

SÉQUENCE EN CLASSE DE 2^{DE} : ENSEMBLE, CONSTRUISONS L'ÉGALITÉ ENTRE LES FILLES ET LES GARÇONS

Claire Berest

Problématique et objectifs

Si le volet orientation de l'accompagnement personnalisé en classe de seconde générale et technologique a vocation à initier les élèves à la recherche documentaire sur le système éducatif, les séries, les débouchés, il doit aussi s'emparer de la question des déterminants, faute de quoi il participe à la reproduction d'une fatalité de l'orientation. Or celle-ci, en termes de socialisation différenciée genrée, ne fait le bonheur ni des uns ni des autres. Pas plus celui des filles, pour lesquelles collectivement enseignants comme parents ont souvent encore moins d'ambition, et qui s'imaginent parfois difficilement se diriger vers certaines filières, scientifiques par exemple ; que celui des garçons, dont la sensibilité littéraire ou artistique notamment est, a contrario, souvent bridée. Or, à un âge où la question de l'identité sexuelle est aussi cruciale, comment ne pas comprendre qu'un élève préférera ne pas se mettre en danger en choisissant une filière trop « genrée » ?

L'objectif principal de la séquence est donc d'amener des élèves de seconde à prendre conscience que le genre est un des déterminants de l'orientation. En effet, s'ils sont conscients que certains éléments sont déterminants dans leur orientation, parmi les nombreux facteurs qu'ils citent (qui vont des notes à la motivation, en passant par l'influence des amis, de la famille et de l'entourage), la question du genre n'est jamais spontanément évoquée ; et s'ils sont conscients de l'importance des déterminismes sociaux, étrangement être une fille ou un garçon n'est pas identifié par eux comme un élément déterminant (alors même que le système scolaire qui les entoure leur démontre le contraire, à travers par exemple la répartition des uns et des autres dans les filières). Tout se passe comme si le genre apparaissait comme un facteur d'orientation justifié, logique, donc comme un élément qu'il n'est pas nécessaire de nommer ni de combattre : la surreprésentation des filles ou des garçons dans telle ou telle série n'est pas ressentie comme fatale, mais regrettable ; elle est considérée simplement comme normale.

Le projet articule donc éducation à l'orientation et acquisition d'une culture de l'égalité, deux missions de l'école intrinsèquement liées. Ses objectifs sont de sensibiliser les élèves aux mécanismes de l'orientation pour devenir acteurs de leurs choix et passeurs d'expérience auprès de leurs pairs. Il développe connaissances, capacités d'animation, autonomie et estime de soi.

Déroulement

La séquence commence par deux activités qui visent à dégager cette problématique :

Recherches documentaires sur les filières et speed dating

La première consiste à demander aux élèves, par groupes, de faire des recherches documentaires sur les séries d'enseignement général et technologique en préparant des diaporamas. Lors de la présentation de ceux-ci, ils ont l'obligation de se mettre dans la peau d'anciens élèves de l'établissement venus présenter et défendre la filière qu'ils avaient choisie. Cette présentation amène à interroger les représentations rattachées aux différentes séries :

« On vous dit que telle série n'a pas de débouchés ; c'est faux... » ; « On vous dit que telle série est réservée aux filles ; c'est faux... » Mais elle soulève aussi des questions auxquelles les élèves ont des difficultés à répondre. Le besoin d'une rencontre avec des élèves de l'établissement, pour lever certaines de ces zones d'ombre, au moins sur les séries générales, émerge. Les élèves de seconde préparent par groupes de six des questions à l'intention des élèves de première puis à l'intention des élèves de terminale des trois séries (chaque groupe se retrouve donc avec six jeux de questions). Les questions étant à adapter aux deux niveaux, ils prennent conscience qu'il existe des enseignements de spécialité, que le bac repose sur des coefficients, que certaines épreuves sont anticipées, etc.

