

Discrimination faite aux femmes dans les médias

INFORMATION AUX POPULATIONS

par BSF



 PUBLIC	 PARTICIPANTS	 ANIMATEURS	 NIVEAU	 PRÉPARATION	 ACTIVITÉ
--	--	--	--	---	--

Description

L'activité permet de distinguer les stéréotypes de genre que l'on peut retrouver dans la communication médiatique

Objectifs

Reconnaître les différents stéréotypes de genres dans les médias

Matériel

Papier
Stylos
Paperboard

Compétences travaillées

L'analyse
Capacité de travailler en équipe

Contenus utilisés

Annexe1 : publicité (ci-joint en PDF)
Vous pouvez prendre un autre exemple de média pour cette activité. Si c'est une publicité connue des participant.e.s cela peut être plus facile

Pré-requis

Aucun pré-requis

WORKFLOW

1

Introduction

Vous pouvez présenter l'activité comme ceci :

« Nous allons essayer d'identifier les différents stéréotypes de genre et la discrimination faite aux femmes que l'on peut retrouver dans les médias. Pour ce faire nous allons prendre une publicité, et tenter de relever les stéréotypes de genre».

2

Déroulement

Distribuer l'affiche à des groupes de trois personnes, demander de relever ensemble les différents éléments qui constituent d'après eux des stéréotypes de genre.

3

Analyse de groupe

Demander à chaque groupe d'énumérer les différents stéréotypes de genre qu'ils ont observés dans cette publicité.

Plusieurs stéréotypes de genre sont observés dans cette publicité.

Les tenues vestimentaires

- Les hommes portent un casque pour montrer qu'ils ont un travail qui est dangereux.
- Ils portent aussi des outils dans les mains montrant qu'ils ont un emploi physique.
- Ils portent leurs accessoires de travail sur eux, ce qui donne l'impression qu'ils sont en plein travail.
- La personne qui a le poste de pouvoir est un homme.
- La femme ne porte aucune protection mis à part un tablier : elle peut se salir, mais ne risque pas de se blesser.
- Le métier de la femme désigne un métier de ménagère.

Le texte

- Dans ce texte aucun métier n'est féminisé.

La mixité

- Il y a quatre acteurs dans cette publicité, soit 3 hommes et une seule femme.

Les professions

- Les professions des hommes sont des professions liées à l'ambition, le pouvoir, le courage.
- La profession de la femme est liée à l'entretien ménagé

Une fois que tous les éléments ont été verbalisés par le groupe, demander de proposer des solutions qui permettraient de transformer cette publicité en une publicité moins stéréotypée.

Présenter ces possibilités :

Les tenues vestimentaires

- La femme pourrait avoir un métier à risque, porter un casque et des outils.
- Le poste de direction pourrait être attribué à une femme.
- Les hommes pourraient faire des métiers liés à l'entretien ménager ou à la garde d'enfants.

Le texte

- Le texte pourrait être féminisé : ***Vous êtes **chef.fe** d'entreprise, **commerçant.e**, **exploitant.e industriel.le** ou agricole? Vous rémunérez un personnel temporaire, **ouvrier.e.s** ou **technicien.e.s** sur des sites géographiquement éloignés?***

La mixité

- Afin d'avoir une égalité, il pourrait y avoir deux hommes et deux femmes.

Les professions

- Les professions liées à l'ambition, le pouvoir, le courage pourraient être attribuées aux femmes.

4

Conclusion

Accordez un temps de parole à chacun.e pour savoir si tout le monde a pu faire un retour sur ce qu'il ou elle avait à partager. Demandez-leur de répondre à : « ce que j'ai aimé, ce que j'ai appris, ce qui m'a manqué ». Le but ? Faire un retour constructif et faire évoluer la prochaine session, avec les idées et envies des participant.es.

Conseil médiation : pour donner la possibilité à chacun.e de s'exprimer, n'hésitez

pas à faire un tour de table ou utiliser un bâton de parole. Pour toutes les techniques de médiations, voir la fiche “ [Distribuer la parole pour un feedback](#)”.