

Pour une communication sans stéréotype de sexe



**ACADÉMIE
DE STRASBOURG**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Édité en septembre 2021

« Pour une communication sans stéréotype de sexe » est une fiche pratique élaborée et mise à votre disposition par la cellule communication du rectorat de l'académie de Strasbourg, dans le cadre du projet de double labellisation « Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes » et « Diversité ».

Ce document vous propose un ensemble de bonnes pratiques à connaître et adopter dans votre vie professionnelle et citoyenne, dans l'objectif d'une communication égalitaire et dépourvue de stéréotype sexiste. Cette synthèse s'inspire du *Guide pratique pour une communication sans stéréotype de sexe** du Haut Comité à l'Égalité.

*L'usage de l'écriture inclusive n'est plus d'actualité en ce qui concerne les documents administratifs.

DÉFINITIONS



Stéréotypes de sexe	Rôles de sexe	Genre
Représentations schématiques et globalisantes qui attribuent des caractéristiques supposées naturelles aux femmes et aux hommes, sur ce qu'elles et ils sont ou ne sont pas ; font passer pour naturels et normaux des rôles de sexe différents et hiérarchisés, assignés aux femmes et aux hommes.	Traits psychologiques, comportements, rôles sociaux, activités assignés plutôt aux femmes ou plutôt aux hommes, dans une culture donnée, à une époque donnée. Mise en pratique du genre.	Système de normes hiérarchisées et hiérarchisantes de masculinité/féminité. Ces normes sont différentes, construites en opposition, et valables dans une culture donnée, à une époque donnée. Ce système produit des inégalités entre les femmes et les hommes.



1. POUR UN LANGAGE SANS STÉRÉOTYPE DE SEXE



1.1. Éliminer les expressions sexistes

Chef de famille ; Mademoiselle ; Nom de jeune fille ; Nom d'épouse et d'époux...

Pourquoi ?	Que dit la loi ?	Comment le dire autrement ?
Ces expressions sont les produits d'une tradition française patriarcale et renvoient les femmes et les hommes à des rôles sociaux traditionnels.	La loi du 4 juin 1970 a supprimé la notion « chef de famille » (remplacé par « autorité parentale »), qui cependant persiste dans le langage courant. Le 21 février 2012, la circulaire n°5575/SG a officialisé la suppression des termes « Mademoiselle », « nom de jeune fille », « nom patronymique », « nom d'épouse » et « nom d'époux » des formulaires et correspondances des administrations.	Depuis 2012, le terme « madame » est le strict équivalent du terme « monsieur ». On demandera à madame ou à monsieur quel est son « nom de famille » ou son « nom d'usage ».

1.2. Accorder les appellations professionnelles en fonction du genre

Rectrice ; Adjointe ; Cheffe ; Directrice ; Rédactrice ; Auteure ; Agente ;

Correspondante ; Attachée ; Professeure ; Provisseure ; Inspectrice...



Pourquoi ?	Que dit la loi ?
Cela permet de ne plus invisibiliser les femmes, notamment dans les descriptions de postes à pourvoir par exemple.	Le 6 mars 1998, la circulaire relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre, réaffirme la nécessité de féminiser les appellations professionnelles.
Le saviez-vous ?	
L'usage du féminin a longtemps été dans les normes, dans le vocabulaire comme dans la grammaire. Le masculin ne l'a pas toujours emporté. C'est au XVII ^{ème} siècle que des réformes ont « imposé » la règle du masculin qui l'emporte, sous prétexte que « le masculin est plus noble que le féminin ». En revanche, les métiers les moins socialement valorisés n'ont jamais été privés de leur féminin, par exemple les métiers du <i>care</i> : « infirmière », « femme de ménage », « sage-femme », « nourrice », ...	

1.3. User du féminin et du masculin dans les messages adressés à tous et toutes

Pourquoi user du féminin et du masculin dans la communication ?

