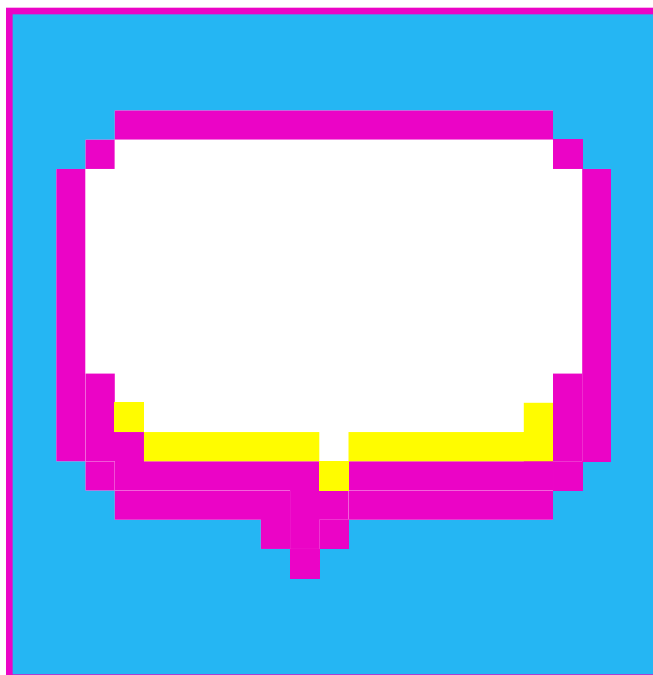
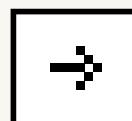


STÉRÉOTYPES DE GENRE, CYBERVIOLENCE ET RÉSEAUX SOCIAUX



CONSCIENTISER



AVANT PROPOS

IDÉE GÉNÉRALE

Le but premier de ce livret est de travailler l'**esprit critique** des jeunes faces aux publications et tendances auxquelles ils peuvent être confrontés sur les réseaux sociaux.

Il n'est pas question de façonner leurs avis mais de les inviter à se questionner, à débattre et à découvrir des états des lieux de sources fiables (institutionnelles).

Le second objectif est de les aider à identifier les cyberviolences, savoir comment s'en prémunir et réagir.

Enfin, la dernière activité (6) vise à faire émerger chez les jeunes des idées de projets afin qu'ils travaillent leur pouvoir d'agir et leur citoyenneté.

Si des projets prennent formes, n'hésitez pas à vous rapprocher de La Ligue pour la bourse à projet "OSE TES IDÉES" (financement jusqu'à 1500€).

PUBLIC

Ces activités sont destinées à un public d'au moins 12 ans (collège) et plus.

ORGANISATION

Le livret est conçu pour pouvoir piocher les activités qui vous intéressent selon les publics et sensibilités.

SOMMAIRE

ACTIVITÉ ET APPORTS 1	Définition des stéréotypes de genre	p.4
ACTIVITÉS 2 ET 3 ET APPORTS	Les stéréotypes sur les réseaux sociaux	p.8
APPORTS ET ACTIVITÉ 4	Différence entre féminisme et masculinisme	p.14
APPORTS ET ACTIVITÉ 5	Faire le lien avec les cyberviolences	p.18
ACTIVITÉ 6 ET APPORTS	Pouvoir d'agir et citoyenneté	p.28
SOURCES		p.30

ACTIVITÉ 1

OBJECTIF

Faire ressortir les représentations communes que l'on peut avoir sur les garçons / filles

MATÉRIEL

- 1 feuille par personne
- 1 crayon par personne
- $\frac{2}{3}$ gommes

CONSIGNE

Diviser le groupe en 2. Le groupe 1 doit dessiner une fille en 1 min 30 et le groupe 2 un garçon dans le même temps. Le but est de bien reconnaître une fille / garçon juste en regardant le dessin.

Puis en collectif afficher les dessins, repérer les similarité (représentations communes) et les noter dans un tableau en deux parties (Filles / garçons) en faisant attention de laisser de la place.

Rajouter les éléments suivants dans le tableau :

- Ce qu'aime les filles / garçons
- Les qualités et défauts des filles / garçons

ACTIVITÉ 1



QUESTIONNEMENT / DÉBAT

Que dit-on des filles qui “ressemblent à des garçons” et des garçons qui “ressemblent à des filles” ?

Qu’en pensez-vous ? C’est quoi le genre ?

DÉFINITION “GENRE”

Un ensemble de normes, de rôles et de comportements que l’on attend d’une personne selon son sexe.

APPORTS

QUESTIONNEMENT

D'après l'activité que l'on vient de faire, qu'est-ce que c'est, selon vous, les stéréotypes de genre ?

AIDE

Dans l'activité, on a instinctivement attribué des caractéristiques aux filles / garçons

DÉFINITION

"Idée toute faite sur un groupe de personne"
"Un stéréotype est une image préconçue, une représentation simplifiée d'un individu ou d'un groupe humain"

COMPRENDRE

Nous avons tous des stéréotypes. Ces stéréotypes construisent des préjugés. C'est ce que l'on appelle un biais cognitif. Le biais cognitif est un raccourci de notre cerveau nous permettant d'analyser rapidement une situation.