Organisation ensuite d'un *speed dating* en salle polyvalente : six pôles (trois ou quatre élèves de première ou de terminale par pôle face à six élèves de seconde). Chaque rencontre dure sept minutes durant lesquelles l'enseignant n'intervient pas. Beaucoup d'idées reçues y sont discutées.

Analyse d'une campagne publicitaire

En parallèle, une seconde activité est menée dont l'objectif est d'amener clairement la notion de stéréotype de sexe. Elle consiste en l'observation d'une campagne de prévention sur le sida du ministère de la Santé qui, voulant adapter son message de prévention à différentes cibles, véhicule des stéréotypes très nets. Le message en effet adressé aux filles s'appuie clairement sur les compétences littéraires et le goût pour la lecture qu'on leur prête automatiquement ; le langage est d'ailleurs soutenu, les phrases complexes, la figure de style dominante est la métaphore. A contrario la publicité utilisée par les garçons met en valeur leur sens « inné » de la compétition. Le langage est pauvre, la syntaxe est simple, la métaphore a disparu au profit de la comparaison...

Le projet « Ensemble, construisons l'égalité entre les filles et les garçons » peut alors démarrer.

Ateliers de sensibilisation d'élèves de sixième

Le cadre en est préalablement présenté aux élèves : dans le cadre de l'accompagnement personnalisé, et à l'occasion de la quinzaine « La mixité sex'prime », la classe reçoit la mission de sensibiliser une classe de sixième aux stéréotypes de genre. Une partie de la classe de seconde (21 élèves) va concevoir et animer des ateliers de lecture d'images à destination des collégiens, avec pour objectifs : faire émerger la notion de stéréotype, l'associer à des images publicitaires, réfléchir à sa diffusion...

Parallèlement, l'autre partie de la classe (15 élèves) travaille sur une mise en voix et en espace d'une réécriture d'un album pour enfants abordant la même problématique.

Préparation de la mission 1 : atelier mur d'images (une heure et demie environ)

Pour nourrir le premier atelier, les élèves ont eu comme consigne d'amener un magazine. Par groupes de trois, ils cherchent lors de cette première séance dans les revues apportées (et éventuellement sur des sites d'images publicitaires) cinq images publicitaires illustrant cinq caractéristiques stéréotypées différentes (cf. fiche mission 1) : mise en commun, débat, sélection.

Préparation de la mission 2 : atelier analyse d'images (une heure et demie environ)

Il s'agit maintenant d'approfondir cette idée en présentant aux collégiens des diptyques d'images publicitaires qui vendent un même « produit » mais de manière différente selon le sexe de la cible. Sept diptyques d'images sont proposés aux lycéens. Ils doivent repérer et analyser les stéréotypes qu'ils véhiculent et en retenir deux qui seront présentés aux collégiens (cf. fiche mission 2) : mise en commun, débat, sélection.

Préparation de la mission 3 : atelier analyse de catalogues de jouets (une heure et demie environ)

Il s'agit maintenant d'aider les collégiens à prendre conscience que la socialisation différenciée se met en place très tôt, notamment par les jouets ; difficile donc d'y échapper pourtant chacun y gagnerait et la société serait ainsi plus égalitaire. Les lycéens commencent par analyser un catalogue de jouets (cf. fiche mission 3), puis prolongent leur réflexion par la lecture guidée d'une étude sociologique portant sur le même thème : mise en commun, débat, sélection.

Dispositif de la rencontre (répétition : une heure et demie environ ; rencontre : 2 heures environ)

Les élèves de sixième sont divisés en trois groupes (environ neuf élèves par groupe).

Chaque atelier est mené en parallèle par trois groupes de trois élèves de seconde différents ; ainsi chaque lycéen est-il en situation d'animation de groupe.

Chaque atelier est l'occasion d'un échange oral, animé par les lycéens ; mais débouche aussi sur une trace écrite (un fascicule est distribué à chaque élève de sixième) pour la rédaction de laquelle les lycéens doivent aider les collégiens.

À l'issue de ces ateliers, les élèves de sixième assistent à la mise en voix et en espace de *Dînette dans le tractopelle* de Christos (éditions Talents hauts).