Pour que les femmes soient incluses, représentées et s'identifient dans les messages qui leur sont adressés, au même titre que les hommes.

Double-flexion	Mot épïcène
La double-flexion désigne la pratique écrite et orale qui consiste à décliner à la fois au féminin et au masculin pour évoquer un groupe de personnes. Exemples : les employées et employés, les agentes et agents, chacun et chacune, tous et toutes.	C'est un mot dont la même forme ne varie pas entre le féminin et le masculin. Employer un mot épïcène permet de ne pas avoir à utiliser la double-flexion. Exemple : fonctionnaire, secrétaire et responsable.

1.4. Se référer à l'ordre alphabétique

Lors d'une énumération de termes identiques ou équivalents au féminin et au masculin, il convient de se référer à l'ordre alphabétique.

Ainsi, dire ou écrire « **femmes et hommes** » ou encore « **filles et garçons** » ne relève d'aucune forme de galanterie mais respecte seulement l'ordre alphabétique. Par exemple, on dit ou écrit « **Mesdames, Messieurs** » et « **tous et toutes** ».

1.5. User du pluriel

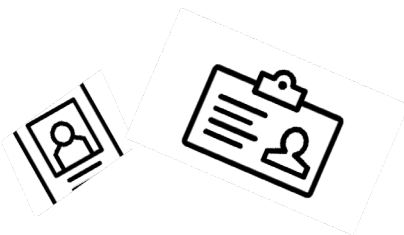
Il convient d'user du pluriel lorsque l'on s'exprime au sujet **des femmes** ou **des hommes**. Dire ou écrire « La Femme » ou « L'Homme » renvoie à deux catégories qui s'entendent homogènes du fait du singulier, hors elles sont loin de l'être. Les femmes, tout comme les hommes, sont des **personnes réelles**, aux **identités plurielles** et représentatives d'un groupe **hétérogène**.

Dans la même logique, l'usage de l'adjectif « féminin » participe à réifier ce qui relèverait d'une pseudo-identité féminine, on tombe alors dans l'essentialisme. Il en est de même de l'usage de l'adjectif « masculin ».

2. POUR RESPECTER LA FRONTIÈRE ENTRE VIES PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

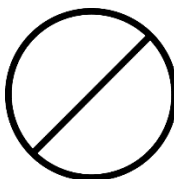
2.1. Présenter intégralement l'identité des femmes et des hommes

Les femmes sont, plus fréquemment que les hommes, présentées par leur prénom uniquement, étant même parfois précisée leur qualité d' « épouse de » ou de « mère de x enfants ». Les hommes sont le plus souvent présentés avec leur prénom et nom, leur qualité, grade ou profession. Ceci constitue en soi une pratique discriminante. S'adresser aux femmes en ne recourant qu'au prénom peut renvoyer à la sphère du privé, de l'intime, du familial, ce qui peut participer à les décrédibiliser.



2.2. Ne pas réserver qu'aux femmes les questions sur la vie personnelle

Il est courant de demander aux femmes qui exercent des responsabilités comment elles parviennent (ou pas) à mener de front carrière et vie de famille. Si cette question est pertinente, il convient de la poser aussi aux hommes. En outre, lors d'un recrutement, il est absolument nécessaire de ne pas questionner une femme sur sa vie personnelle sous prétexte d'un éventuel projet d'enfant.



3. POUR UN VISUEL SANS STÉRÉOTYPE DE SEXE

3.1. Diversifier les représentations des femmes-filles et des hommes-garçons

Pourquoi diversifier ?

Il ne s'agit pas d'interdire certaines représentations mais de les diversifier pour ne pas enfermer femmes et hommes dans des rôles de sexe stéréotypés. La communication publique doit veiller à assurer la diversité réelle des représentations et s'adresser aux femmes et aux hommes de tous âges, toutes origines, tous milieux professionnels, toutes religions, toutes capacités physiques ou mentales et de tous lieux.

