrissi, 2006).

Les enfants se forment très tôt des idées sur les métiers qui conviennent aux hommes et aux femmes, catégorisations plus ou moins souples selon l'entourage dans lequel ils vivent. Avec l'entrée dans l'adolescence ils deviennent capables de se représenter intellectuellement les métiers d'une façon de plus en plus riche, analytique et de les mettre en correspondance avec une représentation d'eux-mêmes également affinée (Dumora, 1990). C'est l'âge où se dessine l'homme ou la femme qu'elles ou ils vont devenir, où il leur importe de s'affirmer comme tels, au moment où l'injonction sociale leur prescrit de choisir un métier ou une formation. Avant même les goûts ou les intérêts, c'est la représentation du genre et du statut des professions qui forment les déterminants majeurs de leur choix (Guichard et Huteau, 2006).

Sur le thème de l'éventuelle influence de la télévision sur les choix d'orientation, les recherches rigoureuses sont peu nombreuses. On peut cependant poser comme hypothèse que les héros de feuilletons documentaires ou de séries – pour ne parler que de ces types d'émissions – paraissent susceptibles de jouer un rôle de modèle dans les intentions d'avenir de certains jeunes (Bandura, 1976).

4. Représentation des métiers à la télévision. Qu'en font les jeunes ?

Nous avons dans un premier temps recherché quels étaient ces modèles, quelles professions étaient montrées, en visionnant au cours d'une semaine de l'année 2000 toutes les émissions proposées au public sur les quatre principales chaînes hertziennes aux heures de grande écoute. Première constatation : certes, la télévision met en scène de nombreux personnages dans l'exercice d'une profession mais cette diversité n'est qu'apparente. L'offre identitaire est restreinte : sportifs, chanteurs, métiers du spectacle en général sont les catégories les plus représentées, suivies de plus loin par celles des forces de l'ordre, de l'enseignement ou de la santé. La télévision sur-représente donc le secteur tertiaire mais semble ignorer les secteurs primaires et secondaires (bâtiment, industrie, agriculture). Par ailleurs, les femmes exerçant une profession sont beaucoup moins présentes à l'écran que les hommes. Et, contrairement à ceux-ci, elles sont nettement moins souvent cadres que dans la réalité. Nos constatations recoupent donc celles de Macé (2006) : sur-représentation du tertiaire et des hommes en général, plus particulièrement des cadres. Si, en parallèle, nous comparons ces résultats avec les métiers choisis par les élèves des classes de sixième et de quatrième que nous avons interrogés, nous

voyons qu'une partie importante de leurs choix appartient aux catégories les plus représentées.

Nous avons ensuite analysé ce qui était montré des activités professionnelles exercées par les héros ou les héroïnes de séries télévisuelles populaires dans les années 2000, telles *Julie Lescaut*, *Urgences*, *L'Institut*... La télévision n'en présente que les facettes les plus attirantes (jamais policiers ni médecins ne sont vus en train de remplir des dossiers ou des formulaires) et ne propose le plus souvent, quelle que soit la nature de l'émission, que des rôles de sexe conformes à la tradition. Les exceptions sont rares, et quand les rôles professionnels sont transgressifs, la vie personnelle se doit d'être d'autant plus conforme aux schémas traditionnels. Alors que le premier critère de choix du métier chez les enfants est celui lié au sexe, au mieux la télévision peut être considérée comme n'y jouant aucun rôle ; au pire, on peut estimer qu'elle contribue activement à la construction dans l'esprit des enfants de telles anticipations sexuées.

Les désirs professionnels des jeunes sont-ils en rapport avec les héros ou les héroïnes télévisuel(le)s qu'ils se choisissent ?

