



**RÈGLES POUR  
PÈRES ET FILLES**

# RÈGLES POUR PÈRES ET FILLES

Romane Leroy

Mémoire de recherche en design sous la direction  
de Tiphanie Barragué et Laurence Pache

Diplôme Supérieur des Arts Appliqués spécialisé  
en Design Écoresponsable, option Design Graphique

Cité Scolaire Raymond Loewy, La Souterraine (23)  
2018

# AVANT-PROPOS

**« - Je vais écrire un mémoire sur les règles!  
- Les règles de quoi ? »**

Les règles des filles, les ragnagnas, les anglais débarquent, mes choses, mon chef est là, autant d'expressions sont employées à travers le monde pour éviter de dire le gros mot. Les règles rythment pourtant depuis les ménarches jusqu'à la ménopause la vie des jeunes filles et cela depuis la nuit des temps, et pourtant il s'agit encore d'un sujet qui dérange et suscite la gêne.

**« - C'est surprenant comme choix de sujet de mémoire,  
et il y a un rapport avec le design ? »**

Si j'ai choisi de consacrer mon mémoire aux règles, c'est en partie en raison des nombreuses conséquences inégalitaires, sociétales et parfois médicales, qui découlent du manque de communication autour de ce sujet et qui touchent pourtant plus d'un tiers de la population. De plus, je suis persuadée, qu'en tant que graphiste je peux mettre en place des nouveaux supports qui permettront d'ouvrir un dialogue autour des règles.

**« - Ah... Tu as assez de choses à dire  
pour faire un mémoire ?**

L'endométriose, les congés menstruels, la taxe tampon, la composition des protections intimes, l'âge décroissant des premières règles... En faisant mes recherches sur le sujet j'ai fait ressortir de nombreuses problématiques. Si j'ai ainsi arrêté mon choix sur un seul problème j'aurais pu en traiter de nombreux autres.

# SOMMAIRE

Avant-Propos	5		
Introduction	9		
<b>• TU ES UNE FEMME MAINTENANT •</b>	<b>13</b>		
<b>Question du corps</b>	<b>13</b>		
L'adolescente face à ses doutes	13		
Des règles de plus en plus tôt	18		
Sois belle et tais-toi	19		
<b>La figure du sang</b>	<b>23</b>		
Rites menstruels	23		
Le tabou des règles	26		
Le sang pur et l'impur	29		
<b>Vers le cercle familial</b>	<b>31</b>		
Comment parle-t-on des règles dans la famille ?	31		
Papa, j'ai mes règles...	33		
<b>• ACCOMPAGNER LA JEUNE FILLE •</b>	<b>37</b>		
<b>La représentation des règles</b>	<b>37</b>		
Le choix des publicitaires	37		
Sang bleu	40		
Un sujet intime	42		
Un message qui choque	50		
<b>Question de langage</b>	<b>54</b>		
Je vais te raconter ton histoire	54		
Un dialogue sur le bon ton	57		
Témoignage entre le père et la fille	58		
		<b>• FAMILIARISER AUX RÈGLES PAR LE GRAPHISME •</b>	<b>61</b>
		<b>Si les règles n'étaient plus un tabou ?</b>	<b>61</b>
		Rites de passages	61
		Représenter la réalité	62
		<b>Comment parler à un enfant ?</b>	<b>65</b>
		Raconter une histoire	65
		Accompagner au quotidien	68
		<b>Ouvrir le dialogue au père</b>	<b>70</b>
		Choyer le récepteur	70
		Créer une interactivité	72
		<b>Conclusion</b>	<b>76</b>
		<b>Bibliographie</b>	<b>78</b>
		<b>Remerciements</b>	<b>81</b>
		<b>Colophon</b>	<b>83</b>

# INTRODUCTION

- « - On va maintenant expliquer ce que sont les règles.
- Oh mais tout le monde sait ça!
- Les filles oui, vous savez, car vos mamans vous ont expliqué...
- Oui malheureusement...
- Mais on peut expliquer aux garçons!
- Oh non c'est personnel quand même... »

Une classe de CM2 lors d'un cours sur la puberté.



Les ménarches sont les premières règles des jeunes filles, elles arrivent aujourd'hui entre 9 et 15 ans et représentent un événement qui peut fortement marquer la vie de l'enfant. Entre mauvaises informations, tabou ou gêne, il est très difficile pour la fille réglée de comprendre comment vont se dérouler ses menstruations, si bien qu'elle peut parfois se retrouver perdue face à tous les changements corporels auxquels elle n'est pas toujours prête à faire face. Malgré la démocratisation de l'accès à l'information, même si cela est de plus en plus rare, elle peut se retrouver dans une totale ignorance jusqu'au jour de ses premières règles, ce qui peut être pour elle un événement traumatisant dans sa vie d'enfant. C'est pourquoi la recherche d'informations nécessaires pour vivre dans les meilleures conditions possibles ses menstruations est primordiale, les réponses et la façon dont elle les trouvera définiront la manière dont la fille, puis la femme vivra ses futures règles.

Brooks-Gunn et Ruble, deux psychologues américaines avaient déjà démontré dans un article<sup>1</sup> écrit en 1982, que pour la majorité des jeunes filles les règles n'étaient pas un événement traumatisant à condition qu'elles y soient bien préparées. À fortiori cela n'est pas le cas pour celles qui n'ont eu que peu d'informations ou qui ont eu leurs ménarches de façon prématurée.

Si aujourd'hui toutes les jeunes filles ne sont pas préparées au moment de leurs ménarches c'est dû en partie au côté imprévisible des règles, d'autant plus qu'elles arrivent à un âge de plus en plus précoce, parfois dès la primaire. Par conséquent, qu'elles soient attendues ou pas par la jeune fille il est impossible de savoir quand ces dernières vont arriver, et donc de savoir quand il faut commencer à aborder le sujet avec elle.

Pendant cette étape de la puberté, les jeunes filles sont dans une période de leur vie où elles n'ont pas encore acquis une grande autonomie. Elles ont encore besoin d'être soutenues ainsi que d'être accompagnées par leur famille ou par des proches de confiance. L'essor des divorces et donc des gardes alternées, des week-ends chez le papa ou encore les pères célibataires changent la représentation du modèle familial, les premières règles deviennent maintenant aussi une affaire de papas. Cependant dans la majorité des cas, c'est la mère qui prend ce rôle d'accompagnateur, et si cela n'est pas possible, la jeune fille, comme son père, préférera sûrement se tourner vers un autre proche féminin. Mais dans cette situation, le père ne pourrait-il pas avoir finalement un rôle à jouer, une place à trouver et ce dans l'intérêt de sa fille? Une des raisons pour lesquelles les pères ont encore beaucoup de difficulté à expliquer les règles à leurs filles est qu'ils n'ont jamais reçu d'informations claires et précises sur ce sujet.

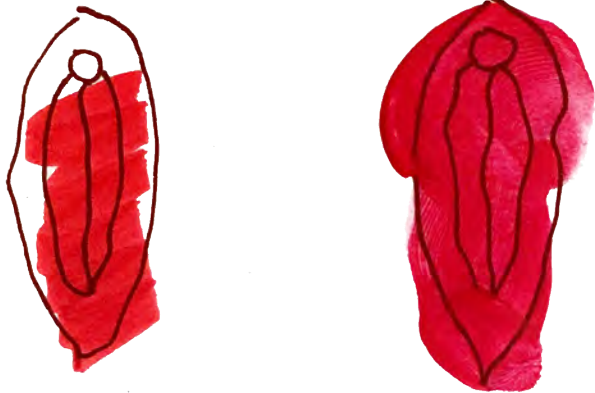
Quelle place le père doit-il prendre dans la puberté de sa fille? Doit-il jouer un rôle dans ce processus? Quel est l'intérêt de se concentrer sur le père dans un changement presque exclusivement féminin? Comment, en tant que créateur d'images, le graphiste peut-il concevoir des supports qui aideraient le père à prendre conscience de son rôle de guide? Suite à cette prise de conscience, le designer graphique pourrait-il accompagner le père autant que la fille, afin d'introduire une relation de confiance profitable sur un événement déterminant dans la construction de cette future femme? Nous pouvons enfin nous

demander quels outils le graphiste pourra-t-il convoquer pour parler d'intimité sans choquer, sans pour autant dénaturer la réalité du sujet afin de permettre une relation père/fille profitable au moment des ménarches?

À long terme, le but de mes recherches serait de réussir à banaliser dans notre société le sujet des règles. Une fois la puberté simplement et clairement expliquée l'enfant peut dédramatiser le problème qu'il avait imaginé sous mille scénarii dans sa tête. À l'image de Théo, élève de CM2 à l'école de Baron sur Odon, qui lâche un «Aaaahh... C'est ça...» de soulagement après que le professeur ait expliqué ce qu'était la puberté.

Tout d'abord, il est essentiel de commencer par aborder la question de la femme. «Tu es une femme maintenant» est la première phrase qui est très souvent dite aux jeunes filles le jour des ménarches. Elle annonce l'enjeu sociétal qui existe autour de la représentation des femmes dans la société. Dans la continuité de ces recherches, en tant que designer graphique, nous analyserons les différents supports déjà mis en place pour répondre aux questions de la fille, mais aussi du parent. Enfin nous tenterons de déterminer les différentes techniques et angles d'approche qui s'offrent au designer graphique pour réussir à familiariser sa cible aux règles.

# • TU ES UNE FEMME MAINTENANT •



## QUESTION DU CORPS

### L'adolescente face à ses doutes

L'adolescence est une période de transition entre l'enfance et l'âge adulte pendant laquelle le corps ainsi que la représentation de ce dernier évoluent dans la société. Le début de ces transformations pubertaires chez la jeune fille est souvent annoncé par l'apparition des règles. D'après Catherine Potel<sup>2</sup>, psychomotricienne et psychotérapeute à médiation corporelle, les règles marquent l'entrée de l'adolescente dans « une période de révolution où le corps occupe une grande place ». Ce dernier devient un corps d'adulte et l'adolescente doit apprendre à vivre avec son nouveau « corps qui change tous les jours ». Les règles sont un changement important, elles influencent le physique, mais aussi le psychique, et font ressentir des nouvelles émotions à l'adolescente face à ses transfor-

2- Potel, C. (2006). 4. L'adolescence : un passage. Dans C. Potel, *Corps brûlant, corps adolescent : Des thérapies à médiations corporelles pour les adolescents* (pp. 57-70). Toulouse, France : ERES.

mations, comme de l'excitation, mais aussi parfois également de la honte. « Se rejoue alors ce qu'a déjà connu le petit enfant. Son sentiment d'identité est de nouveau interrogé de façon parfois très douloureuse. » Ainsi la jeune fille doit apprendre à vivre avec ce nouveau corps et s'adapter à ce dernier à chacune des différentes étapes de la puberté, cela sans toujours savoir ce que signifient les transformations qui s'opèrent en elle.

Déjà, en 1977, Brian de Palma, avec son film d'horreur *Carrie* (adapté du roman de Stephen King datant de 1974) traitait du sujet délicat des règles et de la puberté. Le film s'ouvre sur une scène filmée au ralenti avec une lumière diffuse dans laquelle l'actrice principale prend une douche dans les vestiaires scolaires. Cette séquence paisible vient contraster avec le moment où Carrie découvre pour la première fois du sang sur ses cuisses et cela sans jamais avoir entendu parler auparavant des règles. Cette surprise provoque chez elle une grande terreur face à un phénomène qu'elle ne comprend pas, pourtant pour ses « camarades qui savent » cela devient un motif de plus de moquerie contre Carrie. S'en suit pour l'adolescente une éternelle quête de sa place dans la société qui se termine au bal du lycée, jour où elle reçoit par ses camarades un seau de sang de porc sur



Image tirée du film *Carrie au bal du diable* de Brian de Palma, 1976 © DR

le visage. Cet événement, filmé dans un long plan-séquence est travaillé avec des filtres rouges qui confirment de façon humiliante et visible que Carrie est devenue une femme. Ce film montre l'importance pour la jeune fille d'être préparée aux règles, en effet si cette dernière n'avait pas été si honteuse et ignorante de son propre corps, cela n'aurait pas pu être utilisé contre elle comme motif de moquerie.

