

# BONNES

**POUR ÉVITER LES STÉRÉOTYPES  
FEMMES / HOMMES**

**DANS LA COMMUNICATION**

# PRATIQUES

## NOTRE SOCIÉTÉ ÉVOLUE, L'ÉGALITÉ A SA PLACE DANS LA LANGUE ET DANS L'IMAGE

Conformément aux engagements de la « Convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes dans le système éducatif », signée à Rouen le 25 septembre 2013, entre l'État – Délégation régionale aux droits des femmes et à l'égalité entre les femmes et les hommes de Haute-Normandie, le Rectorat de l'académie de Rouen et les 19 partenaires signataires, **ce guide de bonnes pratiques vous aidera à neutraliser les stéréotypes hommes / femmes dans la communication.**

Il s'appuie sur les circulaires Premier ministre du 11 mars 1986 et du 6 mars 1998, relatives à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions, et fournit des conseils pratiques pour les mettre en œuvre.

Il s'inscrit dans la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes articles 56 et 57.

Les conseils que vous y trouverez s'appliquent autant aux textes qu'aux images.

## EN FINIR AVEC LES STÉRÉOTYPES

En communication, la langue, le vocabulaire et les images doivent être le reflet de la société. Pourtant, dans la presse on voit trois fois plus d'hommes en photo. Les femmes et les hommes ne sont pas présentés dans les mêmes rôles, ce qui a pour conséquence **une invisibilité des femmes** ou leur présence dans un environnement très stéréotypé et dévalorisant. Si la société est mixte, l'égalité femme / homme est loin d'être une réalité.

Communiquer par défaut au masculin renforce les stéréotypes de genre. Par exemple, les femmes se sentent exclues par une fiche de poste rédigée au masculin.

**Rédiger de manière neutre traduit la volonté d'accompagner une évolution sociale marquée par l'accès des femmes à des métiers, à des responsabilités, à des positions hiérarchiques et à une existence égalitaire. Il est essentiel d'intégrer cette dimension dans les productions.**

# SI VOUS CHANGIEZ VOS HABITUDES ? SI VOUS COMMUNIQUEZ AUTREMENT ?

## ÉCRIRE, PARLER

### NOMS DE MÉTIERS, TITRES OU FONCTIONS

**Exemples :** footballeur / footballeuse,  
carreleur / carreuse, proviseur / proviseure,  
ingénieur / ingénieure, directeur / directrice,

agriculteur / agricultrice, artisan / artisane,  
chef / cheffe, pompier / pompière,  
esthéticien / esthéticienne

### LES ÉPICÈNES

Est épïcène un mot qui a la même forme au féminin et au masculin. On le distingue simplement par l'article. Utiliser les épïcènes permet d'éviter d'alourdir les textes.

**Exemples de noms épïcènes :**  
élève, ministre, enfant, camarade, responsable,  
secrétaire, artiste, titulaire...

### TOURNURES DE PHRASE

#### ÉVITEZ

#### PRÉFÉREZ

Les **lycéens** sont motivés par le sport

Les **élèves** sont motivés par le sport  
ou : les **lycéennes, lycéens** sont motivés par le sport

La réunion des **employés** se déroule

La réunion du personnel se déroule, ou : la réunion  
des **employés** et des **employées** se déroule

**Aucun** responsable ne peut quitter son poste;  
s'il le fait, il encourt une sanction

Les **responsables** ne peuvent quitter leur poste  
sous peine d'une sanction

Un dossier de présentation du projet  
par **participant** sera déposé...

Un dossier de présentation du projet  
**par candidature** sera déposé...

La réunion des **délégués**

La réunion de la **délégation**

**Chacun** des membres

**Chaque** membre

Nous devons être **prudents**

Nous devons faire preuve **de prudence**

Vous êtes **convoqué** ou vous êtes **convoquée**

Nous vous **convoquons**

S'**ils** le font, on annulera

**Le cas échéant**, on annulera

**Il** sera nommé par l'assemblée

L'assemblée procédera à **sa nomination**

*Pensez à supprimer « jeune fille » (on ne dit jamais « jeune garçon » )  
et mademoiselle (on ne dit pas mon damoiseau)*

Ils sont particulièrement appropriés dans les formulaires, les tableaux et les offres d'emploi en raison des contraintes d'espace. À cet effet, on peut utiliser indifféremment slash ou trait d'union.