Prolongement avec les élèves de sixième

La classe de sixième crée, dans le cadre du cours de français, une exposition racontant cette rencontre et expliquant ce qu'elle en a retenu ; elle organise aussi, en prenant l'album comme point de départ, une campagne d'affichage en faveur de la mixité (les élèves se mettant en scène eux-mêmes) et une brigade d'intervention pour les autres classes de sixième.

Les deux classes rencontrent la maison d'édition Talents hauts ainsi que l'auteur de l'album :

- temps d'échange entre la classe de seconde et les intervenants après présentation de l'essentiel de l'action menée auprès des élèves de sixième ;
- temps commun entre les deux classes durant lequel la classe de sixième présente à son tour son travail ;
- temps d'échange entre la classe de sixième et les intervenants.

Installation de l'exposition et de la campagne d'affichage préparées par la classe de sixième au CDI, lieu central de l'établissement où se rencontrent les deux cycles, de manière non seulement à valoriser le travail mené par les deux classes mais à sensibiliser l'ensemble des élèves à la question de la mixité et à promouvoir une culture de l'égalité dans la cité scolaire.

FEUILLES DE ROUTE DES ÉLÈVES DE SECONDE

Projet de rencontre entre une classe de seconde et une classe de sixième

Fiche mission 1 : construire un mur d'images

Rappels : un stéréotype est une caractéristique, une activité, une préoccupation, un goût, une aptitude, une qualité, un défaut... que l'on attribue automatiquement et de manière rigide aux membres d'un groupe.

Comme nous l'avons déjà vu, certains de ces stéréotypes concernent les femmes et les hommes, les filles et les garçons, le féminin et le masculin. On les appelle stéréotypes de sexe ou parfois stéréotypes de genre.

Pour favoriser la mixité et l'égalité, on doit s'efforcer de les interroger, de les élargir, de les faire évoluer même si cela est difficile parce qu'on y est habitués depuis longtemps et qu'ils se diffusent de multiples façons, en particulier par l'image publicitaire vecteur très efficace de transmission (cf. observation du mur d'images et analyse de la campagne de prévention du ministère de la Santé).

Votre première mission va être d'aider des élèves de sixième à prendre conscience de l'existence de ces stéréotypes à partir d'un mur d'images que vous allez à votre tour bâtir. Pour cela vous devez sélectionner cinq images publicitaires (trois minimum trouvées dans les magazines, deux maximum trouvées sur internet) illustrant cinq stéréotypes différents.

Attention : vos images ne doivent pas concerner un seul sexe et il faut qu'elles soient adaptées à votre public (âge).

N° du groupe	Image sélectionnée (indiquez les sources)	Stéréotype illustré par l'image
Image 1		
Image 2		
Image 4		
Image 5		

Fiche mission 2 : préparer une analyse de diptyques publicitaires

Rappels : dans l'atelier précédant les élèves de sixième auront découvert la notion de stéréotype à partir du « mur d'images ».

Il s'agit maintenant d'approfondir cette idée en leur présentant des diptyques d'images publicitaires qui vendent un même « produit » mais dans une image aux femmes ou aux filles, dans une autre aux hommes ou aux garçons. En comparant la manière dont la publicité s'adapte aux uns et aux autres, on voit apparaître encore plus nettement les stéréotypes.

Vous avez à votre disposition sept diptyques. Vous allez d'abord les analyser en remplissant le tableau au dos. Vous devrez ensuite présenter votre analyse.

Puis vous devrez choisir les deux diptyques qui seront étudiés par les sixièmes. L'un concernera une publicité pour adultes l'autre une publicité pour enfants. Vous justifierez votre choix (richesse de la publicité, accessibilité aux élèves de sixième...) dans le tableau ci-dessous.