Afin de ne pas tomber dans l'écueil du destin dramatique et volontairement caricaturé du personnage de Carrie, les jeunes filles qui doivent grandir dans un corps qu'elles ont parfois du mal à comprendre peuvent pour s'aider, s'appuyer sur des cours scolaires. Depuis la circulaire Fontanel du 23 juillet 1973, l'école est obligée de proposer des séances d'éducation à la « vie sexuelle et relationnelle » afin d'informer sur la sexualité. Le programme de Science de la Vie et de la Terre (SVT) réserve aussi une partie à la reproduction et à la puberté. Cependant si ces aménagements ont été mis en place, ce n'était pas dans le but d'aider l'adolescente à mieux connaître son corps et donc à jouir de lui, mais bien pour prévenir les problèmes de maladies sexuellement transmissibles qui commencent en 1973, à inquiéter la société patriarcale, notamment avec l'augmentation croissante du sida. Ainsi on commence ici à comprendre la place du corps féminin dans notre société, c'est un corps qui, avec la puberté, se sexualise. La jeune fille doit, depuis toujours, se confronter souvent seule face à ce corps en changement. Dans certains pays comme le Népal, elles doivent même s'isoler loin du village pendant les 7 jours de leur cycle menstruel, cet éloignement s'appelle le Chhaupadi, une tradition interdite par la loi, mais pourtant toujours pratiquée<sup>3</sup>. Finalement si la société patriarcale a commencé à mettre en place une éducation sexuelle pour les jeunes femmes c'est avant tout dans le but premier qu'elles puissent soigner et protéger leurs corps afin qu'ils puissent toujours être sexualisés par cette même société.

3- Si j'avais mes règles dans le monde... Brut - 30 août 2017



Décrire comment les êtres vivants se développent et deviennent aptes à se reproduire	
Identifier et caractériser les modifications subies par un organisme vivant (naissance, croissance, capacité à se reproduire, vieillissement, mort) au cours de sa vie.	Pratique d'élevages, de cultures, réalisation de mesures.
» Modifications de l'organisation et du fonctionnement d'une plante ou d'un animal au cours du temps, en lien avec sa nutrition et sa reproduction.	Cette étude est aussi menée dans l'espèce humaine et permet d'aborder la puberté. Il ne s'agit pas d'étudier les phénomènes physiologiques détaillés ou le contrôle hormonal lors de la puberté, mais bien d'identifier les caractéristiques de la puberté pour la situer en tant qu'étape de la vie d'un être humain.
» Différences morphologiques homme, femme, garçon, fille.	Des partenaires dans le domaine de la santé sont à envisager.
» Stades de développement (graines germination-fleur-pollinisation, œuf-larve adulte, œuf-fœtus-bébé-jeune-adulte).	
Décrire et identifier les changements du corps au moment de la puberté.	
» Modifications morphologiques, comportementales et physiologiques lors de la puberté.	
» Rôle respectif des deux sexes dans la reproduction.	

Capture d'écran du programme scolaire de science du cycle 3, eduscol.education.fr, 2017 © DR

« Décrire comment les êtres vivants se développent et deviennent aptes à se reproduire » est le titre du chapitre sur la puberté dans le programme scolaire de Science du cycle 3 en 2017<sup>4</sup>. Dans ce dernier qui a pour but d'indiquer à l'enseignant ce qu'il doit transmettre comme connaissances à l'enfant pour le guider au mieux pendant cette période qui est pour nombre d'entre eux le début de la puberté, il est plus évoqué le « fonctionnement d'une plante ou d'un animal » que celui du corps humain. Les « différences morphologiques homme, femme, garçon, fille » ou le « rôle respectif des deux sexes dans la reproduction » peuvent être abordés, mais le programme scolaire ne donne pas plus d'informations, il suggère même de faire intervenir des partenaires dans le domaine de la santé afin d'étudier ces sujets qui peuvent déranger ou être délicats à enseigner pour certains professeurs. Même si cela peut apporter des compléments d'informations non négligeables, cela démontre aussi le manque de connaissances basiques (niveau cycle 3) que peut posséder une partie de la population. Certains enseignants choisissent pourtant de donner ce cours eux-mêmes, cependant en raison

4- Source : le site eduscol.education.fr

du manque d'accompagnement qui leur est apporté cet enseignement est parfois créateur de craintes. Pendant un cours sur la puberté réalisé dans une classe de CM2, le professeur des écoles a employé des mots appartenant au champ lexical de la maladie comme « symptôme » ou encore « seringue » pour faire référence à l'applicateur du tampon. Les choix de ces mots même s'ils semblent anodins dans la compréhension du sujet par un adulte, font appel à un imaginaire très différent chez l'enfant. La jeune fille peut donc inconsciemment associer ses transformations physiques dues à la puberté, à une maladie. Cela peut créer une anxiété encore plus grande face à ses bouleversements corporels.

Si la jeune fille ne peut pas toujours obtenir de réponses face à ses doutes dans le cadre scolaire, comment peut-elle comprendre et accepter les changements qui s'opèrent dans son corps ? Qu'est-ce qui est aujourd'hui mis en place pour l'aider à vivre avec ce corps dont elle n'a pas toujours le contrôle ?

Lorsque l'on s'adresse à l'adolescente pour lui expliquer ce qui se passe dans son corps il faut savoir respecter son intimité. Cette notion est, d'après le dictionnaire<sup>5</sup>, ce qui est au plus profond de nous, c'est ce qui constitue notre essence et qui reste généralement caché. Pour Joël Clerget<sup>6</sup> « L'intime s'exprime à travers le registre sensoriel. Les sens nous mettent à plus ou moins grande distance de l'autre et de nous-mêmes. » Parler de l'intimité d'une personne c'est donc parler d'un réel, mais aussi faire appel à un imaginaire ainsi qu'à des symboliques. L'intimité est, la plupart du temps secrète, elle nous est parfois même inconsciente. Les adolescentes n'ont donc pas toujours conscience de leur propre intimité et apprennent, en grandissant, à vivre avec.

5- Dictionnaire Français, Larousse, 2017

6- Clerget, J. (2014). L'intime : Facettes et figure. Déclinaison de l'intime au contact de l'Autre. Dans J. Clerget, Corps, image et contact : Une présence à l'intime (pp. 111-143). Toulouse, France : ERES.

## Des règles de plus en plus tôt

Le bouleversement corporel que subissent les jeunes filles est d'autant plus important aujourd'hui en raison de l'âge de plus en plus précoce des premières règles. L'INED, l'Institut National d'Études Démographiques a publié en août 2014 un article dans lequel il affirme qu'«En deux siècles, l'âge moyen aux premières règles n'a cessé de diminuer en France.» En 1750, les ménarches arrivaient vers 16 ans, elles sont ensuite descendues à 15 ans vers 1850, pour arriver à 13 ans en 1950. Aujourd'hui, l'âge moyen des premières règles s'est stabilisé entre 12,5 et 13,5 ans dans plusieurs pays, et dans certains cas, il est même possible aujourd'hui d'être en bonne santé et d'avoir ses règles dès 9 ans. En plus d'être un inconfort physique pour les jeunes filles qui sont encore dans un âge de l'enfance et non de l'adolescence, cela pose des problèmes sociétaux, certaines filles sont donc, dès 9 ans, en capacité d'enfanter alors qu'elles n'ont pas encore reçu le cours sur la sexualité prévu au collège.

Cette décroissance de l'âge des ménarches est principalement due à l'amélioration des conditions de vie dans notre société. En effet, l'INED affirme dans le même article que ce sont principalement dans tous les pays développés que les jeunes filles deviennent pubères plus tôt qu'autrefois. Les facteurs environnementaux ou encore notre alimentation seraient les raisons de ce développement plus précoce.

Les filles qui vivent les ménarches sont donc de plus en plus jeunes. Par conséquent, il faut que les mots et le ton employés s'adaptent à ces jeunes filles. De ce fait, le designer graphique devrait-il faire le choix d'imager la réalité, en faisant appel à des procédés et des modes de représentation qui font référence à l'imaginaire et permettre ainsi une certaine distanciation par rapport au sujet ?

## Sois belle et tais-toi

En 2018, la représentation de la femme commence à évoluer de manière positive. Il est de plus en plus important pour les campagnes publicitaires de véhiculer un message qui fasse en sorte que la femme se trouve belle plutôt qu'elle apparaisse comme la seule représentation de la beauté. Il est essentiel qu'elle semble épanouie et en harmonie avec son corps.

Épanouie et en harmonie avec son corps, oui, mais pas trop indépendante non plus. «T'as tes règles ou quoi?» Bien souvent, ces mots ne sont pas prononcés dans le but d'effectivement savoir si la personne a bien ses règles ou non, mais dans celui de la décrédibiliser. Ainsi on considère que si cette dernière est énervée ce n'est certainement pas pour une bonne raison, mais uniquement, car elle dépendrait des hormones présentes dans son corps. Le fonctionnement du corps féminin, aussi bien les règles que les hormones sont encore aujourd'hui un mystère pour les hommes, qui ne voient la femme que seulement à travers la représentation belle, lisse et dépendante qu'en fait la société. Les menstruations sont donc un motif de moquerie et d'inégalité comme l'explique l'auteure féministe Jessica Valenti<sup>7</sup> «Quand les hommes sont en colère, ils sont pris au sérieux. On suppose qu'ils ont une bonne raison d'être énervés. Mais il semble qu'à chaque fois qu'une femme a le culot d'exprimer quelque chose qui ne soit ni chaleureux ni poli, on va dire qu'elle a ses règles ou qu'elle est folle. Ou alors on va se moquer d'elle ("calmez-vous, ma jolie")». La représentation de la femme qui est en train d'évoluer doit maintenant entraîner avec elle sa reconnaissance. «Sois belle et tais-toi» ne doit

<sup>7</sup> *He's a Stud, She's a Slut and 49 Other Double Standards Every Woman Should Know*, Jessica Valenti, Seal Presse, 2008 propos retranscrit et traduit dans l'édition de EMMANUELLE, C. (1980 -). *Sang tabou : Essai intime, social et culturel sur les règles*. Paris : Éditions La Musardine, 2017, 207 pages. ISBN : 978-2-84271-778-0

pas seulement disparaître pour laisser place à « sois bien dans ton corps, mais reste dépendante à l'homme ».

Cette construction identitaire, qui est difficile pour les femmes à accomplir, s'insère de manière plus globale dans une représentation stéréotypée de la femme dans notre quotidien. En effet, ce corps féminin est très présent dans la société actuelle, notamment au cinéma. Un rapport<sup>8</sup> portant sur les 500 films les plus regardés entre 2007 et 2012 montre qu'en 2012 il y a eu une augmentation des scènes représentant une adolescente en tenue sexy ou même dénudée de 32,5 %. Ainsi la jeune fille qui doit apprendre à vivre avec son corps en évolution et qui se retrouve face à des corps d'adolescentes comme le sien peut se rendre compte que ce dernier est déjà nu et sexualisé dans de nombreux films. Son corps, qu'elle commence à peine à accepter est offert comme objet sexualisé, et cela face au grand public.

