
GUIDE PRATIQUE POUR UNE COMMUNICATION ÉGALITAIRE



SOM MAI RE



I. Le contexte 3

1. Le choix d'une communication égalitaire 4

2. Les moyens pour parvenir à une communication égalitaire... 5

II. Mise en pratique 6

1. Les contenus rédactionnels 6

a. Titres 6

b. Cas particulier des fiches diplômes 7

c. Corps du texte 7

d. Descripteurs de soi 8

e. Interviews 9

f. Points de vigilance 9

g. Présentation de statistiques sexuées 10

2. Les contenus visuels (images et vidéos) 11

a. Un juste équilibre 11

b. Des représentations égalitaires 12

c. Composition des images 13

III. Références scientifiques 15

Ce guide s'inscrit dans le contexte institutionnel défini par plusieurs textes, dont :

→ la Convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes au sein du système éducatif 2019-2024

→ la circulaire du 5 mai 2021 relative aux règles de féminisation et de rédaction des textes publiés au *Journal officiel de la République française*

→ le plan d'action 2021 « Faire de l'égalité filles-garçons une nouvelle étape dans la mise en œuvre du lycée du XXI^e siècle »

Le contexte

Promouvoir l'égalité est un des grands principes qui fondent l'éducation dans notre pays.

L'égalité entre les filles et les garçons est un enjeu majeur tant au niveau individuel (épanouissement, liberté de choix, valeurs...) que sur le plan socio-économique (meilleur équilibre entre femmes et hommes dans les organisations et la société, égalité salariale, productivité, innovation...).

Depuis plusieurs années, l'Onisep œuvre pour faire évoluer les représentations des filles et des garçons dans ses productions (supports d'information, ressources pédagogiques...) et ses interventions. Nos pratiques s'appuient sur les résultats de la recherche scientifique et répondent aux directives ministérielles.

Afin de continuer à progresser ensemble, il est apparu nécessaire de rappeler un certain nombre de repères et de grands principes, réalistes et applicables, pour mettre en œuvre une communication égalitaire au sein de l'Onisep.



1. Le choix d'une communication égalitaire

La communication égalitaire est un des leviers d'action qui visent à :

- permettre aux adolescents et aux adolescentes de se projeter dans une plus grande variété de possibles ;
- faire en sorte que les adolescents et les adolescentes gagnent en confiance et se sentent capables de réussir quels que soient les formations, les métiers et les carrières envisagés ;
- amener les adolescents et les adolescentes à prendre conscience des normes, des déterminismes et des barrières symboliques associées aux stéréotypes de sexe et au genre ;
- soutenir les choix atypiques au regard de la norme ou minoritaires au regard des effectifs ;
- aider les équipes éducatives et les familles à accompagner de façon plus égalitaire la construction des choix d'avenir,
- contribuer à une plus grande mixité des formations et des secteurs professionnels ;
- participer à un rééquilibrage dans l'accès aux postes à responsabilités ;
- favoriser l'égale visibilité des femmes et des hommes dans l'espace médiatique.





2. Parvenir à une communication égalitaire

- Accorder les noms de métiers, titres, grades et fonctions selon le sexe des personnes qui témoignent.
- Utiliser à la fois le genre grammatical féminin et masculin dans l'ensemble de nos contenus rédactionnels.
- Proposer des rôles modèles diversifiés auxquels les élèves vont pouvoir s'identifier dans l'ensemble de nos supports iconographiques et vidéo.
- Faire preuve de vigilance dans la mise en scène des personnes et des situations proposées pour ne pas renforcer les stéréotypes (rôles, situation sociale, posture, tenue, codes couleur, etc.).





La communication égalitaire, c'est s'adresser de manière égale aux filles et aux garçons, sans privilégier les unes ou les autres.

Mise en pratique

Cette partie du guide propose des exemples pratiques et s'appuie sur les échanges avec les différentes directions productrices de contenus.

1. Les contenus rédactionnels

a. Titres

Dans les titres, optez systématiquement pour le doublet avec le masculin et le féminin pour les noms de métiers.



