

Fiche pédagogique n° 3

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

Scénario 2 :

À la recherche de solutions...

À partir du travail d'analyse qu'ils ont réalisé et de la présentation des études du CSA, les élèves pourraient être amenés à trouver des solutions pour remédier aux situations stéréotypées et discriminantes qui sont parfois véhiculées dans les médias audiovisuels. Les interroger :

- *Selon vous, qu'est-ce que les médias pourraient faire pour améliorer les choses ?*
- *Si vous étiez le Président du CSA, que mettriez-vous en place ?*

Afin de **guider** les élèves dans leur réflexion, les actions engagées par le CSA à la suite de la publication de ses études pourraient leur être présentées : rencontrer les acteurs concernés, signer des chartes d'engagements, émettre des recommandations, inciter les chaînes de télévision et de radio à se fixer des objectifs cibles à atteindre pour améliorer la représentation des femmes sur leurs antennes, vérifier que ces engagements sont respectés (réunion de suivi annuel pour les chartes, contrôle annuel du respect des engagements chiffrés auprès des chaînes de télévision et de radio), etc.

Enfin, si votre établissement possède un média scolaire, les élèves pourraient analyser la manière dont les femmes et les hommes y sont représentés et, en fonction des constats établis, ils pourraient définir une feuille de route visant à améliorer les choses (ex : inciter le média scolaire à prendre des engagements, etc.).



EMI - Vidéo 8 - Prenons la Une 2014

Ressources :

Etude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées :

Charte d'engagements pour lutter contre les stéréotypes sexuels, sexistes et sexués dans les publicités

Recommandations aux médias sur le traitement des violences faites aux femmes

Manuel pour les journalistes : Informer sur les violences à l'égard des filles et des femmes, 2019, p.112 et 113

Etude sur la représentation des femmes dans les médias audiovisuels pendant l'épidémie de covid-19 (mars à mai 2020)

Les enjeux du développement de la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels