Égalité filles-garçons

Portons un autre regard sur les stéréotypes

2012-2014

Conseil académique
de la vie lycéenne
Académie Besançon

INTRODUCTION

Pendant leur mandat (2012-2014), les lycéens élus au CAVL ont été les initiateurs d'un appel à projets sur l'égalité filles-garçons.
Un partenariat entre le rectorat, le conseil régional de Franche-Comté et la délégation régionale aux droits des femmes et à l'égalité de la préfecture de région (DRDFE) a permis de concrétiser ce projet.

Neuf établissements ont répondu à cet appel.

Des groupes de lycéens, encadrés par un adulte de leur établissement, ont réfléchi sur le thème " Les stéréotypes véhiculés par la publicité ".
En effet, stéréotypes et publicité ont toujours fait bon ménage. On peut néanmoins être frappé par l'omniprésence des clichés qui cherchent à interpeller le consommateur et se poser les questions suivantes : la publicité entretient-elle les stéréotypes de genre, les inégalités entre les femmes et les hommes ?

Un certain nombre de projets ont été réalisés dans le cadre des disciplines, en lien avec les programmes (histoire, lettres, sciences de la vie et de la terre, arts plastiques, éducation civique, espagnol, sciences économiques et sociales, commerce) ou en interdisciplinarité, dans le cadre de l'accompagnement personnalisé ; les Conseils de vie lycéenne (CVL) et les Maisons des lycéens (MDL) se sont également emparés du thème.

Les affiches réalisées ont été regroupées dans une exposition intitulée " Regards sur l'égalité ".

Ce livret, présentant une sélection de dix affiches commentées, fruit de leurs réflexions, vous est proposé comme support pédagogique.

LE MOT DE...

Depuis plus d'un demi-siècle, l'égalité hommes-femmes a connu des avancées majeures, que ce soit dans le domaine du travail, de la vie politique ou même dans le domaine éducatif.

Et pour cause, il nous semblerait improbable aujourd'hui par exemple que le baccalauréat soit différent selon le sexe des candidats. Pourtant, ce n'est qu'en 1924 que cette différenciation a été abrogée !

Par la suite d'autres lois ont été adoptées pour favoriser la parité fille-garçon en termes d'éducation mais le tableau n'en reste pas pour autant totalement parfait. L'école est encore le lieu de constructions sociales qui s'illustrent notamment dans les choix d'orientation, les filles choisissant moins souvent que les garçons des filières sélectives telles que les classes préparatoires.

D'où la nécessité pour nous élus CAVL de formuler des propositions d'action sur ce thème. Puisse cette exposition briser certains préjugés encore dominants dans le domaine éducatif.

Joachim TAÏEB
Élu CAVL et CNVL

LE MOT DE...

2013 a été l'année de la signature de la convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes dans le système éducatif.

L'académie de Besançon a résolument souhaité s'inscrire dans la lignée de cette politique volontariste nationale en signant le 22 avril 2014 une convention régionale qui met en synergie le rectorat, la délégation régionale aux droits des femmes et à l'égalité (DRDFE) de la Préfecture de région, l'université de Franche-Comté, la direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRAAF) ainsi que l'université de technologie de Belfort-Montbéliard (UTBM), l'école nationale supérieure de mécanique et des microtechniques (ENSMM) et le conseil régional de Franche-Comté.

L'égalité entre les filles et les garçons, entre les femmes et les hommes est "une obligation légale et une mission fondamentale de l'école républicaine". Elle est inscrite dans le Code de l'éducation (article L121-1 modifié par la loi du 8 février 2010, article 3), dans la loi d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école, dans l'article 9 de la charte de la laïcité.

De nombreuses actions sont déjà engagées dans l'académie de Besançon (nomination de référents égalité dans les collèges et lycées de l'académie, organisation d'un séminaire académique en mars 2014…).

Les lycéens élus au Conseil académique de la vie lycéenne (CAVL) se sont également emparés de la question de l'égalité et ont répondu à ce défi en organisant, en partenariat avec le conseil régional de Franche-Comté et la délégation régionale aux droits des femmes et à l'égalité (DRDFE) de la Préfecture de région, un appel à projet sur la création d'affiches parodiques mettant en scène la déconstruction des stéréotypes sexistes. Les réalisations, dont ce livret présente quelques exemples, montrent le travail réalisé par des groupes de lycéens.

