

Introduction : Fille ou garçon, ça change quoi ?

Avec ce numéro, la volonté de la rédaction n'est pas tant de s'inscrire dans une lutte pour l'égalité hommes-femmes que d'effectuer une prise de conscience de la construction qu'est le genre, mettant en scène une série de différences naturelles ou culturelles. Car on ne peut pas d'une part défendre la richesse des différences humaines et, d'autre part, tendre à occulter celle qui divise l'espèce humaine en deux grandes catégories tellement essentielles à la constitution de l'identité. D'ailleurs, à la naissance d'un enfant, tout l'entourage n'est-il pas curieux de savoir si c'est une fille ou un garçon ? Cette préoccupation – qu'elle soit inquiétude ou intérêt – n'est pas anodine et inscrit d'emblée l'enfant dans une histoire symbolique et culturelle spécifique qui influence déjà toute sa vie future.



Ce numéro se veut donc un moyen pour trouver des clés de compréhension de soi-même et des codes sociaux qui existent autour de la question du genre. Ainsi :

- **Le jeu « Fille ou garçon? » (pp.4-5)** aborde la complexité de la construction du genre en s'interrogeant sur les paramètres qui y interviennent.
- **Le jeu « Stéréotypes labyrinthiques » (pp.6-7) et les infos « Cerveau cerveau » (pp. 28-29)** déconstruisent des stéréotypes actuels autour des filles et des garçons à l'aide de contre-exemples issus d'autres contextes historiques ou culturels ou encore d'observations scientifiques.
- **Le récit « Il ou elle » (pp.8-11)** questionne les attributs féminins et masculins ainsi que l'ambiguïté pouvant exister dans la construction de l'identité sexuelle.
- **Les jeux « D'un genre à l'autre » (pp.12-13)** montrent, à l'aide d'exercices sur le genre grammatical, comment le langage reflète ou conditionne une certaine vision des hommes et des femmes.
- **Le mythe « Adam et Ève » (pp.16-17)** et notre réflexion sur les médias « Filles et garçons dans la pub » (pp.22-23) questionnent les modèles féminins et masculins qui nous sont donnés à connaître et à suivre.
- **Les pages sur les animaux (pp.18-19)** et la BD de Paf le Piaf (p.36) observent comment s'y prennent les animaux en matière de « répartition des tâches » entre mâles et femelles.
- **Le récit « Le secret d'Alba » (pp.26-27)** problématise le genre au sein de la famille.
- La BD et les infos de Papystoire (pp.30-33)** ouvrent la réflexion sur l'histoire de la lutte pour l'égalité des sexes.

Ce dossier pédagogique permettra à l'animateur ou à l'enseignant d'exploiter le questionnement des enfants dans des ateliers philo et aussi dans des apprentissages scolaires. Philéas & Autobule : un garçon et une fille pour vous lancer en philosophie.



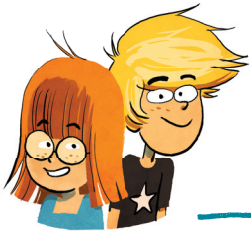
Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles, de la Région Wallonie et l'appui de l'Administration générale de la Recherche scientifique, Service général du pilotage du système éducatif

Couverture du n°40 **Sherley Freudenreich** / Dessins de Philéas et Autobule **Obion** / Éditeurs **Laïcité Brabant wallon** et **Entre-vues** / Rédactrices en chef **Françoise Martin** et **Catherine Steffens** / Secrétaire de rédaction **Carine Simão Pires** / Animatrice philo **Aline Mignon** / Responsable de la communication **Wivine Van Binst** / Responsable abonnements **Nathalie Marchal**

Contact rédaction redaction@phileasetautobule.be, tél : 010/22 31 91

Avec le soutien du Centre d'Action Laïque et de ses régionales : Bruxelles Laïque, Régionale de Charleroi, Centre d'Action Laïque de la Province de Liège, Régionale du Luxembourg, Régionale de Sambre et Meuse Laïque, Régionale de Picardie Laïque.

sept.-oct. 2013 – Éditeur responsable : Paul Knudsen



Dossier pédagogique

Philéas & Autobule

n°40

Sommaire

OBJECTIFS 3

MODE D'EMPLOI 4

Séquences à partir des pages 8-11 de la revue

FIL ROUGE 5

Qui décide si ces objets appartiennent au féminin ou au masculin ?

DISPOSITIF PHILO 5

Exploiter le texte il/elle

LEÇON DE FRANÇAIS 13

Réflexions et pistes pour aborder différemment le genre en grammaire

Activités pour aborder les questions et jouer sur les changements de genres

Séquence à partir des pages 22-23 de la revue

FIL ROUGE 20

Ressembles-tu aux garçons et aux filles des publicités ?

EXERCICES PHILO 20

Repérer des stéréotypes et les formaliser

LEÇON D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS 23

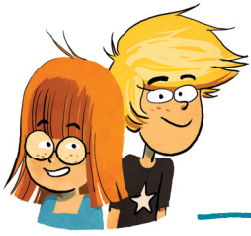
Filles et garçons dans les pubs de jouets

Images d'hommes et de femmes dans la pub et dans les magazines

Auteur des dispositifs philosophiques : **Aline Mignon** (animatrice et formatrice en philosophie pour enfants).
Auteur des leçons et des pistes pédagogiques : **Sonia Huwart** (psychopédagogue).

Signalétique utilisée pour les compétences :

- les références au **programme du Ministère de la Communauté française** sont entre **parenthèses**.
- les références au **programme du Conseil de l'Enseignement des Communes et des Provinces** sont entre **crochets**.



Dossier pédagogique

Philéas & Autobule

Objectifs

Philéas & Autobule s'inscrit dans la démarche de la philosophie pour enfants. Cette pratique replace le questionnement au cœur du processus pédagogique. Pourquoi ? Parce que le questionnement est le moteur même de toute recherche et de toute réelle appropriation de connaissances. C'est ainsi que procède l'enfant dès son plus jeune âge pour donner du sens aux choses qui l'entourent, pour se constituer sa propre représentation du monde et par là-même se donner un pouvoir d'action.

Car une question formule un problème, une difficulté, un manque. Poser une question est donc un processus actif et positif car il signifie que l'on a conscience d'un problème, que ce problème est reconnu et formulé. Son analyse et sa solution sont dès lors rendues possibles. Ainsi, quand un enfant pose une question, il nous dit où il se trouve, ses difficultés, ou ce qui l'intéresse. C'est là un enjeu majeur de la pratique philosophique que de questionner pas seulement pour questionner, de manière artificielle ou mécanique, mais pour s'investir dans un processus de recherche de sens en y proposant et en y osant sa pensée propre.

C'est dans l'optique de promouvoir cette démarche qu'est conçu ce dossier pédagogique, lequel offre un autre regard sur les matières enseignées en les reliant à un contexte plus large : celui de l'expérience des enfants par le biais du questionnement philosophique. C'est en réfléchissant que les enfants relient leurs expériences à ce qu'on leur apprend à l'école et lorsqu'une matière a du sens à leurs yeux, les apprentissages qui y sont liés en bénéficient largement. Peut-on aborder des notions aussi arides que la conjugaison, la concordance des temps et la représentation du temps sur une ligne sans avoir réfléchi à la manière dont est vécu le temps qui passe ?

ANIMATIONS

Les animations *Philéas & Autobule* sont des ateliers de philosophie destinés aux enfants de 8 à 13 ans. À partir d'un texte, d'un jeu ou d'une affiche choisis dans la revue *Philéas & Autobule*, l'animatrice amène les enfants à se questionner, à formuler des hypothèses, à clarifier leurs pensées, à les confronter... Ensemble, ils tentent alors de relever les contradictions et d'élaborer leurs propres réponses.

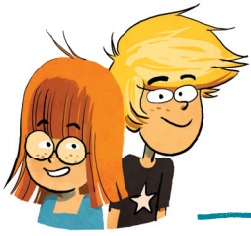
Différentes formules d'animations sont disponibles. Pour les découvrir, contactez **Aline Mignon : 0493 59 45 77** ou aline.mignon@laicite.net

En pratique : 2 x 50 minutes, dans toutes les écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Prix : 1 €/enfant.

FORMATIONS

Vous avez envie d'animer des ateliers de philosophie dans votre classe ? Découvrez nos offres de formations sur le site www.phileasetautobule.be



Dossier pédagogique

Philéas & Autobule

Mode d'emploi

Ce dossier pédagogique vous propose différentes manières d'exploiter les pages de la revue symbolisées par des pictogrammes. Ces procédés sont complémentaires en tant que leur combinaison permet de faire des liens entre le questionnement philosophique et les apprentissages scolaires. Pour savoir de quoi il retourne, voici ci-dessous leur signification. Vous pourrez ainsi savoir à quoi vous attendre en les voyant ou encore rechercher directement dans tout le dossier pédagogique ce qui vous intéresse plus précisément.

J'anime avec les questions de Philéas et Autobule.

Le fil rouge éclaire pour vous les enjeux et le potentiel philosophique de certaines questions que posent Philéas et Autobule dans la revue, afin de vous aider à y réfléchir vous-même avant de les utiliser dans l'animation d'un atelier philo, que ce soit pour le démarrer ou pour l'alimenter. Il s'agit principalement de montrer la démarche mentale à adopter pour découvrir et rendre la richesse d'une question : que suis-je en train de faire quand je me demande ceci ou cela ? Les questions proposées par le fil rouge n'épuisent évidemment pas toutes les problématiques liées aux pages de la revue. À vous de les imaginer ou de les anticiper pour mieux vous y préparer !



J'anime un atelier philo à l'aide d'un dispositif ou d'un exercice.

Ce pictogramme annonce une activité « clé sur porte » de pratique philo. L'activité philo peut précéder ou suivre une leçon, mais aussi parfois s'y insérer. Son déroulement et ses enjeux sont décrits avec précision, étape par étape. Certaines de ces étapes font l'objet de fiches récapitulatives pouvant être combinées avec d'autres proposées à d'autres moments ou dans d'autres dossiers pédagogiques. Ces fiches seront soit théoriques (expliquant la méthodologie, les enjeux), soit pratiques (décrivant des outils concrets). Les fiches pratiques seront elles-mêmes répertoriées en fonction de ce qu'elles permettent de développer dans la pratique philo : la problématisation, l'argumentation, la conceptualisation, les démarches cognitives, les attitudes, etc.



Je développe des apprentissages scolaires à l'aide de leçons ou de dossiers thématiques.

Ce pictogramme indique la présence d'une leçon ou d'un dossier – dans l'une ou l'autre matière scolaire – directement utilisable : l'ensemble de la préparation et du déroulement est détaillé avec précision (matériel nécessaire, informations utiles pour l'enseignant, compétences développées, étapes, exemples, exercices, prolongements possibles, etc.). À glisser immédiatement dans votre mallette !

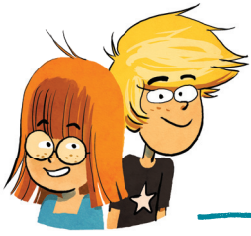


En outre, le dossier pédagogique a comme spécificité de proposer systématiquement une leçon d'**éducation aux médias** annoncée par le pictogramme caméra.