Chez les élèves de sixième que nous avons interrogés par questionnaire, ces héros ou ces héroïnes viennent massivement des métiers du spectacle. Choisis dans toutes les catégories du divertissement, et exclusivement dans celles-là, ils sont porteurs d'humour, d'aventure, de glamour : pas de personnage politique, de médecin humanitaire ou de leader charismatique parmi eux. Actuellement, l'humour semble le trait de caractère le plus apprécié, tant chez les héros que comme qualité que ces jeunes aimeraient posséder. La frontière du genre est cette fois moins hermétique que pour le choix du métier : si les sportifs ne sont choisis que par les garçons et les chanteuses presque exclusivement par les filles, quelques héros ou héroïnes leur sont communs. Mais ces choix répondent le plus souvent à des motifs différents. Les garçons veulent ressembler à ces personnages pour leur force ou leur technicité et les filles à cause de leur beauté. Cependant, chez ces jeunes, le métier choisi pour soi et celui de son héros ne se recoupent que rarement. Tout se passe comme si, chez ces pré-adolescents, choix de métier et choix de héros ne répondaient pas à la même motivation : quand on demande aux enfants quels métiers ils aimeraient exercer plus tard, on leur demande de se projeter dans un futur. Quand on les fait parler de leur héros, il s'agit d'eux-mêmes « maintenant ».

Pour se construire, « se faire soi » dans l'optique de leur future profession, les pré-adolescents ou adolescents avec lesquels nous avons travaillé empruntent donc des éléments d'identité à différents registres. Ils incorporent en une structure qui leur est propre tout à la fois l'image de la femme ou de l'homme, du ou de la professionnel(le), qu'ils voudraient devenir, de l'enfant qu'ils ont été ou sont encore, à l'aide des modèles qu'ils trouvent autour d'eux. Le rôle joué par la télévision dans leur façon d'envisager l'avenir, s'il est important, paraît donc moins direct qu'on aurait pu le penser : elle fournirait un éventail de modèles dont les jeunes s'approprieraient certains éléments (les mieux mis en valeur à l'écran) pour se construire.

Peut-on les amener à s'interroger et à interroger ce qu'ils voient, à analyser ce qui leur est proposé, notamment sous l'angle des stéréotypes de sexe, pour leur permettre d'élargir leurs choix d'orientation ?

5. Utiliser la télévision en orientation

Nous avons d'abord voulu savoir quel pouvait être l'impact d'une série ou d'un film didactique montrant un même métier sur les connaissances des adolescents. Pour ce faire, nous avons choisi la série *Urgences* (série connue et appréciée des jeunes de l'étude) et un film didactique présentant le médecin urgentiste. L'étude montre que les jeunes, en particulier les moins informés, acquièrent des connaissances et enrichissent leurs représentations du métier quel que soit le support. Fiction télévisuelle ou reportage permettent donc, par les images présentées, de concrétiser une représentation : ce qui est vu est mieux retenu.

Mais il s'avère que cet apport ne se limite pas aux connaissances sur le métier. Il englobe aussi d'autres composantes des professionnels : leurs caractéristiques physiques, leur environnement, leur mode de vie, leurs valeurs... sont retenus ou inférés. Or la télévision donne une vision plutôt conservatrice des rôles de sexe (Macé, 2006). Les jeunes téléspectateurs les plus assidus partageraient-ils cette vision, auraient-ils un point de vue plus traditionnel sur les « métiers pour les hommes » ou les « métiers pour les femmes » que les moins assidus ? Pour le savoir, nous avons croisé les réponses à un questionnaire sur le genre attribué aux métiers avec une quantification des pratiques télévisuelles. Contrairement aux résultats d'autres recherches sur cette

question, nous n'avons pas trouvé, dans la population de notre étude, de corrélation significative entre le temps passé devant un téléviseur et les réponses à un questionnaire liant rôles de sexe et métiers. Quant aux projets personnels, les jeunes qui envisagent des métiers atypiques de sexe se répartissent parmi les petits, moyens ou gros consommateurs de télévision. Le seul lien trouvé relie projet professionnel et force des stéréotypes : les jeunes aux projets atypiques de sexe ont un point de vue sur les métiers plus ouvert que celui de la majorité de leurs camarades.

Si nous avons pu approcher le rôle des héros et héroïnes télévisuels dans la construction de soi des jeunes, si nous avons vérifié l'apport des séries télévisuelles dans la connaissance de certains métiers, nous n'avons pas mis en évidence un impact direct des métiers montrés à la télévision sur les choix d'orientation des jeunes. Mais, compte tenu de l'importance de la télévision dans la vie quotidienne des jeunes, nous avons cherché à l'utiliser comme matériel pédagogique pour les aider à prendre conscience de la construction sociale des rôles de sexe.