	<i>Diptyque conservé</i>	<i>Arguments</i>
<i>Diptyque pour adultes</i>		
<i>Diptyque pour enfants</i>		

Mise en commun

	<i>Hommes / Garçons</i>	<i>Femmes / Filles</i>	<i>Points forts / points faibles de la publicité</i>
<i>Diptyque 1</i> <i>GDF</i> <i>4 images</i>			
<i>Diptyque 2</i> <i>Société générale</i>			
<i>Diptyque 3</i> <i>Éducation nationale</i>			

<p><i>Diptyque 4</i> <i>Monoprix</i></p>			
<p><i>Diptyque 5</i> <i>Fly</i></p>			
<p><i>Diptyque 6</i> <i>Magazines</i> <i>Fleurus</i></p>			
<p><i>Diptyque 7</i> <i>Printemps</i></p>			

Fiche mission 3 : préparer une analyse de catalogues de jouets

Rappels : dans l'atelier précédant les élèves de sixième auront approfondi la notion de stéréotype à partir de l'analyse de deux diptyques publicitaires.

Il s'agit maintenant de les aider à prendre conscience qu'il est difficile d'échapper à ces stéréotypes auxquels on s'habitue dès l'enfance, par exemple par les jouets : chacun y trouverait pourtant des avantages et la société serait ainsi plus égalitaire. Pour préparer cet atelier, vous allez tout d'abord analyser un catalogue de jouets en informant le tableau ci-dessous.

Nom du (ou des) catalogue(s) analysé(s) :

(N'oubliez pas d'indiquer dans la colonne de droite des références précises page, nom du jouet...)

<p>Remarques concernant la présentation, l'organisation du catalogue</p>	
<p>Quels stéréotypes concernant les femmes trouve-t-on dans le catalogue ?</p>	
<p>Quels stéréotypes concernant les hommes trouve-t-on dans le catalogue ?</p>	

Mise en commun

<p>Remarques concernant la présentation, l'organisation du catalogue</p>	
<p>Quels stéréotypes concernant les femmes trouve-t-on dans le catalogue ?</p>	
<p>Quels stéréotypes concernant les hommes trouve-t-on dans le catalogue ?</p>	

Quels éléments principaux faudrait-il aider les sixièmes à comprendre ?

Stéréotypes et jouets pour enfants : la situation dans les catalogues de jouets

Pour approfondir l'atelier sur les catalogues de jouets, vous allez maintenant lire l'étude du cabinet Trezego en répondant au fur et à mesure au questionnaire. Ce cabinet d'étude a analysé dix catalogues de jouets parus pour Noël 2013, soit un total de 1 580 pages.

Que constate-t-on quand on observe les rubriques des catalogues ? (p. 3)

Pourquoi les couleurs des cuisines ont-elles changé dans les catalogues ? (p. 5)

Quel secteur d'activité reste exclusivement féminin dans les catalogues ? (p. 5)

Quels sont les stéréotypes physiques associés aux filles ? (p. 6)

Selon quel pourcentage les filles sont-elles vêtues en rose (ou violet) et en bleu et les garçons en bleu et en rose (ou violet) ? Pourquoi à votre avis ? (p. 7)

Selon quel pourcentage filles et garçons sont-ils représentés dans une posture active ? (p. 8)

Pourquoi à votre avis dans 51 cas sur 60 les peluches sont-elles associées aux filles et les quelques garçons qui les présentent rigolent-ils ou les escaladent-ils ? (p. 9)

<i>Que constate-t-on quand on observe...</i>	
<i>les mini-univers ? (p. 10)</i>	
<i>les jeux d'imitation ? (p. 11)</i>	
<i>les armes et jeux de combat ? (p. 11)</i>	
<i>les véhicules ? (p. 12)</i>	
<i>les jeux créatifs ? (p. 13)</i>	
<i>les jeux liés aux sciences ? (p. 13)</i>	
<i>les jeux de société ? (p. 13)</i>	
<i>les jeux d'extérieur ? (p. 14)</i>	

Conclusion

Quand on observe les situations dans lesquelles les filles et les garçons sont représentés, que constate-t-on ? (p. 14)

Quels reproches peut-on faire finalement aux catalogues de jouets ? (p. 17)