Quand un problème de place se pose, comme dans les sommaires, privilégiez une forme neutre.

Exemple : Ils ont fait le pari d'une école de commerce.

→ Leur pari? Choisir une école de commerce.

Exemple : Contactez un conseiller.

→ Posez vos questions / Trouvez de l'aide / Mon orientation en ligne vous conseille / Des spécialistes à votre écoute.





b. Cas particulier des fiches diplômes

La plupart des libellés de diplômes sont au genre grammatical masculin et ne peuvent être modifiés. Il est d'autant plus important d'envoyer un signal clair à notre lectorat dans le corps du texte.

c. Corps du texte

Utilisez le masculin et le féminin systématiquement pour les noms de métiers dans les premières phrases puis passez au masculin pluriel pour des questions d'encombrement.

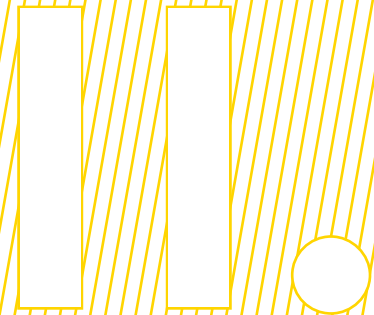
Adoptez le langage égalitaire en utilisant différents procédés qui permettent de s'adresser aussi bien aux filles qu'aux garçons sans alourdir le texte, comme les doublets, la formulation neutre, les tournures épiciènes qui conservent la même forme au masculin et au féminin, etc.

*Exemple : Les étudiants formés depuis 2015 ont plus de difficultés à trouver un emploi.
→ **Depuis 2015, il est plus difficile de trouver un emploi après des études supérieures.***

*Exemple : Les enseignants de collège sont demandeurs de plus de ressources.
→ **Les équipes enseignantes de collège demandent plus de ressources.***

*Exemple : Collégiens, lycéens, étudiants → **Élèves.**
Professeurs, enseignants → **Équipe enseignante ou équipe éducative.**
Professionnels, experts → **Spécialistes.***





Il est parfois difficile de trouver une formulation qui respecte cet objectif de communication égalitaire et plusieurs essais peuvent être nécessaires.

Exemple : Rencontres avec des professionnels, des formateurs (enseignants, enseignants chercheurs) et des étudiants hommes et femmes.

→ **Rencontres avec des femmes et des hommes du monde de l'entreprise, de l'enseignement et de la recherche, des étudiants et étudiantes.**

→ **Rencontres avec des intervenants et intervenantes du monde de l'entreprise, de l'enseignement et de la recherche, des étudiants et étudiantes.**

→ **Intervention de personnes du monde de l'entreprise, de l'enseignement et de la recherche, des étudiants et étudiantes.**

d. Descripteurs de soi

Lorsque vous travaillez la question des descripteurs de soi (aptitude, compétences, traits de personnalité, intérêts), proposez les mêmes adjectifs aux filles et aux garçons pour ne pas les enfermer dans des rôles stéréotypés (comme « les filles sont douces, les garçons forts »).

→ En les doublant au masculin et au féminin.

*Exemple : **Je suis persévérant ou persévérante.***

→ En utilisant des adjectifs épiciens.

*Exemple : **Je suis tenace.***

→ En utilisant le nom plutôt que l'adjectif.

*Exemple : **Je fais preuve de persévérance.***

ATTENTION PIÈGE !

Les slogans « Tous les métiers sont mixtes » ou « Tous les métiers se conjuguent au féminin » se sont révélés inefficaces et ne font pas évoluer les représentations.





e. Interviews

Voir le guide pratique du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes. Ne pas réserver aux femmes les questions sur la vie personnelle et sur la vie de famille. En effet, « *il est courant de demander aux femmes qui exercent des responsabilités et à elles seules comment elles parviennent (ou pas) à concilier de front carrière et vie de famille. Si cette question est pertinente, il convient de la poser aussi aux hommes* » (le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, *Pour une communication publique sans stéréotype de sexe*, la Documentation française, 2016, p. 35).