Je m'inspire de pistes pédagogiques pour construire mes activités.

Ce pictogramme vous invite à suivre d'autres pistes intéressantes qui vous sont proposées et décrites en termes d'objectifs, de repères de matière et de compétences développées. Des liens et renvois vers d'autres sources pédagogiques sont également mentionnés pour vous aider dans la construction de vos activités.



Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

Qui décide si ces objets appartiennent au féminin ou au masculin ?

C'est vrai ça ! Qui ?! La nature ou les humains et leurs cultures ? A ton avis ?

Se poser cette question, c'est appréhender en quelles proportions la nature et la culture interviennent respectivement dans la construction du genre.

Le fait même d'envisager cette question permet de prendre conscience de ce qui nous semble évident, aller de soi – être une fille ou un garçon – et qui ne l'est peut-être pas tant que ça. C'est aussi **approfondir les raisons culturelles de la différenciation hommes-femmes** en termes de reconnaissance sociale et d'attribution des rôles. En effet, les différences de traitement des hommes et des femmes seraient-elles dues au climat, aux contraintes matérielles et physiques, aux conditions de vie ? Aborder ces différentes hypothèses, c'est envisager le genre comme une construction ayant une donnée biologique et environnementale avec des interprétations culturelles multiples, lesquelles peuvent devenir des traditions. Les pratiques transmises de génération en génération, ou simplement par la société, sont si bien incorporées depuis l'enfance qu'elles deviennent notre seconde nature. Le culturel devient ce qui va de soi c'est-à-dire le naturel. Par conséquent, **remettre en question nos évidences liées au féminin et au masculin, c'est mettre en relief nos habitudes en tant qu'elles ne sont que des habitudes**. C'est aussi permettre à chacun d'être au mieux avec son image même si elle n'est pas conforme à la norme.



DISPOSITIF PHILO : exploiter le texte il/elle

1. Lecture individuelle du texte

Pour ce texte, nous vous proposons une lecture individuelle et silencieuse dans la mesure où la répétition du il/elle n'est pas très harmonieuse oralement. La lecture seule incitera chaque fois l'enfant à se demander quel choix effectuer – il ou elle – par anticipation et rectification progressive du sens. Le déséquilibre ou la déstabilisation suscitée par le fait que le lecteur bute à pouvoir trancher une fois pour toutes entre les deux pronoms, facilitera indéniablement l'émergence de questions.

2. Cueillette de questions

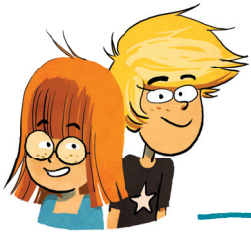
Ce moment est crucial dans la mesure où les enfants vont montrer, par leurs questions, ce qui les intéresse, ce qui fait problème pour eux. C'est la phase de problématisation qui peut aussi émerger à d'autres moments de la discussion*.

Voici les caractéristiques de ce moment particulier que constitue la cueillette de questions :

- Partir des questions des enfants et non de celles de l'adulte.
- Permettre de mettre au plus tôt les enfants dans une dynamique de recherche individuelle ou collective (2-3 enfants discutent ensemble d'une question à soumettre au groupe).

*Sur la problématisation, voir également le Dossier pédagogique n°36 p.12.





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

- Offrir la possibilité de retravailler les questions (les regrouper, les généraliser, les éclaircir...).
- Permettre une prise de conscience progressive de ce qu'est une question philosophique (question de sens, ouverte, universelle, fondamentale, abstraite par opposition à une question factuelle ou technique).

Enfin, voici quelques formulations qui aident les enfants à poser des questions :

- Avez-vous des questions par rapport au texte ?
- Qu'est-ce que vous vous demandez par rapport à cette histoire ?
- Y a-t-il quelque chose que vous trouvez étrange, dérangeant, étonnant, problématique dans cette histoire ? Quoi ? Pouvez-vous poser une question à ce sujet ? Pour vous aider, vous pouvez commencer votre phrase par « Je me demande pourquoi/comment/quel(les)... »
- Y a-t-il quelque chose qui vous intrigue dans ce récit et que vous souhaiteriez aborder ? Quoi ? Pouvez-vous poser une question à ce sujet ? Pour vous aider, vous pouvez commencer votre phrase par « Je me demande pourquoi/comment/quel(les)... »
- Y a-t-il des choses que vous ne comprenez pas dans cette histoire et que vous souhaiteriez aborder ? Lesquelles ? Pouvez-vous poser une question à ce sujet ? Pour vous aider, vous pouvez commencer votre phrase par « Je me demande pourquoi/comment/quel(les)... »

Exemples de questions posées dans la classe de 6e primaire de l'école communale de Lauzelle :

- Est-ce une fille ou un garçon ?
- Pourquoi il ou elle fait ça (se raser, se maquiller) ?
- A propos de quoi doit-il ou doit-elle se décider ?

On observe que le texte étant court et développant surtout une idée – la recherche de l'identité sexuelle – il n'appelle pas pléthore de questions.

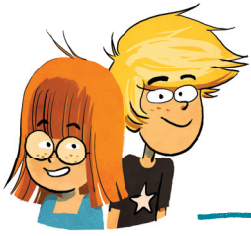
3. Le choix de la question

Après que les enfants ont posé leurs questions, il s'agit de n'en garder qu'une seule pour la discussion. Il est possible d'expérimenter avec eux différents processus de décision en groupe:

- Vote à main levée
- Vote sur un papier
- Argumentation en faveur de l'une ou l'autre question, suivie du vote entre les différentes questions défendues.

Mais plutôt que de procéder à un choix collectif, vous pouvez également leur demander si l'un ou l'autre d'entre eux aurait une idée de réponse à proposer pour une question en particulier, et démarrer la CRP* à partir de là. L'avantage de cette manière de procéder est, d'une part, d'éliminer quelques questions factuelles pour lesquelles certains enfants auraient la réponse (en se référant au texte par exemple) mais, d'autre part, de problématiser, de creuser ce qui semblait de prime abord – du moins pour celle ou celui qui avait proposé une réponse – évident, et de découvrir la richesse d'une question en apparence anodine.





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

4. Démarrer une Communauté de Recherche Philosophique

Pour rappel, une Communauté de Recherche Philosophique (CRP) est une discussion de groupe au cours de laquelle les enfants construisent ensemble leurs réflexions à partir de la question choisie. Sans les influencer et sans donner son propre avis, l'animateur aide les enfants à structurer ainsi qu'à approfondir leur pensée et leur discours par le biais de questions « neutres » amenant à travailler les habiletés à penser*, lesquelles sont autant d'outils permettant de creuser la réflexion. Ainsi, si la discussion a tendance à rester dans des sphères abstraites, brassant des idées générales, l'animateur peut s'en rendre compte et approfondir ou nourrir la discussion en faisant appel à des exemples concrets pour illustrer les propos avancés ou à des contextes dans lesquels ces idées générales s'appliquent. Le rôle de l'animateur est d'être vigilant à la manière dont se construit la discussion et à percevoir les endroits où la structure a besoin d'être renforcée, soutenue, améliorée, modifiée etc. Bien évidemment, percevoir les outils utilisés par les participants (comme les exemples, les hypothèses, les analogies...) ainsi que ceux qui font défaut, demande une grande concentration et de la pratique. Mais on ne peut pas faire l'économie de la pratique et du temps qu'elle demande : c'est en forgeant qu'on devient forgeron. On ne peut pas tout maîtriser d'un coup. D'ailleurs, mener un atelier philo est par essence un processus d'expérimentation continue où l'animateur apprend toujours, où il lui est toujours possible de prendre conscience de quelque chose de neuf. Le tout est donc de s'exercer progressivement sans se décourager et sans placer la barre trop haut dès le départ.

Dans cette aventure de la pensée, l'animateur peut, pour se rassurer sur ce qu'il fait et préparer son animation, se fixer un ou deux objectifs modestes à atteindre lors de la discussion, en choisissant par exemple une ou deux habiletés à penser* à travailler avec les enfants. Il peut au préalable se questionner lui-même sur le support qu'il souhaite proposer et de là, dégager des outils pertinents à utiliser lors de la discussion. Ensuite, il peut créer à l'avance une batterie de questions propices à développer les habiletés visées.

Exemple de communauté de recherche

À partir de la question « Pourquoi il ou elle fait ça (se raser, se maquiller...) ? », voici un extrait des échanges qui ont eu lieu, suivis de leur analyse et de quelques tuyaux pour se préparer à cette CRP :

(animatrice) Alors pourquoi il ou elle fait ça ?

Pour faire comme les grands.

Pour faire comme un garçon et comme une fille.

Pour essayer de voir ce que ça donne.

Dans le texte on voit bien qu'elle observe bien ses parents.

(animatrice) Pourquoi essaierait-t-elle/il de voir ce que ça donne ?

Pour voir comment c'est d'être adulte.

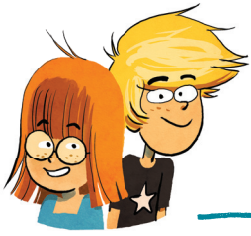
En tant qu'adulte il ne se sentirait pas bien comme garçon et essaierait de voir ce que c'est que d'être une fille.

Si c'est une fille, pour essayer de voir ce que c'est qu'être un garçon.

(animatrice) Pourquoi ferait-on ça ?

*Sur les habiletés à penser et la méthodologie de la Communauté de Recherche Philosophique, voir aussi le Dossier pédagogique n°36 p.14.





Dossier pédagogique

Philéas & Autobule

n°40

Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

Pour découvrir la personnalité de l'autre.

(animatrice) Qui est étonné par ce que la personne fait dans le texte ?

Ce qui m'étonne c'est qu'il prend des choses des deux. Moi je ne ferais pas ça.

Les enfants n'ont pas besoin de se maquiller.

Ce qui est étonnant c'est de faire quelque chose qui ne sert à rien et de faire quelque chose des garçons et des filles.

Ça me paraît bizarre de voir un garçon mettre du mascara ou du rouge à lèvres. Sauf Nathan !

[rires dans la classe et regards complices]

(animatrice) Peut-on savoir pourquoi ?

Nathan s'était maquillé pour se déguiser à mon anniversaire.

Quand les garçons font du théâtre, ils doivent se maquiller.

(animatrice) Cela voudrait-il dire que ce qui est propre aux femmes ou aux hommes dépend du contexte, comme celui du théâtre par exemple ?

C'est un choix.

C'est une habitude que les filles mettent du maquillage et que les hommes se rasent

(animatrice) Mais d'où viennent ces habitudes ?

Je ne verrais pas un mec dans la rue avec du mascara, du rouge à lèvres et des talons hauts.

Les hommes ne sont pas obligés.

Certaines choses sont spécifiques pour les hommes et d'autres pour les femmes.

Les hommes ne vont certainement pas mettre ça [entendez du maquillage et des talons] mais ce sont certainement des gens qui ont décidé ça.

(animatrice) Qui pense que c'est pour une autre raison ?

C'est la nature du corps humain. Les femmes n'ont pas besoin de se raser parce qu'elles n'ont pas de poils sur les joues.