Comment diversifier ses représentations ?

Éviter

Couleurs	Les couleurs douces et roses pour femmes et filles, sombres et bleues pour hommes et garçons.
Activités exercées	De représenter : <ul style="list-style-type: none">- Femmes et filles dans des activités maternantes.- Hommes et garçons dans des activités techniques ou de direction.
Vêtements	De systématiquement représenter : femmes et filles dénudées ou avec des vêtements inappropriés pour l'activité réalisée.
Attitudes	De représenter : <ul style="list-style-type: none">- Femmes et filles comme étant à disposition des hommes et des garçons, lascives, passives, soumises.- Hommes et garçons dans des positions assurées et dominatrices.
Place sur l'image	De systématiquement représenter hommes et garçons au premier plan, et femmes et filles en arrière-plan ou dans les marges.
Environnement	De systématiquement représenter : <ul style="list-style-type: none">- Femmes et filles à l'intérieur et dans la sphère domestique.- Hommes et garçons en extérieur et en milieu professionnel.
Interactions	De représenter un rapport de force entre les personnages ; préférez la coopération.

Exemple d'un visuel porteur de stéréotypes genrés

Laura
a trouvé le poste de ses rêves.

C'est l'avenir qu'elle a toujours envisagé. Et l'avenir, pour elle, c'est de faire vivre et partager sa passion, transmettre des savoirs et des valeurs, se consacrer à la réussite de chacun de ses élèves. C'est pour cela qu'elle a décidé de devenir enseignante.

Julien
a trouvé un poste à la hauteur de ses ambitions.

C'est la concrétisation de son projet professionnel. Et ce projet, pour lui, c'est de faire vivre et partager sa passion, transmettre des savoirs et des valeurs, se consacrer à la réussite de chacun de ses élèves. C'est pour cela qu'il a décidé de devenir enseignant.

L'ÉDUCATION NATIONALE RECRUTE 17 000 PERSONNES
Pourquoi pas vous ? 17 000 postes d'enseignants, d'infirmiers et de médecins scolaires sont à pourvoir en 2011.
RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS DU 31 MAI AU 12 JUILLET 2011
SUR WWW.LEDUCATIONRECRUTE.FR

MINISTÈRE
ÉDUCATION
NATIONALE
HIGHER
EDUCATION
RESEARCH
INSTITUTION

L'ÉDUCATION NATIONALE RECRUTE 17 000 PERSONNES
Pourquoi pas vous ? 17 000 postes d'enseignants, d'infirmiers et de médecins scolaires sont à pourvoir en 2011.
RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS DU 31 MAI AU 12 JUILLET 2011
SUR WWW.LEDUCATIONRECRUTE.FR

MINISTÈRE
ÉDUCATION
NATIONALE
HIGHER
EDUCATION
RESEARCH
INSTITUTION

Source images : Campagne de recrutement du Ministère de l'Éducation nationale, 2011.

3.2. Veiller à équilibrer le nombre de femmes et d'hommes

Pourquoi équilibrer le nombre de femmes et d'hommes au sein de la communication ?



Équilibrer le nombre de femmes et d'hommes sur les photos ou vidéos de communication, permet, tout comme un langage égalitaire, que les femmes soient incluses, représentées et s'identifient dans les messages qui leur sont adressés, au même titre que les hommes. Il convient également de veiller à une diversification des sujets de communication afin de traiter des expériences des femmes tout autant que des expériences des hommes.

Comment faire ?

Compter le nombre de femmes et d'hommes qui font l'objet d'une communication et rééquilibrer si nécessaire. Il est également possible de jouer avec le texte et les images afin d'équilibrer les représentations des femmes et des hommes. Si l'illustration va dans le sens des stéréotypes, le texte (commentaire ou légende) peut compenser.

Pour une communication sans stéréotype de sexe

Académie de Strasbourg
Cellule communication
ce.communication@ac-strasbourg.com