Lorsque la personne qui témoigne ne souhaite pas que le nom de son métier soit décliné au féminin, lui expliquer en quoi il s'agit d'un enjeu pour les publics de l'Onisep, tout en respectant son choix final.

f. Points de vigilance

Pour les métiers majoritairement exercés par des femmes, ne pas céder à la tentation de mettre le texte au féminin. Appliquez les mêmes règles que pour les autres métiers.

Exemple : *Assistant maternel et assistante maternelle, dans le corps du texte, déclinés en « les assistants maternels » au masculin.*

Lorsque le nom du diplôme est au masculin ou au féminin uniquement, ayez recours à une formule épïcène dans le corps du texte.

**Exemple : *CAP électricien / diplôme d'État de puéricultrice/d'infirmier*
→ *Le ou la titulaire du CAP / diplôme d'État de puéricultrice/d'infirmier...***





g. Présentation de statistiques sexuées

Il peut être pertinent de présenter des statistiques sur la répartition des femmes et des hommes à condition qu'elles soient accompagnées d'un commentaire pédagogique. Il convient de donner un sens aux chiffres et de les inscrire dans un contexte dynamique. La statistique proposée seule peut en effet renforcer le poids du stéréotype.

Exemple : Alors qu'elles constituent près de la moitié des effectifs de terminale générale avec spécialités scientifiques et qu'elles présentent un taux de réussite au bac supérieur à celui des garçons, les filles ne représentent que 29% des élèves dans les écoles d'ingénieurs.

→ Alors que la part globale des filles dans les formations scientifiques augmente pour atteindre 41% et que celles-ci sont majoritaires dans les cursus de santé à l'université, elles ne représentent que 29% des effectifs dans les écoles d'ingénieurs.



2. Les contenus visuels (images et vidéos)

La communication égalitaire passe également par la mise en page et l'iconographie.

a. Un juste équilibre

Veillez à équilibrer le nombre de femmes et d'hommes sur les images, les vidéos et les infographies pour que les filles et les garçons puissent s'identifier et se projeter dans leur avenir.

ATTENTION PIÈGE !

Compenser un texte rédigé exclusivement au masculin par une iconographie ne présentant que des femmes est inefficace et ne fait pas évoluer les représentations.



© alvarez/E+/ Getty Images

b. Des représentations égalitaires

Veillez à ne pas représenter les hommes et les femmes dans des rôles stéréotypés.

Exemple : Uniquement des hommes dans les secteurs de la technique, de la high-tech, des sciences; uniquement des femmes dans le secteur du social et du soin.

Exemple : Uniquement des hommes dans des fonctions de responsables; uniquement des femmes dans des fonctions d'exécution.

Exemple : Systématiquement des hommes dans des attitudes actives; systématiquement des femmes dans des attitudes rêveuses ou subordonnées.



© Isabelle Lebon





c. Composition des images

Prêtez attention à ce que les hommes ne soient pas systématiquement au premier plan et les femmes en arrière-plan ou dans les marges.

Évitez les couleurs douces et roses pour les femmes, sombres et bleues pour les hommes ou tout autre marqueur visuel susceptible de souligner le genre masculin ou le genre féminin.

ASTUCE !

Les plans rapprochés, qui mettent l'accent sur l'activité, le geste professionnel, les outils ou les illustrations ne mettant pas en scène des personnes peuvent être des solutions ponctuelles.



© Jean-Marie Heidinger/
Onisep



© Peter Fullerton/iStock/
Getty Images



© ferrerivideo/iStock/
Getty Images



Préférez une image avec plusieurs personnes, des deux sexes, dans une configuration égalitaire à assortir d'une légende égalitaire.