Nous avons d'abord cherché à savoir si le fait de leur montrer des professionnels dans des rôles atypiques de sexe pourrait apporter des dissonances susceptibles de susciter leur réflexion. Pour pallier une difficulté imprévue mais révélatrice (aucun homme héros de série dans un rôle professionnel atypique de sexe), nous avons dû puiser dans les films documentaires pédagogiques. Un sondage préalable auprès des adolescents de notre étude montra que, dans leurs représentations, que ce soit en quatrième de collège ou en seconde de lycée, il existe bien, en dépit des affirmations égalitaires, des « métiers d'hommes » et des « métiers de femmes ». Chez les adolescents de quatrième – classe où la pression scolaire, même si on la sent déjà à l'œuvre dans le réalisme des choix (Dumora 1990), n'est pas encore trop grande, la comparaison des réponses à un même questionnaire avant et après la projection montre que ceux et surtout celles chez qui les stéréotypes paraissent les moins ancrés font preuve d'une plus grande ouverture à la suite du visionnement de clips montrant des femmes et des hommes dans l'exercice de métiers traditionnellement réservés à l'autre sexe. En classe de seconde de lycée, les résultats sont moins nets et diffèrent selon la section : certes, les vidéos montrant des métiers atypiques suscitent globalement davantage de réactions. Mais la façon dont ces lycéens considèrent les rôles de sexe évolue dans les deux sens : si, après le visionnement, certains considèrent que davantage de métiers sont accessibles aux deux sexes, d'autres au contraire, en particulier les élèves de SMS [1], semblent renforcer leur croyance en l'existence de « métiers d'hommes » et de « métiers de femmes » : celles et ceux qui se sont engagés dans une filière professionnelle fortement « genrée » sont moins disposés à reconsidérer leur façon d'envisager les métiers au vu d'une simple vidéo. Les entretiens avec certain(e)s de ces jeunes donnent quelques clés : les jeunes filles notamment envisagent leur avenir dans une perspective de vie de famille et leur métier doit être compatible avec la mission, traditionnellement dévolue au genre féminin, de s'occuper de la maison et des enfants. Pour ces jeunes, le choix d'un métier atypique ferait courir le risque, en particulier aux femmes et aux hommes vivant seuls, de perdre leur identité sexuée : la norme hétérosexuelle incarnée dans le couple avec enfants serait garante de cette identité en cas de métier transgressif. De cette norme, la télévision serait comme le garant : puisqu'elle ne montre pas d'hommes dans les métiers exercés traditionnellement exercés par les femmes, elle serait, selon ces jeunes, partiellement responsable de ce conformisme.

Mais les études précédentes ne prenaient en compte que les réactions individuelles. Or les pairs ont une grande importance dans la formation des opinions des adolescents (Pasquier, 2005). Nous avons donc cherché à les faire réfléchir en groupe sur les rôles de sexe, en demandant à des collégiens de quatrième d'imaginer, à partir d'une héroïne de série télévisuelle, ce que deviendrait le personnage si on remplaçait cette héroïne par un héros. Il s'agissait pour ces adolescents de déconstruire, puis reconstruire, en petit groupe, un personnage dans un rôle professionnel et, pour nous, de comparer à l'aide d'un questionnaire leur perception du genre des métiers avant et après la discussion autour de ce personnage. A l'issue de la confrontation, leur vision de « métiers d'hommes » et de « métiers de femme » s'est légèrement élargie, en particulier chez les garçons, à l'égard des métiers traditionnellement réservés aux hommes. Ces constatations permettent d'affirmer que, chez les jeunes avec qui nous avons travaillé, la télévision peut passer d'un statut de composante de l'environnement à celui d'outil pédagogique dans une optique d'éducation à l'orientation.