APPORTS

Dans l'histoire, les symboles de féminité ou de masculinité ont évolué. Est-ce qu'ils pourraient encore évoluer selon vous ?

HOMMES

- Dans l'Antiquité les cheveux longs étaient symbole de virilités
- Dans divers régions la jupe / robe est un vêtement masculin ou féminin
- Dans l'Égypte ancienne les hommes de pouvoir se maquillaient



FEMMES

- Dans l'histoire, ce sont plutôt les corps de femmes généreux qui étaient valorisés et signes de féminité
- La peau blanche contrairement au bronzage
- Dans les années 20 les cheveux courts sont à la mode



ACTIVITÉ 2

OBJECTIF

Identifier les stéréotypes de genre sur les réseaux sociaux

MATÉRIEL

- 1 feuille par groupe
- 1 crayon par groupe
- 1 tableau



L'activité peut se faire à partir des réseaux sociaux des jeunes. Ils peuvent sélectionner des publications / influenceurs qui selon eux véhiculent des stéréotypes de genre

CONSIGNE

Questionner le public : "selon vous, retrouve t-on les stéréotypes de genre sur les réseaux sociaux ?"

Diviser le groupe en 2 "fille vs garçon". Désigner un scribe et un rapporteur. Les groupes doivent dresser une liste des influenceurs qu'ils regardent et les thématiques qu'ils consultent.

En collectif, le rapporteur du groupe vient énoncer les influenceurs et thématiques et le scribe note la liste au tableau. Idem pour l'autre groupe.

Questionner le public : "après apport collectif, est-ce que vous confirmez ou non votre hypothèse ?"

ACTIVITÉ 3

OBJECTIF

Repérer les stéréotypes de genre sur les réseaux sociaux

MATÉRIEL

- 1 feuille par groupe
- 1 crayon par groupe
- 1 tableau
- 1 vidéoprojecteur
- 1 ordinateur

CONSIGNE

Individuellement, le public regarde les captures d'écrans des comptes des influenceurs très connus. Il essaie de relever tous les stéréotypes qu'ils identifient.

En collectif, l'animateur/parent projette les captures d'écran afin d'établir une liste commune.

Questionner le public : "après apport collectif, est-ce que vous confirmez ou non votre hypothèse ?"