Mais certaines femmes ont de la barbe.

Il y a des garçons qui font des choses de filles et des filles qui font des choses des garçons.

Il y a des filles manquées et des garçons manqués.

[...]

Ma maman, ce n'est pas parce que c'est une femme qu'elle doit mettre du maquillage. Quand elle était petite elle jouait avec ses frères, pas à la poupée et pourtant c'est une femme.

Je ne trouve pas ça bizarre que quelqu'un mette du maquillage pour un spectacle mais dans la rue je trouve ça bizarre.

(animatrice) Pourquoi on se maquille ?

Pour se rendre plus belle ou plus beau.

(animatrice) Alors, pourquoi les filles seraient-elles plus belles avec du maquillage et pas les garçons ?

Les garçons ont d'autres manières de se rendre beau, avec du gel par exemple.

Dans l'Histoire c'était déjà comme ça.

Ma maman aussi met du gel et ce n'est pas un garçon.

Ça dépend beaucoup de la mode, si le rouge à lèvres était à la mode pour les garçons, ça ne nous étonnerait plus.

Pour le gel c'est moins bizarre que pour le maquillage.

Ma maman a les cheveux courts et elle met du gel.

Pour le moment les cheveux courts sont à la mode.

[...]

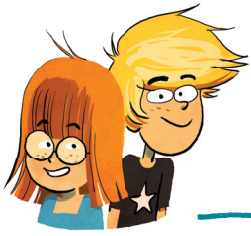
(animatrice) Quand vous avez écouté le texte, avez-vous pensé que c'était un garçon ou une fille ?

Dans le texte il cherche à trouver s'il est un homme ou une femme.

(animatrice) Comment ça se fait qu'il ne le sait pas encore ?

Quand on est petit il y a un moment où on se pose la question.





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

Analyse

On constate que la discussion démarre sur une recherche de raisons, ou d'hypothèses expliquant le comportement du personnage du texte. A l'aide d'une question de l'animatrice (« Qui est étonné par ce que la personne fait dans le texte ? ») favorisant la problématisation, les enfants en viennent à cerner ce qui fait problème pour eux : mélanger les genres. De là vient ensuite l'idée de spécificités féminines (comme le maquillage) et masculines (comme se raser) et c'est au hasard d'une anecdote qui les a amusés (quand Nathan s'est maquillé) que les enfants amènent le contexte du théâtre comme permettant aux hommes de se maquiller, ce qui les conduit *de facto* à relativiser les catégories du féminin et du masculin.

On sent ensuite, dans le mouvement de leur réflexion, une oscillation permanente entre d'une part, la prise de conscience du caractère culturel ou construit du féminin-masculin (les mots « choix », « habitude », « décision », « mode » sont des indicateurs de cette prise de conscience) et d'autre part, le retour à l'évidence quasi naturelle du *comment ça doit être* (les mots « bizarre », « garçons ou filles manqué-e-s » indiquent l'écart perçu par rapport à une norme ressentie comme « naturelle »). Toutefois, l'animation se termine plutôt dans le doute puisque les enfants stipulent qu'au départ, dans la prime enfance, rien ne serait évident quant au genre.

Finalement, beaucoup d'outils sont utilisés et se mettent très rapidement en place sans qu'on s'en rende compte (ici les enfants ont fourni des exemples, des contre-exemples, des contextes, des distinctions, des hypothèses...). C'est pourquoi il est utile de préparer l'un ou l'autre de ces outils pour mieux les utiliser et les repérer quand ils se présentent, ce qui n'est pas toujours facile quand on a « le nez dans le guidon ». Cela permet également de se rassurer par rapport à la qualité et à l'exigence philosophique de son animation.

Outils : classifier, contextualiser, rechercher des implications

Pour cette CRP, nous vous proposons de mettre l'accent sur la catégorisation, la contextualisation et la recherche d'implications. Pourquoi ce choix ? Le thème de ce numéro et le texte choisi ici nous amènent d'emblée une classification : fille ou garçon, féminin ou masculin ? Ce qui invite nécessairement à s'interroger sur l'origine de cette catégorisation – naturelle ou culturelle – et donc sur son caractère absolu ou relatif à certains contextes en cherchant si cela a toujours été comme ça et si c'est comme ça partout. Une fois ces observations faites, il semble évidemment opportun de dégager les conséquences de nos manières de distinguer le féminin du masculin.

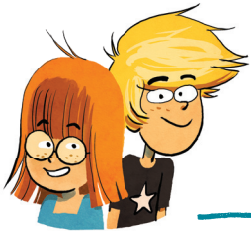
Voici en guise de préparation et d'information générale, des batteries de questions* permettant de classer et de contextualiser :

Classifier

- Présenter des catégories (féminin-masculin, nature-culture...) et chercher avec les participants des éléments qu'il serait possible d'insérer dans l'une ou l'autre des catégories.
- Pensez-vous que cela appartient à x ou à y ?
- Selon vous, entre x et y, lequel appartient à z ?
- Si nous avons x (animal à sang chaud) et y (qui allaite ses petits) pouvons-nous dire que nous avons z ?

*Les différentes batteries de questions sont reprises ou inspirées du manuel de GAGNON Mathieu, *Guide pratique pour l'animation d'une communauté de recherche philosophique*, Laval : Les Presses de l'Université Laval, (coll. dialoguer), 2005.





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

L'exercice de la page 11 constitue un moyen d'approfondir de manière plus systématique cette question de la classification filles-garçons et des raisons invoquées d'ordre naturel ou culturel*. C'est donc parce que les enfants en ont parlé qu'il est opportun d'intégrer cet exercice de manière « fluide » au sein ou dans la continuité de la discussion. Il ne faut pas se dire qu'on va le faire « quoi qu'il advienne » sans quoi vous serez peut-être obligé-e de l'amener au chausse-pied ; ce qui ne sert pas la méthode, notamment dans son enjeu de développement d'une pensée autonome.

Pour préparer cet exercice, vous pouvez vous aider des enjeux du fil rouge p.5 de ce dossier pédagogique en plus d'y réfléchir vous-même, bien entendu.

Contextualiser

- Pouvez-vous présenter une situation où ce que vous dites s'applique ?
- Connaissez-vous des situations où ce que vous dites ne s'appliquerait pas ?
- Pensez-vous que cela s'applique dans tous les cas ?
- Pouvez-vous imaginer une situation où cela ne s'appliquerait pas ?
- Pouvez-vous imaginer une situation où cela serait viable ou adéquat ?
- Pensez-vous que cette idée s'applique à cette situation ?
- Y a-t-il des raisons qui permettraient de comprendre pourquoi les gens pensaient (ou agissaient) ainsi à cette époque ?
- Selon vous, qu'est-ce qui conduit à cet événement ?

Rechercher des implications

Les jeux des pages 12-13 montrent comment le langage peut refléter ou conditionner notre perception du monde, en ce compris notre vision des hommes et des femmes. Les questions du fil rouge de ces pages – à savoir : « Si un mot n'existe pas au féminin ou au masculin, qu'est-ce que cela veut dire ? » et « Qu'est-ce que cela apporte d'avoir des mots féminins et masculins ? » – appellent à dégager les implications de nos comportements langagiers. Pourquoi ne pas proposer ces réflexions dans la continuité de la discussion si cela s'y prête bien (par exemple, si les enfants abordent la question de l'égalité hommes-femmes), pour ensuite élargir cette recherche à l'ensemble des idées sur le genre observées lors de la discussion ? La forme de l'exercice pourrait être celle donnée par la structure de phrase *Si X alors Y* :

- Si un mot n'existe pas au féminin ou au masculin alors...
- Si la langue comporte des mots masculins et féminins alors...
- Si les cheveux courts pour les femmes sont à la mode alors...
- Si c'est par habitude que les femmes se maquillent alors...
- Si les spécificités féminines et masculines dépendent de la nature du corps alors...
- Si les femmes et les hommes sont égaux en droits alors...

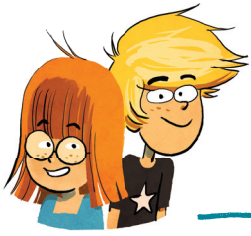
Les conséquences soulevées sont-elles importantes, fâcheuses, révélatrices ou plutôt anodines ? La force d'une idée peut parfois se dévoiler dans les conséquences qu'elle entraîne.

Si vous ne voulez pas faire un petit détour par les pages 12-13, vous pouvez également intégrer cette recherche au cas par cas dans la discussion elle-même. Voici une batterie de questions qui pourraient vous y aider :

- Es-tu en train de suggérer que... ?

*Pour des exercices de clarification des notions de « naturel » et de « culturel », voir aussi le Dossier pédagogique n°18 p. 3.





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

- Que devrions-nous comprendre de cette affirmation ?
- Est-ce que penser ainsi nous amène à penser que.... ?
- Jusqu'où pourrait nous conduire une idée comme celle-là ?
- Si toutes les personnes pensaient ainsi, que pourrait-il arriver ?

5. Clôturer à l'aide des pages 4-5

Les pages 4-5 invitent à évaluer l'importance de cinq axes intervenant dans la construction du genre et donc à prendre conscience de la complexité de la formation de notre identité sexuelle : ce qu'on montre (l'expression de soi) correspond-il aux indicateurs sociaux attendus du genre, ou à ce qu'on ressent ? Notre sexe détermine-t-il nos attirances ? Comment la perception des autres peut-elle être différente de celle qu'on a de soi-même ? Est-il possible de se percevoir très féminin/masculin alors que les autres perçoivent plutôt le contraire ? Etc. Cet exercice permettra à chaque enfant de réaliser sa synthèse personnelle de ce qui se sera dit durant la discussion. Vous pouvez demander aux enfants de coller/dessiner des éléments pour chaque axe proposé en proportion avec son importance dans la construction du genre. Par exemple, un enfant pourrait dire que le plus important c'est ce qu'on montre aux autres parce que ce sont eux qui vont ensuite dire ce qu'ils pensent de nous, si on est féminin, masculin. Et donc on va montrer des choses en fonction de ce qu'on a envie d'entendre. Dans ce cas, il y aura davantage d'éléments d'expression du genre (vêtements, accessoires...) dans la réalisation.

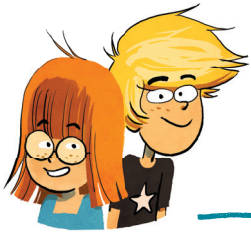
6. Au secours ! Ils ne posent pas de questions

La première chose à vous demander dans ce cas-là c'est : suis-je bien sûr-e qu'ils y arriveraient s'ils le voulaient ? Autrement dit, est-ce un problème d'intérêt ou un problème de formulation de question ?

Est-ce un problème d'intérêt ?