Cette représentation du corps féminin a été pendant très longtemps orientée par un contrôle de l'homme. Aujourd'hui encore, de nombreux hommes ou femmes continuent de répondre à des stéréotypes sociétaux, comme le montre la répartition inégale des tâches domestiques. Entre 2009 et 2010, selon une étude de l'Insee, les femmes passeraient 2 heures et 35 minutes par jour au ménage contre seulement 1 heure et 8 minutes pour les hommes. Inversement, ces derniers consacraient 20 minutes de leur journée au bricolage, contre seulement 5 minutes pour les femmes. Les femmes par le biais de cette image unique de la parfaite ménagère, n'ont pas la possibilité de s'identifier à des personnes qui leurs ressemblent, mais seulement à des femmes qui, pour paraître belles, doivent répondre aux stéréotypes de

8- Smith SL, Choueiti M, Scofield E, Pieper K. *Gender Inequality in 500 Popular Films: Examining On-Screen Portrayals and Behind-the-Scenes Employment Patterns in Motion Pictures Released between 2007-2012*. Annenberg School for Communication & Journalism; 2013. Available at: <http://annenberg.usc.edu/Faculty/Communication%20and%20Journalism/~media/A41FBC3E62084AC8A8C047A9D4A54033.ashx>.

la femme grande, mince, blanche avec une poitrine généreuse. Les jeunes filles qui sont en train de devenir des femmes pensent donc qu'elles doivent, si elles veulent être considérées comme telles, correspondre à ces standards de la mode, et ainsi rentrer dans le moule imposé par la société et parfois par la femme elle-même. Comme l'affirme Annie Leclerc dans son ouvrage *Parole de femme* dans lequel elle s'adresse à l'homme en disant « Tu m'as empoisonné la vie. Pendant des siècles. À force d'être privée de mon corps, je ne savais plus vivre qu'à travers toi. (...) Mon corps, jamais pour moi. Bouche cousue et bouche fardée. Sexe ouvert à la demande et sexe bouché au tampax. »<sup>9</sup> On retrouve chez cette auteure une frustration vis-à-vis de son corps dont elle ne pense pas avoir eu assez le pouvoir ou au moins le contrôle. Ce texte pourtant écrit il y a 17 ans se révèle toujours d'actualité de nos jours.

Aujourd'hui, les représentations de la femme commencent à évoluer, cependant ces paroles pourraient toujours s'appliquer à la dernière campagne publicitaire d'Yves Saint-Laurent dans laquelle on peut voir une femme maladivement maigre, montée sur talon à roulettes habillée d'un simple body et d'un collant en résille, s'offrant de manière explicite au photographe, ou au public. Sur cette affiche, mis à part la marque et l'adresse de la boutique, aucune information n'est écrite, c'est uniquement par ce qui est montré qu'elle a fait fortement polémique puisque l'Autorité de la Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) a reçu plus de 120 plaintes dès les premiers jours d'affichage. « Images dégradantes », « femmes-objets », « valorisation de l'anorexie » et même « incitation au viol, avec la notion des jambes écartées » sont les différents motifs des plaintes remontées par le public parisien. Ce mécontentement général prouve que le public n'accepte plus passivement l'image de la femme-objet que lui imposent les campagnes publicitaires.

9- LECLERC, A. (1940 - 2006). *Parole de femme*. Paris : Éditions Actes Sud, 2001, 204 pages. ISBN:978-2-7427-3181-7



Anthony Vaccarello, Campagne Yves Saint Laurent, Mars 2017, 120x174 © REUTERS



# SAINT LAURENT

9 RUE DE GRENELLE  
75007 PARIS  
YSL.COM

Anthony Vaccarello, Campagne Yves Saint Laurent, Mars 2017, 120x174 © Yves Saint Laurent

## LA FIGURE DU SANG

### Rites menstruels

Le terme menstruations vient du latin *mensis*, qui signifie « mois » et qui se rapproche du grec *mene*, signifiant « la lune » et désigne les écoulements mensuels de sang par le vagin. Le sang menstruel est donc un flux de sang mélangé à de la muqueuse utérine, qui commence à la puberté et se termine à la ménopause. Tous les mois le corps des femmes se prépare à enfanter, ainsi cette muqueuse utérine grossit afin de former un nid douillet prêt à accueillir le fœtus. S'il n'y a pas eu fécondation, ce nid est inutile. Il se décompose et sort par le vagin, et cela recommence tous les mois.

Si aujourd'hui presque tout le monde est capable d'expliquer dans des termes plus ou moins précis ce que sont les règles, cela n'a pas toujours été le cas. Vers l'an 77, Pline l'Ancien a publié un ouvrage intitulé *Histoire naturelle* dans lequel il est possible de lire des phrases comme celle-ci : « Difficilement trouvera-t-on rien qui soit aussi malfaisant que le sang menstruel. Une femme qui a ses règles fait aigrir le vin doux par son approche, en les touchant frappe de stérilité les céréales, de mort les greffes, brûle les plants des jardins; les fruits de l'arbre contre lequel elle s'est assise tombent; son regard ternit le poli des miroirs, attaque l'acier et éclat de l'ivoire; les abeilles meurent dans leurs ruches; la rouille s'empare aussitôt de l'airain et du fer, et une odeur fétide s'en exhale. » Cette phrase, qui n'est qu'un extrait de toute une étude montre l'ignorance, mais aussi la curiosité que pouvait avoir l'homme pour ce sujet à cette époque. L'ouvrage de Pline l'Ancien démontre que malgré le manque de connaissances

autour de ce sujet, les scientifiques accordaient une grande puissance aux menstruations. Mais afin d'amoindrir cette force pour ne pas en perdre le contrôle, ils ont accordé aux règles des pouvoirs sur la stérilité, ou sur la corrosion qui étaient toujours exprimés de manière à les rendre agressifs et dangereux, et donc ainsi de pousser les hommes à s'en méfier. Les règles sont donc depuis toujours un questionnement qui intrigue en même temps qu'il fascine.

Voir pour la première fois le sang menstruel couler de son vagin est depuis longtemps un événement marqué de rites et de coutumes nombreuses et diverses. Lors des ménarches, les premières règles, du grec ancien *mên* (« mois ») et *arkhê* (« début, commencement »), la petite fille quitte son monde d'enfant et même s'il s'agit de son histoire personnelle, toute la famille finira généralement par apprendre la nouvelle, et c'est souvent la mère, en tant que porte-parole de l'intimité de sa fille, qui l'annonce au reste de la famille.

Selon les croyances ou les coutumes, les filles peuvent faire une fête, un repas de famille, recevoir des cadeaux, ou encore une claque, donnée par la mère, elle ferait rougir les joues autant que l'entre-jambes et symboliserait la dernière claque que la fille va recevoir de ses parents. Référence au passage de l'enfance au monde des adultes, la jeune fille deviendrait maintenant responsable de ses actes. Enfin pour d'autres cultures ce rite est beaucoup plus important et contraignant comme lors du cas du Chhaupadi, expliqué précédemment. Ce dernier, en plus d'être imposé à la fille le jour de ses premières règles, se répète à chaque début de cycle tout au long de sa vie.

Ces rites autour des ménarches sont présents de façon plus ou moins importants dans toutes les sociétés et les femmes sont généralement obligées de s'y plier sans avoir leur mot à dire. Entre ceux autour des ménarches et ceux autour des règles, il existe différentes formes de rites, on trouve selon

Pierre Caumont<sup>10</sup>, des « rites libérateurs » qui permettraient à la personne qui pratique ou reçoit le rite de s'affranchir des contraintes de sa vie quotidienne, dans cette catégorie, il serait possible de classer le rite de la claque. À l'instant où cette action est réalisée, la jeune fille se libère de son quotidien de jeune fille, cela a aussi de l'influence sur la vie de sa mère qui voit sa fille atteindre le même statut qu'elle, celui de femme. Cependant les rites comme le Chhaupadi rentreraient dans une autre classification qui, selon Pierre Caumont, « produisent un conditionnement psychique ne permettant aucune échappée de la conscience ». Ainsi la femme est contrainte dans ce rite et ne peut avoir le contrôle sur ce dernier.

Pour le médecin Segalen, un rite c'est « un ensemble de conduites individuelles ou collectives relativement codifiées, ayant un support corporel (verbal, gestuel, de posture), à caractère répétitif, à forte charge symbolique pour les acteurs et les témoins »<sup>11</sup>. Ces rites, s'ils sont très présents dans différents pays sont souvent totalement absents de la culture occidentale. Il est possible de retrouver cette idée avec les rites funéraires, qui ont pendant très longtemps été suivis par la majorité de la population en raison d'une idée forte de communauté ainsi que de l'importance de la place de l'Église catholique en France, ces derniers sont aujourd'hui très affaiblis. Différentes analyses dénoncent le fait qu'il y aurait un lien entre la diminution de l'application de ces rites funéraires et la montée de l'individualisme dans notre société. Si ces rites disparaissent, ce serait donc dû au repli de la population sur elle-même.

10- Pierre Caumont - *Le sens des règles, le sens des rites* - 27 février 2014 - Médiapart

11- Segalen M. (2009 [1998]), *Rites et rituels contemporains*, Paris, Nathan « 128 »

En effet dans notre société les différents rites de passage autour des règles ayant complètement disparus, pour la psychologue française Silvestre Cathie<sup>12</sup> « ce moment inaugural et qui devrait être initiatique, est au contraire marqué par le manque fréquent de paroles ». Alors que ce rite pourrait rattacher les règles « de façon heureuse à une communauté » il est aujourd'hui presque totalement absent des mentalités. Ce silence autour d'un sujet qui touche une grande partie de la population vient créer une gêne, un secret autour des règles qui amène chaque individu à ne pas évoquer ce sujet. Cela ne favorise donc pas la transmission de connaissances, présente dans les rites qui pourrait être bénéfique pour les futures jeunes filles.

Si les rites sont des éléments créateurs de lien entre les membres d'une communauté, comment le designer serait-il à même de recréer cette transmission au sein de la relation père/fille ? Dans le cadre du rapport au sang menstruel, le designer graphique n'aurait-il pas intérêt à faire évoluer cette symbolique du sang afin de permettre une communication sans appréhension ?

## Le tabou des règles

Ce rapport au sang menstruel est très ambivalent en raison du tabou présent autour des règles. Il vient de la crainte et du danger d'un sujet qui est pour beaucoup inconnu.

Le tabou est d'origine hawaïenne *tapu*, *ta* pour « marquer » et *pu* pour « intensité », ce qui signifie « fortement marqué de

12- Silvestre Cathie, « Sang mêlé », *Champ psychosomatique*, 2005/4 (no 40), p. 65-78. DOI : 10.3917/cpsy.040.0065. URL : <https://www.cairn.info/revue-champ-psychosomatique-2005-4-page-65.htm>

signe distinctif ». Il vient de la crainte du danger ou de ce qui est frappé par une interdiction rituelle ou religieuse. Est tabou ce qui ne doit pas être évoqué dans la conversation car cela serait malséant, en vertu des convenances sociales ou morales. D'après Freud dans *Totem et tabou*<sup>13</sup>, dans la société, le tabou a pour fonction de créer des interdits afin de protéger cette dernière des différents désirs des hommes.

