

# Fiche pédagogique n° 2

## Identifier les stéréotypes de genre dans les programmes

La télévision et la radio proposent une multitude de contenus différents : des fictions, des magazines d'information, des émissions de divertissement, des vidéomusiques, des publicités, etc. Chaque genre de programme a son objectif propre - divertir, informer, inciter à la consommation, etc. - et il convient de l'identifier afin de comprendre ce qu'il nous est donné à voir en termes de représentation de genre.

### Scénario 1 : Identifier les stéréotypes de genre dans les publicités télévisées

#### **La publicité télévisée : un produit audiovisuel qui se fonde sur les stéréotypes**

La publicité télévisée, tant par sa finalité commerciale que par son format, est un produit audiovisuel qui met en scène des représentations simplifiées et communément admises ; des stéréotypes. Au regard du volume d'antenne important que représentent ces messages, de leur répétition tout au long de la journée ainsi que de l'influence qu'ils ont sur les téléspectateurs, il semble important de se saisir de cet objet audiovisuel et de rendre compte de l'état des représentations de genre qui s'y jouent.

## Décoder un message publicitaire

**Choisir** un écran publicitaire avec les élèves et visionner en classe les publicités, sans donner de consignes particulières. Interroger ensuite les élèves sur ce qu'ils ont vu : quelle est la publicité qu'ils ont le plus appréciée et pourquoi, quel est le produit promu, est-ce une femme ou un homme qui en fait la promotion, comment les personnages sont-ils représentés dans le message, cette publicité leur donne-t-elle envie d'acheter le produit promu, si oui, pourquoi ?, etc.

Dans un second temps, **identifier** une publicité dans laquelle l'image de la femme est particulièrement stéréotypée et interroger les élèves sur cette dernière : quel est le produit promu, qui apparaît dans la publicité, quels rôles occupent les personnages féminins et masculins, comment les personnages sont-ils mis en scène, ces représentations correspondent-elles à ce qu'il se passe dans la société, etc. ?

**Présenter** aux élèves en quoi l'image de la femme véhiculée dans cette publicité est problématique et attirer leur attention sur la finalité commerciale de ce programme : rappeler que l'objectif de la publicité est d'inciter à la consommation, pour ce faire elle va utiliser plusieurs moyens : recourir à des représentations communément admises, un slogan, une musique, etc.

## Construire un outil neutre pour analyser le message publicitaire

Au regard de la spécificité de ce contenu audiovisuel, introduire la notion « d'analyse objective » : pour identifier précisément ce qu'il se joue en termes de représentation de genre dans les publicités télévisées, il est important de **définir** un outil de lecture neutre qui va permettre de prendre du recul sur ce qui nous est donné à voir.

**Demander** aux élèves de définir une liste de questions permettant d'étudier un message publicitaire. Une fois cette grille de lecture établie, la tester sur plusieurs publicités et discuter des analyses qui se dégagent de ce visionnage.



EMI - Vidéo 7 - Femmes et publicités 2017

→ **Pour aller plus loin :**

Identifier les stéréotypes de genre dans d'autres programmes : les **fictions**, les **programmes dits de télé réalité**, les **programmes jeunesse**, les **vidéomusiques**, etc.

**Ressources :**

*Etude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées*

*Etudes relatives aux stéréotypes féminins véhiculés dans les séries de fiction, d'animation et les émissions de divertissement*

*Grilles de lecture établies par le CSA qui figurent en annexe de la délibération*

*Etude sur la représentation des femmes dans les vidéos les plus vues sur YouTube*