Guide pédagogique

Spécial Gazette des jeunes 2007

Trois activités éducatives destinées aux filles et aux garçons de 13 à 17 ans

Guide pédagogique en ligne à télécharger dans le site Internet du Conseil du statut de la femme au **www.egalitejeunesse.com**



Guide pédagogique spécial gazette des jeunes 2007

Guide pédagogique spécial Gazette des jeunes 2007. Trois activités éducatives destinées aux filles et aux garçons de 13 à 17 ans.

Date de publication : 2010-10-13

Auteur : Conseil du statut de la femme

Le Conseil du statut de la femme est un organisme gouvernemental de consultation et d'étude qui veille, depuis 1973, à promouvoir et à défendre les droits et les intérêts des Québécoises. Il conseille le gouvernement du Québec sur tout sujet qui concerne l'égalité entre les femmes et les hommes, et fournit de l'information pertinente au public.

Conception et édition

Paule Belleau, Conseil du statut de la femme

Rédaction

Paule Belleau et Karine Veillette

Révision linguistique et correction d'épreuves

Marie-Phé Caron

Graphisme et mise en page

Guylaine Grenier, Conseil du statut de la femme

Document de référence

La *Gazette des jeunes*, édition spéciale de la *Gazette des femmes* décembre 2007, volume 29, numéro 3

Collaboration

Annie Tardif

Coordination des services complémentaires Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

© Gouvernement du Québec Conseil du statut de la femme 800, place D'Youville, 3^e étage, bureau 300 Québec (Québec) G1R 6E2

Téléphone: (418) 643-4326 Sans frais: 1-800-463-2851 Télécopieur: (418) 643-8926

egalitejeunesse@csf.gouv.qc.ca http://www.egalitejeunesse.com

Aux membres du personnel éducatif

Pour une deuxième année consécutive, le Conseil du statut de la femme publie une édition spéciale de la *Gazette des femmes* destinée aux jeunes, filles et garçons. En décembre 2007, la *Gazette des jeunes* est distribuée gratuitement dans les écoles secondaires du Québec. Le guide qui l'accompagne est téléchargeable dans le site Internet www.egalitejeunesse.com, mis en ligne par le Conseil.

Ce numéro spécial traite plus particulièrement de l'influence des stéréotypes féminins et masculins sur la réussite éducative. Il met également en évidence la résistance de certains jeunes au phénomène de la sexualisation de l'espace public. On peut y lire des témoignages de filles et de garçons engagés ici, dans des organismes de défense des droits humains, ou participant à des stages d'aide internationale à l'étranger. La *Gazette des jeunes* propose un contenu riche, qui contraste avec la plupart des revues destinées aux adolescentes et aux adolescents.

Cette année, un concours de création publicitaire, sur le thème de l'égalité entre les femmes et les hommes, est proposé par le Conseil pour susciter la réflexion sur ce sujet d'actualité et inviter les jeunes à passer à l'action en déployant toute leur créativité. Nous souhaitons que les adultes qui les entourent les invitent à participer nombreux au concours *Ta pub sur un t-shirt!* présenté dans la *Gazette des jeunes*.

Le guide pédagogique s'avérera particulièrement utile au personnel éducatif du secondaire pour exploiter les articles de la *Gazette des jeunes* avec les élèves. Les trois activités proposées peuvent être intégrées par le personnel enseignant à des situations d'apprentissage et d'évaluation pour les classes des différents cycles du secondaire. Elles peuvent, par ailleurs, être animées par les autres membres du personnel scolaire dans le cadre d'activités de sensibilisation et de projets parascolaires. Ces activités se résument comme suit :

Stéréotype, quand tu nous tiens...

Le dossier du magazine (p. 18-42) vulgarise les recherches démontrant l'influence des stéréotypes féminins et masculins sur la réussite éducative des élèves. Cette activité est l'occasion de se pencher sur les manifestations de ce phénomène dans son propre milieu scolaire.

Témoins d'un mouvement

L'article « Un conseil pour changer le monde », (p. 51-53) sert d'amorce à une rencontre entre les jeunes et des personnes aînées, femmes et hommes. Les élèves réalisent avec elles des entrevues dans le but de connaître leurs réactions au mouvement féministe.

Une pub pour l'égalité

Cette activité propose une démarche pour accompagner les jeunes de 13 à 17 ans dans l'exploitation des techniques de la publicité pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes. Les réalisations des élèves peuvent ensuite être soumises au concours *Ta pub sur un t-shirt!* mis sur pied par le Conseil.

L'école joue un rôle essentiel dans la socialisation et la transmission des valeurs. Nous désirons que les membres du personnel éducatif partagent notre enthousiasme concernant le projet d'égalité entre les femmes et les hommes et qu'ils utilisent les outils proposés pour y travailler avec leurs élèves. Le Conseil a besoin de toutes et de tous pour faire que l'égalité devienne réalité. Nous vous remercions d'avance pour votre soutien.

Paule Belleau Rédactrice en chef adjointe de la *Gazette des femmes* Responsable des contenus éducatifs

Table des matières

Stéréotype, quand tu nous tiens 4
Influence d'un mouvement
Une publicité pour l'égalité
Règlements du concours <i>Ta pub sur un t-shirt!</i>
Fiche d'inscription du concours
Extrait de l'avis du Conseil du statut de la femme :

Stéréotype, quand tu nous tiens...

Documents de soutien : Gazette des jeunes, décembre 2007, volume 29, numéro 3

« Pas 36 solutions », p. 28-31

« Mes résultats sont plus forts que les tiens! », p.20-23

« Progressiste un jour... », p.25-27

Résumé de l'activité

Les recherches de Jean-Claude St-Amant et de Pierrette Bouchard de l'Université Laval démontrent que l'adhésion aux stéréotypes féminins et masculins nuit à l'engagement des élèves dans leurs études. Cette activité éducative est l'occasion, pour les élèves, de prendre connaissance de ces recherches à l'aide de textes de vulgarisation. Les jeunes peuvent ensuite développer une réflexion sur les manifestations et l'influence de ces stéréotypes dans leur propre milieu scolaire.

Groupes ciblés : Cette activité peut être adaptée aux élèves de tous les cycles du secondaire.

But de l'activité : Développer la capacité des élèves à débusquer les stéréotypes féminins et masculins et les amener à

comprendre leur impact sur la réussite éducative.

Matériel requis : Un exemplaire de la *Gazette des jeunes* ou une copie de l'article « Pas 36

solutions! » par élève et des copies des deux autres textes pour la moitié des élèves de la classe.

Durée: Variable

Déroulement de l'activité

Préparation

- 1. Regroupez les élèves en équipes de deux et demandez-leur de dresser deux listes, dont l'une contiendra les qualités et caractéristiques que l'on attribue habituellement aux femmes, et l'autre, les qualités et caractéristiques que l'on attribue habituellement aux hommes.
- 2. Proposez aux élèves de mettre leurs listes en commun puis animez une discussion sur les stéréotypes en vous inspirant des questions suivantes :
 - Ces deux listes dressent-elles un portrait réaliste des femmes et des hommes, des filles et des gars que vous connaissez?
 - Trouvez-vous des caractéristiques qui vous correspondent dans la liste associée à votre sexe?
 - Trouvez-vous des caractéristiques qui vous correspondent dans la liste associée l'autre sexe?
 - Qu'est-ce qu'un stéréotype?

Complétez les réponses des jeunes à la dernière question. Pour vous faciliter la tâche, n'hésitez pas à utiliser l'information suivante ainsi que le court texte de présentation du dossier « Stop aux stéréotypes », p.18.

Plusieurs des qualités et des caractéristiques relevées dans ces listes sont des stéréotypes, des caractéristiques attribuées de façon rigide à un groupe de personnes. Les stéréotypes peuvent aussi être définis comme « des croyances partagées concernant les caractéristiques personnelles, généralement des traits de personnalité, mais aussi des comportements, d'un groupe de personnes » (Leyens, Yzerbyt & Schadron, 1996). Toutes les filles ne sont pas douces, faibles, coopératives, illogiques, soumises et capables de prendre soin des autres. Tous les gars ne sont pas agressifs, indépendants, forts, compétitifs, logiques et imprudents.

Les stéréotypes sont parfois des qualités, parfois des défauts, mais, quels qu'ils soient, ils réduisent la personne à quelques attributs. Une fille énergique, qui aime bouger, est taxée de garçonne, de garçon manqué ou de *tom boy*. Un gars plutôt doux et discret est traité de femmelette ou de tapette. Pourtant, il y a autant de manières d'être une fille ou un gars qu'il y a d'humains sur cette terre.

S'affranchir des stéréotypes féminins et masculins, c'est **conquérir la liberté d'être soi-même**. C'est utiliser son pouvoir de dire non. C'est avoir le droit de profiter de tous ses talents, que l'on soit une fille ou un gars.

- D'après vous, qu'est-ce qui amène les filles et les garçons à se conformer aux stéréotypes attribués à leur sexe? Qu'est-ce qui les influence en ce sens? Qui les influence en ce sens?
- Quels risquent court-on lorsque l'on ne se conforme pas aux stéréotypes attribués à notre sexe?
- Comment percevez-vous les filles et les gars qui n'adhèrent pas aux stéréotypes attribués à leur sexe?

Réalisation

- 1. Invitez les élèves à répondre individuellement aux trois questions suivantes, en prenant guelques notes :
 - As-tu une idée des raisons pour lesquelles plus de garçons que de filles décrochent de l'école?
 - À ton avis, les stéréotypes ont-ils un rôle à jouer dans la réussite scolaire?
 - Lorsque vous vous trouvez entre filles ou entre garçons, que vous dites-vous à propos des études?
- 2. Invitez les élèves à lire les propos recueillis par Hélène Sarrasin dans l'article « Pas 36 solutions » ainsi que le commentaire de Jean-Claude St-Amant sur cette table ronde, dans l'encadré, et à comparer leurs notes avec les réponses des jeunes interrogés. Conviez-les ensuite à échanger sur le texte en question et sur leurs propres réflexions au sujet des stéréotypes et de la réussite éducative.
- 3. Séparez la classe en deux groupes et demandez à chacun de lire l'un des articles suivants tirés de la *Gazette des jeunes* : « Mes résultats sont plus forts que les tiens! » de Paule Des Rivières ou « Progressiste un jour » d'Hélène Sarrasin. Proposez ensuite aux élèves de partager l'information tirée de ces deux textes.
- 4. Conviez les élèves à relever, dans leur quotidien (à l'école, à la maison, avec les amis, dans les médias), toutes les situations où les stéréotypes féminins et masculins se manifestent au cours d'une période donnée. Les jeunes peuvent prendre en note des dialogues entendus, décrire des interactions dont elles et ils ont été témoins, présenter le scénario d'une publicité ou d'une situation tirée d'une émission de téléréalité, etc. Procédez à une mise en commun de cet exercice, en laissant aux élèves la latitude nécessaire pour argumenter sur ce qu'ils considèrent ou non comme des stéréotypes.

Intégration

Demandez aux élèves de rédiger un texte qui répond à l'une des trois questions suivantes :

- Dans cette école, les élèves adhèrent-ils peu ou beaucoup aux stéréotypes sexuels?
- Quels sont les éléments sur lesquels tu aurais intérêt à travailler pour favoriser ta propre réussite éducative?
- Qu'ont de particulier les personnes qui n'adhèrent pas aux stéréotypes attribués à leurs sexes?

Réinvestissements possibles

- Invitez les élèves à participer au concours *Ta pub sur un t-shirt!*, par lequel ils pourront créer un slogan prônant l'égalité et dénonçant les stéréotypes féminins ou masculins.
- Proposez aux élèves de préparer une présentation orale afin de diffuser à d'autres classes l'information découverte au cours de ces activités sur les stéréotypes.

Paule Belleau et Karine Veillette

Influence d'un mouvement

Document de soutien : *Gazette des jeunes,* volume 29, numéro 3

« Un conseil pour changer le monde », p. 51-53

Résumé de l'activité

À la suite de la lecture de l'article « Un Conseil pour changer le monde », les élèves réalisent une entrevue avec une personne aînée et rédigent un texte démontrant l'influence du mouvement féministe sur sa vie personnelle. La mise en commun des témoignages permettra de s'interroger sur les changements sociaux, à la fois portés par l'enthousiasme des progressistes et freinés au nom de la tradition.

Groupes ciblés : Cette activité peut être adaptée aux élèves de tous les cycles du secondaire.

But de l'activité : À l'aide des témoignages de personnes aînées, comprendre l'importance des changements sociaux

survenus au Québec dans le sillage du mouvement féministe.

À prévoir : Si nécessaire, contacter les responsables d'un centre d'accueil du quartier pour recruter des

personnes âgées intéressées à être interrogées par une ou un élève.

Matériel requis: Un exemplaire de la *Gazette des jeunes* ou une copie de du document de soutien par élève.

Durée: Variable

Déroulement de l'activité

Préparation:

- 1. Proposez aux élèves de lire l'article «Un conseil pour changer le monde», pages 51 à 53 de la Gazette des jeunes, volume 29, numéro 3, décembre 2007, en leur mentionnant que cette lecture est la première étape d'une activité qui les conduira à faire une entrevue avec une personne aînée.
- 2. Animez ensuite une discussion en vous inspirant des questions suivantes :
 - Comment réagissez-vous à cet article?
 - Connaissiez-vous les activités du Conseil du statut de la femme?
 - Quelque chose vous a-t-il surpris dans ce texte?
 - Quelles définitions donneriez-vous aux expressions et aux termes suivants?

<u>Mouvement féministe</u>: mouvement mené par des groupes qui ont adopté des stratégies variées, et qui vise à transformer la société en profondeur en obtenant un partage équitable des pouvoirs entre les femmes et les hommes.

Émancipation: se libérer d'une autorité, de servitudes ou de préjugés.

Égalité entre les femmes et les hommes : avoir les mêmes droits, les mêmes responsabilités, les mêmes possibilités.

- Quels droits acquis par la lutte féministe vous semblent les plus essentiels?
- Vous arrive-t-il de penser que vous pourriez choisir un métier traditionnellement réservé au sexe opposé?
- Qu'est-ce qui vous empêcherait de choisir un tel métier?
- À quelle publicité sexiste donneriez-vous un prix Déméritas?

- 3. Poursuivez l'animation de la discussion en abordant la manière dont les grands-parents et les personnes agées qui entourent les élèves ont vécu le Mouvement de libération des femmes :
 - Comment les pouvoirs se répartissaient-ils entre les femmes et les hommes, au Québec, avant les années 1960-1970?
 - Quelles situations, vécues par des femmes ou des hommes, semblent banales aujourd'hui, mais étaient hautement improbables en 1960?

Exemples:

Une femme conduisant un autobus; un homme éducateur en service de garde; une femme dont le salaire est plus élevé que celui de son mari; un homme au foyer, lors de la première année de vie d'un enfant; un homme faisant la lessive; une femme s'occupant des travaux de menuiserie dans la maison; une femme députée ou chef d'un parti politique (on peut mentionner que Pauline Marois est la première Québécoise chef de parti politique); etc.

• À votre avis, comment les personnes aînées qui vous entourent ont-elles vécu le mouvement féministe?

Réalisation :

- 1. Proposez aux élèves de choisir une personne âgée de leur entourage, avec laquelle ils réaliseront une entrevue. Celles et ceux qui n'ont personne à interviewer pourraient rencontrer quelqu'un recruté dans une résidence pour personnes âgées du quartier ou travailler en équipe avec une ou un autre élève.
- 2. Invitez les élèves à rédiger dix à quinze questions destinées à amener la personne interrogée à expliquer l'influence du Mouvement de libération des femmes dans sa vie. Quelques questions doivent servir à situer la personne; d'autres, à connaître son expérience.
- 3. Animez la mise en commun des questions des élèves et complétez avec eux la liste des questions pertinentes :

Pour les femmes interrogées :

- Avez-vous posé des gestes ou relevé des défis vous permettant de vivre d'autres expériences que celles vécues par votre mère? Quand et dans quelles circonstances?
- Avez-vous été active dans le Mouvement de libération des femmes, en vous associant à des groupes de femmes ou en participant à des manifestations? Quand et dans quelles circonstances?
- Avez-vous résisté à l'émancipation des femmes de votre entourage? Étiez-vous scandalisée par les actions des autres femmes?
- Quels enjeux de ce mouvement étaient pour vous les plus importants? Le droit à la contraception et à l'avortement? Le droit à l'éducation? L'autonomie financière? Les ressources destinées aux victimes d'actes de violence? La participation au pouvoir politique? Quoi d'autre?
- Avez-vous la même attitude aujourd'hui face à ce mouvement?

Pour les hommes interrogés :

- Comment avez-vous vécu le Mouvement de libération des femmes?
- Avez-vous été un partenaire dans la réalisation de ces changements? Quand et dans quelles circonstances?
- Avez-vous résisté à l'émancipation des femmes de votre entourage? Comment?
- Avez-vous posé des gestes concrets pour favoriser l'égalité? Quand et dans quelles circonstances?
- Quels enjeux du mouvement étaient pour vous les plus importants?
- Votre attitude, face au Mouvement de libération des femmes, a-t-elle changé avec les années?

- 4. Invitez les élèves à procéder à l'entrevue avec la personne aînée.
- 5. Demandez aux élèves de rédiger un texte de quatre à cinq cents mots, dès que possible après l'entrevue. Précisez cette consigne pour mobiliser des compétences particulières quant à la rédaction et à la présentation du travail. Présentez le calendrier de réalisation et, s'il y a lieu, les critères d'évaluation du texte.

Intégration

- 1. Proposez aux élèves de mettre en commun les réflexions suscitées par la rédaction du texte, en vous inspirant des questions suivantes :
 - Avez-vous eu des surprises lors de l'entrevue? Lesquelles?
 - Les changements apportés par le Mouvement de libération des femmes ont-ils semblé bénéfiques à la personne que vous avez interrogée? Pourquoi?
 - Quels sont les arguments fournis par celles et ceux qui refusaient les changements sociaux proposés par les groupes de femmes? (Par exemple, certains s'élevaient contre l'avortement pour des considérations religieuses et morales.)
 - Quels sont les arguments fournis par celles et ceux qui favorisaient les changements sociaux proposés par les groupes de femmes? (Par exemple : il est profitable pour tout le monde que les femmes participent aux décisions dans la société. Nous avons besoin de tous les points de vue pour améliorer le monde.)
 - Parmi les gens interrogés par les élèves de la classe, la majorité était-elle initialement favorable aux changements exigés par le mouvement des femmes?
 - Parmi les gens interrogés par les élèves de la classe, certains ont-ils changé d'avis quant à l'influence positive ou négative du mouvement des femmes? (Par exemple, un grand-père qui n'acceptait pas que sa femme travaille, alors qu'il ne peut même pas imaginer, aujourd'hui, que sa petite fille n'aie pas de métier.)
 - Qu'avez-vous appris en faisant cet exercice?

Les changements qui bouleversent les sociétés ne sont pas acceptés de la même façon par tout le monde. Chaque société a ses agents de changement, par exemple, des groupes de femmes et d'hommes qui ont milité au sein du mouvement féministe. Chaque société doit aussi composer avec des individus qui refusent le changement. Les révolutions ont mis en scène, la plupart du temps dans la violence, ces antagonismes entre les idées progressistes et conservatrices. Pensons à la guerre civile aux État-Unis, qui divisait les anti-esclavagistes et les esclavagistes ainsi qu'à la Révolution française qui opposait les Royalistes et les Républicains. Le mouvement féministe n'a pas fait de morts, mais il a néanmoins connu - et connaît encore aujourd'hui - une farouche opposition.

2. Les travaux peuvent être acheminés à : egalitejeunesse@csf.gouv.qc.ca, où ils seront mis en ligne dans le *Babillard* du site Égalité Jeunesse du Conseil (www.egalitejeunesse.com).

Réinvestissements possibles

- Regroupez les textes des élèves dans un recueil et organisez un événement pour le présenter. Il s'agira de faire une synthèse des propos recueillis chez les personnes aînées et de trouver des moyens les plus intéressants pour la transmettre aux personnes présentes.
- Invitez, dans l'école ou dans la classe, une chercheuse ou un chercheur dans le domaine des études féministes.
- Proposez aux élèves de précéder à un sondage, auprès de leurs pairs, au sujet de ce qu'ils connaissent du mouvement vers l'égalité entre les femmes et les hommes, de ses luttes et de ses acquis.

Paule Belleau

Une publicité pour l'égalité

Document de soutien : Gazette des jeunes, décembre 2007, volume 29 numéro 3

Article « Ta pub sur un t-shirt! », p. 43 et publicités publiées

dans le magazine.

Résumé de l'activité

Les élèves sont invités à créer, individuellement ou en équipes, une publicité en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, destinée à être imprimée sur un t-shirt. Ils explorent le thème ainsi que diverses techniques publicitaires. Ils définissent ensuite l'objectif de leur publicité, inventent le slogan, produisent les éléments visuels nécessaires et rédigent un court texte qui présente leur création. Cette séquence d'activités se conclut avec la mise en commun des travaux, dans le contexte d'une activité d'interprétation des publicités des élèves de la classe. Les réalisations peuvent ensuite être acheminées au Conseil du statut de la femme, pour être soumises au concours *Ta pub sur un t-shirt!*

Groupes ciblés : Cette activité peut être adaptée aux élèves de tous les cycles du secondaire.

But de l'activité : Amener les élèves à utiliser les techniques de la publicité pour développer un disours en faveur de

l'égalité entre les femmes et les hommes.

Matériel requis: - Un exemplaire de la *Gazette des jeunes* par élève ou équipe de deux élèves.

- Extrait de l'avis du Conseil du statut de la femme : Vers un nouveau contrat social pour

l'égalité entre les femmes et les hommes (2004), annexé à ce document.

- Les règlements du concours et la fiche d'inscription, annexés à ce document.

- Matériel d'art varié.

Durée: Variable

Déroulement de l'activité

Préparation

- 1. Invitez les élèves à participer à un concours de création de publicité pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes. Ces créations médiatiques pourront être soumises au jury du Conseil du statut de la femme, l'organisme gouvernemental qui publie la Gazette des femmes et son édition spéciale pour les filles et les gars, la Gazette des jeunes.
- 2. Présentez les règlements du concours à l'aide de la fiche annexée à cette planification.

Réalisation

1. Exploration du thème de l'égalité entre les femmes et les hommes

Ouestionnez les élèves sur ce qui leur vient en tête lorsqu'il est question de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Invitez les élèves à se placer en équipes de deux ou trois afin de produire une carte d'exploration¹ du thème de l'égalité entre les femmes et les hommes. Il s'agit d'écrire des listes de mots à partir de sous-thèmes, tels que l'égalité dans le monde du travail, dans la sphère domestique ou dans les relations amoureuses. On remarquera que lorsque l'on traite de l'égalité, on touche nécessairement aux concepts contraires, entre autres, les inégalités, le sexisme et la discrimination. Animez une mise en commun des cartes d'exploration des élèves et précisez quelles seront des sources d'inspiration pour la conception de la publicité.

Expliquez, à partir des sections *Les inégalités et les obstacles persistants* et *Le nouveau contexte* de l'avis du Conseil : *Vers un nouveau contrat social pour l'égalité entre les femmes et les hommes* (2004) annexées à ce document, en quoi l'égalité entre les femmes et les hommes est encore un projet en devenir, même au Québec. Proposez ensuite aux élèves de compléter leur carte d'exploration à la lumière de cette nouvelle information.

2. Exploration des techniques de la publicité

Présentez les techniques publicitaires décrites ci-dessous en invitant les élèves à donner des exemples de publicités imprimées, électroniques ou télévisuelles conçues à partir de celles-ci. Il s'agit d'une liste non exhaustive qu'il ne faut pas hésiter à compléter.

Observez ensuite, avec les élèves, les publicités imprimées aux pages 2, 24, 46, 47 et 49 de la *Gazette des jeunes* et associez-les aux diverses techniques, comme indiqué. Portez à leur attention que, dans ce magazine, on trouve des publicités sociales, qui font la promotion d'idées et de causes sociales, et des publicités de produits. Les publicités sociales sont produites, le plus souvent, par les gouvernements, les organisations syndicales ou les groupes qui défendent des causes particulières. C'est ce type de publicité que les élèves sont appelés à créer.

L'effet mode

On laisse entendre que tout le monde achète le produit ou veut l'acheter et qu'il adhère à l'idée présentée.

P. 2 : La publicité du ministère de la Santé et des Services sociaux mise sur l'attrait de l'interdit, en vogue chez les adolescents. Les feuilles de *pot* sont associées à un slogan où le mot illégal est mis en relief par un lettrage différent et plus volumineux.

L'effet célébrité

Une personnalité connue vante les mérites du produit ou de l'idée proposée.

L'humour

On présente une situation loufoque, absurde, drôle.

L'association

L'idée ou le produit est associé à un groupe de personnes, à un lieu attrayant, à une activité captivante. La publicité promet l'aventure, la séduction, le plaisir, l'efficacité.

P. 46 : La publicité de l'APTS, en présentant un groupe de filles et de gars enlacés et en utilisant le mot *cool*, met l'accent sur l'idée qu'en valorisant l'égalité, on fait partie du bon groupe.

La carte d'exploration permet d'activer connaissances antérieures des élèves sur un sujet donné. Dans ce contexte particulier, la carte d'exploration correspond aussi à un remue-méninges qui amorce le travail de création. Vous trouverez un exemple de carte d'exploration dans le site Internet du Service national du RÉCIT - Mathématique, Science et technologie : http://recitmst.gc.ca/jardin/carteexploration.PDF.

L'effet réussite

La promesse de réussite évoquée est conditionnelle à l'utilisation d'un produit ou à l'adhésion à une idée.

- P. 47 : La publicité d'Hydro-Québec valorise les études en sciences et en techniques, en présentant deux jeunes à l'air épanoui, qui n'ont rien à voir avec le stéréotype de la personne *bollé*.
- P. 49 : La publicité de la FNEEQ utilise aussi cette technique, avec une main brandie et un slogan au ton déterminé.

L'omission

On ne présente pas certains faits concernant le produit.

La répétition

On répète les mêmes arguments de vente.

On rend l'idée ou le produit attrayant en le comparant à une autre idée ou à un autre produit présenté de façon négative.

P. 24 : En précisant le nombre d'années nécessaires à la dégradation des sacs de plastique, la publicité de l'Aféas établit un parallèle avec le sac réutilisable.

Conviez les élèves à observer plusieurs publicités et à découvrir l'objectif poursuivi par chacune. Le but de la publicité de l'Association d'éducation, d'action et de défense des droits des femmes (Aféas), à la page 24 de la *Gazette des jeunes*, est d'inciter le lectorat à faire usage de sacs réutilisables.

Invitez-les aussi à analyser les moyens employés pour créer les slogans des publicités imprimées dans la *Gazette des jeunes* - des textes brefs, conçus pour *accrocher* le client potentiel - en les questionnant sur les types de mots et sur les temps des verbes utilisés dans l'élaboration de ces slogans. Les éléments visuels peuvent également faire l'objet de questions et de commentaires.

3. Élaboration du slogan

Précisez si les élèves peuvent ou non travailler en équipes et présentez le calendrier de réalisation.

Proposez aux élèves de lire l'article « Ta pub sur un t-shirt! » à la page 43 de la *Gazette des jeunes*. Attirez leur attention sur l'encadré « Un slogan? » qui propose différentes démarches pour composer un court texte.

Consignes de réalisation possibles :

- Choisir l'objectif de la publicité, l'idée à promouvoir dans une publicité destinée aux jeunes de 13 à 17 ans, sur l'égalité entre les filles et les gars, dans l'une des trois catégories (pub pour un t-shirt pour filles, pour gars ou unisexe).
- Développer un slogan qui permet d'atteindre cet objectif et déterminer quels éléments visuels peuvent enrichir le texte.
- Se référer à la fiche de règlements du concours pour se remémorer les critères de sélection de cette création médiatique.

4. Création des éléments visuels

Invitez les élèves à choisir la technique appropriée pour créer les éléments visuels, collage, dessin, peinture, etc. Rappelez-leur qu'ils peuvent choisir d'écrire le slogan avec un lettrage unique et original ou créer une illustration. Cette partie du travail peut se faire en classe d'arts plastiques ou à la maison.

Accompagnez les élèves dans la production d'une première ébauche puis dans la réalisation finale de leur publicité.

Accordez une attention particulière à la lisibilité du texte.

5. Rédaction du texte explicatif

Lorsque la publicité est complétée, demandez aux élèves de rédiger un texte d'environ cent cinquante mots, qui présente l'objectif de leur publicité et qui justifie les moyens utilisés pour l'élaborer.

Les inviter à se référer à la fiche de règlements du concours pour se rappeler les critères de sélection des textes explicatifs.

Intégration

Invitez les élèves à voir les publicités de leurs pairs, à tenter de découvrir, pour chacune, l'objectif poursuivi et à prendre en note leurs hypothèses.

Par la suite, conviez les élèves ou les équipes à présenter oralement leur publicité sociale. Demandez à l'ensemble du groupe si les objectifs des créateurs correspondent aux hypothèses notées et associez les réalisations des élèves aux différentes techniques publicitaires explorées.

Questionnez les élèves sur les apprentissages réalisés au cours de cette séquence d'activités, sur les difficultés rencontrées et les moyens mis en œuvre pour y faire face. Demandez-leur quels changements ils apporteraient à leur démarche s'ils refaisaient ce travail.

Invitez les élèves à remplir la fiche d'inscription au concours et faites parvenir les travaux par courrier postal ou courriel au Conseil, avant le 12 avril à 17 h.

Courrier postal: Ta pub sur un t-shirt!

Conseil du statut de la femme 800, place D'Youville, bureau 300 Québec (Québec) G1R 6E2

Courriel: egalitejeunesse@csf.gouv.gc.ca

Réinvestissements possibles

- Avant d'acheminer les travaux au Conseil, proposez aux élèves d'évaluer les créations médiatiques de leurs pairs, en utilisant les critères formulés par le Conseil dans la fiche des règlements du concours.
- Invitez les élèves à relever des publicités à partir de critères particuliers : celles qui misent sur l'amélioration de l'image corporelle pour vendre un produit ou d'autres qui mettent l'accent sur l'appartenance à un groupe pour obtenir le même résultat.
- Invitez les élèves à repérer des publicités en fonction de publics cibles particuliers, soit les enfants, les adolescents, les adultes, les personnes retraitées, etc.

Ressources supplémentaires

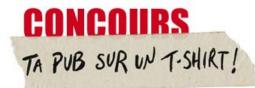
Le site du RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS pour de l'information et des planifications d'activités sur la publicité.

http://www.media-awareness.ca/francais/index.cfm

Le jeu *LES GARS LES FILLES, SOMMES–NOUS ÉGAUX?* pour explorer de façon ludique les notions d'égalité de droit versus égalité de fait.

http://www.egalitejeunesse.com/jeu/jeu1.html

Paule Belleau



Règlements

Quoi faire pour participer?

1. Crée une publicité en couleurs, qui fait la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, mesurant au maximum 21 x 21 cm, dans l'une des trois catégories suivantes :

Pour un t-shirt de fille Pour un t-shirt de gars Pour un t-shirt unisexe

- 2. Rédige un texte d'environ cent cinquante (150) mots, qui explique les choix du slogan et des éléments visuels qui composent la publicité.
- 3. Remplis la fiche d'inscription au concours.
- 4. Fais parvenir la fiche d'inscription remplie, la publicité et le texte, en format papier, avant le **12 avril 2008 à 17 h,** à l'adresse postale suivante :

Concours Ta pub sur un t-shirt! Conseil du statut de la femme Direction des communications 800, place d'Youville, bureau 300 Québec (Québec) G1R 6E2

Ou fais parvenir la publicité en format JPEG, 300 dpi, le texte et la fiche d'inscription avant le **12 avril 2008 à 17 h,** à l'adresse courriel suivante : egalitejeunesse@csf.gouv.qc.ca.

Qui peut participer?

- Les jeunes de 13 à 17 ans, domiciliés au Québec, peuvent participer individuellement ou en équipes à ce concours.
- N. B. Les employés du Conseil du statut de la femme, ses représentants, ses agents ou un membre du jury et les personnes avec qui ils sont domiciliés ne peuvent participer à ce concours.

Quels sont les prix à gagner?

- Un prix de 200 \$ sera offert à la créatrice ou au créateur de la publicité gagnante dans chacune des catégories.
- Un bon d'achat d'une valeur de 25 \$, du magasin Archambault Musique, sera remis aux auteures et auteurs des trois meilleurs textes explicatifs.
- Toutes les gagnantes et tous les gagnants recevront aussi un t-shirt imprimé de l'une des publicités primées.
- Les prix seront expédiés par courrier postal.

Ce qu'il faut aussi savoir :

- Les critères de sélection des publicités gagnantes sont les suivants :
 - 1. La présence de tous les éléments : la publicité, le texte explicatif et la fiche d'inscription remplie.
 - 2. L'efficacité de la publicité pour communiquer une idée. Il faut éviter de se servir d'images sexistes, même pour les dénoncer.
 - 3. La qualité esthétique de la publicité.
- Les critères de sélection des trois textes explicatifs gagnants sont les suivants :
 - 1. La clarté de la présentation de l'objectif de la publicité et des moyens choisis pour l'atteindre.
 - 2. La qualité de la langue écrite.
- Un jury, composé de deux membres du personnel du Conseil du statut de la femme, d'un spécialiste en communication, d'une spécialiste en éducation artistique et des membres de Mire EnScène sélectionnera les publicités et les textes primés.
- Les publicités et les textes primés seront dévoilés au Conseil, le lundi 2 juin 2008 à 15 h. Les gagnantes et les gagnants seront alors contactés. Leur publicité et leur texte seront par la suite diffusés sur le site Égalité Jeunesse (www.egalitejeunesse.com).
- Les oeuvres présentées à ce concours ne seront pas retournées.
- Droits d'auteur : en participant au concours *Ta pub sur un T-shirt!*, tu accordes au Conseil du statut de la femme, qui accepte, une licence non exclusive et irrévocable lui permettant de reproduire, de publier, de distribuer ou de représenter sous tout format ou support technique que ce soit, dont Internet, l'objet des présentes, textes, photographies ou dessins, et ce, à toutes fins poursuivies par le Conseil. Cette licence est accordée au Conseil par la participante ou le participant, sans limite territoriale ni

temps. Tu confirmes aussi que tu détiens tous les droits te permettant de réaliser cette entente et, notamment, de consentir la licence du droit d'auteur prévue ci-haut. En outre, tu garantis le Conseil du statut de la femme contre tout recours ou toute poursuite, réclamation ou demande de la part de quiconque, relativement à l'objet de ces garanties.

• Un différend quant à l'organisation ou à la conduite d'un concours publicitaire peut être soumis à la Régie des alcools, des courses et des jeux afin qu'il soit tranché. Un différend quant à l'attribution d'un prix peut être soumis à la Régie uniquement aux fins d'une intervention pour tenter de le régler.

Concours Ta pub sur un t-shirt!

Fiche d'inscription

Nom:	, 			
Prénom :				
Âge :				
Niveau d'études :				
Nom de l'école :				
Adresse de l'école :		_		
Adresse personnelle	:			
Téléphone :	()			
Courriel:		_		
La meilleure façon d	de te joindre : Téléphone □ Courriel □			
Ton slogan ou une brève description de ta publicité :				

Extrait de l'Avis

Vers un nouveau contrat social pour l'égalité entre les femmes et les hommes



Coordination

Thérèse Mailloux

Participation à la recherche et la rédaction

Christine Chabot, Diane Guilbault, Hélène Harvey, Francine Lepage, Thérèse Mailloux et Lorraine Rochon

Rédaction finale

Francine Lepage avec la collaboration de Thérèse Mailloux et d'Hélène Harvey.

Éditeur

Conseil du statut de la femme Service des communications 8, rue Cook, 3º étage Québec (Québec) G1R 5J7

Téléphone: (418) 643-4326 ou 1 800 463-2851

Télécopieur: (418) 643-8926

Internet: http://www.csf.gouv.qc.ca

Courrier électronique : publication@csf.gouv.qc.ca

Dépôt légal — 2004 Bibliothèque nationale du Québec Bibliothèque nationale du Canada

ISBN: 2-550-43157-X

© Gouvernement du Québec

La traduction et la reproduction totale ou partielle de la présente publication à des fins non commerciales sont autorisées à la condition d'en mentionner la source.

1.3 LES INÉGALITÉS ET OBSTACLES PERSISTANTS

Cependant, il subsiste des inégalités et des obstacles pour les femmes. D'entrée de jeu, il faut rappeler que les discriminations qui touchent les femmes sont souvent amplifiées lorsque s'ajoutent d'autres discriminations, fondées sur l'origine ethnique, l'appartenance à des communautés autochtones, l'âge, la religion, un handicap physique ou une déficience mentale, l'orientation sexuelle ou la condition sociale.

Plusieurs facteurs expliquent la persistance des écarts. Un des premiers concerne les conséquences toujours réelles de la maternité et des responsabilités familiales. De nos jours, même si les pères s'engagent un peu plus que par le passé dans la sphère privée, les femmes, même les plus scolarisées, voient leur autonomie économique se fragiliser avec la venue d'un enfant. Ce désavantage va persister toute la vie, en commençant par un retrait momentané ou partiel du marché du travail, augmentant ainsi les écarts salariaux; la maternité est encore un facteur qui ralentit la carrière, faute de mesures de conciliation travail-famille adéquates et d'un partage équitable des tâches familiales et domestiques entre les conjoints²¹. Un peu plus tard, la responsabilité des parents âgés vient souvent s'ajouter à la charge de travail des femmes, avec les mêmes effets contraignants²². Les femmes qui ont des enfants se retrouveront souvent désavantagées, à leur retraite, car leurs cotisations aux différents régimes de retraite privés ou publics et leurs économies seront moindres que celles des hommes ou des femmes sans enfants.

Les données d'une enquête portant sur le temps quotidien consacré à diverses tâches reliées aux travaux domestiques par chacun des conjoints en 1992 et en 1998 indiquent des progrès, notamment lorsqu'il y a un enfant de moins de 5 ans, mais montrent aussi que les femmes se chargeraient encore de 63 % des tâches dans ce cas. Par ailleurs, lorsqu'il y a un conjoint et des enfants de 5 à 19 ans seulement, la part des femmes se serait accrue de 62 % à 66 %. (Secrétariat à la condition féminine. L'avenir des Québécoises – Les suites des consultations de mars 2003, op. cit., tableau 3.3).

D'après une étude québécoise, le soutien aux personnes âgées en perte d'autonomie est assumé dans 70 % à 80 % des cas par des femmes, principalement la conjointe, la fille ou la belle-fille (citée dans : Conseil du statut de la femme. *Pour un virage ambulatoire qui respecte les femmes*, [recherche et rédaction : Marie Moisan], Québec, le Conseil, 2000, 121 p.

Les responsabilités familiales assumées peuvent également freiner l'élan de celles qui envisagent de se lancer en politique, là où les exigences et les horaires de travail sont peu compatibles avec les besoins des jeunes enfants.

Sur le plan économique, les écarts entre les femmes et les hommes sont encore importants, comme le démontre le chapitre sur l'autonomie et la sécurité économique dans le document du Secrétariat à la condition féminine cité précédemment. Les femmes de 15 à 64 ans participent moins que les hommes du même âge au marché du travail (69,7 % contre 82 % en 2002). De plus, lorsqu'elles sont en emploi, les travailleuses occupent plus souvent un poste à temps partiel (26,7 % contre 10,4 %, dans le cas des travailleurs en 2002), un phénomène qui touche surtout les hommes de moins de 25 ans, mais qui concerne les femmes de toutes les tranches d'âge. De plus, 71,2 % des employés rémunérés au salaire minimum sont de sexe féminin en 2001. Quant aux travailleuses autonomes, le revenu moyen de celles qui ont travaillé à temps plein toute l'année en 2000 s'élève à 27 267 \$, soit 14 730 \$ de moins que celui des travailleurs autonomes. On constate donc que la situation de ces travailleuses, qui n'œuvrent souvent pas dans les mêmes secteurs d'activité que les travailleurs autonomes, n'est pas toujours facile, malgré le dynamisme dont elles semblent faire preuve. Les données de l'Enquête sur la population active indiqueraient, par exemple, que les femmes ont créé quatre fois plus d'entreprises que les hommes, entre 1981 et 2001²³.

Les femmes disposent, en moyenne, d'un **revenu inférieur** à celui des hommes. En 2000, leur revenu total moyen correspond à 64,3 % de celui des hommes, selon les données du recensement de 2001²⁴. On constate, de plus, que 61,5 % d'entre elles ont obtenu un revenu moyen inférieur à 20 000 \$, ce qui a été le cas de 40,3 % des hommes cette année-là. En 2001, les gains moyens d'emploi s'élèvent à 69,1 % de ceux des travailleurs, et ce pourcentage atteint 77,9 %, lorsque seules les personnes travaillant toute l'année à temps plein sont retenues, comme on l'a déjà vu. Dans le cas de ce dernier groupe, on explique généralement l'écart entre les gains moyens des femmes et ceux des hommes par plusieurs facteurs (durée de la semaine de travail, professions occupées et secteurs d'activité, années d'expérience de travail, etc.). Cependant, la plupart des études reconnaissent qu'une partie de cet écart reste inexpliquée et peut être attribuée à la discrimination.

L'infériorité des gains moyens des femmes se vérifie dans toutes les tranches d'âge; c'est dans le groupe des 20 à 24 ans que les gains moyens des femmes se rapprochent le plus de ceux des hommes (86,1 %), mais l'écart se creuse déjà à partir du groupe des 25 à 34 ans (67,7 %). Ces statistiques reflètent sans conteste l'influence des responsabilités parentales que les femmes commencent à assumer, à ce moment, bien que les études sur l'insertion des diplômés dans le marché du travail montrent également que les jeunes hommes, dans plusieurs domaines de formation, se tirent mieux d'affaire que les jeunes

²³ Secrétariat à la condition féminine. L'avenir des Québécoises – Les suites des consultations de mars 2003, op. cit., p. 29.

Statistique Canada, Recensement 2001, compilations spéciales préparées pour le Conseil du statut de la femme, Institut de la statistique du Québec, mai 2003, adresse URL: www.csf.gouv.qc.ca Statistiques – Revenu.

femmes, en ce qui a trait aux postes obtenus et aux salaires. Il semble donc que les avancées remarquables que les femmes ont réalisées **sur le plan de la scolarisation** ne produisent pas toujours leurs pleins effets dans la sphère publique.

Les écarts de revenu entre les hommes et les femmes se reflètent également dans la **protection sociale acquise** durant la vie active et en vue de la retraite. Les prestations touchées par les femmes, en cas de chômage, d'accident du travail, de maladie ou à la retraite, sont en moyenne inférieures à celles reçues par les travailleurs. Enfin, lorsqu'elles sont à la tête d'une famille monoparentale, quand elles vivent seules, à plus forte raison si elles sont âgées, les femmes se retrouvent plus souvent que les hommes en situation de faible revenu.

La concentration des travailleuses et des travailleurs dans des métiers et secteurs différents semble encore une caractéristique du marché du travail, malgré les efforts déployés pour abolir les ghettos d'emploi et influencer l'orientation scolaire des filles et des garçons. En effet, bien que certaines femmes exercent maintenant des professions autrefois choisies surtout par les hommes – médecine, administration, droit –, les femmes, en général, hésitent encore à se diriger vers des métiers non traditionnels ou des carrières en informatique ou en sciences appliquées où, pourtant, les perspectives d'emploi sont souvent excellentes. La difficulté de s'intégrer à des milieux plus masculins est encore perceptible. De leur côté, les hommes sont peu enclins à envahir des champs prétendument féminins, tels les métiers relatifs aux soins (infirmiers, éducateurs en garderie, etc.) ou très majoritairement féminins, comme le secrétariat et l'enseignement primaire. Il faut dire que ces occupations apparaissent souvent peu attrayantes, financièrement, pour eux.

Par ailleurs, la **violence** sous toutes ses formes (agressions physiques, inceste, agressions à caractère sexuel, sévices envers les plus âgées, prostitution, trafic, homicide, etc.) que subissent les femmes constitue un fléau social dont les répercussions sur les victimes sont exponentielles. Elle atteint aussi les autres femmes, qui craignent pour leur sécurité et celle de leurs proches et qui limitent ainsi volontairement leurs déplacements. Les études font de plus en plus le lien entre violence conjugale, inégalité sociale et économique, et domination d'un sexe sur l'autre²⁵. Les stéréotypes masculins sont également en cause dans les comportements violents. Enfin, tous les hommes sont également victimes de ce phénomène, dans la mesure où, bien que non violents pour la plupart, ils peuvent être considérés, étant donné leur sexe, comme potentiellement dangereux dans certaines circonstances (le soir, dans les endroits non éclairés ou déserts, dans les stationnements, etc.).

Du côté de **la participation aux instances de pouvoir**, les femmes ont fait des progrès importants, mais les avancées ne sont pas les mêmes partout, et il reste beaucoup à faire pour atteindre la parité. Comme on l'a vu, en 2004, les femmes représentent 32 % des députés et 32 % des ministres, à l'Assemblée nationale, et 25,3 % des élus québécois à la Chambre des communes. En février 2003, elles occupent 10,9 % des postes à la mairie et

_

²⁵ Conseil du statut de la femme. *La violence conjugale au Québec : un sombre tableau*, [recherche et rédaction : Marie Moisan et Christiane Bonfanti], Québec, le Conseil, 1994, 93 p.

24,1 % des sièges dans les conseils municipaux. L'étude publiée par le Secrétariat à la condition féminine, L'avenir des Québécoises²6, fait également état de la présence des femmes dans les instances judiciaires; en 2002, elles représentent 6,5 % des juges à la Cour municipale et environ 25 % à la Cour d'appel, à la Cour supérieure et à la Cour du Québec. Dans l'administration publique du Québec, elles occupent 37,5 % des postes de la haute direction de la fonction publique, tandis qu'elles représentent 25,1 % des cadres supérieurs et 28,4 % des cadres intermédiaires, en 2002. Enfin, pour ce qui est du milieu des affaires, la présence des femmes au sommet des entreprises demeure faible. Par exemple, 47 % des 101 firmes québécoises qui figurent au palmarès des 500 plus grandes entreprises canadiennes n'avaient pas de femmes à leur conseil d'administration, selon une étude rendue publique en 2002. De plus, les femmes occupaient seulement 10 % du total des sièges disponibles dans les conseils d'administration de ces 101 entreprises²7.

1.4 LE NOUVEAU CONTEXTE

Le contexte politique et social fait apparaître de nouveaux enjeux de société, liés à la mondialisation économique, à la démographie et aux changements dans la gouvernance, qui interpellent également les femmes. De plus, des phénomènes sociaux en émergence prennent la forme de nouveaux obstacles à l'égalité.

L'expansion rapide des **nouvelles technologies des communications et de l'information**, au cours des dix dernières années, a fait surgir de nouvelles problématiques. En particulier, le réseau Internet, bien que porteur de multiples possibilités pour les femmes, facilite aussi la diffusion d'images pornographiques et violentes à leur égard, le trafic sexuel et la prostitution de femmes et d'enfants, le tourisme sexuel et le commerce d'épouses²⁸. Ce phénomène est d'autant plus inquiétant que les possibilités de réglementation du réseau Internet sont très faibles, voire inexistantes, à l'heure actuelle.

D'autres médias électroniques (télévision, vidéos, clips, cinéma, etc.) jouent, dans la création de l'imaginaire et les perceptions, un rôle dont il est difficile de mesurer l'ampleur. Par exemple, « l'insensibilité croissante à la gravité de la violence renforce les attitudes sexistes et les comportements violents envers les femmes, réduisant d'autant les possibilités d'établir des rapports égalitaires et harmonieux entre les femmes et les hommes, entre les filles et les garçons »²⁹. Les messages véhiculés par la publicité sont de mieux en mieux ciblés et de plus en plus efficaces. Les images présentées aux jeunes accentuent souvent les stéréotypes.

26 Secrétariat à la condition féminine. L'avenir des Québécoises – Les suites des consultations de mars 2003, op. cit.

²⁷ Selon une étude de Catalyst Canada citée dans: Jean-Sébastien TRUDEL. « Les portes des conseils d'administration s'ouvrent aux femmes », Les Affaires, 5 décembre 2002.

Womenspace. *La cyberégalité des femmes et l'Internet : le monde virtuel vécu par les femmes,* adresse URL : http://www.womenspace.ca

²⁹ Secrétariat à la condition féminine. L'avenir des Québécoises – Les suites des consultations de mars 2003, op. cit., p. 122.

La prédominance des valeurs marchandes dans la société et la sexualisation du corps des femmes font aussi naître de **nouvelles formes de stéréotypes sexuels**. Par ailleurs, on commence à documenter l'érotisation des toutes jeunes filles. L'industrie de la consommation, la sexualisation des modèles proposés, la dictature de la mode et l'obsession de la minceur qu'elle suscite conditionnent les filles à la dépendance vis-à-vis des hommes et renforcent le rôle de la femme-objet³⁰.

Pour les garçons, les conséquences des stéréotypes peuvent aussi être préjudiciables. Par exemple, certains avancent qu'ils semblent plus attentifs à l'opinion de leurs pairs et moins sensibles aux commentaires des adultes. Ils attribuent plus facilement leurs échecs à des facteurs externes. Leur culture, les styles d'interaction qu'ils privilégient peuvent donc rendre l'exercice du métier d'élève plus difficile³¹. Malheureusement, plusieurs jeunes ne valorisent pas les qualités intellectuelles, ce qui va à contre-courant des exigences de la société du savoir. De plus, la culture de certains adolescents, qui valorisent à l'excès la force physique, la témérité comme fondement de la masculinité, peut amener des conduites ou comportements excessifs nuisibles pour leur santé.

Le discours antiféministe de certains hommes trouve également un écho dans quelques médias. Pour régler les problèmes d'identité masculine, certains prônent un retour au temps où les rôles sociaux étaient prédéterminés. D'autres tentent de justifier des comportements inacceptables, comme la violence faite aux femmes, par des raisons biologiques. Certains groupes tiennent des propos haineux sur leurs sites Web et n'hésitent pas à faire de la désinformation quant à la situation des femmes en général et des femmes dans des postes de pouvoir en particulier. Leur rancœur a souvent comme point de départ une rupture ou un problème de garde d'enfants. On recourt parfois à une symétrisation des problèmes des hommes, qu'on met en parallèle avec ceux des femmes, excluant toute référence aux rapports de pouvoir. Cela entraîne une certaine confusion, comme dans le dossier de la violence conjugale, par exemple, où, selon ce nouveau regard symétrique et sans nuance quant à la gravité des gestes et des conséquences sur la victime, les hommes seraient autant victimes de violence que les femmes.

Enfin, une opinion publique fortement répandue considère que l'égalité pour les femmes au Québec est atteinte, grâce en grande partie à leur réussite scolaire. Des jeunes et moins jeunes s'identifient peu aux revendications féministes et estiment que les obstacles qui demeurent sont davantage de nature privée ou individuelle. Répercutée par les médias, qui concentrent leur attention sur d'autres problématiques, en particulier celle des hommes, cette opinion rend plus difficiles les revendications contre la violence et les discriminations que subissent encore les femmes.

28

Voir Pierrette BOUCHARD et Natasha BOUCHARD. « "Miroir, miroir...", La précocité provoquée de l'adolescence et ses effets sur la vulnérabilité des filles », Les Cahiers de recherche du GREMF, Université Laval, 2003.

Conseil supérieur de l'éducation. *Pour une réussite scolaire des filles et des garçons*, Québec, le Conseil, 1999.

Par ailleurs, sur un plan plus global, la libéralisation des échanges économiques impose de nouvelles règles du jeu aux États, règles auxquelles le Québec n'échappe pas. Les capitaux et les entreprises, à la recherche de la rentabilité la plus élevée, sont devenus plus mobiles. Les entreprises qui oeuvrent sur la scène mondiale sont soumises à une concurrence et à une compétitivité accrues. L'organisation du travail change. Des possibilités d'emploi nouvelles et stimulantes se développent, notamment pour la maind'œuvre scolarisée. En même temps, flexibilité, allongement de la semaine de travail, précarité, réduction des conditions de travail et perte d'emplois définissent également ce nouveau marché du travail. Soumis aux règles des marchés financiers, les États sont contraints à une gestion plus rigoureuse des finances publiques.

Cet environnement, qui semble mettre au sommet de la hiérarchie des valeurs le profit, la rentabilité économique, la compétitivité et l'individualisme, n'est pas sans soulever des inquiétudes au sein de la population féminine. En outre, les gouvernements actuels, en Occident, tendent de plus en plus, pour des raisons idéologiques et économiques, à se retirer de certaines activités que l'État gérait lui-même auparavant. Certaines sont prises en charge par le secteur à but lucratif, quelques-unes sont déléguées au secteur communautaire, notamment dans ce qu'on appelle l'économie sociale, d'autres sont tout simplement retournées aux familles, particulièrement en ce qui regarde les soins aux proches. Compte tenu de la division sexuelle du travail, dans la sphère publique comme dans la sphère privée, ce sont surtout les femmes qui sont affectées par ces changements, que ce soit comme travailleuses ou comme aidantes bénévoles.

Au Québec, les femmes, qui occupent encore une place inégale sur le marché du travail, qui assument principalement la conciliation travail-famille et qui demeurent sous-représentées dans les instances de pouvoir, ne souhaitent pas que ces nouvelles tendances viennent freiner leur élan vers l'égalité. Reconnaissant que l'avènement d'un État moderne à compter des années 1960 leur a permis d'entrer en grand nombre sur le marché du travail (lois assurant l'égalité, services publics en santé, éducation et services sociaux, lois sociales), certaines craignent que la réduction du rôle de l'État signifie pour elles la perte de bons emplois, un accroissement des exigences, le renvoi de services publics à un tiers secteur largement féminin et peu rémunéré ou à la famille.

Par ailleurs, au Québec, le vieillissement de la population va de pair avec une baisse de la natalité³². Le gouvernement est préoccupé par ces questions démographiques, d'une part, à cause des coûts que peut entraîner ce vieillissement de la population et, d'autre part, à cause des pénuries de main-d'œuvre qui se dessinent à l'horizon. Il souhaite donc que les personnes d'âge actif s'investissent davantage. Mais, en même temps, ces personnes ont besoin de temps, pour avoir une famille et en prendre soin. Il faut donc des politiques sociales qui donnent aux jeunes, femmes et hommes, la possibilité de contribuer à la vie économique et d'avoir des enfants sans mettre en péril leur autonomie économique. De plus, les familles sont aujourd'hui plus sujettes à

_

La population du Québec n'étant pas un tout homogène, cette affirmation ne s'applique pas aux communautés autochtones (1 % de l'ensemble de la population du Québec), où la population vieillit moins rapidement que dans l'ensemble du Québec et où l'on retrouve une forte proportion de jeunes.

l'éclatement et à la transformation. Depuis trente ans, les modèles de familles se sont multipliés, rendant probablement plus complexe la conciliation entre le travail et les responsabilités familiales.

Le Québec, qui compte sur l'apport de l'immigration, doit également relever le défi d'accueillir et d'intégrer des populations d'origines et de cultures plus diversifiées que par le passé. Enfin, certaines régions du Québec sont davantage affectées par le déclin démographique, entre autres les régions-ressources. Si elles veulent assurer leur développement, elles devront réussir à retenir leur population et même à attirer de nouveaux éléments, entre autres des jeunes et des personnes scolarisées. Comme la plupart des femmes souhaitent participer au marché du travail, il faudra qu'elles puissent y trouver, tout comme les hommes, des emplois ou des occasions d'affaires à leur convenance.

Enfin, il y a environ une décennie, le gouvernement du Québec a entrepris une opération de décentralisation et de régionalisation. Le défi consiste alors à s'assurer que les besoins des femmes soient pris en considération et qu'elles puissent faire entendre leur voix et participer à la prise de décision. Les instances régionales ou locales doivent donc se sentir à leur tour porteuses de l'idéal de la société égalitaire à réaliser afin que les femmes autant que les hommes puissent participer, à parts égales, au développement de leur communauté. Il importe également que ces instances régionales et locales se sentent liées par les politiques et les engagements pris au niveau national.

En bref, le contexte de la mondialisation économique, la question démographique et les changements dans la gouvernance posent des défis pour les femmes qui souhaitent devenir des citoyennes à part entière, mais ils représentent aussi des occasions à saisir pour les femmes et pour la société. En effet, une société qui mise sur l'éducation et la scolarisation des hommes et des femmes, qui voit à ce que l'organisation du travail permette tant aux travailleurs qu'aux travailleuses d'assumer leurs autres responsabilités et qui se préoccupe de mieux réconcilier la sphère publique et la sphère privée possède sûrement des atouts pour relever ces défis.

En résumé, à l'aube du IIIe millénaire, les progrès réalisés par les femmes sont remarquables. Une prise de conscience collective, au sein d'un mouvement des femmes vigoureux et agissant, leur a permis de se donner une vision d'une identité politique propre et de multiplier les champs d'action et de revendication. Ces stratégies se sont avérées fructueuses pour les femmes, mais aussi pour l'ensemble de la société québécoise. Les filles et les femmes ont élargi leurs possibilités au-delà du schéma traditionnel des rôles autrefois réservés à leur mère. Il en est résulté des gains majeurs, au cours du dernier siècle, et plus particulièrement des trente dernières années.

Toutefois, l'entrée des femmes dans la sphère publique, si elle a donné lieu à certaines adaptations, n'a pas entraîné toutes les modifications souhaitables dans l'organisation du travail, dans l'organisation sociale et dans le partage des tâches et des responsabilités entre les hommes et les femmes dans la sphère privée. Les relations hommes-femmes, les institutions, la société gardent encore l'empreinte des rôles sociaux traditionnels. Qui

Concours Ta pub sur un t-shirt!

Fiche d'inscription

Nom:	, 			
Prénom :				
Âge :				
Niveau d'études :				
Nom de l'école :				
Adresse de l'école :		_		
Adresse personnelle	:			
Téléphone :	()			
Courriel:		_		
La meilleure façon d	de te joindre : Téléphone □ Courriel □			
Ton slogan ou une brève description de ta publicité :				

plus est, lorsque apparaissent les crises économiques ou les restructurations dues à la mondialisation, lorsque l'État se retire du social, lorsque les tensions de vie dues au cumul des responsabilités familiales et professionnelles s'aggravent, il y a danger que les rôles sociaux traditionnels reprennent le dessus et que les inégalités entre hommes et femmes se maintiennent.

Les efforts doivent donc se poursuivre dans des chantiers qui prennent de plus en plus la dimension d'enjeux sociaux : socialisation et éducation; conciliation entre la famille, le travail ou les études, et la vie citoyenne; respect des droits de la personne et lutte à toutes les formes de violence fondées sur le sexe; égalité professionnelle; participation aux instances de pouvoir et à la prise de décision. Nous pensons que, dans plusieurs cas, il y aurait intérêt à ce que les hommes et les femmes joignent leurs efforts, à ce que davantage d'acteurs sociaux participent. C'est dans ce sens que, en tablant sur les approches qui ont porté fruit dans le passé, il nous semble important d'actualiser nos stratégies.