La femme, en raison de ses règles est donc doublement un sujet tabou, elle est à la fois la femme sacrée quand elle est vierge ou porteuse de la vie, mais elle est aussi la femme impure, de ses ménarches à la ménopause, ainsi que pendant qu'elle a une vie sexuelle active, il s'agit pour la psychanalyste Jacqueline Schaeffer<sup>14</sup> du « clivage de la maman et la putain ». La femme est donc à l'origine de deux tabous, et est donc doublement dérangeante pour la société. Il faut ajouter à cela qu'elle produit paradoxalement une matière vitale et une autre morbide, le philosophe Cyrille Harpet<sup>15</sup> dans son livre *Du déchet : philosophie des immondices, Corps, ville, industrie*, parmi ces deux flux, affirme que l'un serait « supérieur et nourricier » il s'agit ici du lait maternel, l'autre, les règles, serait « inférieur et de pure dépense, de pure perte ». Ce sont ces paradoxes de la femme à la fois porteuse de vie, mais aussi de mort qui sont à l'origine des tabous.

Cependant, pour vivre ensemble, une société a besoin d'avoir les mêmes tabous. Le philosophe Thibaut de Saint Maurice<sup>16</sup> affirme « Dis moi quels sont tes tabous et je te dirai dans quelle société tu vis ou quelle culture tu partages. » Ces derniers

13- S. Freud, *Totem et tabou*, ocp, tome XI, Paris, puf, 1998, p. 194.

14- Schaeffer, J. (2005). *Le fil rouge du sang de la femme*. *Champ psychosomatique*, no 40, (4), 39-64. doi:10.3917/cpsy.040.0039.

15- Harpet, C. (1967-) *Du déchet : philosophie des immondices, Corps, ville, industrie*. Paris : Éditions L'Harmattan, 1998, 603 pages. ISBN : 2-7384-7456-X

16- *Avons-nous besoin de tabous ? La petite philo* - Lundi 10 avril 2017 - Thibaut de Saint-Maurice

permettent de tenir ensemble une société, sans cela elle ne pourrait cohabiter en harmonie.

Si la représentation actuelle des règles est donc pour beaucoup encore tabou, c'est en partie pour garder son intimité dans la société. Cela permet de conserver une pudeur face à chaque autre membre d'une communauté. Est-il donc judicieux d'attendre du designer qu'il aille à l'encontre de ce tabou en ouvrant le dialogue et en incitant à la curiosité ?

Cet interdit vient créer un mystère autour des règles, et ce sont ces questionnements qui sont à l'origine de nombreux paradoxes dans la signification des menstruations. Cette contradiction est expliquée par la conférencière en sociologie Aurélia Mardon<sup>17</sup>, les filles sont aujourd'hui informées sur les règles, mais cet enseignement se divise en deux idées opposées « La ménarche comme signe de maturité et de féminité » et « Le sang menstruel : un déchet, signe de souillure naturelle ». L'éducation explique donc aux femmes qu'elles peuvent se considérer comme telles seulement une fois qu'elles ont eu leur ménarche, mais paradoxalement qu'elles doivent « considérer ce nouveau statut comme une contrainte ».

17- Mardon Aurélia, « Honte et dégoût dans la fabrication du féminin. L'apparition des menstrues », *Ethnologie française*, 2011/1 (Vol. 41), p. 33-40. DOI : 10.3917/ethn.111.0033. URL : <https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2011-1-page-33.htm>

## Le sang pur et l'impur

L'ouvrage *Don(s) de sang : de quoi parle-t-on ? Approche anthropo-bio-culturelle du don de sang*<sup>18</sup> contient des extraits d'analyse du médecin et professeur français Jean Bernard écrits en 1983, dans lesquels il explique que le sang peut être rattaché à trois symboliques fortes. Une première religieuse, en raison des nombreux sacrifices dans lesquels le sang se place au centre, ce que l'on peut retrouver dans la phrase « Buvez, ceci est mon sang ». Ce premier rapport au sang lui donne une dimension sacrée, de pouvoir, il viendrait créer un lien entre les hommes et les Dieux. Une deuxième symbolique serait celle de l'hérédité et de la transmission puisque depuis l'Antiquité jusqu'au XX<sup>e</sup> siècle le sang serait le témoin de l'histoire de chaque individu ainsi que le symbole de la filiation familiale. Cette symbolique du sang est due au côté scientifique et médical qu'il véhicule. Enfin la troisième catégorie symbolique du sang est « celle de l'inégalité des sangs humains », il y aurait depuis toujours le sang « bon et mauvais », le « pur et impur », celui qui symbolise la vie et celui qui symbolise la mort. Il est ici question du sang qui est contenu en opposition avec celui qui s'écoule. Cette ambiguïté entre ces deux aspects opposés se retrouve dans l'ouvrage de la docteur Hélène Jacquemin Le Vern<sup>19</sup> lorsqu'elle parle de « l'ambivalence du rouge du sang profond : caché il est la condition de la vie, répandu il signifie la mort ». Ces deux émotions contradictoires dues à l'évocation du sang viennent créer une appréhension autour de ce dernier. À la fois bon et mauvais, le sang apporte une tension et une crainte par rapport à son propre corps.

18- Duboz, P. & Berland-Benham, C. (2011). *Don(s) de sang : de quoi parle-t-on ? Approche anthropo-bio-culturelle du don de sang*. Corps, 9, (1), 291-300. doi:10.3917/corpl.009.0291.

19- JACQUEMIN LE VERN, H. (?). *Le sang des femmes, Tabous, symboles et féminité*. Paris : Éditions In Press, 2002, 132 pages. ISBN : 2-84835-003-2

Il y a donc une peur autour de ce sang. Cette inquiétude peut-être encore plus grande chez l'homme puisque contrairement à la femme, il « est peu confronté à son sang durant sa vie et, lorsque c'est le cas, c'est rarement dans un contexte bénin. L'homme est impressionné par le sang... ». Ce que décrit ici Julie Grède<sup>20</sup> est que si le sang en général possède de nombreuses symboliques, le sang des règles, lui, est pratiquement inconnu pour une partie de la population. Il possède en plus, d'autres significations, en effet il s'agit d'un sang qu'il est possible de voir à l'extérieur du corps sans pour autant que ce dernier ne symbolise la mort de la personne qui le contenait. De plus, en raison de sa fonction première, créer la vie, ce sang posséderait même une symbolique plus forte que maintenir en vie, mais bien celle de pouvoir créer la vie. Des chercheurs américains se sont ainsi intéressés en 2007 aux cellules souches présentes dans le sang menstruel. Ces dernières auraient un facteur de croissance 100 000 fois plus élevé que celles issues du cordon ombilical. Cette découverte pourrait être vue comme une menace pour le patriarcat.

Ces symboliques du sang menstruel peuvent parfois inquiéter et provoquer chez l'homme et donc chez le père, une appréhension face à l'idée de découvrir ce dernier.

Seulement, si les règles pouvaient être vues comme un événement normal par la société, cela permettrait à de nombreuses femmes de mieux vivre avec, et d'ainsi les aider à retrouver leur place dans la société patriarcale pour le moment bien ancrée. De plus, une nouvelle forme de ritualisation au sein du cercle restreint de la famille, pourrait-elle permettre d'accorder une importance, en tant qu'accompagnateur au père, au même titre que la mère ?

20- GRÈDE, J. (1981-). *Ragnagnas, une histoire sanglante : les filles savent pourquoi*. Paris : Éditions Pixl, 2016, 205 pages. ISBN : 978-2-87557-220-2

## VERS LE CERCLE FAMILIAL

### Comment parle-t-on des règles dans la famille ?

La diminution de l'importance de la prise en compte des rites sociaux, comme les ménarches, par la société a des conséquences sur la gestion des moments cruciaux de la vie. Cela ne se passe plus au sein d'une communauté, mais cela s'enclenche de façon plus intime, au sein de la famille.

Dans un article écrit par Aurélie Mardon<sup>21</sup> en 2009, on peut lire ; « Au sein des familles, les principaux vecteurs des informations concernant les règles sont les mères, (...). Mais cette prise en charge peut également émaner d'autres membres féminins, comme une sœur, une grand-mère ou des amies ». Selon la sociologue, si la jeune fille doit se tourner vers une personne féminine pour parler de ce sujet cela est dû au fait que cette dernière sera plus à même de la rassurer face à cet événement soudain, mais aussi parce qu'il s'agit d'une manifestation corporelle engageant « des parties du corps qui ont trait à l'identité sexuelle ». Ainsi pour parler d'un sujet qui touche à la féminité, il serait important d'avoir un public exclusivement féminin. Or le nombre de pères seuls qui doivent s'occuper d'au moins un enfant est en augmentation. Selon l'institut national de la statistique et des études économiques<sup>22</sup> (l'Insee), les familles monoparentales dont le parent est un homme représenteraient en 2014, 3,6% des familles avec enfant(s) de moins de 18 ans,

21- Aurélie Mardon, « Les premières règles des jeunes filles : puberté et entrée dans l'adolescence », *Sociétés contemporaines* 2009/3 (n° 75), p. 109-129. DOI 10.3917/soco.075.0109

22- Source : Insee, RPI990 sondage au 1/4, RPI999 à RP2014 exploitations complémentaires.



contre seulement 1,4% en 1990, et ce chiffre serait toujours en évolution.

Éloigner l'homme de ce sujet le rend encore plus ignorant face aux règles alors qu'il est, comme vu précédemment, important que ce dernier soit informé sur ce changement. Ne pas le maîtriser engendre une certaine gêne pour le père qui ne sait pas toujours comment aborder certains thèmes. Ces questions plus personnelles, sont généralement posées dans le cadre du cercle familial. Cependant si le père a toujours été tenu à l'écart de ce sujet il ne pourra pas connaître la bonne réponse, comme l'illustre la vidéo *Parents Explain Periods*<sup>23</sup> dans laquelle des parents parlent des protections intimes à leur enfant. Dans une des situations le père est dans l'incapacité d'expliquer le fonctionnement des tampons ou des serviettes à son fils. Cela illustre un manque de connaissance ou même une gêne qui vient du fait que l'homme n'a jamais reçu ce savoir et ne se sent pas en mesure de le transmettre.



Capture d'écran de la vidéo de la marque Cut, *Parents Explain*, 5 janvier 2017, [www.youtube.com/watch?v=mxjUHgmLaC0](https://www.youtube.com/watch?v=mxjUHgmLaC0) © Cut

23- *Periods - Parents Explain - Cut -5 janv. 2017*  
<https://www.youtube.com/watch?v=mxjUHgmLaC0>

Dans le cadre de mes études j'ai réalisé en 2017 un sondage sur la place du père dans les ménarches de sa fille<sup>24</sup>. À la question parlez-vous des règles avec votre fille, la réponse des papas était non à 73 % ce à quoi on pourrait ajouter les 15 % qui ont répondu « Oui, mais seulement quand sa mère est là aussi. » Ces résultats peuvent retranscrire le manque d'implication, conscient ou inconscient, du père, dans une étape importante de la vie de sa fille, mais cette attitude de repli peut aussi révéler de la gêne ou une ignorance ne mettant pas le père dans une position de facilité pour rentrer dans un dialogue constructif.

Pourtant ce dernier aurait tout intérêt à parler avec sa fille de ce sujet, puisqu'il possède un regard extérieur, non influencé par son vécu qui lui permettrait de transmettre un regard neuf et neutre à sa fille. Cela peut être bénéfique pour la fille qui pourra ainsi se créer sa propre expérience et son rapport personnel avec ses règles. Dans une société qui ne propose rien pour aider les pères à s'engager dans la question des menstruations de leurs filles, nous pouvons nous demander, en quoi l'implication de ces derniers est-elle à même d'influencer en profondeur la nature des liens père/fille ?

## Papa, j'ai mes règles...

À l'adolescence, la place du père dans le mécanisme d'identification de la fille est essentielle. Freud<sup>25</sup> affirme, sur le principe du complexe d'Œdipe, que la fille prend son père comme idéal. Il est donc important pour la bonne construction de cette dernière

24- Sondage réalisé en décembre 2017 sur 33 pères possédant au moins une fille.  
 25- S. Freud, « Le moi et le ça, » dans *Essais de psychanalyse*, Paris, Petite Bibliothèque Payot, 1983.

qu'elle ne soit pas déçue ou abandonnée par ce père. Pendant la puberté, le père peut être perturbé par l'évolution de sa fille et ainsi ne plus trouver sa place en tant que tel.

En effet, d'après Didier Lauru<sup>26</sup>, dans de nombreuses familles, dès le début de la vie de sa fille, le père lui est présenté comme un symbole de l'autorité, et cela même dans le discours de la mère. Sa place symbolique dans la famille est celle de « agent de la loi ». À l'adolescence la valeur symbolique de l'autorité représentée par le père est remise en question, elle doit être redéfinie sur d'autres modes afin de s'adapter à l'évolution enclenchée par la puberté de la fille. « L'importance du regard du père ou de ses paroles sur la féminité de sa fille sont à cet égard déterminants (...) il est essentiel que le père prenne position à l'égard des transformations de sa fille. » C'est à partir des propos que ce dernier tiendra, ou au contraire le silence qu'il créera autour de la féminité de sa fille, que la future femme va pouvoir émerger.

De plus, le manque d'expérience du père lui permet d'avoir généralement un discours plus objectif qui ne dépend pas de son vécu. Il emploie donc des expressions plus scientifiques dans lesquelles on retrouve moins d'émotion. S'il est aussi intéressant de le faire intervenir dans cette transmission de connaissance, c'est également parce qu'il s'agit d'un sujet important pour lequel il faut arrêter d'isoler la moitié de la population, comme le déclare Camille Emmanuelle<sup>27</sup> dans son livre *Sang Tabou essai intime, social et culturel sur les règles* « La connaissance est une arme, et la connaissance masculine des règles des femmes est une arme essentielle pour le dialogue entre les sexes ». Si la jeune fille ressent dès le plus jeune

---

26- Didier Lauru, « L'adolescente et son père », *Dialogue* 2004/3 (no 165), p. 78-87. DOI 10.3917/dia.165.0078

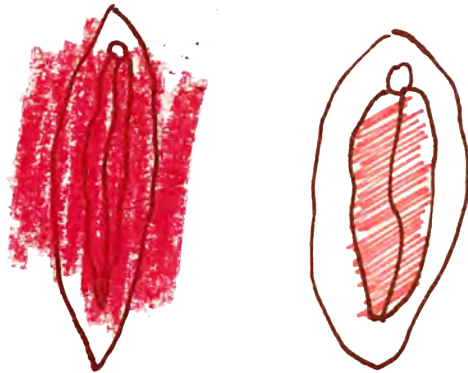
27- EMMANUELLE, C. (1980 -). *Sang tabou : Essai intime, social et culturel sur les règles*. Paris : Éditions La Musardine, 2017, 207 pages. ISBN : 978-2-84271-778-0

âge que les règles sont un phénomène qui ne concerne pas les hommes, et qu'elles lui donnent un statut moins important que ces derniers, cela va l'assigner à un stéréotype de la femme comme vu précédemment. Cela pourrait être évité, principalement par l'échange de connaissances et le dialogue avec le père et pas seulement avec la mère, ce qui favoriserait un équilibre au sein du cadre familial.

Ainsi, nous pouvons nous demander si, cette volonté d'inclure le père dans la puberté de sa fille, pourra lui être bénéfique dans la découverte de ces changements physiques et psychiques ? Dans un échange où l'appréhension se trouve généralement des deux côtés en raison d'une gêne sur un sujet méconnu, le graphiste aurait-il intérêt à proposer des supports didactiques, qui permettraient de rétablir une confiance mutuelle, d'apprendre de l'un à l'autre, tout en favorisant le dialogue ?

# • ACCOMPAGNER LA JEUNE FILLE •

## LA REPRÉSENTATION DES RÈGLES



### Le choix des publicitaires

Le graphiste est pour Pierre-Laurent Thève<sup>28</sup> un « concepteur d'image » qui a pour but de concevoir un message approprié à la demande d'un client. Si ce dernier est destiné au plus grand nombre il doit pouvoir être reçu et compris par la majorité de la population. Pour certaines campagnes le graphiste doit donc créer une communication qui s'adresse à tout le monde, cela sans choquer le récepteur. Contrairement aux graphistes, Jean-Pierre Durand<sup>29</sup> explique que les publicitaires ont des « méthodes qui relèvent de la consommation de masse » ils ne

28- Pierre-Laurent Thève, directeur corporate de l'agence Pixelis

29- Durand Jean-Pierre, Sebag Joyce, « Chapitre I. Une diversité de définitions », dans *Métiers du graphisme*, sous la direction de Durand Jean-Pierre, Sebag Joyce. Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2011, p. 15-39.

URL : <https://www.cairn.info/metiers-du-graphisme--9782111281479-page-15.htm>

doivent pas répondre à des demandes institutionnelles, mais commerciales et donc s'adresser au grand public.

Dans le cadre d'un sujet tabou comme celui des règles, pour ne pas choquer les usagers, certains publicitaires de grandes entreprises, *Nana* ou *Always*, cherchent des principes de communication qui permettent de cacher une partie de la vérité ou au moins de l'atténuer, et vont parfois même jusqu'à la transformer. Ces marques ont mis en place ce qui est appelé le «marketing de la honte» que la journaliste Sophie Gourion analyse dans un article dans *Slate*<sup>30</sup>. Cette technique qui fait appel aux peurs du consommateur se divise en trois parties «a) attirer l'attention du consommateur sur un problème dont il n'avait souvent pas conscience», il peut ainsi faire croire aux utilisatrices qu'il faut qu'elles se méfient des mauvaises odeurs qu'elles dégagent pendant leurs règles; «b) exacerber l'anxiété du consommateur quant au dit problème», dans chaque campagne publicitaire on retrouve cette même idée d'odeur gênante; «c) lui vendre le remède», finalement la marque à la solution au problème qu'elle a créé: les serviettes hygiéniques parfumées. C'est cette ligne de conduite qui permet aux grandes marques de renforcer les tabous et les peurs, pour mieux vendre ses produits miracles. Ce marketing de la honte est parfois la seule source d'informations à laquelle ont accès certaines jeunes filles. Cela n'est pas sain, car ces publicités leur cachent la vérité alors qu'elles sont à un moment de leur vie où elles ont besoin de réponses justes aux questions qu'elles se posent sur leur corps.

Dans le but, une nouvelle fois de ne pas choquer le consommateur, et ainsi éviter de le repousser, les publicitaires ont fait un autre choix important dans la représentation des règles, il s'agit du liquide bleu qui remplace le sang rouge. Depuis l'apparition



Capture d'écran de la vidéo de la marque Nana, pub serviette hygiénique, 1988, [www.youtube.com/watch?v=d67dmkpVK7c](http://www.youtube.com/watch?v=d67dmkpVK7c) © DR

des publicités pour les protections intimes à la télévision jusqu'à récemment, il était impossible de voir du sang rouge, ou encore le mot «règles». En 1988, un spot publicitaire présentait trois filles qui se préparaient pour une soirée en robe moulante, il était seulement possible d'apercevoir une seconde et demie trois serviettes emballées dans le sac d'une des filles. Depuis cette campagne, de nombreux autres spots ont suivi, dans lesquels les filles sont toujours extrêmement actives et heureuses d'avoir leurs règles. Ces dernières, étant toujours bleues, posent un problème de la représentation du sang menstruel à la télévision. Dans quelle intention les publicitaires se sont-ils accordés pour qu'un liquide bleu incarne officiellement le sang menstruel ?

30- «Le marketing du vagin : quand le marché de la beauté s'attaque à l'intime», *Slate*, 12 oct. 2012

## Sang bleu

Pour Michel Pastoureau<sup>31</sup> « Le bleu est une couleur bien sage, qui (...) ne veut pas se faire remarquer », il est la couleur la plus calme, il ne provoque pas et ne fait pas de débat. Facilement utilisable pour colorer sans se faire remarquer, il ne prend pas de risque. Il est utilisé quand le but est de mettre tout le monde d'accord, comme pour les logos des grandes organisations internationales. Si le bleu est employé pour représenter le sang c'est pour éviter de choquer. Puisqu'en opposition le rouge est, encore une fois selon Michel Pastoureau, « une couleur orgueilleuse, pétrie d'ambitions et assoiffée de pouvoir, une couleur qui veut se faire voir et qui est bien décidée à en imposer à toutes les autres ». C'est une couleur forte, intense qui apporte avec elle une grande symbolique. Le rouge n'est pas utilisé par hasard et il ne passe pas inaperçu, il marque et on se souvient de lui. Le rouge permet d'aller plus loin dans son propos, il ne fait pas semblant, il ne ment pas. Le choix de remplacer ce rouge par un bleu permet donc aux publicitaires d'atténuer le propos d'un message déjà fort et d'ainsi communiquer sans provoquer.

Avec un spot de BodyForm<sup>32</sup> la première apparition du vrai sang rouge à la télévision arrive en 2016. Il est toujours possible de trouver dans cette publicité des filles indépendantes, mais cette fois, elles ne sont pas hyperactives et on peut ressentir leur souffrance physique provoquée par des plans rapprochés sur des parties du corps blessées et donc en sang. Les publicitaires évoquent enfin la douleur, cela sans pour autant dévaloriser les femmes, elles continuent de vivre et de pratiquer leurs activités sportives. Le spot se conclut avec la phrase

31- PASTOUREAU, M. (1947-), et SIMONNET, D. (?). *Le petit livre des couleurs*. Paris : Éditions du Panama, 2004, 121 pages. ISBN : 978-2-7578-4153-2

32- *Blood* - BodyformChannel - 27 mai 2016 - <https://www.youtube.com/watch?v=8QIGVOYlKc>



Capture d'écran de la vidéo de la marque Bodyform, *Blood*, 2016, [www.youtube.com/watch?v=8QIGVOYlKc&t=1s](http://www.youtube.com/watch?v=8QIGVOYlKc&t=1s) © Bodyform

« Le sang ne doit pas nous retenir, ne laissez pas vos règles vous arrêter. » La publicité commence enfin à montrer la réalité aux jeunes filles, et le message ne ment pas et ne diminue pas pour autant la femme. Cependant pour montrer le sang, les publicitaires ont fait le choix de passer par celui de la blessure et non par le sang intime. Il faudra attendre 2017, pour franchir cette nouvelle étape, encore une fois avec une campagne de la marque BodyForm<sup>33</sup>. La publicité réunit différentes scènes dans lesquelles l'emblématique liquide bleu est pour la première fois remplacé par du sang menstruel rouge. Les divers plans illustrent notamment de nouvelles mentalités, on peut par exemple voir un homme acheter des protections intimes. Cela montre l'évolution lente, mais possible grâce à la marque BodyForm, car c'est pour le moment la seule à avoir provoqué ce début de changement positif dans la représentation du sang menstruel dans les publicités. Cette marque britannique possède aussi un blog dans lequel elle publie régulièrement des articles qui parlent simplement et naturellement du quotidien autour des règles. Ce blog est très vivant, car la marque a une communauté forte derrière elle, ce qui prouve qu'au moins une partie de la population est maintenant prête à voir évoluer les mentalités.

33- *Blood Normal* - BodyformChannel - 17 octobre 2017 - <https://www.youtube.com/watch?v=QdW6lRsuXaQ>

Grâce à cette marque, il est enfin possible d'envisager que le sujet des règles ne soit plus altéré par un manque de représentation de ce dernier. Afin de représenter les règles de manière adéquate, le designer doit-il utiliser des médiums et codes graphiques proches de la réalité, ou bien doit-il atténuer le propos par le biais d'euphémismes ?



Captures d'écran d'une publicité de la marque Bodyform, Blood Normal, BodyformChannel,

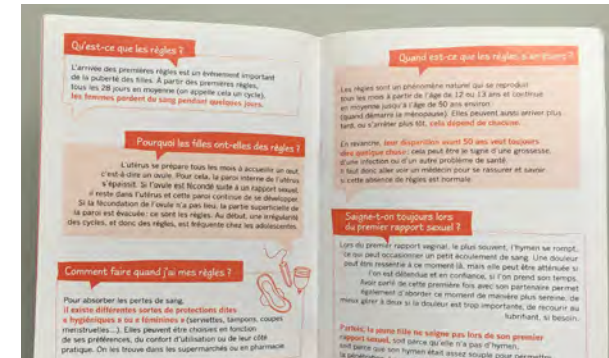
17 octobre 2017, [www.youtube.com/watch?v=QdW61RsuXaQ](http://www.youtube.com/watch?v=QdW61RsuXaQ) © Bodyform

## Un sujet intime

Ces nouvelles représentations des règles plus réalistes peuvent, dans certains cas, intriguer la jeune fille. Avec les nouveaux modèles familiaux, le père est parfois obligé d'aborder cette

question liée à l'intimité de sa fille, cela est d'autant plus difficile pour lui, qu'il s'agit d'une intimité qu'il ne connaît pas. Pour le père qui se retrouverait seul face à sa fille, à devoir lui expliquer un phénomène qui se déroule dans l'intimité de cette dernière, il est donc nécessaire de trouver la bonne posture à adopter. La frontière entre les informations importantes à aborder pour le bon déroulement du cycle et l'intimité de sa fille n'est pas toujours facile à identifier d'autant plus qu'il doit trouver comment la respecter.

Face à cette forte ambivalence le graphiste pourrait mettre en place des supports pour accompagner les pères afin de les aider à mieux appréhender la façon d'aborder ce sujet personnel avec leurs filles sans s'engager dans leur intimité.



Brochure onSEXprime.fr, *Questions d'ados (amour-sexualité)*, mai 2016, pages 8 et 9 © DR

Aujourd'hui, afin d'être conseillées, les jeunes filles peuvent s'appuyer sur des supports dont le but est de rassurer les adolescentes au moment de la puberté. Dans ces brochures, les choix typographiques, souvent des écritures manuscrites, font référence à l'humain et à l'accompagnement, et la mise en page généralement souple et abondante est souvent travaillée afin de renforcer l'idée qu'il ne s'agit pas d'un sujet grave, il faut juste savoir en parler simplement de manière décontractée

afin d'arriver à le dédramatiser. C'est pour ces raisons que ces aides-accompagnatrices sont élaborées dans un style décalé et enjoué. Souvent construites sous la forme d'un dialogue, ils permettent à la jeune fille de s'identifier, elle retrouve dans les questions suggérées par le flyer, des interrogations qu'elle aurait pu avoir. Ainsi ces documents proposent des réponses avant même que certaines filles ne se posent la question, mais cela n'est rendu possible qu'à la seule condition qu'elles aient accès tôt à ces supports, idéalement avant l'arrivée des ménarches. Ces derniers sont disponibles au planning familial, à l'infirmerie scolaire, chez le médecin généraliste, le gynécologue ou encore dans les kits de premières règles proposés notamment par la marque *Nett*. Nous pouvons aussi relever le fait que chacun de ces documents ne parle pas uniquement des règles, il s'agit d'une petite partie dans un ensemble, presque comme une anecdote dans la vie des femmes. Cela prouve que ces dernières ne sont pas définies uniquement par leurs règles, elles ne deviennent pas femme le jour où elles ont leurs ménarches, cela se fait étape par étape, il s'agit de la puberté. Les règles sont une des plus grandes étapes de cette évolution c'est, pourquoi il est important que pendant cette période les jeunes filles se sentent accompagnées et en confiance.

Cependant ces prospectus s'adressent à des adolescents qui grâce aux cours de Science de la Vie et de la Terre (SVT) obligatoires au collège, commencent à connaître leurs corps. C'est pour cette raison que le document emploie des mots scientifiques sur l'anatomie du corps humain ainsi que sur les menstruations. Il est par exemple possible de trouver des phrases comme « Si l'ovule n'est pas fécondé, le taux d'hormones baisse. La chute brutale du taux d'hormones entraîne le détachement de l'endomètre (contenant les petits vaisseaux sanguins) de la paroi utérine, c'est donc du sang qui va s'évacuer par le vagin : les règles. » Ce discours, même s'il permet à un public aguerri de comprendre le fonctionnement des règles, n'est pas adapté aux plus jeunes qui n'ont pas encore eu ni leurs ménarches, ni les cours



Brochure du CRIPS d'Ile de France, *Les filles, guide du corps féminin*, 2012, pages 8 et 9 © DR

de Science de la Vie et de la Terre et qui chercheraient à s'informer. Il en est de même pour les illustrations, elles ne permettent en aucun cas à la jeune fille de s'identifier, soit parce que ces dernières sont trop abstraites ou alors, dans le cas par exemple du *Dico des Filles*<sup>34</sup>, parce qu'elles répondent toutes aux stéréotypes de la femme parfaite vue dans la première partie, grande, fine et avec de superbes cheveux. Face à ces documents, la jeune fille se retrouve confrontée à des outils de communication manquant de sensibilité ainsi qu'à des schémas et des illustrations qui ne lui permettent pas de se projeter.



Illustration de Marianne Dupuy-Sauze, *Le Dico des filles*, 2004, pages 340 et 341 © DR

34- ROUYER, D-A. (?). *Le Dico des filles*. Paris : Éditions France Loisirs, 2004, 447 pages. ISBN : 2-7441-6847-5





Notice d'utilisation des tampons Tampax Compak, 2017 © DR

En complément de ce support de communication nous pouvons trouver les notices de tampons. Marquantes par la quantité d'informations écrites, elles font, dans l'imaginaire de la jeune fille, référence aux notices des médicaments et ne proposent pas une bonne ergonomie de lecture. Le corps de texte est très petit, le contraste n'est pas optimum pour détacher le texte, il n'y a aucun blanc tournant qui favoriserait une respiration dans la lecture, et enfin il n'y a pas de hiérarchie de l'information qui aurait permis de comprendre que le texte est rédigé en onze langues. De plus le texte écrit dans un ton neutre et scientifique n'aidera pas la lectrice à se sentir accompagnée et comprise par l'émetteur. Une jeune fille qui a besoin de trouver rapidement une information ne va donc sûrement pas automatiquement lire ce texte, et va plutôt se référer aux illustrations présentes sur le document, ces dernières étant des coupes scientifiques du corps humain, elles n'aident pas la fille à retranscrire cette représentation des organes sur son corps. Ce document froid, narratif et compliqué, ne permet en aucun cas de créer la couche de protection dont la jeune fille a besoin pour l'accompagner dans cette nouvelle étape, et rien dans ce dernier n'est mis en place pour la rassurer ou pour la mettre en confiance.

Au vu de l'âge de plus en plus précoce des ménarches, il serait judicieux pour le designer d'instaurer un langage visuel et un

contenu ludiques et pédagogiques plus adaptés pour les jeunes filles. Ce langage peut-il aussi inclure le père afin de l'aider à comprendre les changements de sa fille, pour qu'il puisse prendre du recul avec le sujet des règles qui ne le concerne pas intimement, afin d'établir un discours simple et compréhensible ?



Fanny Godebargue, *Clean your cup*, 13 février 2017, 5x5cm © Fanny Godebargue

En opposition à cette surabondance d'informations *Clean your cup*<sup>35</sup> de Fanny Godebargue<sup>36</sup> est un projet qui évolue, dans un premier temps, dans des espaces propices à l'intime. Il s'agit d'un recensement des toilettes « cupsafe », c'est-à-dire dans lesquelles on peut changer et laver sa coupe menstruelle facilement. Afin de couvrir le plus d'espace possible elle a mis en place une communauté d'ambassadrices et d'ambassadeurs qui au quotidien repèrent ces toilettes. Cette action, en plus de repérer les lieux, permet de faire parler de ce projet lorsque l'utilisateur voit un autocollant, et de l'amener à se questionner sur l'origine de ce dernier dans les toilettes. Le graphisme

35- *Clean your cup* (février 2017) - Fanny Godebargue - France

36- Fanny est passée à la cup menstruelle il y a quatre ans et elle a tout de suite été conquise. Après en avoir vendu pendant deux ans elle est arrivée à la conclusion que beaucoup trop de femmes hésite à en acheter par peur de devoir la changer dans un lieu public sans aucune intimité. Voulant palier à ce problème elle crée un référencement de toilettes « cupsafe » disponible sur son site [cleanyourcup.com](http://cleanyourcup.com).



sobre et direct, travaillé à la ligne n'est pas provoquant et permet de démocratiser le sujet des règles dans l'intimité et donc sans forcer le récepteur à avoir un échange sur ce thème.



Fanny Godebargé, *Clean your cup*, 15 décembre 2017, 5x5cm © Fanny Godebargé

Pour ne pas brusquer les utilisateurs, Fanny Godebargé a fait le choix d'être simple et succincte dans la quantité d'informations sur ses stickers, ainsi si l'utilisateur souhaite en savoir plus sur ce sujet il devra lui-même, par la discussion ou par l'utilisation de supports, aller à la recherche de l'information.

Finalement, envisager que le designer donne à voir, au père ou à sa fille, des images représentant la réalité, est-il compatible avec la notion d'intimité et de protection que ces derniers veulent véhiculer ?

Cette représentation de la réalité peut se retrouver dans l'édition *Guédailles*<sup>37</sup> des Panthères Rouges<sup>38</sup>, un collectif de femmes féministes montréalaises. *Guédailles*, que l'on peut traduire du québécois par « pétasse » est une œuvre regroupant plusieurs

37- PANTHÈRES ROUGES. (Dupuis, C., ROUSSEL, S et VENN, K.) (2005 -). *Guédailles*. Montréal : Graphisme, Sarah Lamarche, 2005, 42 pages

38- Les Panthères rouges est un collectif féministe subversif non-mixte montréalais qui dénonce les oppressions corporelles que subissent les femmes quotidiennement comme les menstrues.



Les Panthères rouges, *Guédailles*, 2017, pages 14 et 15 © Les Panthères rouges



Les Panthères rouges, *Guédailles*, 2017, pages 30 et 31 © Les Panthères rouges

auteures et illustratrices féministes. Page après page, les différentes artistes racontent ou illustrent leurs histoires intimes. Dans un ton direct et presque adorateur, ces récits ont le point commun d'être toujours très personnels et pourtant racontés

comme une histoire banale. Cette approche permet d'ouvrir la parole sur un sujet trop souvent ignoré, cependant s'il n'y a aucune pudeur ou intimité, cela pourrait choquer et repousser le récepteur au lieu de l'intéresser. Le public qui va lire cette édition n'est donc pas celui qui recherche des informations, mais il veut plutôt avoir des avis et points de vue différents sur un sujet qu'il connaît déjà. C'est un public plus adulte et averti. Si le designer graphique choisissait de suivre ce principe et donc de proposer un message sans aucune pudeur voire choquant, ne réserverait-il pas le sujet à une partie de la population qui y est déjà sensible sans pour autant provoquer de l'intérêt chez les autres ?