Je souhaite que la dynamique engagée trouve sa place dans les projets d'établissement. L'éducation à l'égalité contribue à la formation des citoyens de demain et se veut garante d'une société du Vivre ensemble.

Éric MARTIN
Recteur de l'académie de Besançon
Chancelier des Universités

LP d'Audincourt
6 rue René Girardot
5400 AUDINCOURT

> Affiches Axe Apollo détournées

Point de départ

Les publicités Axe sont connues et appréciées par les jeunes et cette affiche en particulier paraît stéréotypée, les deux personnages étant caricaturaux, représentatifs d'un certain idéal masculin et féminin souvent véhiculé par la publicité.
En effet, l'homme exerce une profession prestigieuse (tant au niveau intellectuel que physique) : astronaute, ce qui lui confère une certaine puissance et il est représenté avec un pouvoir de séduction.
La femme est très féminine. Belle blonde canon, elle ressemble à une " bimbo " : robe courte et près du corps, talons hauts, maquillage, bien coiffée… mais paraissant superficielle, peu intelligente puisque sensible à un déodorant et au prestige de l'homme, sans beaucoup de dignité puisqu'elle s'accroche à lui.
Deux affiches parodiques sont proposées en comparaison avec l'originale.
– La première inverse les rôles : l'astronaute est une femme cette fois-ci car il y a aussi des femmes dans cette profession et c'est un garçon qui s'accroche désespérément à elle. Apollo (référence au dieu grec) devient Vénus (une autre divinité séduisante mais féminine cette fois), le choix a été fait de conserver le mot " héros " (plutôt qu'héroïne).
– Le deuxième projet reprend le personnage masculin (même tête et même profession avec la combinaison de cosmonaute pendue qui sèche sur le cintre) mais il est placé dans un autre contexte : celui du foyer où il peut rester un héros aux yeux des siens en participant aux tâches domestiques (symbolisées par l'espace cuisine, le tablier, les enfants, les produits ménagers).
Aujourd'hui les femmes restent les " championnes " du travail domestique comparé aux hommes, elles y consacrent plus de temps que leur conjoint (surtout pour les tâches les moins valorisées), ce détournement d'affiche permet d'interpeller la gent masculine sur ce fait.

Effectif

Classe de 2nde Pro Commerce, groupe 1


AXE APOLLO
PARS EN HOMME
REVIENS EN
HÉROS


APOLLO
À LA MAISON AUSSI
SOIS UN
HÉROS !

Lycée Professionnel Jouffroy d'Abbans
16 rue de l'Helvétie
25110 BAUME-LES-DAMES

› Égalité filles-garçons

Point de départ

Projet initié par une élève élue au Conseil académique de la vie lycéenne qui a mobilisé sa classe.
Les affiches ont été réalisées avec l'aide du professeur d'arts plastiques.
Une pré-sélection a été effectuée dans l'établissement ; deux affiches ont été retenues dont l'affiche puzzle.

Référents

M. Vexlard, professeur d'arts plastiques
Mme Sandoz, CPE

Effectif

20 élèves (15 filles et 5 garçons)

Lycée Charles Nodier
6 Grande Rue
39100 DOLE

> Stéréotypes à travers les publicités

Point de départ

Aujourd'hui, on peut remarquer qu'il y a encore de nombreux stéréotypes sur les différences entre les hommes et les femmes. En effet, on constate que les hommes sont surreprésentés dans certains sports (rugby, football,...), métiers (routier, maçon,...) et études (filières mécaniques, agricoles,...). À l'inverse, les femmes sont plus présentes dans les métiers comme infirmières, sages-femmes ou encore esthéticiennes, les sports tels que la danse ou l'équitation. La publicité n'échappe pas à ce phénomène. Nous avons voulu mettre en évidence à travers une publicité de la marque DIM® ces stéréotypes de genre existants. Pour cela, nous avons choisi de détourner une publicité de sous vêtements masculins.

