



Représentations des filles et des garçons

Objectifs

- ▶ Repérer les normes, rôles et activités assignés aux personnes suivant leur appartenance à un sexe.
- ▶ Comprendre les origines des stéréotypes.
- ▶ Prendre conscience des effets des stéréotypes dans la construction d'un projet professionnel.

Modalités pratiques

Public : de collège et de lycée

Fiche élève : une fiche élève par atelier

Matériel : magazines, catalogues de jouets - apportés par vos soins ou dans le document ci-joint

Où : salle de cours

Durée de l'activité : 50 minutes

Compétences visées

- ▶ La compréhension et l'expression en utilisant la langue française à l'oral et à l'écrit (domaine 1 : les langages pour penser et communiquer).
- ▶ La compréhension et le respect de la règle et du droit (domaine 3 : la formation de la personne et du citoyen).
- ▶ L'expression de la sensibilité et des opinions, le respect des autres (domaine 3 : la formation de la personne et du citoyen).
- ▶ La responsabilité, le sens de l'engagement et de l'initiative (domaine 3 : la formation de la personne et du citoyen).
- ▶ La connaissance des médias, des démarches de recherche et de traitement de l'information (domaine 2 : les méthodes et outils pour apprendre).
- ▶ La mobilisation des outils numériques pour échanger et communiquer (domaine 2 : les méthodes et outils pour apprendre).

Déroulement de l'activité

La classe est séparée en 6 groupes mixtes. L'enseignant/e attribue un atelier à chaque groupe. Les élèves retrouveront les consignes spécifiques de leur atelier dans la fiche élève. Chaque groupe identifie un ou une porte-parole pour transmettre les résultats à l'ensemble de la classe lors de la mise en commun. Il ou elle inscrira au tableau une phrase de synthèse. La mise en commun permet aux élèves de débattre sur les réponses apportées. Il semble intéressant de co-animer l'activité avec le ou la professeur/e documentaliste.

Atelier A : les jouets

Observation, analyse d'un catalogue de jouets. Les publicités sont fournies dans le présent document.

Atelier B : les idées reçues sur les filles et les garçons

Classement d'une liste de traits de caractère en fonction du genre.

Dans le tableau, il n'y a pas de colonne « mixte », les élèves peuvent créer cette colonne (au milieu du tableau par exemple) ou entourer un trait de caractère dans les 2 colonnes. Il semble intéressant que cette troisième possibilité soit une initiative des élèves.

Atelier C : la publicité

À partir de publicités sélectionnées par vos soins ou sur le site internet Genrimages, les élèves décryptent de quelle manière sont représentés les hommes et les femmes dans la publicité et les effets que cela produit.

Retrouvez des exemples de publicités ainsi que les analyses correspondantes sur le site www.genrimages.org (la publicité de l'Éducation nationale et celle de Sanogyl sont particulièrement adaptées).

↳ http://www.genrimages.org/media/pdf/Exercice-Publicites-Education_Nationale-Genrimages.pdf

↳ http://www.genrimages.org/media/pdf/Exercice-brosses_a_dents_sexuees-Genrimages.pdf

Atelier D : les métiers

Donner le féminin de noms de métiers cités au masculin.

Pour aller plus loin

Suite à la prise de conscience des effets négatifs des stéréotypes, les élèves peuvent réfléchir aux stratégies pour les mettre à distance avec la séquence « Argumenter ses choix professionnels ».

Atelier A et C : on peut prolonger l'activité par la conception d'un catalogue ou d'une publicité non-sexiste. (exemple de publicité non-sexiste dans le « Guide pratique pour une communication publique sans stéréotype de sexe », Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, 2015 : École EPF)

Réponses de l'atelier D : les métiers

un agriculteur	une agricultrice
un ingénieur	une ingénieure
un chef d'orchestre	une cheffe d'orchestre
un maçon	une maçonne
un ministre	une ministre
un écrivain	une écrivaine
un professeur	une professeure
un couvreur	une couvreuse
un bibliothécaire	une bibliothécaire
un mécanicien	une mécanicienne
un avocat	une avocate
un barman	une barmaid
un informaticien	une informaticienne
un biologiste	une biologiste
un chargé de clientèle banque	une chargée de clientèle banque
un développeur d'applications mobiles	une développeuse d'applications mobiles
un éducateur spécialisé	une éducatrice spécialisée
un chercheur en biologie	une chercheuse en biologie
un directeur d'hôtel	une directrice d'hôtel
un steward	une hôtesse de l'air
un puériculteur	une puéricultrice
un ingénieur électricien	une ingénieure électricienne
un magistrat	une magistrate
un officier de police	une officière de police
un soudeur	une soudeuse
un palefrenier	une palefrenière
un peintre en bâtiment	une peintre en bâtiment
un secrétaire médical	une secrétaire médicale
un technicien en lignes haute tension	une technicienne en lignes haute tension
un technicien forestier	une technicienne forestière

Ressources pour en savoir plus :

« Guide pratique pour une communication publique sans stéréotype de sexe », Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, 2015.

