

Fiche pédagogique n° 3

Déduire de données statistiques les représentations de genre à l'œuvre dans les médias

La grille de lecture est un outil qui permet d'analyser un programme, de comprendre ce qui nous est donné à voir et donc de percevoir plus finement ce qu'il se joue à l'image s'agissant de la représentation des femmes et des hommes. C'est également un outil qui permet de produire des statistiques globales et de dégager des tendances.

Scénario 1 :

La grille de lecture : de l'analyse d'un programme à la production de statistiques globales

Définir avec les élèves un corpus qu'ils souhaiteraient analyser au regard de la représentation des femmes et des hommes (ex : publicités, vidéomusiques, fictions, programmes de sport, etc.).

Mettre en place une grille de lecture en s'inspirant de celles établies par le CSA dans le cadre de ses études. Afin de simplifier le traitement des données, veiller à construire des grilles de lecture courtes (7 à 8 questions) avec des réponses fermées.

Exemple de la grille établie par le CSA dans le cadre de son étude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées.

- *Quel est le type de produit présenté ?*
(Les réponses sont regroupées selon douze catégories : alimentation/distribution, automobile, assurances/banques/mutuelles, technologie/numérique, entretien du corps, habillement/parfumerie, jeux/jouets, jeux d'argent, loisirs, objets et produits domestiques, produits médicaux et paramédicaux, services) ;
- *Quel est le sexe du ou des personnages principaux présents dans la publicité étudiée ?*
(Les réponses possibles étant homme, femme, mixte ou non applicable) ;
- *Quel est le sexe du ou des personnages secondaires présents dans la publicité étudiée ?*
(Les réponses possibles étant homme, femme, mixte ou non applicable) ;
- *Quel est le sexe de la ou des personnes en voix hors champ ?*
(Les réponses possibles étant homme, femme, mixte ou non applicable) ;
- *Quel est le rôle du ou des personnages principaux dans la publicité étudiée ?*
(Les réponses possibles étant expert/e, consommateur/trice, rôle esthétique ou inactif et non applicable) ;
- *Quel est le rôle du ou des personnages secondaires dans la publicité étudiée ?*
(Les réponses possibles étant expert/e, consommateur/trice, rôle esthétique ou inactif et non applicable) ;
- *Observe-t-on une nudité partielle ou totale des personnages féminins ou masculins présentés dans la publicité ?*
(Les réponses possibles étant oui ou non) ;
- *Observe-t-on une sexualisation des personnages féminins ou masculins ?*
(Les réponses possibles étant oui ou non).

À partir des éléments de cette grille de lecture, construire un tableau de visionnage.



Voir tableau de visionnage sur le site du CSA



Voir vidéo Brut : « Un rapport du CSA dénonce les clichés sexistes dans les pubs »

Répartir la classe en groupes et procéder au visionnage des programmes sélectionnés en complétant le tableau. La constitution de groupes permettra aux élèves d'échanger sur des séquences pour lesquelles le renseignement du tableau de visionnage n'aura pas été évident ; ces discussions permettront de dégager une interprétation commune.

À partir des données rassemblées dans ce tableau, demander aux groupes d'élèves d'identifier les principaux constats. Les inciter à manipuler et croiser les données en leur posant des questions ; à titres d'exemples, si les programmes étudiés sont des publicités : *combien y a-t-il de personnages féminins, masculins, comment sont-ils représentés, les femmes sont-elles souvent expertes, ou plutôt consommatrices, les hommes occupent-ils souvent un rôle esthétique/inactif ou est-ce davantage les femmes, de quel produit font-ils la promotion, etc. ?*

Demander aux groupes d'élèves de réaliser une infographie reprenant la donnée qu'ils estiment la plus importante à retenir. Ces illustrations pourraient venir alimenter la rédaction d'un article qui pourrait être publié dans le média scolaire de l'établissement.

Ressources :

[Etude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées](#)