Sur cette affiche sont présentés cinq hommes en sous vêtement. Leurs corps semblent avoir étés choisis par le casting de DIM® pour être attirants aux yeux du public féminin mais aussi masculin. En effet, on peut ainsi deviner les intentions de la marque, comme beaucoup d'autres marques de vêtements, sous-vêtements, ou encore de cosmétiques. En effet, pour vendre leur produits, DIM® essaie de faire croire aux futurs acheteurs potentiels que, avec leur sous-vêtements, ils seront aussi attirants que les mannequins qui s'affichent fièrement. On remarque ainsi un caractère fréquent des publicités : l'utilisation de la beauté et de l'attirance pour vendre un produit.

Devant les cinq hommes, on peut lire le slogan "Ils ont deux passions : le rugby et DIM". Nous avons choisi de nous servir de ce slogan pour dénoncer un stéréotype que la publicité met implicitement en avant : les hommes sont plus intéressés par le sport que les femmes qui sont vouées à s'occuper des hommes en faisant le ménage ou la cuisine par exemple.

Nous avons décidé de détourner cette publicité : nous avons changé le slogan qui est devenu : "Nous avons deux passions : Le ménage, et DIM". L'homme n'est alors plus qu'un sportif mais aussi un être égal à la femme qui fait, lui aussi sa part du ménage. Et pour les encourager dans cette voie, nous avons choisi de les aider en les entourant de tout ce qui leur sera utile pour faire le ménage (éponge, serpillière, balais, gants, aspirateur...).

De plus, un autre aspect de la publicité est dénoncé par ce détournement : l'utilisation de la beauté et de l'attirance pour vendre les produits. Par exemple, ici, les hommes sont athlétiques. Les mannequins sont donc équipés de charlottes qui enlèvent l'attirance qu'ils sont censés provoquer et tournent en même temps au ridicule cet aspect de certaines publicités.

Lycée professionnel Bartholdi
31 rue du Dr Deubel
70200 LURE

> Parodie des pubs Orangina : secouez, secouez-moi...

Point de départ

Les représentations sexy et sexistes de la femme dans certaines publicités de boissons.
La production s'est articulée autour de quatre axes :
- mettre les deux sexes sur un même pied d'égalité ;
- utiliser des pictogrammes les identifiant universellement ;
- créer un moyen graphique pour les faire disparaître ;
- faire preuve d'humour.

Le stéréotype retenu est celui de la femme sexy opposé à l'homme viril, protecteur, un " chef coq ".
La production vise à combattre ces clichés dans une société qui devient celle de l'image. En détournant les " clichés " de cette publicité connue, les élèves ont cherché à mettre en avant de manière humoristique leur côté réducteur. Ce n'est plus la boisson qui doit être secouée mais nos préjugés.