Dans le premier cas, il faut se dire qu'un manque d'intérêt peut ne l'être qu'en apparence car dû à un manque de compréhension. Il est peut-être alors judicieux de commencer par demander aux enfants de reformuler ce qu'il se passe dans l'histoire, ce qui vous permettra de vérifier si quelque chose d'essentiel leur a échappé. Si tel est le cas, la situation pourra se débloquer avec votre aide, et des questions pourront enfin être dégagées par les enfants. Mais il se peut également que le support proposé ne leur parle effectivement pas et dans ce cas, inutile de faire l'autruche et d'essayer à tout prix de sauver les meubles et de tirer laborieusement la discussion. Profitez plutôt de ce problème pour leur offrir un moment de méta-analyse en réfléchissant à ce qu'est un bon support pour un atelier philo : « Pouvez-vous expliquer ce qui vous déplaît dans ce texte ou pourquoi il vous indiffère ? Est-ce le sujet ? La manière dont c'est écrit ou présenté ? L'absence éventuelle de problème ? Le manque d'originalité ? L'impression de déjà vu ? Ou une autre raison ? Qu'est-ce que vous vous êtes dit suite à la lecture de ce texte ? On me prend pour un gosse ? J'en ai marre qu'on me fasse la morale ? Je m'ennuie ? Ou encore autre chose ? » Chaque raison amenée par les enfants doit ensuite être questionnée à son tour : « Ce sujet ne vous concerne-t-il pas du tout ? De quelle manière aurait-il pu vous captiver ? Pouvez-vous donner un exemple d'idée ou de présentation originale ? Qu'est-ce qui vous donne l'impression qu'on vous fait la morale ? Ou qu'on s'adresse à des petits ? Est-il possible que des





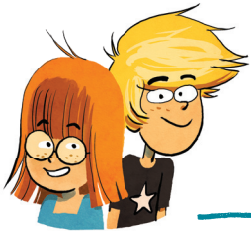
Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

adultes apprécient ce texte ? Pour quelles raisons pourrait-on l'apprécier ? Pouvez-vous vous rappeler d'un support qui avait bien fonctionné et pourquoi ? » Et ainsi de suite... Au fur et à mesure qu'ils s'expliquent sur leur manque d'intérêt et sur ce qui les intéresse, relevez tous les critères fournis pour les mettre par la suite dans un tableau dont ils pourront se servir lors d'autres ateliers philo, en cochant chaque fois les critères présents que le support ait fonctionné ou non. Après plusieurs ateliers, le tableau s'avérera un bon indicateur, pour eux comme pour vous, de ce qui fait la spécificité d'un texte philosophique.

Est-ce un problème de formulation de question ?

Dans le second cas, il faut bien se dire que poser une question constitue un objectif en soi et n'est pas du tout un exercice évident, surtout quand on en a perdu l'habitude. Il suffit d'écouter dans les émissions radio « les questions des auditeurs » pour se rendre compte à quel point formuler un problème précis sous la forme d'une question concise et présentant clairement ses enjeux n'est pas la compétence la mieux partagée par tous. La plupart du temps, les gens se noient dans leurs propos et affirment (un ressenti, une opinion...) plus qu'ils ne questionnent. A « l'invité » de trouver l'éventuelle question qui pourrait s'en dégager et d'y répondre avec la possibilité pour lui – involontaire mais quelques fois aussi délibérée – de ne pas rencontrer les attentes de l'auditeur... Prenez donc le temps d'apprendre à vos élèves à « voir » les problèmes, à les définir, à dégager leurs contours. En plus de la batterie de questions proposées au point 2 pour amener les enfants à se questionner, vous pouvez aussi noter au tableau les problèmes perçus par les enfants et les inviter à s'interroger à leur sujet : « est-ce que tout le monde trouve que ce problème est un problème ? Pourquoi ? Faut-il le préciser ? » Et ensuite : « qu'est-ce qu'on pourrait se demander par rapport à ce problème ? Y a-t-il des questions qui mettent ce problème en évidence ? » Les différentes propositions des enfants pourront ensuite être comparées et améliorées pour, petit à petit, cerner au mieux le problème en dégagant une belle question philosophique. Tout un programme, n'est-ce pas ?





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13



LEÇON DE FRANÇAIS : Réflexions et pistes pour aborder différemment le genre en grammaire*

Il est important de transmettre aux élèves que

→ Le genre des noms d'objets, de végétaux et d'animaux est arbitraire, il n'est pas déterminé par le sens de ces noms il ne s'agit pas de sexe, mais de genre grammatical. Ni *la joie* ni *le plafond* ne sont relatives aux filles ou aux garçons.

Comment trouver le sexe de la chaise ou des lunettes ? Le raisonnement doit être à l'inverse de celui que l'on présente habituellement : le genre féminin est utilisé en français pour traduire, parfois, les différences de sexe. Mais sans que ce soit une règle absolue. Rat femelle ou souris mâle, on trouve de nombreux exemples même pour parler de personnes... (1)

→ Les animaux qui ont un nom qui désigne, plus précisément, leur sexe mâle ou femelle (*une poule-un coq / mon chien-ma chienne*) sont généralement des animaux proches (domestiqués ou élevés par les humains) le sexe n'est cependant pas toujours différencié (*Le hamster* de la classe peut être une femelle).

→ Le genre des noms de personnes est dépendant de leur sexe : *Mira, Adam, Ève...* sont du genre féminin ou masculin qui correspond à leur sexe. Le genre des noms désignant des rôles tenus par des personnes : *la mère, le fils, l'institutrice, le gagnant...* dépend aussi de leur sexe.

Cependant, même pour parler de personnes, il arrive que des noms ne connaissent qu'un genre grammatical, quel que soit le sexe de la personne qu'ils désignent : *un professeur, un témoin, un mannequin, un modèle, un personnage, un monstre... et une vedette, une star, une personnalité, une fripouille, une recrue, une victime, une canaille, une personne...*

Il est intéressant d'aller plus loin avec les élèves

→ Observer au dictionnaire comment le genre du nom et de l'adjectif sont donnés. L'adjectif est donné comme au masculin singulier parce que c'est la forme non marquée, sans ajout (dite parfois *neutre* (2)), et le féminin est ajouté. On peut, éventuellement, ajouter que les genres d'un nom varient d'une langue à l'autre, que dans certaines langues il existe un genre neutre, ni féminin, ni masculin. Qu'en langue turque il n'y a pas de genres différents... Si les élèves comprennent une langue étrangère on peut comparer les genres de certains mots.

→ Voir comment cette forme du masculin s'applique aussi à des groupes de genres mixtes. Par exemple, le groupe nominal « Un garçon et sept filles [sont venus] » pourrait être considéré comme étant de genre neutre ou non marqué, le masculin guidant l'accord du participe passé, ce qu'on traduit par la formulation traditionnelle de la règle « le masculin l'emporte ».

On peut se donner des libertés à l'égard des démarches traditionnelles :

Il ne faut pas toujours régler les problèmes de genre comme le proposent les règles :

→ Si la règle évidente est que les noms sont donneurs de leur genre, tandis que les déterminants, adjectifs et participes s'accordent en genre (et en nombre) avec les noms, il est plus intéressant de poser le problème dans l'autre sens quand on veut analyser grammaticalement une phrase : repérer s'il y a des marques du genre dans les déterminants et autres.

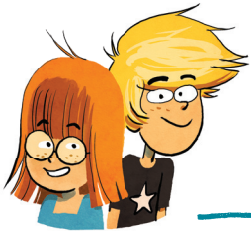
*Voir notamment :

- Grevisse et Goosse, Nouvelle grammaire française, De Boeck, 3e éd. 1995

- Éveline Charmeux, Michel Gradanty, Françoise Monier-Roland, Une grammaire d'aujourd'hui, Sedrap, 2003 (extraits (1) en italique)

- Dan Van Raemdonck et Marie Detaille, Le sens grammatical, Référentiel à l'usage des enseignants, ULB, Communauté Française de Belgique : [http://www.enseignement.be/download.php?do_id=7315&do_check=\(2\)](http://www.enseignement.be/download.php?do_id=7315&do_check=(2))





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

Genre et nombre, notions grammaticales, désignent des variations de déterminants et des variations de marques orthographiques dans le GN (groupe nominal) : est dit "féminin" un substantif dont le déterminant est féminin, ou un GN portant des marques de féminin. (1)

→ Partir de l'oral pour repérer, classer et utiliser les marques et les signaux du genre dans des phrases :

Il est bon de savoir que 42 % des adjectifs sont invariables, se prononcent et s'écrivent de la même manière au masculin et au féminin (*énorme, aimable, célèbre...* : en -e) ; 33% des adjectifs varient en genre à l'oral et à l'écrit mais les variations entre masculin et féminin s'entendent et la plupart font partie du vocabulaire de l'élève ; 25 % des adjectifs sont invariables à l'oral mais varient en genre à l'écrit.

→ Privilégier l'apprentissage à reconnaître, à classer, à construire les notions et formuler des règles, provisoires, sur leur fonctionnement orthographique. Construire progressivement des outils, listes analogiques, tableaux... qu'on utilisera et qu'on complètera, si possible, tout au long du cycle.

→ Partir de l'oral pour varier le genre dans un sens plus utile et logique :

De nombreux adjectifs dont le genre s'entend à l'oral se terminent par un son-voyelle au masculin et c'est le son-consonne+e (*te, se...*) au féminin car le e muet qu'on ajoute en finale fait sonner la consonne précédente, restée muette au masculin : *permise* -> *permis* ; *gentille* -> *gentil* ; *partie* -> *parti*

Dans ce cas il vaut mieux systématiquement apprendre à former plutôt le masculin à partir du féminin.

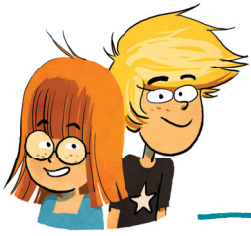
*Dans son apprentissage naturel de la grammaire l'enfant ne règle pas le problème du genre comme le proposent les règles qu'on lui enseignera. Pas question pour l'enfant de former le féminin des adjectifs par l'ajout d'un e au masculin (vert-verte / grand-grande). Pour lui la forme de base est le féminin et le masculin s'obtient par la suppression de la consonne finale (verte-vert / grande-grand)**

→ Pour l'écrit, prioritairement, donner la phrase bien orthographiée à l'élève, pour qu'il analyse, reconnaisse la notion et rappelle la règle, et faire moins l'inverse (appliquer la règle en orthographiant) :

...il s'agit de situer autrement, ici comme dans d'autres domaines de la grammaire, les relations avec l'orthographe. En fait, l'orthographe fait partie des indices qui permettent de reconnaître la notion : elle est en amont de la notion et non en aval. Ce n'est pas parce qu'on est au pluriel qu'il faut mettre les marques du pluriel, c'est parce que je constate la présence de ces marques que je peux formuler l'hypothèse que le GN est peut-être au pluriel. Mais ce n'est qu'une hypothèse, que je dois vérifier par d'autres indices, notamment le type de déterminants, et la présence d'autres marques... (1)

*Dominique Grandpierre, Quelle grammaire ?
<http://www.meirieu.com/FORUM/grammairegrandpierre.pdf>





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

Activités pour aborder les questions et jouer sur les changements de genres

> Préparation

Les noms épicènes et la féminisation des noms de métiers :

Certains noms sont dits épicènes : ce sont des noms qui ont une forme identique au genre masculin et au genre féminin (on peut dire aussi bien : *un enfant* ou *une enfant*, *un* ou *une adulte*, *un* ou *une élève*...). Cette catégorie de noms contient aussi des noms de métiers. Selon qu'on parle d'un homme ou d'une femme on précise *un* ou *une pédiatre*, *secrétaire*, *artiste*, *pianiste*... Cet accord au féminin dès qu'on parle d'une femme s'est fait au fur et à mesure que des femmes sont devenues pédiatre, secrétaire... Pour certaines professions, après une résistance, de nouveaux épicènes sont apparus (on est passé de *Madame le Juge*, *le Ministre*... à : *la juge*, *la ministre*, *la toréro*...). Ce moyen de féminisation des noms de métiers se prête bien à des noms dont la terminaison est -e : Le nom est identique, il suffit d'ajouter un déterminant féminin.

Les choses se compliquent avec les noms de métiers se terminant par -eur, -ain, -... : Faut-il les féminiser ou faut-il les considérer comme de genre neutre ? Faut-il dire, par exemple : « *Marie N'Diaye, auteur (écrivain) récompensé par le prix Goncourt en 2009* » ou ...*auteure récompensée*... ? *Autrice*... ? *Auteuse*... ? *Autresse* ? *Ecrivaine*... ?

Entre le « politiquement correct » féministe appliqué au Québec (*une professeure*, *une cheffe*...) et la retenue de l'Académie française, on peut opter pour une évolution tranquille de la grammaire qui reflète l'évolution du rôle des femmes dans la société : la langue vit et nous parle de ce que nous sommes !

Ce que dit l'Académie française :

www.academie-francaise.fr/actualites/feminisation-des-noms-de-metiers-fonctions-grades-et-titres

Il convient tout d'abord de rappeler que les seuls féminins français en -eure (prieure, supérieure...) sont ceux qui proviennent de comparatifs latins en -or. Aussi faut-il éviter absolument des néologismes tels que professeure, ingénieure, auteure, docteure, proviseure, procureure, rapporteure, réviseure, etc. Certaines formes, parfois rencontrées, sont d'autant plus absurdes que les féminins réguliers correspondants sont parfaitement attestés. Ainsi chercheuse à la place de chercheur, institutrice à la place d'instituteur. On se gardera de même d'user de néologismes comme agente, cheffe, maîtresse de conférences, écrivaine, autrice... L'oreille autant que l'intelligence grammaticale devraient prévenir contre de telles aberrations lexicales.

Enfin, seul le genre masculin, qui est le genre non marqué (il a en effet la capacité de représenter les éléments relevant de l'un et de l'autre genre), peut traduire la nature indifférenciée des titres, grades, dignités et fonctions. Les termes chevalière, officière (de tel ordre), députée, sénatrice, etc., ne doivent pas être employés.

Ce que dit l'Institut nationale de la langue française :

Rapport *Femme, j'écris ton nom*, 1999 : www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/994001174/0000.pdf

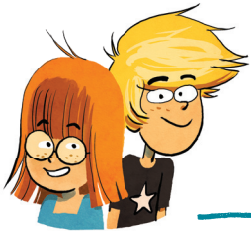
*Voir notamment : http://grammaire.reverso.net/6_3_01_la_feminisation_des_noms_de_metiers.shtml;

<http://www2.cfwb.be/franca/femini/>;

<http://www.langue-francaise.cfwb.be/index.php?id=10813>;

<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/994001174/0000.pdf>]





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

Vouloir féminiser les noms de métiers, titres, grades et fonctions ne relève pas d'une sorte de mode, ni du goût de quelques femmes féministes ou politiques. Non seulement, comme le souligne la Commission générale de terminologie et de néologie, la féminisation « n'est pas interdite par la langue », mais elle est avant tout l'expression naturelle qui permet de rendre compte – puisque les mots existent pour dire les choses – d'une situation désormais irréversible. (...)

L'oreille serait choquée par certaines féminisations, mais non par des termes (souvent empruntés à l'anglais) entendus quotidiennement à la radio ou à la télévision : coach, omniprésent... discjockey et ses trois consonnes successives (on entend d'ailleurs souvent disque jockey) sonnent-ils réellement bien à l'oreille ? Il est vrai que la néologie est dissonante quand elle est dérangement.

> Déroulement

1. Les noms dont le genre pose question

1.1. Les noms épicènes

« On appelle « nom épicène » un nom comme par exemple : *enfant, adulte, élève, pianiste...* : quel est le point commun entre tous ces noms ? Essayez alors de définir *nom épicène* ? »

Les élèves peuvent consulter le dictionnaire et constater qu'il n'y a pas de mention de genre à ces noms, plus aisément si on les met sur la voie en leur donnant des noms qui ne rentrent pas dans cette catégorie (garçon, père, fille...) et en faisant deviner la différence.

→ Les noms épicènes sont des noms sans genre défini : le dictionnaire mentionne seulement « n. » et pas « n.m. » ou « n.f. ». Ces noms auront la même forme au féminin et au masculin.

Par exemple, sur la même page, le dictionnaire mentionne : *élevage* : n.m. ... / *élève* : n. ...

Le déterminant ou l'accord de l'adjectif permet de signaler qu'on parle d'un garçon ou d'une fille lorsque le sens est le même : *un (une) enfant ; le (la) collègue ; Claude Dupond, pianiste reconnu(e)...*

1.2. Les homonymes des deux genres

- Jouer, à partir des pages 12-13, Noms farceurs en faisant d'abord l'exercice « Relie chaque mot au dessin correspondant » puis en lisant la consigne et en comprenant qu'il s'agit aussi de noms qui « existent au genre masculin et au genre féminin, mais n'ont pas la même signification d'un genre à l'autre. »

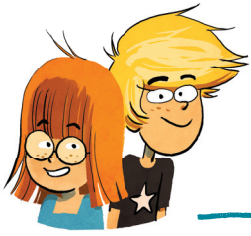
- Rechercher d'autres noms du même type. Amener la notion d'homonyme et d'homophone.

→ Voile, page, manche, tour, pendule, poêle... (Différent de : père-paire...)

« Sans dessins, comment ne pas les confondre dans une phrase ? »

→ Lorsqu'un nom peut avoir les deux genres, le déterminant un-le ou une-la permet de le distinguer de ses homonymes dont le sens est différent : le page, la page ; un livre, une livre...





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

- Inventer des phrases contenant des homonymes. Par exemple : le fond du vase sent la vase...

1.3. Les noms dont le genre est mal connu

- Écrire un ou une devant les mots donnés sur la page avec Des mots qui sèment le doute : éloge, épithète, atmosphère...

- Rédiger individuellement un court texte contenant au moins 5 de ces mots, agrémentés d'adjectifs bien accordés, en les accompagnant astucieusement de déterminants qui ne signalent pas leur genre (l', les, des...). En constituer un texte collectif à soumettre en dictée-défi à une autre classe.

2. Le genre des noms de métiers et autres problèmes de féminisation-masculinisation des noms

2.1. Se questionner sur l'évolution des règles pour l'accord en genre

- Réaliser des activités des pages à ce propos : *L'Énigme*, *Les Mots Casés*, *Un Écrivain*, *Une ?*

- Expliciter la question qui fait débat derrière ces activités :

« Faut-il, et comment, changer le genre de certaines professions selon le sexe de la personne ? »

- Lancer un projet de réalisation de fiches d'exercices pour une autre classe à partir de ces noms, complétés d'autres noms de professions, au fur et à mesure des découvertes et des exercices :

Exemple de fiche d'exercices :

Changez ces noms de genre : Écrivain, scripte, sculpteur, ménagère, auteur, ambassadeur, puéricultrice, modèle, muse...

- Aller chercher dans différents dictionnaires de plusieurs époques :

« Que proposent des dictionnaires de différentes époques pour les professions et titres que vous avez imaginés ? Recopiez les extraits que vous trouvez bien différents d'une édition à l'autre. »

« Pourquoi ces changements ? »

Se répartir une première liste de noms de métiers à examiner, et aller rechercher (p. ex. par groupes de 2 en alternance avec une autre activité individuelle) et noter des extraits significatifs.

Par exemple, pour Écrivain :

- Le Petit Littré, 1959 : sm. Celui qui écrit... Homme qui compose des livres... Mme de Staël est un très bon écrivain...

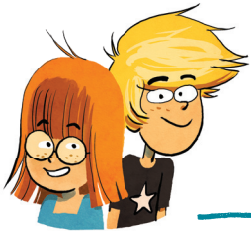
- Le Petit Robert, 1995 : n.m. ... Personne qui compose des ouvrages littéraires... Il, elle est écrivain... Une femme écrivain... Rem : Colette et Benoîte Groult se disent écrivaines.

- Rassembler les découvertes, comparer les versions et se questionner :

« Écrivaine, auteure, ces nouveaux noms acceptés par les dictionnaires plus récents ou amenés progressivement par l'usage sont des néologismes. Pourquoi les appelle-t-on comme ça ? » « La très sérieuse Académie française qualifie certains de ces néologismes de barbarismes ! Pourquoi à votre avis ? »

- Apprécier comment, en ce domaine comme dans d'autres, la langue doit évoluer selon l'évolution de la société.





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

2.2. Jouer, inventer

- **Modifier les règles, par exemple féminiser et masculiniser aussi les compléments :**

Le garçon à lunettes roule à bicyclet vers son écol. La fillette aux soulières rouges a couru sur la sentière.

Cette dame a une chapelle sur la tête et ce monsieur porte un joli cravat.

On peut ajouter, à la fantaisie du jeu, le sérieux de la découverte d'autres langues où le genre des choses dépend du propriétaire : *HIS tee-shirt* - *HER tee-shirt*

- **Identifier de faux-amis en changeant de genre :**

Avec : *Cafetier, pendule, chevalier, mineur, marmot...*

J'ai déposé la tenancière du café sur la table. Grâce à son instrument détectant la présence d'or, il m'a donné l'heure. Il porte avec ostentation l'épouse d'un chevalier à son doigt. Cette jeune fille est très jeune pour travailler dans la mine. Cette marmotte pleure parce qu'elle « fait ses dents ».

- **Juste ou non ? Identifier des noms fantaisistes dans une liste :**

Une avionneuse, une barmanne, un bon, un sagehomme, une brassière, une prud'femme, une disc-jockeytte, une moINETTE, une mousse, une soldate, une sujette, une torera, une soprana, une valette, une venderesse, une yogi...

En rechercher les alternatives sérieuses (longue liste dans le document *Femme j'écris ton nom*, op.cit.).

- **Transformer la règle de l'ajout du -e au féminin et faire, en sens inverse, le retrait du -e au masculin :**

Voir Henry Landroit, *Jeux de langue* : <http://users.skynet.be/Landroit/tablej.htm>, cliquer sur *Masculins nouveaux*

- **Découvrir des expressions transformées derrière celles dont on a changé le genre :**

Pousser grand-père dans les orties, un saint n'y touche, jouer le garçon de l'air, se faire le beau, porter la jupe, faire la tournée des grandes duchesses, suivre comme une seule femme, c'est l'histoire d'un blond..., jouer les beaux endormis...

