**Egalité en EMI**

Il s’agit pour vous de réfléchir à des activités liées à l’analyse de médias (journaux, presse, publicités…) qui vont permettre de faire réfléchir les élèves aux questions d’égalité fille-garçon.

Proposition de deux activités cycle 3 et cycle 4

Proposition de nombreuses ressources pour aller plus loin

**Cycle 3 : Analyse comparée de publicités qui proposent des représentations stéréotypées des garçons et des filles**

Etape 1. Analyser les vidéos

Vidéos à regarder :

[Les fées et les princesses](https://www.youtube.com/watch?v=PgFXe0EnTnQ)

[Le commissariat de police](https://www.youtube.com/watch?v=4IHkWSMRfb4)

Questionnement : de quel type de vidéo s’agit-il ? Pour quel produit ? Qui voit-on ? Qui parle ? Quelles sont les ressemblances ?

Réponses : Les publicités sont construites de la même manière. Un enfant joue avec des Playmobils mais on ne voit pas son visage, juste sa main ou son bras. Les Playmobils sont filmés et mis en scène pour raconter une histoire. Cette histoire est présentée par une voix off qui énonce également le slogan final identique aux deux publicités.

Défi en groupe : trouver le plus de différences possibles entre les deux publicités. Les élèves pourront repérer l’enfant qui joue, les personnages, leur rôle, l’histoire, les lieux, les voix off, les couleurs associées à chaque univers (vert, orange, rose, violet pour les princesses ; bleu et noir pour le commissariat), le nombre de fois où l’on retrouve ces couleurs (sur les jouets, le pull des enfants, les boîtes de jeu), le nombre de filles, de garçons, de femmes et d’hommes (huit femmes, une fillette et un garçon pour les princesses et fées ; une dizaine d’hommes et environ cinq femmes pour le commissariat dont une qui est braqueuse de banque).

Etape 2. Déconstruire un stéréotype sexiste

Mise en commun et débat. Qu’observe-t-on ? Les publicitaires ont créé deux univers très différents : un univers masculin et un univers féminin. Quelles sont leurs cibles et leur message ? Il y a des jeux pour les filles et des jeux pour les garçons. Aborder la notion de marketing genré. Les publicitaires associent des valeurs, des représentations aux filles et aux garçons et adaptent leur stratégie en fonction de leur cible. Quelles sont les valeurs et représentations véhiculées majoritairement ici ? Les filles et les femmes incarnent l’imaginaire, la magie, la féerie, la douceur, la fête, le rêve et les contes. Les garçons et les hommes représentent la réalité, l’action, la force, la rapidité, la lutte entre le bien et le mal et l’ordre.

On peut s’appuyer sur ces deux vidéos :

[C’est quoi un stéréotype ?](https://www.youtube.com/watch?v=UotdlegYm64)

[C’est quoi l’égalité entre les filles et les garçons ?](https://www.youtube.com/watch?v=nKwVOTntlVc)

On va alors expliciter la notion de stéréotype sexiste en partant des élèves eux-mêmes.

Est-ce que vous vous reconnaissez dans les représentations et valeurs des deux publicités ? Quelles conséquences peuvent avoir ces stéréotypes ?

Ils peuvent influencer les achats des consommateurs et conduire à des inégalités.

Connaissez-vous d’autres stéréotypes sexistes ? Dans quel domaine ? Quelles inégalités connaissez-vous personnellement ou dans votre entourage ?

Réfléchir aux grands absents dans ces publicités Playmobil. Leur faire remarquer qu’il n’y a pas d’enfants perçus comme non blancs ou en situation de handicap.

Etape 3. Prolongements

En groupes, réaliser une contre-publicité ou une version publicitaire parodique des deux publicités Playmobil sans stéréotypes et en respectant l’égalité filles-garçons. Réfléchir aux éléments qui pourraient être mis en place ou modifiés pour atteindre cet objectif : mélanger les univers, les enfants, les couleurs.