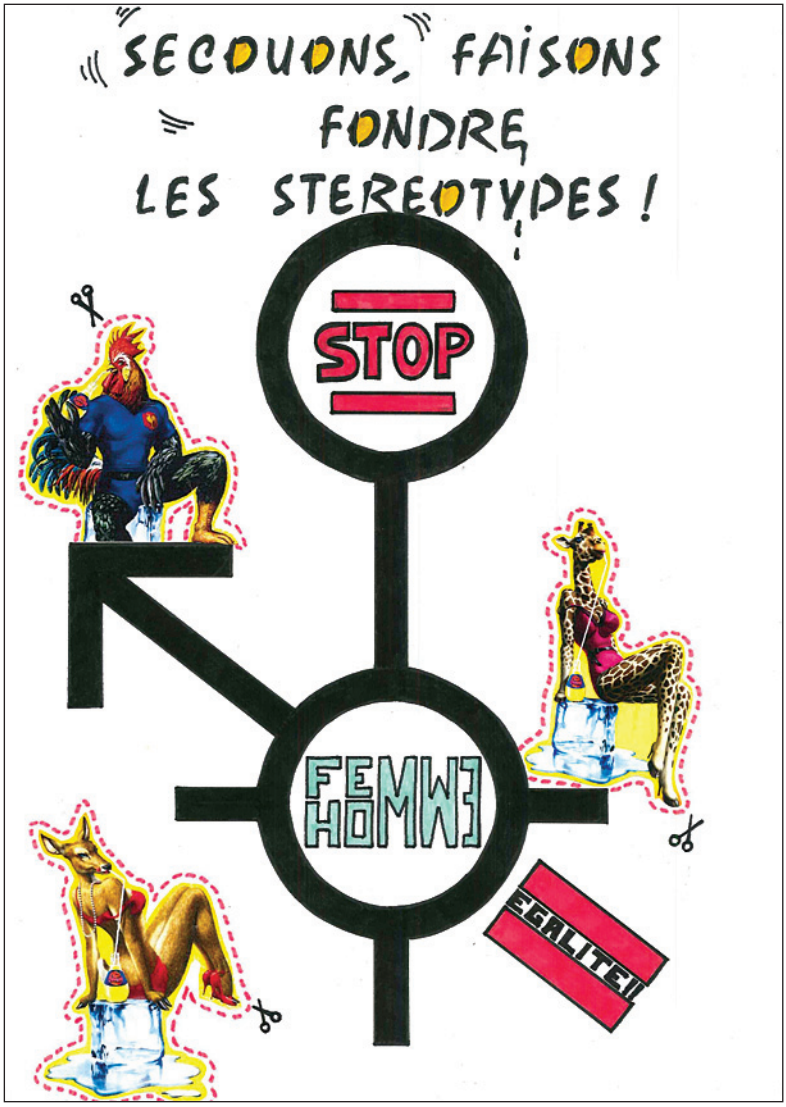
Ces affiches s'adressent à des enfants, des jeunes qui peuvent être porteurs de changements car ils sont encore en construction et pas nécessairement totalement imprégnés de stéréotypes.

Référents

Mme Laurent, professeur arts appliqués
Mme Lapointe, CPE

Effectif

8 élèves (2 filles et 6 garçons)


SECOUONS, FAISONS
FONDRE
LES STEREOTYPES !
STOP
FEMME
HOMME
EGALITE

Lycée Lumière Beauregard
33 ter rue de Grammont
70300 LUXEUIL-LES-BAINS

> Le Mâl(e), Eve sans Laurent...

Point de départ

1. Travail de définition de la discrimination et des différentes formes de discrimination.
2. Analyse de la situation actuelle en France, de la situation au niveau mondial et de l'évolution des discriminations envers les femmes depuis les premières civilisations.
3. Recherche et analyse des causes des discriminations envers les femmes.
4. Réflexion autour des solutions envisageables pour combattre les discriminations envers les femmes.
5. Analyse critique d'un certain nombre d'affiches publicitaires réelles véhiculant certains stéréotypes.

Stéréotype dénoncé : "monopole" subi des femmes dans l'accomplissement des courses et plus généralement des tâches ménagères.

La parodie tient :

- dans le fait que le luxe est censé sublimer les instants merveilleux de la vie et non révéler ses réalités parfois embarrassantes ;
- dans le fait que les discriminations touchent toutes les couches de la société, mêmes les plus aisées ;
- dans l'opposition entre un flacon de parfum et un caddie ;
- dans le jeu de mot *le mâle / le mal ;*
- dans le jeu de mot *Yves Saint Laurent / Eve sans Laurent ;*
- dans l'opposition bien / mal dans le slogan ;

Les garçons machistes qui cautionnent ce "monopole" des courses par les filles.
Les filles qui trouvent cela normal de faire les courses seules ou qui sont résignées à les faire seules.

Référents

Mme Girardot, CPE
M. Martin, animateur socio-culturel

Effectif

8 élèves (5 filles et 3 garçons)


Le Mâle
EVE SANS LAURENT
Parce qu'elle le vaut bien

Lycée Le Grand Chênois
Rue Pierre Donzelot
25200 MONTBÉLIARD

› Affiche « Douceur/Thriller »

Point de départ

Chaque groupe d'élèves a choisi de traiter les stéréotypes en rapport avec un domaine :
- la famille
- la culture (le cinéma)
- la vie professionnelle...