6. Discussion

Compte tenu de la petite taille de nos différents échantillons, ces travaux doivent être tous considérés comme exploratoires, ouvrant quelques pistes de réflexion sur le rôle des héros télévisuels, l'utilisation pédagogique des séries, le moment et l'environnement opportun pour susciter la réflexion sur les rôles de sexe ... En particulier, nous avons constaté que les métiers que souhaitaient pour eux-mêmes les jeunes dont les stéréotypes apparaissaient comme les moins prégnants étaient parfois aussi traditionnels, en termes de rôle de sexe, que ceux de leurs camarades. Sachant (Joule et Beauvois 1998) qu'il ne suffit pas de faire évoluer les attitudes pour que changent les comportements, il faudrait compléter les activités telles que nous les avons étudiées par d'autres actions (Bandura, 1976), l'utilisation de la télévision prenant place dans une démarche éducative multipartenariale au long cours.

7. Conclusion

Que retenir de toutes ces études ?

Alors que la société française évolue peu à peu en élargissant les rôles autorisés aux femmes et aux hommes, notamment par une plus grande ouverture des métiers et des fonctions, la télévision reste très en-deçà : le regard sur les rapports sociaux de sexe évolue peu. Or les jeunes continuent à regarder des séries, des programmes, des journaux, etc., à la télévision. Le rôle que joue celle-ci dans la façon dont ces jeunes envisagent leur avenir, s'il est important, ne semble pas celui d'une incitation directe : elle fournirait plutôt un éventail de modèles dont les jeunes s'approprieraient certains éléments (les mieux mis en valeur à l'écran) pour se construire.

Mais ce matériel de proximité peut être exploité pour les aider à élargir leur éventail de possibles : on peut l'utiliser pour les amener à s'interroger et à interroger ce qu'ils voient, à analyser ce qui leur est proposé, notamment sous l'angle des stéréotypes de sexe, pour leur permettre d'élargir leurs choix d'orientation

Références bibliographiques :

Bandura, A. (1976). *L'apprentissage social*. Bruxelles, Belgique : Mardaga.

Bigeon, C. (2012). Choix d'orientation, genre et télévision. Devenir footballeuse ou maïeuticien grâce à la télévision ? CNAM, Thèse de doctorat. http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/73/88/38/PDF/thA_se-BIGEON.pdf

Courbet, D. et Fourquet, M.-P. (2003). Les influences de la télévision : état des recherches et présentation de l'ouvrage. Dans D. Courbet et M.-P. Fourquet (dir.), *La télévision et ses influences* (p.9-21). Bruxelles, Belgique : De Boeck

Dumora, B. (1990). La dynamique vocationnelle chez l'adolescent de collège : continuité et ruptures. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 19 (2), 111-127.

Guichard, J. et Huteau, M. (2006). *Psychologie de l'orientation*. Paris, France : Dunod.

Jacquemain, M., Casman, M.T., Dizier, C., Nibona, M. et Willems, I. (2006). La télévision, le sexisme, les jeunes : une relation complexe. L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les media. Université de Liège, France : Institut des Sciences Humaines et Sociales (rapport pour la Direction de l'Egalité des Chances du Ministère de la Communauté française de France), http://www.egalite.cfwb.be/fileadmin/sites/sdec/upload/sdec_super_editor/sdec_editor/documents/media_s/Rapport_final_-_Etude_stereotypes_sexistes_jeunes_et_medias_-_2007_-_public.pdf

Joule, R.-V. et Beauvois, J.-L. (1998). *La soumission librement consentie*. Paris, France : Presses Universitaires de France.

Le Maner-Idrissi, G. (2006). Comment devient-on un garçon ou une fille de sa culture ? Dans C. Vidal (dir.), *Féminin, masculin, mythes et idéologies* (p. 59-69). Paris, France : Belin.

Macé, E. (2006). *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision*. Paris, France : Armand Colin.

Marchand, P. (2004). Quelques repères historiques. Dans P. Marchand (dir.), *Psychologie sociale des médias* (p. 27-124). Rennes, France : Presses Universitaires de Rennes.

Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris, France : Autrement.

Tisseron, S. (2002). *Enfants sous influence. Les écrans rendent-ils les jeunes violents ?* Paris, France : Armand Colin.

Toussaint-Desmoulins, N. (2008). *L'économie des médias*. Paris, France : Presses Universitaires de France.

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

[1] Section préparant au baccalauréat technologique de Sciences Médico-Sociales, et comptant une large majorité de filles.