↳ http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hcefh_guide_pratique_com_sans_stereo_vf-2015_11_05.pdf

Pour combattre les stéréotypes de sexe dans la communication des pouvoirs publics, interne comme externe, le Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes a élaboré un outil à destination des professionnels/les de la communication, des collectivités locales, des services de l'État ou des établissements publics.

« Femme, j'écris ton nom... Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions », Centre national de la recherche scientifique, institut national de la langue française, 1999.

↳ <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/994001174.pdf>

Féminiser les noms de métiers, titres, grades et fonctions est une obligation légale dans l'administration publique (circulaire du 6 mars 1998). Ce guide montre que, contrairement à certaines idées reçues, il n'y a pas de difficulté à féminiser la plupart des métiers, grades, titres et fonctions. Il propose des conseils et règles d'écriture utiles à celles et ceux qui souhaitent faire avancer la cause de la féminisation des noms.

Pour les professeurs/es qui le souhaitent : des éléments d'information utiles pour l'animation de l'activité

Comment et dans quel sens animer le débat

► Dès le plus jeune âge, les filles et les garçons font l'apprentissage de la féminité et de la masculinité (caractéristiques et qualités attribuées socialement et culturellement aux femmes et aux hommes). Par les interactions en famille ou à l'école, avec les adultes et avec les autres jeunes, l'enfant intègre progressivement ce que l'on appelle les rôles sociaux liés à son sexe : les comportements, les tenues vestimentaires et les discussions dépendent de normes qui sont propres à la société dans laquelle nous vivons. Par les réactions de notre entourage, nous sentons bien quels sont les comportements à adopter, ceux qui correspondent à ce que l'on nomme les rôles sociaux. À l'inverse, nous apprenons également à repérer les attitudes qui ne conviennent pas, et notre entourage peut nous dissuader de les manifester. Ces rôles s'installent par habitude, ils ne sont pas justifiés.

► Les catalogues de jouets entretiennent ces rôles sociaux en proposant exclusivement aux petites filles les poupées, aspirateurs, tables à repasser et aux garçons les jeux de construction, jeux stratégiques et personnages héroïques. Les publicités véhiculent aussi des stéréotypes et des assignations à des rôles sociaux. On y retrouve souvent une image des femmes négative : soumission, infériorité, passivité.

► Les stéréotypes sont des croyances partagées qui concernent des caractéristiques personnelles, des traits de personnalité ou des comportements d'un groupe de personnes (Leyens, Yzerbyt & Schadransky, 1996). Par exemple : penser que les filles sont [toutes] coquettes et que les garçons aiment [tous] le football. Les stéréotypes sont tout à fait naturels et nous permettent d'avoir une vision simplifiée de la réalité. Si certains stéréotypes sont « inoffensifs », d'autres engendrent des inégalités et doivent donc être neutralisés.

Par exemple, le fait de penser que les Italiens ne mangent que des pâtes et des pizzas est un stéréotype. Mais il n'y a pas d'effet négatif sur la communauté italienne. En revanche, le fait de penser que les filles ne s'intéressent qu'à leur apparence produit des effets négatifs. Elles ne sont par conséquent pas encouragées à l'apprentissage de notions techniques ni à l'initiation à des jeux de logique. Ainsi, les filles passent à côté d'un certain nombre d'enseignements utiles au quotidien. C'est une situation inégalitaire.

► En communication, le vocabulaire et les images doivent être le reflet de la société. Pourtant, dans la presse on voit trois fois plus d'hommes en photo. Les femmes et les hommes ne sont pas présentés dans les mêmes rôles, ce qui a pour conséquence une invisibilité des femmes ou leur présence dans un environnement très stéréotypé et dévalorisant. Communiquer par défaut au masculin renforce les stéréotypes de genre. Par exemple, les femmes se sentent exclues par une fiche de poste rédigée au masculin. Rédiger de manière neutre traduit la volonté d'accompagner une évolution sociale marquée par l'accès des femmes à des métiers, à des responsabilités, à des positions hiérarchiques et à une existence égalitaire. Il est essentiel d'intégrer cette dimension dans la rédaction des noms de métiers. Ces derniers existent au féminin et au masculin, il n'y a pas de raison de rendre les femmes invisibles.