© alvarez/E+/ Getty Images

Exemple : Équipe médicale



©Tomml/E+/ Getty Images

Exemple : Réunion d'équipe en préresse



©SDI Procuptions/E+/ Getty Images

Exemple : Chantier en charpente



Références scientifiques

Les grands principes et les moyens pratiques retenus dans ce guide prennent appui sur un corpus scientifique solide et sans cesse renouvelé. Les résultats de quelques études permettent d'affiner la compréhension des enjeux et des solutions à apporter.

Stevanovic, B. et Mosconi, N., « Les représentations des métiers des adolescent(e-s) scolarisé(e-s) dans l'enseignement secondaire », *Revue française de pédagogie - recherches en éducation*, n°161, 2007, p. 53-68.

Résultats ou conclusions à retenir :

- Les représentations sexuées des métiers évoluent peu, les filles exprimant des préférences pour les métiers du soin et du social, les garçons privilégiant les métiers scientifiques et techniques.
- Ces représentations rendent compte de la division sexuée du monde du travail : séparation des femmes et des hommes selon les activités ; différence de position hiérarchique, les hommes s'adjudant souvent les fonctions les plus valorisées socialement.





En pratique :

→ Présenter des contre-stéréotypes ne suffit pas pour modifier les perceptions stéréotypées des adolescents et des adolescentes quant au monde du travail, tous savent que les modèles présentés font plutôt figure d'exception.

→ Néanmoins, pour diversifier les horizons des filles et des garçons, il faut explicitement soutenir et sécuriser toute personne qui envisage des choix professionnels ou d'orientation non conformes aux normes et rôles de genre.

Bosse, N. et Guégnard, C., « Les représentations des métiers par les jeunes : entre résistances et avancées », *Travail, genre et sociétés*, vol. 18, n° 2, 2007, p. 27-46.

Résultats ou conclusions à retenir :

→ Les représentations des métiers correspondent à l'image prototypique des personnes qui les exercent.

→ Filles et garçons attribuent des caractères féminins ou masculins aux professions majoritairement exercées par l'un ou l'autre sexe.

→ Ces représentations perpétuent des stéréotypes de sexe concernant les qualités dites « naturelles » et les rôles traditionnels ou conventionnels.





En pratique :

→ « Faire prendre conscience aux jeunes de leurs propres représentations sur le genre, leur donner des informations mixtes, et sans a priori sexués, sur les formations et les métiers, leur raconter l'histoire des professions, organiser des rencontres avec des modèles sont quelques-unes des pistes qui peuvent perturber ces stéréotypes dominants. » p. 40.


Chatard-Pannetier, A., Guimont, S. et Martinot, D., « Impact de la féminisation lexicale des professions sur l'auto-efficacité des élèves : une remise en cause de l'universalisme masculin ? », L'année psychologique, 2005, vol. 105, no 2, p. 249-272.

Résultats ou conclusions à retenir :

→ L'usage exclusif du genre grammatical masculin pour désigner des professions, des grades ou des titres participe à l'invisibilisation des femmes dans l'espace public et gomme la possibilité de les percevoir comme des modèles auxquels s'identifier.

→ Lorsque des descriptifs de professions n'utilisent que des pronoms masculins, les femmes s'évaluent et sont évaluées comme moins compétentes que les hommes.





→ Les représentations sexuées des professions, dont celles véhiculées par le langage, se répercutent en partie sur la motivation et la confiance en soi des femmes et des hommes.

→ La présentation d'un métier en utilisant les deux genres grammaticaux augmente significativement l'auto-efficacité des élèves, celle des filles concernant les professions considérées comme masculines et réciproquement.

→ L'utilisation du genre grammatical féminin semble atténuer la prépondérance des représentations masculines et souligne la réussite des femmes dans les professions associées au masculin.


En pratique :

→ La confiance en soi des élèves peut être augmentée lorsque les professions sont présentées avec la marque du genre grammatical féminin.

→ Tous les procédés qui permettent aux garçons et aux filles de se sentir moins menacés par la centralité du masculin sont à privilégier dans la communication sur le monde professionnel.

→ Doubler les noms de métiers évacue toute ambiguïté dans le message communiqué: les femmes comme les hommes peuvent réussir dans ces métiers.