Ces expressions prises à contrepied étant souvent méconnues par les élèves, c'est l'occasion de les redécouvrir et d'en estimer la part de préjugé sexiste.

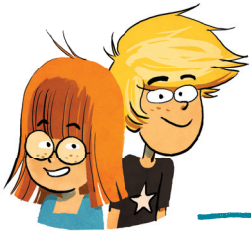
- **Découvrir un lexique méconnu :**

Chercher la signification et l'origine de mots et d'expressions jalonnant l'histoire du rôle des femmes dans la société :

Un *bas-bleu* ? Un *cordon bleu* ? Une *suffragette* ? Un *sex-symbol* ? *Coiffer la Sainte-Catherine* ? ...

« Que nous apprennent ces mots et expressions ? »





Séquences à partir des pages 8-11 et 12-13

2.3. Situer dans un contexte historique et culturel

On peut partir du thème : « Quelle est l'évolution de la place des femmes et des hommes dans le monde du travail ? »

Par des démarches d'éveil historique (analyse de documents, repères dans le temps...) et d'analyse de l'actualité (recherche documentaire, analyse de médias...) des recherches permettront de découvrir par exemple : « Quels sont les métiers exercés par au moins 85 % de femmes ? Quels sont ceux exercés par au moins 85 % d'hommes ? Pourquoi ces différences ? »

→ En France, ces métiers sont à plus de 85 % féminins : institutrices maternelles, employées de maison, secrétaires, infirmières, sages-femmes, coiffeuses, esthéticiennes...

→ En France, ces métiers sont à plus de 85 % masculins : marins, pêcheurs, militaires, pompiers, policiers, bouchers, boulangers, ouvriers du bâtiment et des travaux publics...*

- Discuter de la question de la féminisation (et masculinisation) des noms de métiers :
« Certains métiers étaient destinés seulement à des hommes : faut-il en féminiser le nom dès lors que les femmes l'exercent maintenant ? »

« Un métier comme *écrivain*, *auteur* ou *professeur* n'est pas nouveau chez les femmes : est-il satisfaisant de laisser ces noms au masculin ? Ce masculin peut-il être considéré comme un « neutre » (genre grammatical masculin mais sans marque de sexe) ? »

« En quoi est-ce satisfaisant de féminiser les noms de professions, d'écrire *une auteure*, *une professeure*, *une cheffe*... comme le font les Québécois ? Est-ce important pour éviter les discriminations ? Est-ce sexiste de ne pas le faire ? »

Etc.

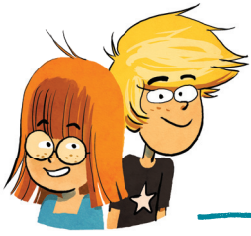
COMPÉTENCES :

Langue française :

Établir des relations entre les mots : marques de genre et de nombre (1487-88) Former le féminin des noms et des adjectifs... en jouant avec les noms de métiers (1652-3-4) Utiliser un vocabulaire précis et adapté à la situation de communication [F61]

*Sandrine Mirza et
Isabelle Maroger,
En avant les filles,
Nathan, 2012





Séquences à partir des pages 22-23

Ressembles-tu aux garçons et aux filles des publicités ?

Se poser cette question c'est s'interpeler au sujet de notre identification éventuelle aux modèles et aux représentations imposées par les médias, ainsi qu'à propos des valeurs véhiculées par la société de consommation dans laquelle nous vivons. Les médias charrient toutes sortes de stéréotypes en ce compris les stéréotypes de genre. Ne font-ils que reconduire les stéréotypes existants, les renforcent-ils, ou bien en créent-ils également ? En quoi pourraient-ils les désamorcer ? Quel effet cela produit-il quand un média prend le contre-pied d'un stéréotype, utilise un contre-stéréotype ? L'affaiblit-il ou le renforce-t-il ? Suis-je représenté dans ce qu'on me propose ? Comment et pourquoi vais-je m'identifier à cela ? Voilà toutes sortes de questions qui peuvent émerger et être discutées à partir de ces pages médias toujours dans l'optique d'aider les enfants (et soi-même) à être plus conscients de leurs choix et à développer un regard critique sur le monde.

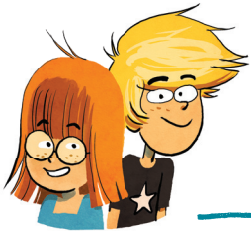


EXERCICES PHILO : Repérer des stéréotypes et les formaliser*

Voici quelques exercices permettant aux élèves de mieux se familiariser avec la notion de stéréotype. Les enjeux logiques et philosophiques à ce sujet ayant déjà été abordés dans le dossier pédagogique du numéro 37 « *Que cachent les apparences ?* », nous vous invitons à le consulter pour appliquer et adapter la théorie et les exercices qui s'y trouvent à la situation présente, afin de la compléter ou de l'enrichir.

*Sur la structure de l'énoncé logique, les stéréotypes et les préjugés, voir Dossier pédagogique n°37 p.41 et suivantes.





Dossier pédagogique

Philéas & Autobule

n°40

Séquences à partir des pages 22-23

FICHE DE L'ÉLÈVE : LES STÉRÉOTYPES DE GENRE

PRENOM :

DATE :

Lis très attentivement le pavé informatif « Stéréotype toi-même » à la page 23 de la revue *Philéas & Autobule : Fille ou garçon, ça change quoi ?* et complète ta fiche.

Un stéréotype c'est :

.....
.....

A l'aide de ta définition, peux-tu imaginer un exemple personnel de stéréotype ?

.....

Parmi les énoncés ci-dessous, entoure ceux qui NE SONT PAS des stéréotypes. Ensuite, discutes-en avec ta classe. Etes-vous toujours d'accord ? Pourquoi ?

Les petites filles sont plus calmes que les garçons

Les petits garçons aiment recopier leur papa

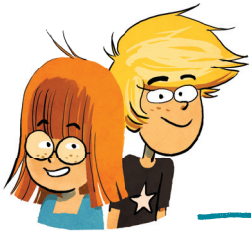
Les filles sont des personnes qui ont les mêmes droits que les garçons.

Les garçons sont naturellement plus forts que les filles

Les petites filles rêvent de devenir maman

Les petits garçons sont des êtres humains





Dossier pédagogique

Philéas & Autobule

n°40

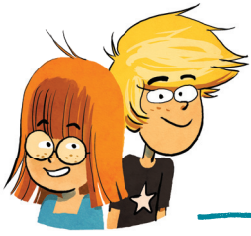
Séquences à partir des pages 22-23

Retrouve les stéréotypes* cachés ou contrés (on montre l'inverse du stéréotype) dans les photos de la double page « médias » de la revue (pp. 22-23) et formule-les à l'aide de la structure de phrase « Tous/toutes les.....sont..... ».

DESCRIPTION DE LA PHOTO	STÉRÉOTYPE(S)	MONTRÉ(S) OU CONTRÉ(S) ?
<i>Petit garçon avec une poupée</i>	- Toutes les poupées sont des jouets de filles. - Aucun garçon n'est une personne qui aime jouer à la poupée.	Contrés

*On peut dire que les stéréotypes sont des généralisations abusives : si tu vois un cygne blanc puis un deuxième tu vas peut-être dire « tous les cygnes sont blancs » mais tu auras été trop rapide pour affirmer cette idée car il existe des cygnes qui ne sont pas blancs. De la même manière si les filles que tu connais ont les cheveux longs, tu ne peux pas affirmer que toutes les filles ont des cheveux longs. Ce serait comme tirer une loi générale sur les filles de manière exagérée. C'est pourquoi les stéréotypes s'expriment souvent (ou peuvent s'exprimer) à l'aide de la phrase « Tous/toutes les.....sont..... », comme s'il s'agissait d'une loi scientifique.





Séquences à partir des pages 22-23



LEÇON D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

1. Filles et garçons dans les pubs de jouets :

« Et si les couleurs, la construction, l'aventure et l'imagination appartenaient à tout le monde ? »

> Préparation

Matériel

Catalogues, pages et images publicitaires de jouets.

Images de publicités sexistes disponibles sur Internet :

- <http://thesocietypages.org/socimages/2012/11/28/girls-vs-boys-laptops-guess-which-does-more/>
- <http://www.topito.com/top-jouets-sexistes>
- <http://les-furies.blogspot.fr/2011/12/palmares-des-jouets-sexistes.html>

Notions

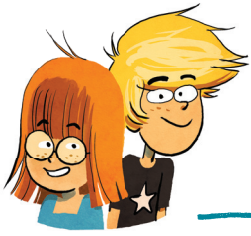
- Stéréotype : Un stéréotype ou cliché est une représentation où on attribue à une personne les caractéristiques propres à une connaissance toute faite de sa catégorie : *Jeanne est ... (comme toutes les filles), Piet est ... (comme tous les Flamands), ...*
- Stéréotype sexiste ou stéréotype de genre : Ces stéréotypes sont des idées à propos d'un homme et d'une femme, implicitement véhiculées par la société, associant certains traits de caractère, certaines compétences et certaines attitudes à un sexe plutôt qu'à un autre, impliquant une discrimination des rôles : *Les garçons sont rationnels, entrepreneurs, courageux..., les filles sont sentimentales, douces, volubiles...**

Réflexions et pistes sur le sexisme dans les jeux et jouets

- Article *Des catalogues plus que jamais en rose et bleu* : http://www.scienceshumaines.com/jouets-des-catalogues-plus-que-jamais-en-rose-et-bleu_fr_28286.html
- Actes écrit et audio d'un atelier *Jouets, jeux et genre. Pour une éducation non-sexiste* : <http://www.recontresludiques.org/index.php/jouets-jeux-et-genre-pour-une-education-non-sexiste>
- *Jouets pour filles, jouets pour garçons, pourquoi ?* <http://www.adequations.org/spip.php?article1911>
- *Pas de cadeau pour le sexisme, « anti-catalogue »* : <http://publisexisme.samizdat.net/Catalogue.pdf>
- Références et commentaires, en littérature-jeunesse : <http://www.mix-cite.org/documentation/index.php3?RefArticle=295>
- Exercices *Jeux de filles, jeux de garçons ?* <http://www.genrimages.org/outils/exercices.html#details>
- Dossier documentaire sur le sexisme en Belgique : http://www.viefeminine.be/IMG/pdf/Sexisme_-_9_FICHES_PEDAGOGIQUES.pdf
- Fiches d'animation adaptables à différents âges : http://www.viefeminine.be/IMG/pdf/Sexisme_-_5_FICHES_ANIMATION.pdf

*Voir le Dossier pédagogique du n°37, *Les médias nous transmettent-ils des préjugés ?*





Séquences à partir des pages 22-23

- Répertoire d'activités pour la promotion de conduites non sexistes entre filles et garçons de grande section de maternelle au CM2 : <http://www.cemea.asso.fr/aquojouestu/fr/pdf/textesref/lesptitsegaux.pdf>

> Déroulement

Observer des catalogues

- Apporter des catalogues et pages de publicité pour des jouets.
- Les répartir entre des groupes où les élèves vont les observer.