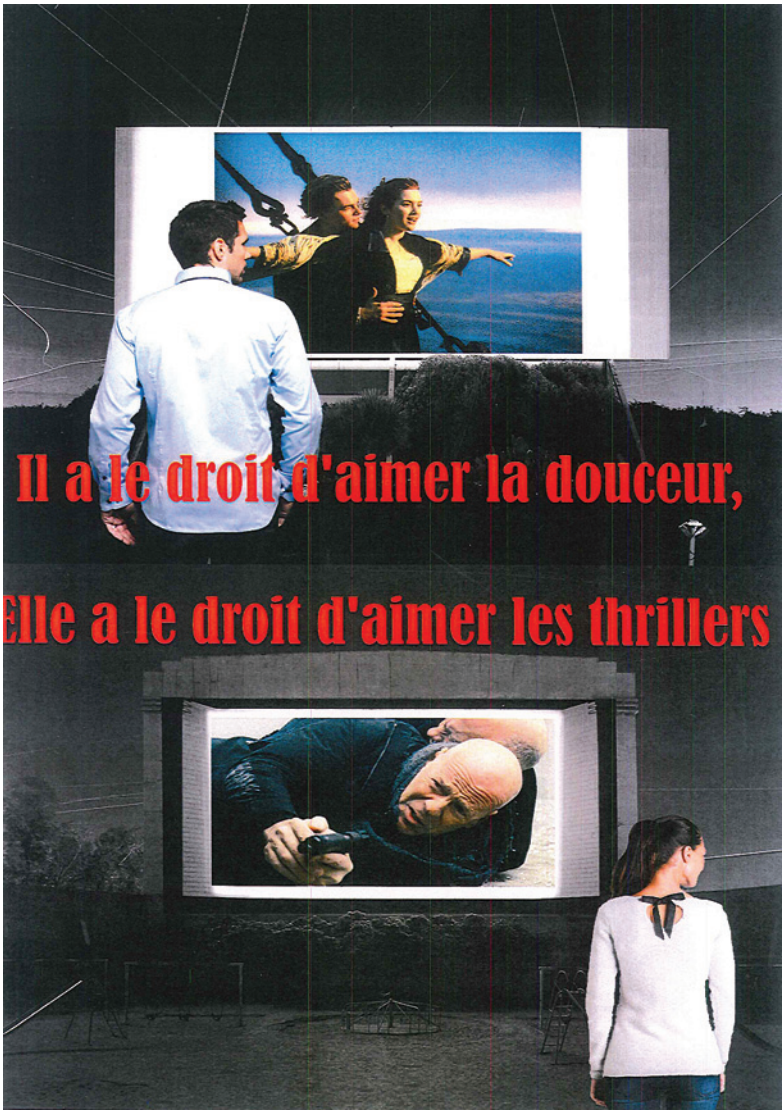
Les élèves ont décidé de jouer sur les stéréotypes engendrés par les films, contre les films de "garçons" et contre les films de "filles". Cette affiche faisant référence au cinéma s'adresse plutôt à des amateurs de cinéma, de tous les âges.

Référents

Mme Daval, professeur d'arts plastiques
Mme Racine, assistante sociale

Effectif

12 élèves (9 filles et 3 garçons)


Il a le droit d'aimer la douceur,
Elle a le droit d'aimer les thrillers

Lycée Le Grand Chênois
Rue Pierre Donzelot
25200 MONTBÉLIARD

› Affiche « La culture n'est pas stéréotypée »

Point de départ

Chaque groupe d'élèves a choisi de traiter les stéréotypes en rapport avec un domaine :
- la famille
- la culture (le cinéma)
- la vie professionnelle...

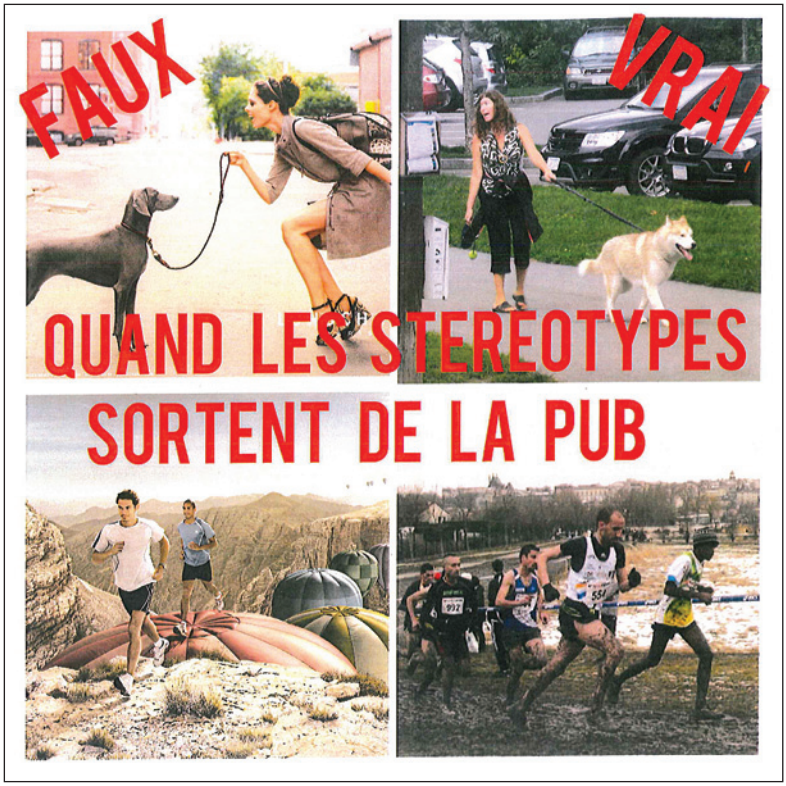
Les élèves ont prélevé des images sur internet, images stéréotypées de personnes, familles idéales sur lesquelles elles ont apposé un slogan rouge dénonçant ces stéréotypes. Cette affiche s'adresse à un public comprenant l'opposition entre les images et le slogan.

Référents

Mme Daval, professeur d'arts plastiques
Mme Racine, assistante sociale

Effectif

12 élèves (9 filles et 3 garçons)


FAUX
VRAI
QUAND LES STEREOTYPES
SORTENT DE LA PUB

Lycée professionnel Toussaint Louverture
81 route de Besançon
25300 PONTARLIER

> Je suis commandante, je suis puériculteur

Point de départ

Le projet a été mené conjointement par les enseignants d'arts appliqués et de lettres histoire et la professeure documentaliste, avec une classe de 1re année de CAP hôtellerie composée de 12 garçons et 12 filles qui se destinent aux métiers de serveurs-ses ou de cuisiniers-ères.

La première phase du travail en éducation civique a consisté à déterminer :

- Les différents types de discrimination : Qu'est-ce qu'une discrimination ?
- Les moyens de lutte contre les discriminations : Quels sont les moyens légaux existants ?
- La discrimination filles garçons : Quelle est la responsabilité de la publicité dans les discriminations sexistes ?

En parallèle avec ces séances, une autre phase de travail en arts appliqués a consisté à :

- Analyser les différentes composantes d'une affiche : le texte, l'image, les couleurs, les contrastes, le cadrage, le sens de lecture, l'organisation de l'ensemble.
- Rechercher des idées, sur le thème de l'égalité filles-garçons, par groupe, en réalisant des croquis, en portant un regard critique sur les différentes productions réalisées, en réajustant sa propre production.

En documentation et en français, le travail s'est organisé de la manière suivante :

- Recherche documentaire sur les stéréotypes sexistes dans la publicité
- Présentation d'un diaporama d'affiches afin de montrer les multiples possibilités offertes
- Élaboration de slogans
- Présentation du logiciel Publisher et de l'obligation légale d'utiliser des images libres de droit

Référents

Valérie Liger, professeure documentaliste
François Reuille, professeur d'arts appliqués
Annie Seguin, professeure de lettres histoire


Je suis
Puériculteur
Étonnant non ?
Je suis
commandante
Nous, on a joué la carte de la différence!

