

EMI et égalité filles-garçons

Objectifs :

- Prendre conscience des stéréotypes véhiculés par les médias, en particulier par les publicités
- Réaliser une production médiatique pour interroger les stéréotypes de genre et dénoncer les inégalités

Proposition d'une séquence :

Les stéréotypes dans les publicités

1^{er} temps : analyser des publicités pour identifier les stéréotypes de genre

- Deux publicités pour le beurre : [Version filles](#) et [Version garçons](#)
- Faire la liste des éléments attribués aux filles et aux garçons (attitudes, occupations, gestes, bruits)
- S'interroger sur le lien entre le produit et le contenu des publicités

2^{ème} temps : faire le lien entre les stéréotypes et les inégalités

- [C'est quoi l'égalité entre les filles et les garçons ? 1 jour, 1 question](#)
- Quelles conséquences les stéréotypes ont-ils ?
- D'où les stéréotypes viennent-ils ?

Proposition d'action :

Le concours du CLEMI #ZeroCliche pour l'égalité filles-garçons : concevoir une production médiatique pour analyser les stéréotypes sexistes dans la vie quotidienne.

- Choisir un domaine (sport, apparence, métiers, loisirs...)
- Faire la liste des stéréotypes de genre et des inégalités attachés à ce domaine (compléter avec des recherches)
- Choisir un type de production : article, affiche, émission, podcast, dessin de presse

Ressources :

- CLEMI : [aborder les stéréotypes sexistes dans la publicité 1^{er} degré](#)
- GENRIMAGES : [représentations sexuées et stéréotypes dans l'image](#)