Tiboinsshape

tiboinsshape

#TeamShape

T-shirt @teamshape

Whey protein & creatine @inshapenutrition

Fitness app @shapeyou

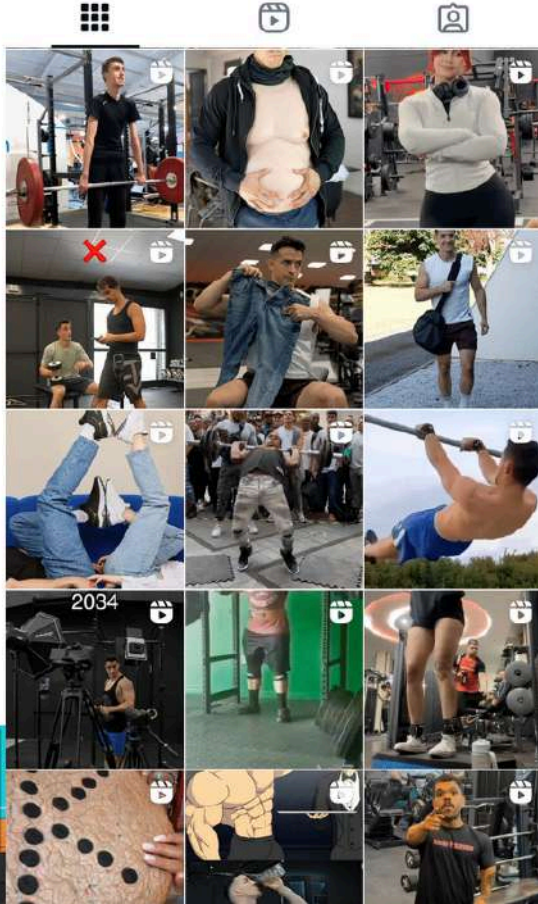
shapeyou.fr/fr

Tibo Inshape motivation 132,8K membres

Suivre Écrire Adresse e-mail



Evolution



Lena Situations

lenamahfouf

i <3 making videos

podcast @canape6places

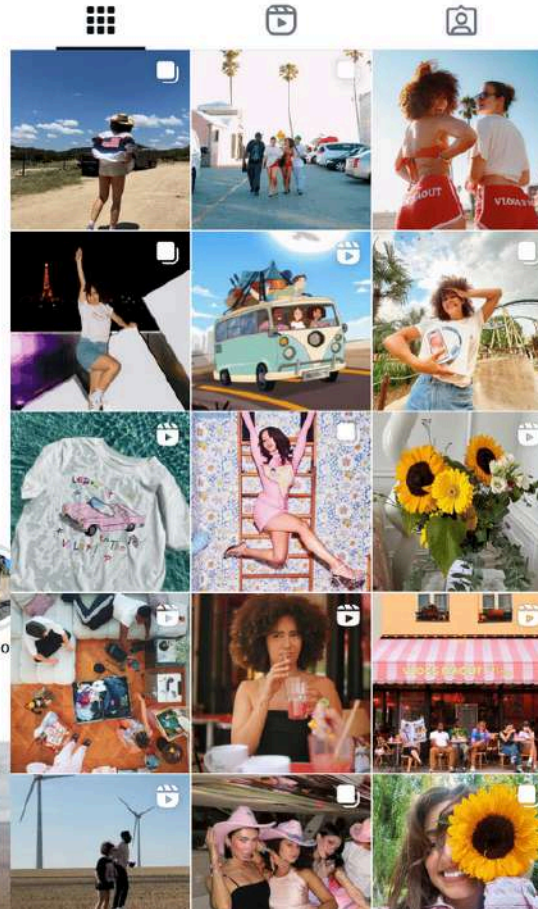
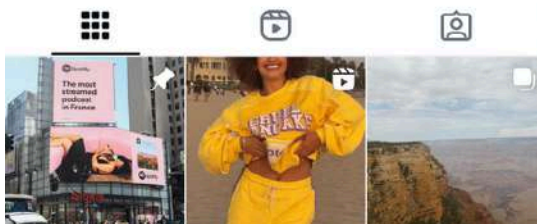
+=+

Voir la traduction

youtu.be/ECok_Hn3GjY?si=GN5KgZrpQJVktw...

entre nous 722,5K membres

Suivre Écrire Adresse e-mail



gmk001

1063 publications 4,7 M followers 148 following

GMK

gmk001

Basé à Monaco
 Lambo Revuelto
 992 GT3 RS
 RS6 GT ... plus

L'aberrance · 543,4K membres

Suivre Écrire Adresse e-mail

gmk001 Suivre

leaelui

641 publications 10,4 M followers 338 following

Lea Elui G
 Confidence and Positivity only!
 ✉ : business@leuilea.com
 Voir la traduction

Suivre Écrire Adresse e-mail

leaelui Suivre

mastuu_

218 publications 3 M followers 332 following

Mastu

mastuu_

Pirate

Mail pro : contact@mastucorp.com

www.youtube.com/channel/UCAhaFPP6v3WCf...

Groupe heureux · 430,8K membres

Suivre Écrire Adresse e-mail +

mastuu_

carolinereceveur

3374 publications 5,5 M followers 339 following

Caroline Receveur

Art

Suivre Écrire Adresse e-mail +

carolinereceveur

APPORTS

Que pensez-vous de ces extraits d'articles ? Est-ce que ces sources corroborent ce qui est ressortie des discussions ?



Radios ▾ Catégories ▾ Podcasts

Les réseaux sociaux "agissent comme une arme de construction massive des stéréotypes de genre"

En cause, les réseaux sociaux, notamment, soulignent les autrices de ce rapport. *"Ils agissent comme une arme de construction massive des stéréotypes de genre, en les relayant et les amplifiant, dès le plus jeune âge"*, écrivent-elles. C'est particulièrement le cas chez les jeunes filles, qui reproduisent les images stéréotypées qu'elles voient sur les réseaux sociaux, amplifiant d'autant plus le phénomène. *"Elles peuvent être amenées à s'approprier des manières d'être qui ne sont pas forcément les leurs, mais dans l'objectif d'être populaires sur les plateformes et les réseaux"*, observe Marine de Montaignac, autre co-rapporteuse.

Source : [France Inter](#)



Formation Recherche et innovation Vie de campus Admissions et bourses

Les chiffres du [rapport du HCE](#) sur l'invisibilité des femmes dans le numérique sont à ce titre plus qu'éloquents. A partir de l'analyse des 100 contenus les plus vus sur YouTube, TikTok et Instagram, il établit que sur Instagram, plus des deux tiers de ces contenus (68 %) véhiculent des stéréotypes de genre, tandis qu'un quart (27 %) comprend des propos à caractère sexuel et près d'un cinquième (22 %) des propos sexistes. TikTok n'échappe pas à cette tendance avec 61 % de vidéos exposant des comportements masculins stéréotypés et 42,5 % des contenus humoristiques et de divertissement proposant des représentations dégradantes des femmes.

Source : [Université Paris Sorbonne](#)

SYNTHÈSE

Étude pour la commission FEMM



- Le genre est un élément majeur de la publicité ciblée sur les médias sociaux. Cependant, les informations disponibles sur le fonctionnement de ces algorithmes sont insuffisantes. Le genre est également un paramètre important des fonctions de recommandation, qui fournissent du contenu différent pour les hommes et les femmes. En ce sens, les médias sociaux contribuent au renforcement et même à l'amplification des stéréotypes de genre.

Source : [Parlement Européen](#)

APPORTS

Questionner les participants, selon eux :

- C'est quoi le féminisme ?
- C'est quoi le masculinisme ?
- Quelles sont les différences ?

FÉMINISME

Mouvement qui préconise l'égalité entre l'homme et la femme, et l'extension du rôle de la femme dans la société.

Source : dictionnaire Le Robert

MASCULINISME

Ensemble de revendications cherchant à promouvoir les droits des hommes et leurs intérêts dans la société.

Source : dictionnaire Le Robert

Dans son ensemble et dans l'histoire, le féminisme vise l'égalité de droit et de fait entre les femmes et les hommes. Cela s'explique historiquement par le fait que les femmes avaient moins de droits que les hommes.

En revanche, le masculinisme est une réaction au féminisme et repose sur 3 hypothèses principales :

- L'égalité des droits est déjà là
- Les femmes ont pris le pouvoir avec le féminisme
- Il y a une crise de la "masculinité"

Source féminisme : [ONU](#)

Source masculinisme : [Paris Sorbonne Université](#)

ACTIVITÉ 4

OBJECTIF

Repérer les stéréotypes à caractère sexiste.

MATÉRIEL

- 1 vidéoprojecteur
- 1 ordinateur
- Le livret

DÉFINITION SEXISME

Par exemple, un stéréotype à caractère sexiste veut que les femmes soient naturellement très sensibles et les hommes les plus forts. Le sexisme désigne une façon particulière et souvent dénigrante de se comporter avec autrui en raison de son sexe.

CONSIGNE

Projeter ou consulter les exemple ci-dessous (p. suivantes) en collectif ou individuellement.

Questionner :

- Avez-vous déjà été confronté à ce genre de contenus ?
- Trouvez-vous ces propos problématiques, pourquoi ? Quels impacts peuvent-ils avoir ?



Une présence constante à la maison

Autrefois, les hommes partaient à la chasse et à la guerre, accomplissant ainsi des exploits qui n'étaient pas accessibles à leurs femmes et qui forçaient automatiquement le respect. *Mais si tu es en train de me regarder actuellement et que la seule chose que tu fais de tes journées, c'est travailler de 9 à 17h, que fais-tu de différent que ta femme ne pourrait pas reproduire ? Rien. Efforce-toi de réaliser des actions qui lui rappelleront à chaque instant pourquoi tu es l'homme et elle est la femme.



LES SIGNES QUI FONT DE TOI UN HOMME FÉMINISÉ

39 k vues · il y a 2 ans



BryanForReal

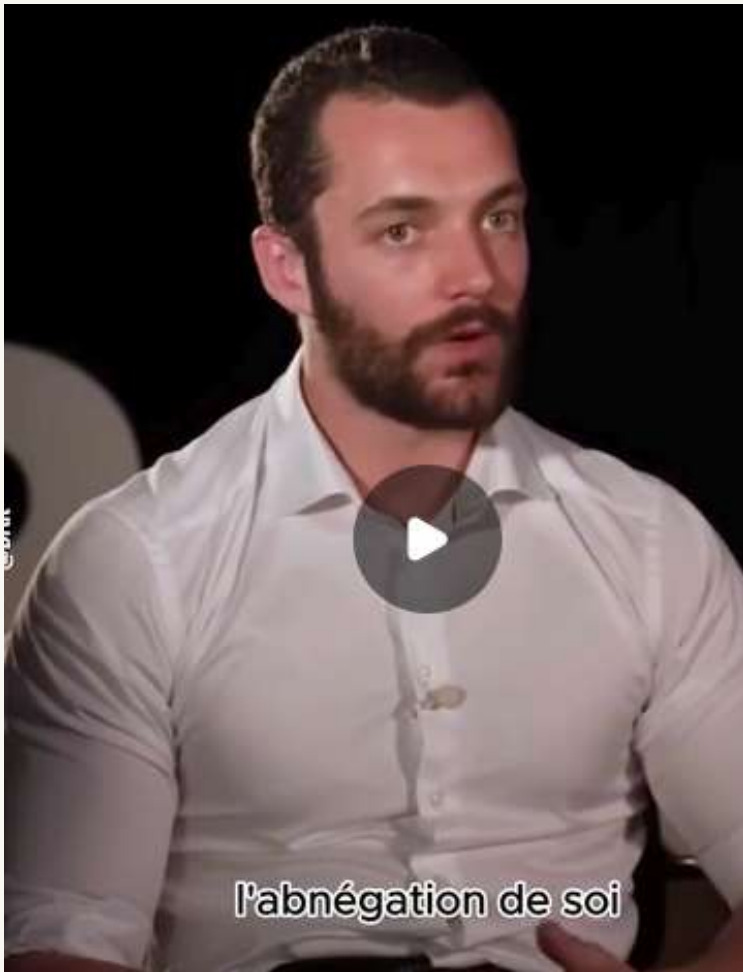
JE DEVIENS TON MENTOR ICI : <https://app.iclosed.io/e/Bryanforrealekool/forreal-elite> REJOINS L'EQUIPE DANS THE FORREAL ...

➔ **Résumé** BryanForReal présente une liste de comportements et d'habitudes qui altèrent la perception de la masculinité a... ▼

"Si vous vous reconnaissez dans cette liste vous avez intérêt à changer car tout simplement vous faites partie de la team bêta fragile.

Les signes qui font de toi un homme féminisé

- **Les vêtements trop serrés**
- **Être un homme émotif** car l'avantage qu'on les hommes par rapport aux femmes c'est la raison / la rationalité
- **Ne pas avoir envie d'être son propre boss** car l'essence de l'homme c'est de conquérir
- **Ne pas être sportif** alors que les hommes doivent se dépenser
- **Ton but c'est d'avoir une femme** et une famille
- **Être indécis / hésitant** parce que les femmes ne savent pas ce qu'elles veulent alors elles ne veulent pas d'un homme hésitant.
- **Parler derrière le dos / ragoter** car les hommes affrontent les choses
- **Ne pas aimer la compétition"**



“Les valeurs de la masculinité sont cruciales pour la société.

Des exemples :

- L’abnégation de soi*
- La discipline*
- Le courage*
- La protection d’autrui “*



“Une femme de valeur est une femme : belle, jeune et avec un faible bodycount”

“Les femmes ne savent pas ce qu’elles veulent - Dans le meilleur des cas les femmes ont une idée générale de ce qu’elles recherchent mais elles sont incapable de le formuler de façon claire et précise.”

APPORTS

En ligne comme hors ligne, les règles de représentation sont souvent plus strictes et plus codifiées pour les filles que pour les garçons. On retrouve ici les rôles basés sur des stéréotypes sexistes qui sont attribués aux filles et aux garçons dès l'enfance, renforcés par les médias, la télé-réalité, les clips musicaux, le cinéma ou encore les publicités. Si les filles ne respectent pas ces codes, elles peuvent être cibles de violences.

CELA CREUSE LES DIFFÉRENCES DE REPRÉSENTATION

Le sondage inédit CSA-France Stratégie** mené chez les 11-17 ans dans le cadre de ce rapport "*met en évidence une adhésion précoce aux stéréotypes d'aptitudes et de rôles sociaux différenciés*". Cette vision stéréotypée chez les adolescents "*baisse en moyenne avec l'âge, mais l'écart se creuse entre les filles et les garçons, plus marqués par les stéréotypes*", poursuit le rapport. Il y a "*un très fort ancrage de l'adhésion aux stéréotypes de l'assignation des femmes au 'care', c'est-à-dire aux soins des enfants et aux soins des autres d'une manière générale, et puis des stéréotypes très ancrés sur la soumission à l'apparence des filles et sur le devoir de protection des garçons*", indique au micro de France Inter Cécile Jolly, cheffe de projet, co-rapporteuse de cette étude.

Source : [France Inter](#)

LES CHIFFRES SUR LES CYBERVIOLENCES SEXISTES

- 82% des répondant-es **victimes** de cyberviolences sexistes ou sexuelles sont des **femmes** ou des **filles**.
 - 85% des **agresseurs** dont l'identité est connue par les victimes sont des **hommes** ou des **garçons**.
 - Plus d'une victime sur 4 a subi une diffusion non consentie d'images sexuelles ou intimes.
- Le phénomène touche particulièrement les plus jeunes : plus d'un tiers des victimes mineures sont concernées.

Source : [point de contact](#)

ACTIVITÉ 5



Selon l'âge de votre public, sélectionner les cyberviolences que vous souhaitez aborder.

OBJECTIF

Faire le lien entre les stéréotypes de genre et les cyberviolences

MATÉRIEL

- 1 vidéoprojecteur
- 1 ordinateur
- Le livret

DÉFINITION CYBERVIOLENCE

Elle se définit comme un acte agressif, intentionnel, perpétré par un individu ou un groupe aux moyens de courriels, SMS, réseaux sociaux, jeux en ligne, etc.

CONSIGNE

Questionner le public :

“Quels exemples de cyberviolences pouvez-vous donner ?”

En marchant

- Des exemples de cyberviolences vont être donnés. A chaque fois que vous connaissez une fille victime avancer d'un pas
- Idem pour les garçons.
- Qu'est-ce qu'on constate ? Comment on l'explique ? Que doit-on faire ?

CYBER OUTING

Signifie « sortie » en référence à l'expression « sortir du placard » en français.

Action de révéler l'orientation sexuelle et/ou amoureuse et/ou l'identité de genre d'une personne LGBTQI+ sans son consentement.



CYBER CONTRÔLE CONJUGAL

Comportements répétés du partenaire (ou ex) visant à connaître et vérifier régulièrement au moyen des outils numériques les déplacements et les relations sociales de sa partenaire (ou ex).

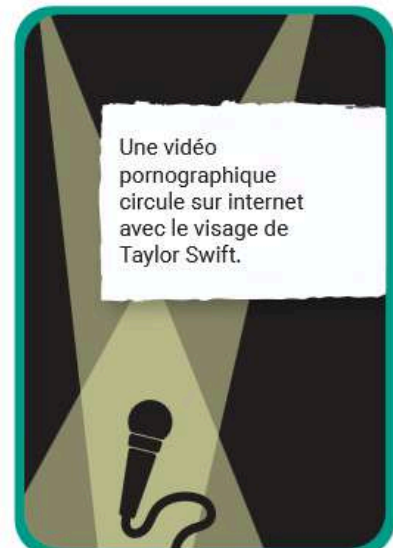
Les cyberviolences conjugales consistent à surveiller, contrôler et humilier via l'utilisation des outils numériques.



DEEPPFAKE

Signifie « hypertrucage » en français.

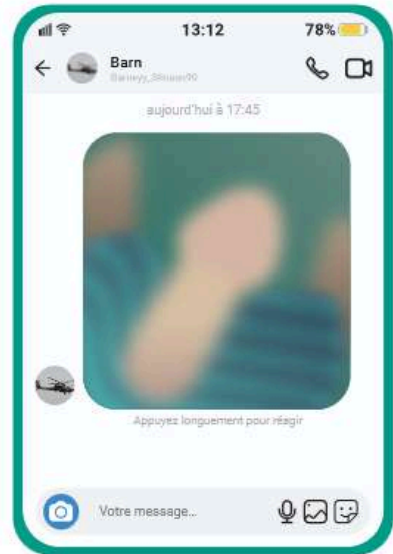
Montage massivement diffusé sur internet, réalisé à partir d'une photo, d'une vidéo ou d'un enregistrement, dans laquelle le visage d'une personne est superposé au corps de quelqu'un-e d'autre. Il a la particularité d'être tellement réussi qu'on ne se rend généralement pas compte que l'image est truquée.





DICKPICK

Signifie « photo de bite » en français.
Action d'envoyer une photo de pénis à une personne sans son consentement ni sollicitation.



“REVENGE PORN”

Diffusion de nudes ou d'images à caractère sexuel sans l'autorisation de la personne qui apparaît sur les images dans le but de lui nuire.



DOXXING

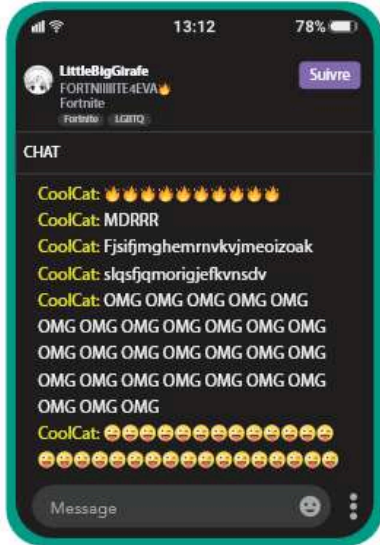
Signifie « traçage de document » en français.
Comportement malveillant visant à rassembler des informations personnelles sur quelqu'un-e et les diffuser auprès d'un grand nombre afin de lui nuire.



FLOODING

Signifie "inondation" en français.

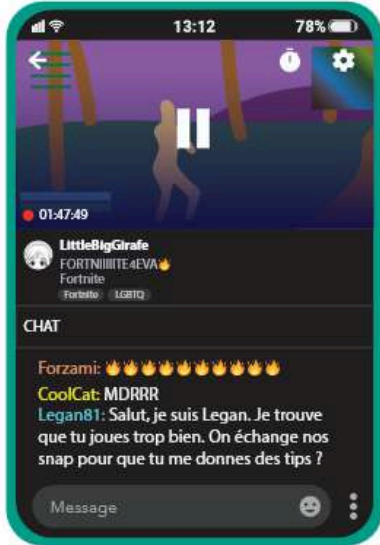
Pratique qui consiste à saturer de messages, de commentaires ou de publications inutiles, éventuellement dénuées de sens, la messagerie ou le mur d'une personne ou d'un groupe de personnes dans le but de gêner les échanges ou de les rendre inutilisables.



GROOMING

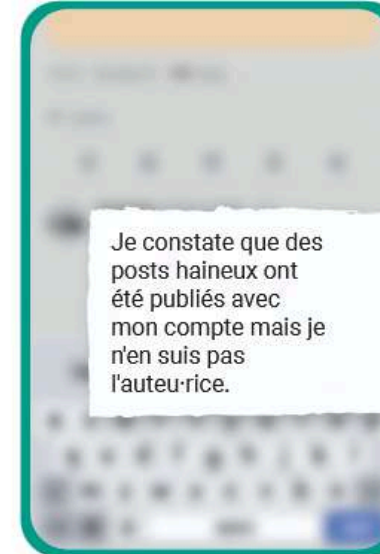
Signifie « pédo-piégeage » en français.

Technique mise en place par des pédocriminels, où l'agresseur noue des liens affectifs avec un-e mineur-e, via des sites de rencontre ou réseaux sociaux dans l'objectif de l'agresser sexuellement.



USURPATION D'IDENTITÉ

Action de prendre délibérément l'identité d'une autre personne, soit en utilisant son compte et ses identifiants, soit en créant une fausse adresse ou un faux compte à son nom. Les contenus diffusés ou publiés au nom de la victime visent à nuire à sa réputation ou à obtenir des informations personnelles via ses proches en se faisant passer pour elle.





**HAPPY
SLAPPING**

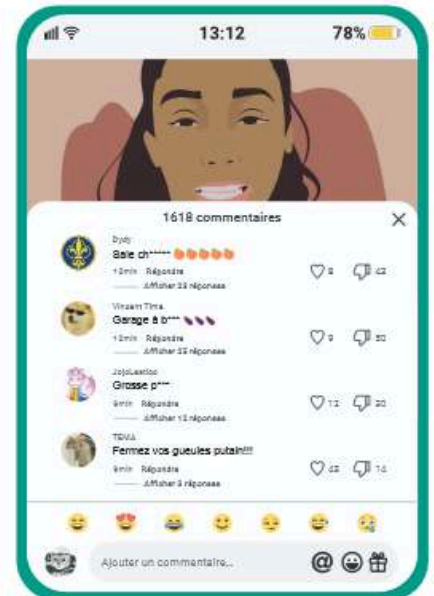
Signifie « vidéo-lynchage » ou « vidéo-agression » en français.

Pratique qui consiste à filmer une agression physique ou sexuelle et à en diffuser les images dans l'objectif d'infliger à la victime une humiliation encore plus grande.



**INJURE
CYBERHAINE**

Parole, écrit ou expression à caractère discriminatoire, adressé en privé ou en public, à une personne dans l'intention de la blesser ou de l'offenser.



Cartes tirées du jeu "Cyberquoi" créé par le Planning Familial



APPEL AU VIOL

Un individu encourage d'autres à violer une personne déterminée.



COMPTE FISHA

Signifie « affiche » en verlan.
Compte anonyme créé sur un réseau social, une plateforme ou une messagerie exclusivement dans le but d'afficher et de (re)partager des photos et/ou des vidéos intimes de filles et de femmes pour les humilier, en divulguant leurs coordonnées et/ou informations personnelles.



CYBER HARCÈLEMENT

Acte agressif, intentionnel, perpétré par un individu ou un groupe d'individus, au moyen de formes de communication électroniques de façon répétée.



APPORTS

IDENTIFIER

LE CYBERSEXISME QU'EST-CE QUE C'EST ?

INTERNET
C'EST FORMIDABLE !

MAIS ...

▶ Quand je reçois des messages à caractère sexuel qui me mettent mal à l'aise, après avoir posté un selfie par exemple.

▶ Quand mon ex ou petit-e ami-e met en ligne, sans mon accord, des photos ou vidéos intimes de moi, ou menace de le faire.

▶ Quand des photos de moi sont prises sans que je ne le sache et sont diffusées avec des commentaires insultants et/ou dégradants.

▶ ...

Cybersexisme !

Le cybersexisme ce sont des actes / commentaires / messages à caractère sexuel ou qui critiquent la manière de s'habiller, l'apparence physique, le comportement amoureux ou sexuel. Ce sont des violences sexistes ou sexuelles qui visent principalement les filles (mais aussi des garçons).

POURQUOI C'EST GRAVE ?

Les conséquences du cybersexisme sont bien réelles :

- On peut se sentir coupable de ce qui nous arrive, on peut avoir honte...
- On peut avoir peur de revenir en cours, au travail, ...
- On peut se sentir triste, blessé-e et isolé-e.
- On peut éprouver de la colère.



LA LOI PUNIT LE CYBERSEXISME

La loi protège contre les publications de propos insultants ou injurieux, les menaces de violences, le piratage de compte, etc.

Retrouver par exemple un selfie intime sur les réseaux sociaux sans mon accord :

c'est une atteinte à la vie privée !

L'article 226-2-1 du code pénal réprime le partage / la diffusion sans consentement de toutes images ou paroles à caractère sexuel (y compris les images ou paroles obtenues avec consentement) : jusqu'à 2 ans de prison et 60 000 euros d'amende

APPORTS

SE PROTÉGER ET PROTÉGER LES AUTRES

5 bons réflexes pour combattre le **CYBERSEXISME**

JE RÉFLÉCHIS
aux conséquences
pour moi et les
autres, avant de
poster, partager,
commenter, liker
un contenu ...



JE DEMANDE
l'accord de la
personne avant de
poster une photo
ou vidéo d'elle



J'ÉCOUTE
et conseille
les victimes
sans juger



JE PROTÈGE
mes données
personnelles sur
les réseaux sociaux
en configurant
les paramètres de
confidentialité de
mes mots de passe



JE REFUSE
dans tous les cas,
de relayer des
contenus sexistes,
humiliants,
violents ... envers
les femmes



Source : stop-cybersexisme.com

APPORTS

AGIR - LES TÉMOINS PEUVENT AGIR AUSSI !

VICTIME OU TÉMOIN DE CYBERSEXISME ? VOUS POUVEZ AGIR !

BLOQUEZ L'AUTEUR-E

Cela peut vous préserver de futurs messages de harcèlement. Signalez aussi l'auteur-e sur les réseaux sociaux !



CONSERVEZ DES PREUVES

En faisant des captures d'écran des contenus (messages, commentaires, photos) et en conservant leur adresse URL. Utile pour faire valoir vos droits !



PORTEZ PLAINTE

Certains actes sont condamnés par la loi. En vous rendant au commissariat ou à la gendarmerie, ou par courrier au/à la Procureur-e de la République, y compris si vous êtes mineur-e.



DEMANDEZ LA SUPPRESSION DE CES CONTENUS

• En les signalant en ligne aux hébergeurs (Instagram, Facebook, Twitter, ...) ou via des formulaires (pour le harcèlement, la diffusion d'images intimes volées...) à retrouver sur :

www.stop-cybersexisme.com

• En signalant via la plateforme publique tout contenu d'incitation à la haine, violence, menace, injure ou toute photo pornographique de mineur-e (que cela vous concerne directement ou non) :

www.internet-signalement.gouv.fr

• En signalant via la plateforme privée :

www.pointdecontact.net

DEMANDEZ DE L'AIDE ! NE RESTEZ PAS SEUL-E

Parlez-en à un-e personne en qui vous avez confiance et/ou à un service **gratuit et anonyme** :

• Si vous avez **moins de 18 ans** :

- N° Net écoute : 0800 200 000 ou via un tchat en ligne
www.netecoute.fr

- N° d'aide aux victimes de (cyber) harcèlement scolaire : 3020 ou www.nonauharcèlement.education.gouv.fr

• Si l'auteur de cyberviolences est votre petit ami (ou ex) : tchat **anonyme** et sécurisé www.enavanttoutes.fr

• Si vous avez **plus de 18 ans** : N° d'écoute pour les femmes victimes de violences 3919

• Autres contacts utiles : www.stop-cybersexisme.com

ACTIVITÉ 6

OBJECTIF

Identifier les moyens d'actions pour lutter contre les stéréotypes de genre et les cyberviolences

MATÉRIEL

- 1 vidéoprojecteur
- 1 ordinateur
- 4 grandes feuilles
- Feutres

Questionner le public :

“Que peut-on faire pour lutter contre les stéréotypes de genre et les cyberviolences ?”

Organiser l'activité en World Café :

- 4 groupes, chacun traite une thématique pendant 5min.
- 1 personne reste sur la thématique et le reste du groupe tourne sur la thématique suivante. La personne restante explique ce qui a été dit. Puis pendant 4 min les groupes rajoutent leurs propositions
- Les groupes tournent sur le même format et rajoutent des éléments pendant 3 min.
- Le dernier tour se déroule en 2 min
- Pour finir on désigne une personne de chaque groupe pour faire la mise en commun.

- Des lois
- Des comptes à suivre ou à éviter
- Des pratiques à mettre en place
- Des sensibilisation (expositions, vidéos ...)

ACTIVITÉ 6

AIDE RESSOURCE

Pour vous inspirer vous trouverez ci-dessous des recommandations du parlement européen

- Modérer les contenus de manière plus stricte et prévoir des sanctions plus sévères de la part des entreprises sociales pour les cas d'abus, de harcèlement et de discours haineux.
- Réglementer davantage la publicité sur les médias sociaux, notamment en développant le règlement sur les services numériques pour inclure le genre aux restrictions liées à la publicité ciblée.
- Mettre en place des campagnes, des activités et des politiques qui encouragent l'utilisation d'un vocabulaire commun pour aider les utilisateurs de médias sociaux à identifier des actes de violence ou d'abus fondés sur le genre.
- En faire de même pour encourager l'éducation aux médias sociaux en sensibilisant les femmes et les filles aux normes malsaines, à la manipulation d'images et aux discours d'incitation sur les médias sociaux.
- Encourager l'innovation technologique et sociale au niveau de l'Union afin de développer des approches de pointe pour remettre en question les normes de genre et réduire les violences en ligne fondées sur le genre.
- Les États membres devraient examiner leur programme d'enseignement pour s'assurer que les garçons et les filles bénéficient d'une éducation à laquelle ils peuvent s'identifier, qui soit fondée sur des données probantes et axée notamment sur la maîtrise des médias sociaux, sur le consentement et l'éthique numériques, sur les abus sexuels reposant sur des images, sur la violence en ligne fondée sur le genre et sur les normes liées au genre.

SOURCES

- Étude commission Européenne
- ONU Women
- Rapport France Stratégie
- Université Paris Sorbonne
- Rapport du Haut Conseil à l'Égalité
- Stop cybersexisme
- Point de contact
- France Inter
- Jeu Cyberquoi
- CNIL Cyberviolences
- Stop cyber-sexisme tutos signalements