**Exemples :** Intention d'adopter **un / une** enfant ou un-e enfant ;  
activité **du / de** la témoin ;  
les **étudiant-es boursier-ères** ou les **étudiants-es boursiers-ères**.

**ATTENTION :** Les parenthèses ne doivent pas être employées car elles signifient que l'on met les femmes entre parenthèses !

En revanche, dans les textes longs, les signes typographiques alourdissent la lecture. On préférera l'utilisation des épécènes ou du masculin suivi du féminin (ou l'inverse)

EXEMPLES OFFRES D'EMPLOI

ÉVITEZ

Recherche technicien automobile

- **il** sera chargé de la réparation et de l'entretien des véhicules ;
- **il** maîtrise l'utilisation des machines et outils mécaniques, électriques et électroniques ;
- **il** rédige des devis ;
- **le candidat** possède des qualités d'écoute et d'expression orale ;
- **il** est également rigoureux et précis ;
- **diplômé** d'un BTS Après-vente automobile option véhicules particuliers ;
- **débutant** accepté.

Si vous êtes **intéressé**, merci d'envoyer un CV et une lettre de motivation à l'attention du **directeur** des ressources humaines de l'entreprise X.

PRÉFÉREZ

Recherche un ou une technicien-ne automobile

- Fonctions et responsabilités :
- réparation et entretien des véhicules ;
  - utilisation des machines et outils mécaniques, électriques et électroniques ;
  - rédaction de devis.
- Qualités :
- écoute, bonne expression orale ;
  - rigueur, capacité à travailler avec précision.
- Pré-requis :
- BTS Après-vente automobile option véhicules particuliers ;
  - **débutant-e accepté-e**.

Si vous êtes **intéressé-e**, merci d'envoyer un CV et une lettre de motivation à l'attention de la **direction** des ressources humaines de l'entreprise X.

ILLUSTREZ



Éviter les illustrations véhiculant le rôle attendu des femmes et des hommes :

femme avec enfant / homme au travail,  
homme chirurgien / femme infirmière,  
femme danseuse / homme footballeur,  
l'homme sait / la femme apprend.

Éviter les caractéristiques et attitudes physiques stéréotypées : femme posant, homme agissant  
l'homme montre, la femme regarde.



Équilibrer le nombre d'hommes et de femmes représentés

Faire attention à l'environnement :  
homme sur un fond gris bleuté / femme sur un fond rose pastel ;  
femme au second plan / homme au premier plan ;  
homme avec objet technologique / femme avec livre.

Ne pas exagérer l'inversion des stéréotypes au risque du ridicule : un homme en costume avec un tablier et un aspirateur.

# EN APPLIQUANT D'ORES ET DÉJÀ CES BONNES PRATIQUES, VOUS RÉDIGEREZ SANS EXCLURE LA MOITIÉ DE LA POPULATION

Les femmes représentent 24% des personnes figurant dans les journaux d'information (source : GMMPP, projet mondial de monitoring dans les médias, analyse des journaux d'information du 10.11.2009 dans 108 pays). Les femmes expertes représentent 23% pour la radio, 18% pour la télévision et 15% pour les hebdomadaires dits mixtes (source : Rapport de la Commission sur l'image des femmes dans les médias (2011))

La langue française permet l'emploi des deux genres grammaticaux de façon efficace, concise et agréable à lire.

À chacun et chacune d'entre nous de communiquer librement dans le respect des principes d'égalité entre les femmes et les hommes.

## ET MAINTENANT, VOYEZ-VOUS VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION AUTREMENT ?

### POUR ALLER PLUS LOIN

6 mars 2000 : *Note du ministère de l'éducation nationale relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre* (B.O.E.N. du 9 mars 2000)

*Circulaire Premier Ministre du 21 Février 2012 relative à la suppression des termes « Mademoiselle » « nom patronymique », « nom d'épouse », « noms d'époux » des formulaires et de la correspondance administrative.*

*Rapport de la commission générale de terminologie et de néologie sur la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre* (1998)

*Femme j'écris ton nom.* Guide d'aide à la féminisation des noms de métiers, titres, grades et fonctions (CNRS, Institut national de la langue française, 1999).  
*Rapport sur l'image des femmes dans les médias* (2008).  
*Rapport de la Commission sur l'image des femmes dans les médias* (2011)

De nombreux exemples de publicités sexistes commentés sont consultables sur des sites internet en tapant « publicités sexistes » dans votre moteur de recherche.