### Un message qui choque

Contrairement à ce que pourrait laisser croire l'évolution de la représentation des règles, le public n'est pas toujours prêt à recevoir un message sans filtre sur ce sujet. À l'image de la campagne publicitaire Thinx dans le métro new-yorkais en 2015.

«Thinx» est une marque new-yorkaise, créée en janvier 2014. Elle vend des sous-vêtements périodiques ainsi que des tampons bios, son but est de faciliter la vie des personnes pendant qu'elles sont réglées. Selon cette marque, il ne devrait pas y avoir de honte autour de ce sujet naturel. Pourtant en 2015, une de leurs campagnes publicitaires était encore trop osée pour l'entreprise chargée des transports publics de New York. La publicité a été retirée, car pour l'agence Metropolitan Transportation Authority (MTA) cela n'était pas le lieu pour en parler. Elle aurait dit s'inquiéter que des enfants puissent «demander à leurs parents ce que sont les règles, si jamais le mot venait à être placardé dans les couloirs du métro».

Pour la compagnie de métro, la simple présence du mot «period»<sup>39</sup> rend les affiches plus choquantes que certaines campagnes publicitaires pour qui l'identité principale est la représentation dénudée du corps féminin. Pourtant, dans leurs affiches, Thinx parvient à évoquer un sujet encore tabou tout en essayant de ne pas choquer. Toutes les mannequins présentes sur l'affiche ne sont pas complètement en sous-vêtement, elles semblent naturelles, les photos ne sont pas, ou alors très peu modifiées. Il est possible par exemple, de voir les grains de beauté ou encore les vergetures des filles, ce qui est rare pour une marque qui vend des sous-vêtements. C'est aussi cette représentation très réaliste et naturelle du corps féminin qui dérange, puisque dans l'inconscient des consommateurs, cela est nouveau dans le domaine publicitaire. Un autre élément de la campagne qui peut déranger est la présence d'un pamplemousse séparé en deux qui évoque avec peu d'ambiguïté une vulve. Ce dernier permet esthétiquement de suggérer un sexe féminin et d'ainsi faire appel à la curiosité et à l'imaginaire du spectateur. Cette technique rend possible une préservation de l'innocence des jeunes enfants, ils sont éloignés puisqu'ils ne peuvent comprendre cette référence. Parallèlement, cette



Thinx, campagne publicitaire pour des sous-vêtements [hellonthinx.com](http://hellonthinx.com), New-York, 2015 © Thinx

39- Traduction anglaise du mot «règles»

affiche interpelle les adultes puisqu'elle joue avec leur subconscient afin de finalement réussir à leur montrer un sexe. Représenter un objet en le détournant afin de lui associer une nouvelle symbolique est un moyen qui peut être mis en place par le designer graphique. Cela lui permettrait de représenter l'intimité féminine sans connoter le réalisme et donc la gêne que véhiculerait la photographie, ce qui serait inapproprié dans ce contexte. Pour défendre sa campagne Miki Agrawal, la cofondatrice de la marque avait déclaré « Si vous regardez, cela pourrait être un vagin, mais c'est clairement un pamplemousse. » Enfin, dans l'intention d'atténuer cette symbolique, la campagne publicitaire utilise principalement des couleurs naturelles, sobres dans des tons pastel, qui n'agressent pas le regard et adoucissent l'ambiance générale, aussi bien dans la réception de l'image que dans l'appréhension du message.

Tous ces choix graphiques dans le but de parler du sujet des règles sans tabou, mais pourtant avec pudeur, afin de créer une campagne ni « trop féministe », ni « trop girly » n'a pourtant pas permis à Thinx d'être affichée dans les métros new-yorkais, elle a dû pour cela attendre qu'en 2017 la compagnie MTA valide ces publicités. Pourtant certaines autres publicités peuvent être publiées malgré la représentation d'une image de la femme dégradée, comme la campagne Saint-Laurent vue précédemment. La société tolère donc plus facilement, une femme stéréotypée et hyper-sexualisée qu'une femme naturelle avec des défauts. Cela est dû à l'habitude du regard qui voit depuis toujours les mêmes représentations lisses et définies par des diktats de la beauté féminine. Quels sont les moyens que possède aujourd'hui le graphiste pour faire progresser ce point de vue sur la femme ? En accompagnant le regard sur ce sujet, le graphiste peut-il être le précurseur d'une nouvelle égalité ?

Ainsi dans le cadre d'une entreprise, comme Thinx, qui fait des choix graphiques dans le but d'évoquer sans choquer le récepteur, au moyen de détournement d'objets, afin de lui renvoyer

une image décomplexée du corps féminin serait-il envisageable de penser que le travail du designer n'est possible que s'il s'adresse à un public déjà préparé ? Cette technique du détournement d'objets peut-elle être réutilisée par le designer graphique face à un jeune public qui n'aurait pas les références nécessaires afin de percevoir l'intégralité du message ?



Liv Strömquist, Métro suédois, 2017, 4x3m © @gandolf\_junior/Instagram

Plus récemment une polémique, amorcée cette fois par le public, a eu lieu dans le métro suédois. La station Slussen (Stockholm) expose pendant un an dans ses couloirs galerie d'arts, les illustrations de la féministe Liv Strömquist. Ces dernières représentent différents personnages, dont des patineuses aux jambes poilues avec sur la culotte une marque d'un rouge vif qui contraste fortement avec les dessins travaillés en noir et blanc. Le rouge appliqué grossièrement avec un pinceau fait appel à la symbolique de la tache et donc aux règles. Cette initiative de la compagnie des transports ne fait pas l'unanimité, certains utilisateurs trouvent, en raison notamment de la posture des femmes qui amène le regard sur leur sexe rouge, ce sujet provocateur et s'expriment à ce propos en ces termes : « C'est compliqué d'expliquer à un enfant de 4 ans ce qu'est le rouge entre leurs jambes. » Ainsi comme dans le cas du métro new-yorkais, la question qui inquiète le plus le récepteur est de savoir comment il faut parler de ce sujet avec les enfants ?

Faut-il lui expliquer entièrement ce qu'il vient de voir au risque de le choquer, ou au contraire faut-il taire la réalité en l'atténuant avec des histoires imagées qui préserveraient pendant un temps son innocence et ainsi son ignorance ?

Même si l'on sait que toucher le grand public permet d'ouvrir un sujet trop souvent ignoré, commencer cette discussion, entre les âges ou entre les sexes dans des espaces publics comme le métro, non propices à l'intime, est-il pour le designer une possibilité d'investigations ?

## QUESTION DE LANGAGE

### Je vais te raconter ton histoire

Depuis 2017, le dernier support de communication sur les menstruations qu'il est maintenant possible de trouver est le livre d'Élise Thiébaud, *Les Règles... Quelles aventures!* illustré par Mirion Malle<sup>40</sup>. Cet ouvrage s'adresse, selon l'auteure, « aux femmes et aux hommes de 10 à 70 ans ». Si ce dernier se veut plus accessible que les autres supports, c'est dans un premier temps en raison des personnages qui illustrent l'édition. Des jeunes filles poilues, noires, blanches, petites, avec de la cellulite, des muscles, des cheveux courts, longs, roux, blonds, etc.

40- THIÉBAUD, É. (1962-). *Les règles... Quelle aventure!*. Montreuil : Éditions la ville brûle, 2017, 72 pages. ISBN : 978-2-36012-094-9

Élise THIÉBAUD Mirion MALLE

# LES RÈGLES... QUELLE AVENTURE !



Élise Thiébaud, *Les règles... Quelle aventure!*, Éditions la ville brûle, 2017, 72 pages © Élise Thiébaud

permettent à la jeune fille qui lit ce livre de pouvoir se retrouver dans cet éventail de représentations. De plus, même si cette édition contient beaucoup de textes, le travail de la mise en page facilite la lecture, les différents chapitres sont bien séparés afin de guider la jeune fille, et les illustrations permettent d'appuyer le propos sur le ton de l'humour et du second degré. D'autre part, la présence des exergues en typographie manuscrite donne un ton décontracté à l'ouvrage et engage une proximité avec le lecteur tout en faisant passer rapidement les informations essentielles. Cependant, l'auteure, en choisissant de ne pas parler uniquement des règles, mais aussi de la nouvelle sexualité qui arrive aussi avec la puberté, augmente

l'âge moyen du récepteur de ce message. Avec les ménarches qui arrivent de plus en plus jeunes (depuis quelques années cela peut-être normal dès 9 ans), la représentation du corps de la jeune fille comme un corps sexué doit être faite de manière très délicate. Les premières règles arrivent aujourd'hui sur des jeunes filles qui ont encore des corps d'enfants et pour qui la sexualité fait encore partie d'un lointain imaginaire. Par ailleurs, dès le troisième chapitre, l'auteure propose un paragraphe intitulé « ça n'arrive pas qu'aux femmes », dans lequel on peut lire « Pour avoir ses règles, il faut avoir un utérus et ovuler. Mais toutes les personnes qui ont un utérus ne sont pas des femmes », Élise Thiébaud fait ici référence aux personnes transgenres. Même s'il est très important d'expliquer cela aux enfants, au même titre que les règles, afin que ces derniers ne grandissent pas dans l'ignorance d'un sujet, est-il judicieux de donner toutes les informations en même temps? Cet enseignement ne serait-il pas plus bénéfique s'il était réalisé étape par étape en suivant l'évolution de l'enfant? Dans ce cas, il serait peut-être préférable de réserver cette information à plus tard, une fois que la personne sera familiarisée avec ses règles.

Face à une période où l'enfant grandit rapidement, le designer n'aurait-il pas intérêt à trouver des outils de communication qui suivent cette évolution afin d'accompagner au mieux la jeune fille tout au long de ses règles?



Mirion Malle, illustration pour l'édition *Les règles... Quelle aventure!*, 2017 © Élise Thiébaud

## Un dialogue sur le bon ton

Ces différents supports, même s'ils n'ont pas tous choisi le même ton pour s'adresser au public, ont tous le point commun, exceptée peut-être l'édition féministe *Guédailles*, de vouloir atténuer la portée du message qu'aurait dû avoir ce dernier s'il avait été une représentation fidèle de la réalité. Sur ces aides, il est impossible de trouver des photos qui représenteraient le réel. Le vrai sang n'est jamais reproduit, cela commence à arriver avec les dessins de Mirion Malle qui mettent en scène, par l'illustration, du sang menstruel. De plus, l'utilisation de termes froids et scientifiques peut aussi être vue comme un moyen de s'éloigner du sujet et de ne pas s'impliquer dans un discours qui pourrait gêner. Enfin à l'opposé de ces mots savants, certains supports possèdent des expressions comme « tes ragnagnas », « tes trucs de filles », « les anglais débarquent », « tes ourses » qui sont utilisées afin d'éviter d'employer le mot règles et d'ainsi détourner l'imaginaire du lecteur. Ce sujet semble donc tellement tabou, que l'idée même de l'évoquer assez directement pourrait provoquer une gêne chez le récepteur.

Pour réussir à intégrer le père qui n'est pas acteur de ce sujet délicat, le designer doit-il respecter les règles de conduite inconscientes qui pourraient induire une certaine distanciation à propos de ce sujet ou au contraire doit-il aller à l'encontre de ces limites? Ces dernières étant bien souvent appliquées dans le but de se protéger d'un sujet qui nous gêne.