Rassembler les premières impressions et les comparer à celles de Philéas & Autobule

En suivant les questions et les explications pages 22-23 (*Filles et garçons dans la pub*) :

- « (Parcours les catalogues :) Quelles pages t'intéressent le plus ? » : Noter les premières observations.
- « Quelles images de filles et de garçons te montrent-ils ? Que ce soit dans les rayons de magasins ou les catalogues de jouets, les différences fille/garçon sautent-elles aux yeux ? » : Identifier et noter, s'il y en a, des différences de représentation de garçons et de filles.
- « Côté fille, on trouve des couleurs claires et douces, des poupées et des jeux d'imitation. Côté garçon, on trouve des couleurs sombres, des outils et des jeux techniques. » : Comparer avec les différences que l'on a notées, mieux vérifier.

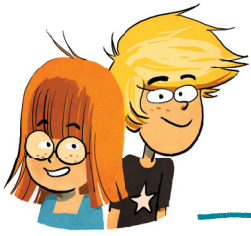
Se situer et discuter du «sexisme» dans la présentation des jeux et jouets

- Commencer par observer les illustrations présentées (*jeu*) dans les pages de Philéas & Autobule : « Observe ces enfants et leurs jouets. Y a-t-il quelque chose qui te surprend ? Quoi ? Note-le sous l'image. »
- Répondre à la question posée en fin de page par Autobule : « Ressembles-tu aux garçons ou aux filles des publicités ? »
- Répondre par sondage (lever la main soit à « oui », soit à « non »), puis par un tour de parole pour expliciter et nuancer (« Je ressemble (je ne ressemble pas/je ressemble un peu) à ces filles/à ces garçons des catalogues de jouets parce que... »).
- Expliciter la notion de stéréotype et de sexisme.
- Discuter : « Et si les couleurs, la construction, l'aventure et l'imagination appartenaient à tout le monde ? »

Créer des pubs en prenant le contrepied

- Partir du cas posé dans les pages : *Voitures pour les filles, poupées pour les garçons !* (3)
- Réaliser, par collages, un tel catalogue de jouets : Découper et coller des illustrations où les stéréotypes sont inversés (coller des garçons à la place des filles -ou en ajouter- et inversement, utiliser des images de magazines divers en complément).
- Rédiger des légendes à la manière de slogans publicitaires pour vanter le plaisir que l'enfant aura avec ce jouet (*Un vrai petit papa qui adore son bébé. Une future championne automobile...*).





Séquences à partir des pages 22-23

On peut utiliser des photocopies de photos des élèves pour les glisser dans le catalogue.

- Créer des jouets mixtes originaux :

Réaliser, par collages et/ou par dessins, un catalogue de jouets originaux et fantaisistes, mixant des jouets définis habituellement par le genre : *un aspirateur-automobile, une cuisine à construire, un bébé-jeu vidéo...*

- Réfléchir au sens de l'exercice que l'on vient de faire :

« Avons-nous créé un catalogue sans stéréotypes ? »

→ Les contre-stéréotypes sont toujours des stéréotypes.

Par exemple, les clips publicitaires où l'on veut attirer notre attention vont aujourd'hui parfois adopter un ton humoristique et montrer, à l'inverse des images traditionnelles, des hommes responsables des tâches ménagères...

S'informer et réfléchir au fonctionnement-même de la publicité qui induit le sexisme

« Pourquoi la publicité pour les jouets présente-t-elle ces images de jeux de filles et de garçons ? »

- Chacun (ou chaque petit groupe), fort de la discussion précédente qui aura élargi les perceptions, va écrire un court paragraphe de réflexion.

- Les « contributions » individuelles (ou de groupe) sont lues à tour de rôle et on les réunit en une analyse collective.

- Cette analyse est comparée à celle de *Philéas & Autobule* (Stéréotype toi-même !) et éventuellement complétée à partir de là.

2. Images d'hommes et de femmes dans la pub et dans les magazines

> Préparation

Matériel

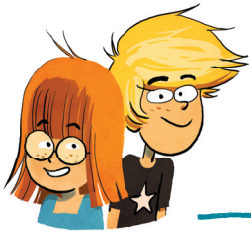
- Catalogues du style vente par correspondance.

- Magazines et journaux comportant des couvertures, images et publicités mettant en scène des hommes et des femmes (dont certains de manière assez stéréotypée).

Notion

Publicité et éthique : La publicité est une information de nature mercantile : elle vise à faire acheter un produit. C'est une source de revenus nécessaire pour les médias mais ce n'est pas sans limites : les éditeurs de journaux adhèrent à un code d'éthique garantissant une exploitation des publicités qui respecte un certain nombre de principes déontologiques élémentaires. Les citoyens peuvent exprimer leur mécontentement quant à l'image de la femme et de l'homme dans telle ou telle publicité, ces plaintes sont examinées par un Jury d'Éthique Publicitaire (JEP) qui peut intervenir auprès des journaux incriminés.





Séquences à partir des pages 22-23

Pour repérer les représentations stéréotypées dans les médias et les publicités :

- Dans la publicité :

Pour explorer les rôles sexuels dans la publicité, on va choisir des publicités assez évidentes et, selon le niveau de la classe, tenter d'identifier ce qui apparaît comme stéréotypes sexuels. On va comprendre que ces stéréotypes sont utilisés pour vendre des produits et que les publicitaires qui créent ces images ciblent différemment les femmes ou les hommes (les filles ou les garçons).

à l'école primaire, on ne vise pas l'analyse sociologique... L'objectif est d'aiguiser l'attention et de former au sens critique, d'apprendre à «lire» les images publicitaires en réfléchissant aux valeurs qu'elles propagent. Les élèves pourront tenter de théoriser sans que l'on doive objectiver leurs hypothèses : les termes qu'ils utiliseront pour les qualifier pourront rester libres et ouverts. On les amènera à formuler : « Nous pensons que... » « À notre avis... ». Les pistes et réflexions théoriques ci-dessous ne sont destinées qu'à l'enseignant qui souhaite comprendre mieux lui-même pour aider les élèves à expliciter ce qu'ils perçoivent intuitivement.

- En couverture de magazine :

De la même manière que pour la publicité, pour explorer les rôles sexuels valorisés en couverture de magazine on pourra se servir autant de «magazines féminins» qui ciblent exclusivement des femmes que de magazines pour hommes ou divers.

Les objectifs sont les mêmes qu'avec des images publicitaires : on comprendra que ces stéréotypes sont utilisés pour flatter le regard et faire acheter le magazine.

Pistes et réflexions sur les stéréotypes sexistes

- Filles et garçons à l'école, *Clichés en tous genres*. Guide à l'usage de l'équipe éducative :

http://cache.media.eduscol.education.fr/file/Valeurs_republicaines/19/0/Guide_Cliches_en_tous_genre_clermont_206190.pdf

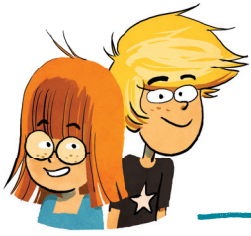
- Les représentations féminines et masculines dans les médias : http://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/webdav/site/espaceeducatif3/groups/CLEMI_Webmestres/public/dospeda/pdf/repmascfem.pdf

- <http://lewebpedagogique.com/pa2009/category/les-stereotypes-feminins/>

- L'image des hommes et des femmes dans la publicité : http://igvm-iefh.belgium.be/nl/binaries/27%20-%20Image_publicite_FR_tcm336-59988.pdf : Extraits :

Selon Erving Goffman ... Afin de refléter le statut social plus important des hommes, ceux-ci sont généralement de plus haute stature et sont représentés plus grands que les femmes. Dans la publicité, les femmes ne saisissent pas un objet ; elles le caressent. Parfois, elles ne touchent pas du tout les objets avec les mains, mais avec le visage. Les femmes se touchent aussi, se passent la main dans les cheveux. Par contre, les hommes saisissent fermement un objet. ... Les hommes sont souvent montrés dans des fonctions professionnelles dirigeantes, les femmes dans des fonctions subordonnées. Dans des scènes de loisirs, les hommes occupent souvent la position dominante et prennent l'initiative... Dans la publicité, les femmes hochent plus la tête que les hommes ou penchent la tête de côté, elles ont un genou fléchi ou sont montrées couchées. Pour Goffman, il s'agit systématiquement de traductions visuelles de signes de soumission. Les femmes sont plus





Séquences à partir des pages 22-23

souvent représentées que les hommes comme étant désespérées, elles ... manifestent de l'angoisse. Au sein de la famille, les femmes sont présentées comme subordonnées à leur conjoint. Les pères incarnent l'autorité, les mères les soins.

... Dans la publicité, les femmes sont aujourd'hui encore plus jeunes que les hommes. ... Lorsque les hommes ne sont pas illustrés dans une fonction professionnelle, ils sont le plus souvent représentés dans un rôle d'athlète, puis dans le cadre de la réalisation d'une activité en extérieur (par ex. l'alpinisme), ou ils utilisent le produit vanté par la publicité ou en font la démonstration. La présence d'hommes en tant qu'élément décoratif, sans aucun lien avec le produit mis en publicité, est nettement plus faible que pour les femmes.

... Cette technique publicitaire consistait, et consiste encore, à attirer l'attention des hommes sur une femme attirante, de préférence légèrement vêtue, dans l'espoir que cette attention se déplace sur le produit dont il est fait la publicité. Bien que plusieurs études démontrent que le nombre de représentations d'hommes sexy ait augmenté dans les publicités au cours des trente dernières années. L'homme en tant qu'élément exclusivement décoratif qui attire l'attention d'un public-cible féminin aux seules fins de détourner l'attention sur le produit vanté par la publicité, demeure quasiment inexistant.

... Plus de femmes que d'hommes portent des sous-vêtements ou un maillot de bain, sont nues ou représentées sur une image où elles s'habillent ou se déshabillent. La corpulence des femmes est principalement mince

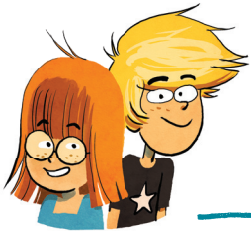
... Une étude antérieure avait montré que les modèles masculins dans la publicité sont généralement grands et athlétiques et occupent un échelon social plus élevé que les femmes représentées.

... Les femmes à moitié nues dans la publicité ... : elles doivent faire vendre le produit industriel qui ne présente aucun lien avec le corps. Le message explicite ou non est le suivant : elle aussi vous pouvez l'obtenir, mais seulement si vous achetez cette voiture, portez ce jeans ou utilisez tel ou tel parfum, etc.

...(Pour) contrecarrer les stéréotypes : (il est demandé aux publicistes d') encourager explicitement les scénarios et les situations publicitaires mettant en scène les femmes et les hommes « de façon équivalente et équilibrée », en tant qu'acteurs et actrices de la société économique, sociale et culturelle, impliqués dans la prise de décision politique et dans l'ensemble des métiers et des activités dont notre société est riche. Reste en outre à préciser ce que « équivalent » et « équilibré » signifient dans le contexte publicitaire. Cela signifie-t-il que, pour chaque femme qui récurse un wc dans une publicité, il faut également représenter un homme effectuant le même geste ? ; que pour chaque expert masculin, il faut mettre en scène une experte féminine ? Ne peut-on plus montrer, dans les publicités, des femmes qui font le ménage et des hommes qui dirigent des entreprises ? Les filles ne peuvent-elles plus jouer avec des poupées et les garçons avec de petites autos, dans les publicités ? Ne peut-on plus mettre en scène des femmes émotives et des hommes rationnels ?