Steinbruckner, M.-L., et Thienot, L., « Impact du genre grammatical sur les sentiments d'efficacité personnelle d'élèves de collège. Des métiers au masculin : l'illusion du neutre », *Raisons, comparaisons, éducations : la revue française d'éducation comparée*, L'Harmattan, 2015, p. 215-228.


Résultats ou conclusions à retenir :

- La plupart des outils d'aide à l'orientation (inventaires d'intérêts, méthodes éducatives, fiches métiers...) présentent des noms de métiers rédigés uniquement au masculin.
- Cet usage du masculin, considéré comme neutre, induit des représentations sexuées des métiers.
- Une présentation équilibrée des métiers dans un inventaire d'intérêts influence positivement les sentiments d'efficacité des filles pour les métiers considérés comme mixtes et ne modifie pas ceux des garçons.

En pratique :

- Le langage ne suffit pas à lui seul pour modifier les représentations et offrir des modèles de rôles moins sexués auxquels s'identifier.
- Toutefois, l'usage des deux genres grammaticaux pour désigner les métiers permet aux filles et aux garçons d'élargir leurs horizons et de se sentir davantage capables de réussir dans certains métiers.
- Il est nécessaire d'interroger les biais systématiques qui existent dans les outils et pratiques professionnelles.






Vervecken, D., Gygax, P., Gabriel, U., Guillod, M., et Hannover, B., « Warm-hearted businessmen, competitive housewives? Effects of gender-fair language on adolescents' perceptions of occupations », *Frontiers in psychology*, n° 6, 2015, art. 1437.

Résultats ou conclusions à retenir :

- Le langage est un outil efficace pour infléchir les perceptions que les personnes se font de la réalité : des métiers présentés à l'aide de doublets sont perçus comme moins marqués par le genre, car ils font explicitement référence à des femmes et à des hommes (« inventeuses » et « inventeurs », par exemple).
- Les chances de réussite des femmes et des hommes dans ces métiers présentés à l'aide de doublets sont jugées équivalentes, ce qui n'est pas le cas lorsque la forme masculine est utilisée comme une forme générique.
- Lorsqu'un métier est perçu comme étant majoritairement exercé par des hommes, les personnes ont tendance à penser qu'il faut des « qualités masculines » pour l'exercer, et réciproquement pour les métiers perçus comme étant exercés surtout par des femmes.
- Plus un métier est perçu comme étant exercé préférentiellement par des hommes, plus les personnes estiment que le niveau de diplôme nécessaire pour l'exercer doit être élevé.





→ Désigner un métier en utilisant la forme masculine comme une forme générique conduit les adolescents et les adolescentes à de fausses inférences sur le genre et à restreindre leurs représentations de ce métier.

→ La forme utilisée pour désigner un métier (égalitaire ou générique) agit comme un déclencheur en modifiant la représentation que l'on peut avoir d'un professionnel ou d'une professionnelle.

En pratique :


→ L'utilisation du masculin générique pour désigner un métier participe à la construction et au maintien des stéréotypes de sexe associés à ce métier.

→ À l'inverse, l'utilisation de doublets pour désigner un métier est une stratégie efficace pour contrer ces stéréotypes de sexe.

→ L'utilisation du langage (égalitaire ou générique) ne se limite pas à une question de forme, mais exerce une influence significative sur les stéréotypes de genre que les adolescents et les adolescentes associent aux professions.

→ Présenter systématiquement les professions en utilisant les genres grammaticaux masculin et féminin influence positivement les sentiments de compétence des personnes, facteur central dans la construction des projets d'avenir.





Huguet, P. et al., « Annexe 1 : Étude qualitative conduite par monsieur Pascal Huguet et son équipe », *Faire de l'égalité filles-garçons une nouvelle étape dans la mise en œuvre du lycée du XXI^e siècle*, rapport au ministre de l'Éducation nationale sous la direction de Bejean, S., Roiron, C. et Ringard, J.-C., 2021.