Lycée Lucien Quelet
95 rue de Turenne
90300 VALDOIE

> L'homme au ménage

Point de départ

La femme ne doit pas toujours faire le ménage ; l'homme doit y participer, également.
Nous avons montré que les tâches ménagères ne sont pas que des corvées ; c'est aussi un soin apporté à son intérieur, à deux. Nous avons écrit le titre en gros et en bleu pour attirer l'attention des hommes. Nous avons ensuite choisi un ustensile ménager du quotidien et mis en évidence ses qualités.
Ce que nous avons trouvé intéressant, c'est de faire une analogie entre les qualités du fer et celles des hommes. C'est un clin d'œil humoristique qui se veut être accrocheur pour notre cible, à savoir les hommes.
Nous voudrions toucher particulièrement les hommes.

Référents

Mme Rouxel, professeur d'éducation socioculturelle
L. Guizard, documentation

Effectif

4 élèves (4 filles)

Fer à repasser Calor Superlisse

Votre conjoint ne vous aide pas assez pour les tâches ménagères ?

Proposez-lui de repasser avec Calor Superlisse!!

Rapide

Facile à manipuler

Résistant

Ultra Perfectionné

Esthétique

Efficace

...COMME LUI !!!

Lycée Lucien Quelet
95 rue de Turenne
90300 VALDOIE

> Inégalité Hommes – Femmes dans les milieux professionnels

Point de départ

Étant dans une filière professionnelle, le point de départ de ce projet fut les inégalités hommes/femmes au sein du monde du travail. Nous avons fait des recherches et décidé de parler de l'inégalité salariale, qui à ce jour dans un pays où "l'égalité" des sexes est mise en avant, demeure une réalité.
Cette affiche dénonce l'inégalité de salaire entre hommes et femmes à poste égal et à responsabilité.
Seule la femme est en couleur, pour la mettre en évidence, en avant, pour qu'elle soit remarquée.
Autour d'elle sont représentées les pensées de personnes extérieures.
Le slogan "Tout croire rend naïf" a été inspiré du design de la campagne de prévention contre le tabac : c'est une image choc connue de tous.
À travers cette affiche et son slogan nous voulions toucher les jeunes afin de les sensibiliser à ce problème de taille car nous nous sommes rendus compte que chez les 15/25 ans que nous avons interrogés, certaines femmes ne sont pas conscientes de cette inégalité de salaire, d'autres au contraire la réprouvent.
Certains hommes eux, n'émettent aucune objection face à cette différence, ce qui est inquiétant.
Serions-nous face à un retour en arrière des mentalités ?
C'est pourquoi nous jugeons important de mettre en avant cette inégalité de traitement.

Référents

Mme Rouxel, professeur d'éducation socioculturelle
L. Guizard, documentation

Effectif

4 élèves (4 filles)

Tout croire rend naïf

Nous sommes en 2014 et pourtant les femmes gagnent en moyenne 25% de moins que les hommes.
ET ÇA, C'EST VRAI.

> REMERCIEMENTS

– aux lycéen(ne)s du CAVL
– à tous les élèves et référents des lycées qui ont participé à ce projet
– aux membres du comité de pilotage
– au lycée Le Grand Chênois de Montbéliard qui a accueilli l'exposition pour son inauguration

L'exposition composée des 10 affiches (format A3 plastifiées) accompagnées des fiches de synthèse est à la disposition des établissements qui peuvent en faire la demande à la cellule vie scolaire du rectorat :
ce.viescolaire@ac-besancon.fr - 03 81 65 74 05

CONSEIL ACADÉMIQUE DE LA VIE LYCÉENNE
Rectorat
10 rue de la Convention
25000 Besançon

Ce document a été réalisé en partenariat avec le rectorat de Besançon, le conseil régional et la DRDFE de la préfecture de région.
Coordination : Christine Monnin
Mise en page & impression : Imprimerie du rectorat 25
Achevé d'imprimer à l'imprimerie du rectorat en 300 exemplaires - Juillet 2014


Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET
DE LA RÉGION
FRANCHE-COMTÉ


académie
Besançon
MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE,
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE


Franche-Comté
Conseil régional