Poursuivre la chasse aux stéréotypes dans les catalogues de jouets et dans les publicités sur les différents supports (presse écrite, télévision, radio, sites internet). Chercher des publicités qui utilisent au contraire une stratégie marketing déconstruisant les stéréotypes comme [la publicité Super U](http://www.youtube.com/watch?v=q7SAANUgeZU).

Explorer les stéréotypes sexistes dans les autres médias. Découvrir des médias qui dénoncent les stéréotypes.

Interviewer des personnes qui déconstruisent les stéréotypes éducatifs, professionnels, sociaux, culturels. Faire leur portrait et montrer comment ils ont réussi à sortir des clichés.

Participer au Concours Zéro Cliché pour l'égalité filles-garçons du CLEMI.

**Cycle 3 et 4. Les femmes dans la Une d’un journal sportif**

La couverture médiatique du sport féminin demeure assez faible et ne se situe pas à la hauteur de ces pratiques. Une étude du CSA (Conseil Supérieur de l’Audiovisuel), réalisée au dernier trimestre 2012, estimait à 7% du volume global le nombre d’heures de retransmission des événements sportifs féminins. Nous nous proposons ici d’attirer l’attention des élèves sur la médiatisation des femmes dans le sport à travers l’étude des 17 Unes du journal l’Équipe publiées pendant les Jeux Olympiques de Rio en août 2016.

Ouvrir le dossier sur lequel s’appuie cette activité : il s’agit de 17 Une du journal *L’Équipe,* parues du 5 août 2016 au 21 août 2016 durant les Jeux Olympiques de Rio

Activité 1. Par groupes de 4 ou 5 élèves, l’enseignant distribue un jeu de photocopies des 17 Unes de *l’Équipe* ainsi qu’un tableau vierge que les élèves rempliront à partir des critères suivants :

- nombre de Unes sur lesquelles il n’y a que des hommes ;

- nombre de Unes sur lesquelles il n’y a que des femmes ;

- nombre de Unes sur lesquelles il y a des hommes et des femmes ;

- nombre de Unes sur lesquelles il y a de la publicité.

À partir de ces données, les élèves seront amenés à répondre aux questions :

- Il y a-t-il autant de Unes « masculines » que de Unes « féminines » ?

- Lorsqu’il y a mixité sur une Une, la taille de la photographie est-elle liée au genre ? Au résultat obtenu ? (on pourra à ce sujet faire remarquer la différence entre le médaillé homme et la médaillée femme en judo).

- Sur les Unes contenant de la publicité, quels types de produits apparaissent ? Est-ce que ce sont des produits pour les hommes ou pour les femmes ? Que peut-on en déduire sur les lecteurs du journal *l’Équipe* ?

Activité 2. Création d’une Une (voir l'atelier Une)

En utilisant des découpages de photos de taille similaire et une Une vierge, demander aux élèves de réaliser une Une qui serait pour eux respectueuse de la parité hommes-femmes.

à vous :

Ces activités vous semblent-elles intéressantes à faire avec votre classe ?

Vous trouverez ensuite d’autres idées et propositions

Pour aller plus loin :

[Concours zéro cliché pour l’égalité fille-garçon](https://www.clemi.fr/fr/zero-cliche.html)

Cycle 3 et 4 : la publicité

[Fiche sur les brosses à dents](https://drive.google.com/file/d/18OF_65DpoO7TDPtR81uyIPSkrzU-OmAI/view?usp=sharing) ou [ici](http://www.genrimages.org/pdf/564.pdf), plutôt pour le lycée

Ouvrir le dossier : fiches publicité

Cycle 4 et lycée :

[Intervention du CSA après diffusion d’un journal TV et d’une émission radio](https://drive.google.com/file/d/1a7mBq7vMKG1viNAi0TkjyuUHWlF90Zil/view?usp=sharing) (en lien dans le doc) : [faire jouer aux élèves le rôle du CSA](https://drive.google.com/file/d/1FgtDmNdl-pPrHh-ANjnqlrfVu3chQ2Se/view?usp=sharing)