Résultats ou conclusions à retenir :

L'étude s'intéresse aux mécanismes susceptibles d'affecter le choix des élèves : « stéréotypie » de genre (notamment pour le choix des EDS, enseignements de spécialité), auto-évaluation de sa probabilité de réussite dans un EDS, dépendance à des normes et influences externes. Les données confirment une forte asymétrie de sexe dans le choix des EDS. Les élèves des deux sexes se perçoivent comme seuls décideurs et attribuent leurs choix à des facteurs personnels (intérêts et préférences) plutôt qu'à des facteurs externes (influence des proches et des messages institutionnels ou médiatiques).

Les élèves se disent satisfaits de leur liberté de choisir leurs EDS, mais ressentent de l'anxiété à l'idée de ne pas faire les bons choix, les filles en plus grand nombre que les garçons.

Tous les élèves estiment plus probable que les garçons réussissent dans les EDS scientifiques et que les filles réussissent dans les humanités. Ces estimations du succès restent stables de la 2^{de} à la terminale, malgré l'observation de performances scolaires réelles qui les contredisent.





Il existe une interaction entre confiance en soi, sexe et choix des EDS : les filles estiment leur probabilité de réussite plus élevée dans les humanités que dans les sciences ; l'effet est inversé pour les garçons.

En pratique :


Un ISS-genre (indice synthétique de stéréotypie de genre) permet de caractériser la force des relations établies entre probabilité de réussite des deux groupes de sexe et les EDS scientifiques : 60 à 70 % des élèves montrent une stéréotypie de genre significative.

La proportion d'élèves qui montrent une « stéréotypie forte à extrême » augmente de la 2^{de} à la terminale, passant de 40 à 52 % au moment des choix dans Parcoursup.

Au-delà des seuls choix, les probabilités de réussite estimées par les élèves sont très dépendantes de la stéréotypie de genre : faire baisser le niveau de stéréotypie de genre permettrait à davantage d'élèves d'envisager des EDS qu'ils auraient auparavant écartés spontanément.

L'emprise de la stéréotypie de genre sur les choix doit être corrigée : l'utilisation d'un indicateur objectivable (ISS-genre) permet de programmer et déployer les interventions nécessaires sur le terrain, mais également d'en mesurer précisément l'efficacité.





Breda, T., Grenet, J., Monnet, M., & Van Effenterre, C. (2019). « Role Models féminins : un levier efficace pour inciter les filles à poursuivre des études scientifiques ? » Notes IPP, (45).

Résultats ou conclusions à retenir :

L'intervention brève d'un modèle de rôle permet de réduire significativement la prévalence des stéréotypes associés à un domaine professionnel tant chez les filles que chez les garçons : dans cette étude, une intervention de femmes scientifiques pendant une heure, en contexte de classe, auprès de 20 000 élèves de seconde et de terminale, permet de déjouer les stéréotypes associés aux métiers scientifiques et aux aptitudes des femmes pour les sciences.

L'influence de ces modèles tient autant à l'efficacité dans la transmission du message qu'à la possibilité pour les élèves de s'identifier positivement à leur situation professionnelle.

L'impact des interventions peut être différent selon le profil des élèves : dans cette étude, si les élèves les plus performantes en mathématiques se sont davantage engagées dans des classes préparatoires scientifiques à l'issue du programme, les interventions ont suscité moins d'intérêt pour les métiers scientifiques et renforcé l'idée que les femmes sont discriminées en sciences parmi les élèves les moins performantes.





En pratique :

Si l'influence des modèles positifs d'identification est démontrée, l'efficacité reste relative : il ne faudrait pas se contenter d'une exposition ponctuelle et non accompagnée mais l'inscrire dans un cadre éducatif cohérent et au long cours, au risque d'effets inattendus et contre productifs.

En raison de l'importance du processus d'identification au modèle, le choix de la personne qui intervient est déterminant : importance des messages véhiculés lors de l'intervention ; formation préparatoire à la rencontre pour préciser la place de ces enjeux identitaires.