Représentations des filles et des garçons

Atelier A : les jouets (1/3)

Analyser un catalogue de jouets. Répondre aux questions suivantes :

Quelles différences identifiez-vous entre les pages « filles » et les pages « garçons » ?

Vous pouvez observer les éléments suivants : la représentation des enfants (les tenues vestimentaires, en mouvement ou statique, les accessoires et attributs), la mise en scène (couleurs de fond), les prix, les commentaires...

Un attribut désigne une chose ou un être. Un attribut peut être réel (un organe) ou symbolique (un emblème), naturel ou culturel.

.....
.....
.....
.....

Listez quelques caractéristiques liées à l'usage (dedans / dehors, activité calme / activité qui bouge), aux types de jeux (construire, se battre, sauter, courir, conduire, cuisiner, s'occuper de poupons, s'occuper de son apparence) et aux activités (aptitudes / qualités principales développées) que les enfants peuvent avoir avec ces jouets.

Observez-vous une différence dans les rôles des filles et des garçons lorsqu'ils sont représentés ensemble ?

.....
.....
.....
.....

Imaginez les réactions si un garçon souhaite jouer avec un jeu dit « de fille » et l'inverse.

.....
.....
.....
.....

À votre avis, y a-t-il un lien entre les jouets et les choix d'orientation des filles et des garçons ? Si oui, lequel ? Sinon, justifiez.

.....
.....
.....
.....

Atelier A : les jouets (2/3)

Extrait du guide d'animation « Lucide, ensemble contre les discriminations » (publié en Normandie).

20. LILOU ACTIV'
Lilou corp mola de 42 cm peut prendre toutes les positions d'un vrai bébé grâce à ses articulations. Il peut être baigné. Vende avec ses bibelots, pot et biberon.

21. NURSERY COEUR
Nursery en forme de cœur, offre de nombreuses fonctions à jouer. Bébé peut s'habiller que se transformer en bébé à langer. Vende avec ses poupées.

22. POUSETTE CHILI POP LILOU
Poussette avec chaise en tête personnalisée en plastique. Capote rétractable et siège en tissu. Paire et appui bras. Roues de couleur transparente.

23. POUSETTE CHILI POP LILOU
Poussette avec chaise en tête personnalisée en plastique. Capote rétractable et siège en tissu. Paire et appui bras. Roues de couleur transparente.

24. LANDAU-POUSETTE COMBI
Ce joli landau se transforme en poussette en un tour de main, et le capote prend différentes positions. Vende avec un matras, biberon et tétine pour la poussette et sans poupée.

25. PICOLE COMBI MAXI LILOU
Combi à grande roulotte avec chaise en tête métallique, imper praticable. Table et capote à ouverture variable en tissu, la nacelle se transforme en nacelle.

26. LILOU ACTIV'
39€99
262F32

27. NURSERY COEUR
34€99
229F52

28. POUSETTE CHILI POP LILOU
19€99
131F13

29. POUSETTE CHILI POP LILOU
14€99
58F07

30. LANDAU-POUSETTE COMBI
24€99
163F86

31. PICOLE COMBI MAXI LILOU
34€99
229F26

1. CHARIOT MÉNAGE + ASPIRATEUR
Chariot ménage à 3 roues avec de nombreuses accessoires dans son aspirateur.
Dens. : 47 x 39 x 49 cm
2 pièces à assembler

2. TABLE À REPASSER
Table peut repasser comme maman avec ses accessoires et son mini fer. Chariot ménage qui peut fonctionner avec votre mini "vapeur".
Dens. : 38 x 40 x 25 cm
2 pièces à assembler

3. ASPIRATEUR INFANTIL
Petite reproduction réaliste de l'aspirateur bébé de Rowenta avec 2 tubes. Table Chariot et son aspirateur. Aspire les petites poussières blanches qui se font de nombreuses voitures avec.
Dens. : 25 x 28 x 28 cm
3 pièces à assembler

4. CHARIOT DOCTEUR
Un grand chariot avec accessoires, un chariot pour les urgences et 12 accessoires pour soigner patients et soignés.
Dens. : 34 x 45 x 65 cm

5. CHARIOT MÉNAGE + ASPIRATEUR
29€99
131F13

6. TABLE À REPASSER
29€98
196V6

7. ASPIRATEUR INFANTIL
19€99
131F13

8. CHARIOT DOCTEUR
24€98
163V6

Atelier A : les jouets (3/3)



HÉLICOPTÈRE ALERTE INCENDIE
Comprend 1 hélicoptère, figurines et accessoires. Effets sonores et lumineux. 2 piles LR6 fournies. Dès 4 ans.