Au lieu d'interdire, il semble plus approprié d'encourager les publicitaires à jouer avec les stéréotypes et les rôles traditionnels, à les renverser, à les contrecarrer et à s'en moquer, afin que les consommateurs puissent en rire de bon cœur.





Séquences à partir des pages 22-23

> Déroulement

Qui fait mieux vendre quoi : l'homme ou la femme ?

Dans un catalogue (contenant toutes sortes d'articles, en vente par correspondance par exemple) :

- « Quand (pour quels produits, pour quelles activités) y a-t-il seulement des hommes et quand y a-t-il seulement des femmes sur ces images publicitaires ? »

Dans chaque groupe, les élèves vont découper, coller sur une affiche en 2 (ou 3) colonnes et rédiger un inventaire des images où l'on met en scène seulement des hommes ou seulement des femmes (ou les deux) :

Dans le catalogue choisi, on a relevé cet inventaire :

→ Ce sont des hommes qui utilisent le barbecue (pendant que les femmes sirotent), qui font de la boxe et des haltères, du basket, qui utilisent les robots de cuisine, le matériel gastronomique (on les voit en « chefs ») et la pompe à bière (qu'ils boivent avec leurs copains devant la télé), qui coupent et rangent le bois de chauffage, qui se rasent...

Et ce sont des garçons qui jouent au skate-board ou avec des robots transformables, qui écoutent de la musique dans une chambre décor foot...

→ Ce sont des femmes qui veillent aux enfants dans leurs jeux d'extérieur et de piscine, qui conduisent une poussette, qui font du ping-pong, de la photo, qui se reposent à la plage (tandis que les maris jouent au frisbee), qui utilisent le matériel de cuisine normal, qui repassent et nettoient (sauf une vitre très haute où c'est un monsieur), qui rangent le linge et font le lit, qui cousent, qui se coiffent et se maquillent...

Et ce sont des filles qui jouent à passer l'aspirateur, à s'occuper de bébés (poussette, petit pot, bain), qui se maquillent dans des chambres roses...

→ Mais ce sont aussi bien des hommes que des femmes qui font de la gym, qui voyagent avec de beaux bagages et du matériel de camping, qui dorment dans de bons lits, qui se font masser, qui mettent de la lingerie et qui montrent leur corps à cette occasion...

Et ce sont aussi bien les garçons que les filles qui jouent au trampoline, roulent à vélo, jouent à la dinette, aux tablettes, à des jeux de construction et de personnages (bien qu'il y ait des Lego spéciaux pour filles), à des jeux de société et d'habileté, et même qui s'équipent pour le foot...

- Se situer et se questionner sur le marketing :

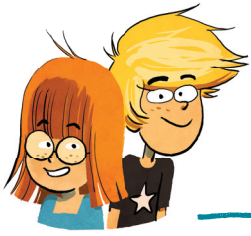
« Pour quels objets et quelles activités trouvez-vous que c'est juste de montrer plutôt un homme, ou plutôt une femme ? Pourquoi : parce que c'est bien la réalité que vous voyez autour de vous OU parce que vous trouvez que c'est mieux que ce soit comme ça ? »

« Pourquoi un magasin cible-t-il, par exemple, plutôt des hommes pour couper du bois, être chef coq... et plutôt des femmes pour veiller aux enfants, nettoyer... ? »

- Enquêter auprès d'adultes pour considérer les effets de ce marketing :

Utiliser quelques situations en discussion dans la classe pour mener une enquête





Séquences à partir des pages 22-23

auprès d'adultes en leur demandant par exemple :

→ « Trouvez-vous que c'est juste de montrer plutôt un homme dans une publicité pour vendre ... ? Pourquoi ? » « Trouvez-vous que c'est juste de montrer plutôt une femme dans une publicité pour vendre... ? Pourquoi ? »

« Achetez-vous parfois pour une fille (un garçon) des jouets que les catalogues montrent généralement comme étant des jouets de garçon (de fille) ? Lesquels par exemple ? Pourquoi ? »

« Achetez-vous parfois vous-même un produit que les catalogues montrent généralement comme pour homme (pour femme) ? Lesquels par exemple ? Pourquoi ? »

(Sur ce dernier point : éventuellement constater, plus finement, que des publicités de produits pour femmes sont parfois destinées à séduire les hommes et inversement, avec une connotation plus sexuelle)

Rassembler les réponses et comparer ces avis et ces arguments aux avis et aux arguments des élèves.

Quelle image de femme et quelle image d'homme fait mieux vendre ?

Pendant environ 2 semaines, les élèves vont découper et apporter en classe des publicités parues dans des journaux et magazines et ainsi constituer un dossier de pubs mettant en scène des hommes (des garçons) et/ou des femmes (des filles). L'enseignant aura prévu un stock de réserve et photocopié les meilleures publicités en un nombre suffisant pour que chaque groupe puisse les choisir. Des images mixtes (un homme et une femme représentés chacun différemment sur la même image) sont intéressantes à analyser.

- Détecter des critères de mise en scène de la femme et de l'homme dans la pub :

Constituer des groupes mixtes (garçons et filles) qui choisissent chacun une dizaine d'images publicitaires : « Trouvez 3 points communs dans les publicités mettant en scène des femmes et 3 points communs dans les publicités mettant en scène des hommes. »

Lorsque tous les groupes ont rédigé 3 critères pour chaque sexe, ils reçoivent un exemplaire de quelques images restantes : « Choisissez dans ces images que vous avez maintenant : une image d'homme et une image de femme qui. Chacune doit réunir le mieux les 3 critères que vous avez détectés. Ce sera à partir de ces deux images que votre groupe présentera ses propositions à la classe. »

- Exposer ses propositions à la classe :

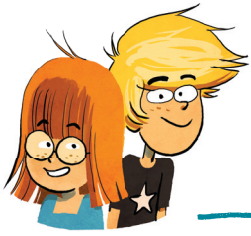
Chaque groupe présente son travail sur une affiche et un porte-parole vient exposer oralement les propositions émergeant de leur travail à la classe.

- Synthétiser : Après ces exposés la classe rassemble les critères jugés les plus pertinents en améliorant la formulation.

- Discuter :

« Les *stéréotypes* masculins diffèrent-ils des *stéréotypes* féminins ? En quoi ? Dans quelle mesure rejoignent-ils la réalité ? Pourquoi le *marketing* utilise-t-il ces *clichés* ? »





Séquences à partir des pages 22-23

« Êtes-vous d'accord avec ces représentations ? Pourquoi (pas) ? »

→ Les publicitaires montrent des images et ciblent les filles différemment des garçons. Ces deux approches de la femme et de l'homme sont réductrices. La façon de représenter le corps, de suggérer la personnalité, d'évoquer le rôle social des hommes et des femmes est différente.

- Prolonger la démarche avec des couvertures de magazine :

Comme à travers des images publicitaires, les élèves vont vérifier en quoi les couvertures de magazines présentent des images qui utilisent les stéréotypes de genre.

Créer

- Réaliser une parodie de pub sexiste :

Les élèves pourront, en petits groupes, parodier en se photographiant (avec photocopies, collages, texte satirique, burlesque...) et en publiant une image publicitaire imitant les stéréotypes.

Par groupes de 3 (du même sexe), ils choisissent dans le journal quelques photographies qui, selon eux, illustrent bien un stéréotype féminin et/ou masculin et ils s'en inspirent pour mettre en scène et réaliser leur image parodique sur un produit imaginaire de leur choix.

- Apposer des graffitis sur une couverture de magazine :

Observer quelques exemples avec la fiche pédagogique à partir du film *Chaos* de Coline Serreau, réalisée par les Grignoux : http://www.grignoux.be/images/dp/150/Couvertures_magazines.pdf

Réunir des photocopies de couvertures de magazines divers, y relever des clichés sur le genre et les annoter de la même manière.

- Exposer les productions.

> Prolongements

- Approfondir l'analyse de quelques publicités : Quelle relation entre le texte et l'image ? Quelle relation entre l'image, le texte et le produit ? Quelles autres représentations stéréotypées ?

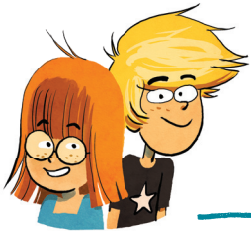
- Analyser une série télévisée : L'enseignant attribue à chaque groupe une série qu'il devra analyser, les groupes présentant ensuite une analyse, une conclusion et une proposition de questions. Proposition de ce genre avec document d'analyse *Les familles, la télé et moi* : http://espaceeducatif.ac-rennes.fr/jahia/webdav/site/espaceeducatif3/groups/CLEMI_Webmestres/public/dospeda/pdf/repmascfem.pdf pp. 9-13

- Comparer l'image des femmes dans les publicités actuelles avec des publicités anciennes

<http://tpe-stereotypesfemininspub.eklablog.com/>

- Apprécier comment le cinéma réagit parfois aux clichés.





Séquences à partir des pages 22-23

Liste de films avec dossiers pédagogiques par Les Grignoux : www.grignoux.be/

Billy Elliot de Stephen Daldry ; *Chaos* de Coline Serreau ; *Drôle de grenier* de Jiri Barta ; *Joue-la comme Beckham* de Gurinder Chadha ; *La Nuit des Rois* de Trevor Nunn ; *Ma vie en rose* de Alain Berliner ; *Osama* de Siddiq Barmak. Voir aussi *Tomboy* de Céline Sciamma

- Aborder, avec les aînés, d'autres domaines où peut s'exercer le sexisme (dans la politique, dans la justice, dans les médias...), des questions liées à la mixité, de la parité...

- *Etude sur les jeunes, le sexisme et les médias* : <http://www.egalite.cfwb.be/index.php?id=1771> : fiches pédagogiques pp. 156-162

- 17 fiches pédagogiques pour l'apprentissage de la mixité à l'école primaire et au collège :

http://orientation.ac-clermont.fr/pmb/opac_css/doc_num.php?explnum_id=200

- Leçon de français autour de la féminisation des noms de métiers (voir pages... de ce Dossier pédagogique)

- Autour de la journée des femmes : Mener une recherche sur une série de femmes célèbres : Alexandra David-Neel, Marie Curie, Diane Fossey, Colette, Lucie Aubrac, Rosa Spark, Louise Michel, Angela Davis, Taslima Nasreen, Rigoberta Menchu...

COMPÉTENCES :

Éducation aux médias :

Les six thématiques de l'éducation aux médias (...) : (...) Représentation : Quelles(s) représentation(s) de la réalité cette publicité, cette émission, cet article..., quelles(s) valeur(s) explicites ou implicites véhiculent-ils ?

Publics : à qui le message est-il destiné ? (b. Concept).

Identifier les représentations de la famille, des personnes dans les publicités... la presse... Identifier les valeurs véhiculées par les images (2033-34).