22,90€
~~150,21€~~



25,90€
~~150,09€~~

CAMION DE POMPIER
Camion Brigade toutes directions, roues, échelle rétractable lumineuse, lumières. Longueur : 67 cm env. 6 piles LR6 non fournies. Dès 3 ans.



12,90€
~~64,52€~~

SUPER COFFRET DE POLICE
Vendu avec une voiture, une moto et son moteur et divers accessoires. Avec lumières et effets sonores. 2 piles LR6 pour la voiture et 2 piles LR6 pour la moto fournies. Dès 3 ans.



9,99€
~~65,51€~~

HÉLICOPTÈRE DE POLICE
Monte et descend. 4 piles LR6 non fournies. Dès 3 ans.



19,13€
~~125,48€~~

POMPIER EN MISSION
Coffret complet d'un véhicule avec moteur à votre rotation et module eau et javel. 2 personnages métalliques avec des piles LR6 et accumulateurs rechargeables fournis. Dès 3 ans.



27,95€
~~163,34€~~

BOIS DÉCORÉ
Plus de 100 accessoires et outils. Les outils sont réalisés avec des matériaux anticorrosion. Dès 3 ans.



19,98€
~~131,06€~~

MARCHÉ à 4 SAISONS AVEC CHARIOT
Marché avec 40 éléments dont toutes sortes de fruits et légumes et même des fleurs en pots ou en bouquet. Dès 18 mois.



29,98€
~~196,60€~~

Bricolage
Avec outils, simulateur en forme géométrique. Manipulation guidée par étapes très complètes et utilisation des échelles avec toutes les accessoires. Plus de 60 accessoires et 1 voiture à commande à distance. Dès 3 ans.



11,50€
~~75,40€~~

CASHIER ENREGISTRÉ
Avec fonction calculatrice. Scanner sonore. Signal sonore lors de l'ouverture du tiroir-caisse ou lors de l'insertion de la carte de crédit. Fonctionne avec 2 piles LR6 fournies. Dès 3 ans.



8,90€
~~58,10€~~

COFFRET OUTILLAGE
Coffret contenant des outils pour découper et manipuler le bois avec marteau, tournevis, scie sautoir, perceuse... 20 pièces en tout. Dès 8 ans.

Atelier B : les idées reçues sur les filles et les garçons

Selon vous, ces traits de caractère sont-ils plutôt attribués aux filles ou aux garçons ? Entourez la réponse de votre choix.

Masculin	Féminin
bavard	bavarde
maniéré	maniérée
dominateur	dominatrice
émotif	émotive
soumis	soumise
besoin de plaire	besoin de plaire
étourdi	étourdie
curieux	curieuse
doux	douce
rusé	rusée
passif	passive
faible	faible
puéril	puérile
secret	secrète
peureux	peureuse
sensible	sensible
créateur	créatrice
goût du risque	goût du risque
sûr de soi	sûre de soi
médisant	médisante

Masculin	Féminin
combatif	combative
raisonneur	raisonneuse
rigide	rigide
besoin de prestige	besoin de prestige
méthodique	méthodique
ambitieux	ambitieuse
égoïste	égoïste
lucide	lucide
calme	calme
décidé	décidée
indépendant	indépendante
organisé	organisée
besoin de s'affirmer	besoin de s'affirmer
franc	franche
discipliné	disciplinée
discret	discrète
capricieux	capricieuse
coquet	coquette
intuitif	intuitive
pudique	pudique

Atelier C : la publicité

Analyser les représentations des femmes et des hommes dans la publicité.

À partir des publicités fournies, complétez la grille d'analyse suivante :

Quel est le produit mis en avant ?	
Quel est le public cible ?	
Description	
À quel cliché, préjugé, idée reçue fait-on référence ?	
Quel est le message principal véhiculé par cette publicité ?	
Quel est l'effet produit sur l'image des filles et des garçons et sur les relations entre eux ?	

Atelier D : les métiers

On a l'habitude de citer les noms de métiers au masculin, si l'on veut les donner au féminin, on ne sait pas toujours comment les nommer.

Indiquez le féminin des noms de métiers suivants :

un agriculteur
un ingénieur
un chef d'orchestre
un maçon
un ministre
un écrivain
un professeur
un couvreur
un bibliothécaire
un mécanicien
un avocat
un barman
un informaticien
un biologiste
un chargé de clientèle banque
un développeur d'applications mobiles
un éducateur spécialisé
un chercheur en biologie
un directeur d'hôtel
un steward
un puériculteur
un ingénieur électricien
un magistrat
un officier de police
un soudeur
un palefrenier
un peintre en bâtiment
un secrétaire médical
un technicien en lignes haute tension
un technicien forestier

Selon vous, pourquoi est-il important de féminiser les noms de métiers ?

.....

.....

.....

.....