Les intervenantes du planning familial de Paris ont fait le choix d'avoir un discours émancipé qui serait pour elles profitable à tous. Ainsi dans la salle d'attente il est parfois possible d'entendre la phrase prononcée de façon désinvolte: « Qui vient pour une IVG ? » Cette facilité de parler d'un sujet délicat se retrouve beaucoup chez les professionnels de la santé. Ainsi le gynécologue Camus, pratiquant depuis plus de 30 ans dans le

sud de la France affirme ne pas hésiter à parler franchement à ses patientes. « On dit toujours la vérité sans l'atténuer, même aux plus jeunes, cela leur permet d'être bien préparés. »

Comment, un père qui ne peut pas prétendre avoir les mêmes connaissances qu'un professionnel, doit-il construire son dialogue pour s'adresser à sa fille ? Dans la mesure où le graphiste s'adresse au père et à la fille, serait-il possible que les outils de communication conçus viennent créer une interaction et atténuer la distance entre ces deux interlocuteurs ?

### Témoin entre le père et la fille

Chacun des supports analysés précédemment, même s'ils sont adaptés à un public adolescent, peuvent être consultés à tout âge, seulement aucun ne permet à la jeune fille de se tourner vers le monde extérieur. Elle les consultera dans le but d'avoir des explications sur les transformations qui se produisent dans son corps, le père, lui, dans son rôle d'accompagnateur, pourra aussi les consulter afin de comprendre ce qui est en train de changer chez son enfant.

Ces supports, en étant une source d'informations pourraient aider le père à trouver les mots justes pour parler à sa fille. Cependant ces derniers ne semblent pas encore être adaptés pour pouvoir inclure le père dans cette discussion, en raison du manque de considération de ce dernier sur le sujet, ils ne l'aident pas à trouver le ton adéquat pour pouvoir aborder le sujet des règles avec sa fille. Néanmoins si le père a les compétences nécessaires pour parler des règles, mais ne sait pas comment aborder le sujet, il peut se servir de ces supports comme prétexte afin d'engager la discussion.

Si avec ces différents moyens de communication, le père ne pense toujours pas posséder les bonnes informations pour aider au mieux sa fille ou si ces derniers ne l'aident pas à oser aborder le sujet, il peut se tourner vers des organismes ou des interlocuteurs professionnels du domaine qui sont extérieurs au cercle de l'intime et qui sauront l'aider à franchir le premier pas vers un dialogue intime avec sa fille.

Les gynécologues, le planning familial, les sages-femmes, les médecins généralistes, ou encore les infirmières scolaires ont tous un rôle d'accompagnateur à jouer autour des règles. Cependant ils ne vont pas tous être sollicités à la même période de la vie de la femme et ni pour les mêmes raisons. C'est pourquoi il est important pour le père de savoir vers qui il doit se tourner ou vers qui il doit envoyer sa fille afin de l'aider au mieux. Si l'infirmière scolaire est principalement sollicitée par les enfants seuls, le gynécologue, M. Camus affirme que généralement ses nouvelles patientes ne viennent jamais seules dans son cabinet, « bien souvent quand elles viennent c'est pour répondre aux inquiétudes de la maman, cette dernière profite de la consultation pour poser des questions à sa fille, en me prenant à parti "N'est-ce pas docteur ?" ». Cependant, très peu de filles viennent le voir accompagnées de leur papa.

Cette ignorance du rôle de guide que peut avoir le père dans la vie de sa fille, éloigne l'idée de venir créer un échange bénéfique entre eux. Tout en sachant que les professionnels de santé sont présents en cas de questions plus délicates, le designer graphique n'aurait-il pas plus intérêt à concevoir des supports qui s'adapteront aussi bien aux attentes du père comme de sa fille et ce quelque soit l'âge de cette dernière ?

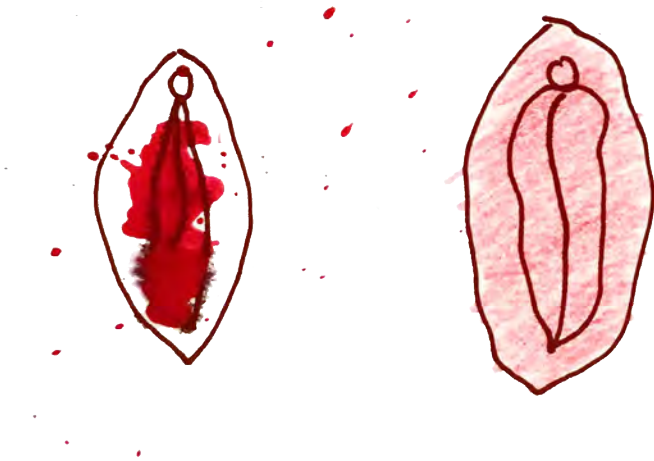
# • FAMILIARISER AUX RÈGLES PAR LE GRAPHISME •

## SI LES RÈGLES N'ÉTAIENT PLUS UN TABOU?

### Rites de passages

Même si la société actuelle est encore aujourd'hui rythmée par les rites, mariage, baptême, bar mitzvah, enterrement de vie de célibataire, etc., ces derniers ne viennent plus structurer la société et bien qu'ils soient pour beaucoup d'origine religieuse, ils sont maintenant aussi pratiqués par des non-croyants. Ces rites permettaient aux personnes les pratiquant de marquer leur appartenance à un groupe auquel elles s'identifient. Pour Gilles Séraphin<sup>41</sup> « le rite peut s'apparenter "à un moment-clé" dans la

41- Séraphin Gilles, « Introduction. Familles et rites », *Recherches familiales*, 2012/1 (n° 9), p. 3-7. DOI : 10.3917/rf.009.0003.  
URL : <https://www.cairn.info/revue-recherches-familiales-2012-1-page-3.htm>





vie des personnes, celui qui valorise le passage d'un statut à un autre.» Les ménarches qui symbolisent déjà pour la société un moment de transition entre la fille et la femme sont donc déjà à l'origine de différents rites. Cependant ils peuvent s'avérer discriminants puisqu'ils catégorisent et séparent la société entre ceux qui peuvent pratiquer ou qui ont pratiqué ce rite et les autres. Gilles Séraphin propose donc une deuxième manière de percevoir les rites, ces derniers seraient «des répertoires de gestes mobilisables par les personnes qui les exécutent» et qui pour perdurer auraient besoin d'être adaptés ou renouvelés. Cette appropriation des rituels permet à chacun de choisir les rites qu'il va pratiquer, ces derniers perdent donc leur caractère structural et obligatoire qui auparavant les accompagnait.

Il faudrait donc que le designer, parvienne à intégrer le père dans ce moment important de la vie de sa fille. Détourner le rite de passage et recourir à un support de communication pour premières règles comme objet rituel, créera un moment où convergent les affects dans un scénario organisé permettant à chacun de trouver sa place. Le père se positionnerait alors comme un guide dans l'apprentissage de sa fille.

En vue de cette adaptation du rite menstruel, le graphiste doit donc penser une nouvelle représentation des règles qui pourrait accompagner le père et sa fille dans les différentes étapes d'évolution du corps de cette dernière.

## Représenter la réalité

Ces supports, afin de se distinguer de toutes les représentations déjà existantes pourraient choisir, de par ses visuels, de retranscrire parfaitement la réalité. C'est le choix fait par la

télévision publique norvégienne en 2015. Elle a diffusé un programme d'éducation sexuelle dénué de tout filtre, destiné aux adolescents et pré-adolescents à partir de 8 ans. Ces épisodes du programme scientifique «Pubertet», diffusés pendant l'émission «Newton» sur la chaîne NRK expliquent le fonctionnement des parties génitales en s'appuyant sur de vrais modèles, et proposent de la nudité totale suivie de gros plans explicites. Toutes les vidéos débutent par cet avertissement: «Le programme Pubertet de Newton démarre maintenant. Il est normal pour certains parents de se sentir embarrassés. Vous avez été prévenus.» Les vidéos ne sont pour autant interdites à aucune classe d'âge, puisque pour Erling Normann, le responsable de l'émission «Pubertet ne fait de mal à personne, au contraire».



Capture d'écran de la vidéo de Pubertet Newton, *Le vagin*, Norvège, 2015, [www.youtube.com/watch?v=IUuq1OnYdIo](http://www.youtube.com/watch?v=IUuq1OnYdIo) © DR

Dans la vidéo qui présente le fonctionnement du vagin, la docteur Line Jansrud explique son fonctionnement avec des mots professionnels qu'elle emploie avec humour dans un ton assuré et direct qui permet de rassurer et d'ainsi mettre à l'aise le public. À côté de cela elle manipule sans hésitation la partie génitale d'une femme (dont on ne voit pas le visage, dans le but de préserver une partie de son intimité) afin d'appuyer son propos.



Ce style d'émission n'est pour le moment pas envisageable à la télévision française, qui n'accepterait pas la diffusion de sexes apparents. Si cela est possible en Norvège c'est en raison du concept d'égalité «likhet» qui s'applique aussi bien à la société, qu'à la culture ou au mode de vie norvégien. Marianne Elisabeth et Melhuus Marit, deux anthropologues expliquent que la majorité des habitants se voient comme «une société plutôt homogène, dans laquelle les individus se ressemblent, partagent le même mode de pensée et vivent leur vie plus ou moins de façon identique.»<sup>42</sup> C'est cette impression de similitude et d'égalité qui serait une des raisons pour lesquelles il est possible de montrer des corps nus aux enfants à la télévision. Il n'y a pas la notion de gêne, car tout le monde a le même corps. Il est donc important, voire essentiel d'enseigner simplement comment fonctionne ce corps et cela dès le plus jeune âge. La pratique du sauna, entre autres, qui est une habitude de vie norvégienne, a aussi une influence sur leur rapport au corps nu. En France le public, aussi bien parents que enfants, n'est pas habitué à voir les parties génitales d'autrui dans une représentation aussi fidèle à la réalité que le permet la vidéo. Le spectateur est habitué aux discours édulcorés et pourrait donc être surpris et choqué face à ces images. Il faut ajouter à cela que pour Caroline Le Roux, sexologue depuis 15 ans, les Français «restent encore très puritains». De plus le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) qui a pour mission de s'occuper entre autres de la protection des mineurs, ne laisserait pas passer cette émission pour le motif d'atteinte à la pudeur. Ce style d'émission aide pourtant, grâce à l'utilisation de l'humour sans pour autant se moquer, à libérer la parole des jeunes, elle est utilisée en Norvège comme une base propice au dialogue et d'après la sexologue il y aurait en France une très forte demande de vrais dialogues de la part des jeunes, puisque ces thèmes sont aujourd'hui très peu abordés dans l'espace public.

42- Lien Marianne Elisabeth, Melhuus Marit, « La Norvège. Vues de l'intérieur », *Ethnologie française*, 2009/2 (Vol. 39), p. 197-205. DOI : 10.3917/ethn.092.0197. URL : <https://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2009-2-page-197.htm>

## COMMENT PARLER À UN ENFANT ?

### Raconter une histoire

C'est souvent vers l'âge de 3 ans que l'enfant commence à se poser des questions sur son existence ou sa place au sein de sa famille. Cependant à cet âge il n'est pas envisageable de répondre à ses questions avec des mots scientifiques et des principes compliqués. Avec l'arrivée de plus en plus précoce des premières règles, il faut donc prévoir de parler de ce sujet avec des termes et des métaphores adaptées à la maturité de l'enfant qui va être face au discours. Ce principe d'utiliser des figures de style et d'inventer des histoires est déjà présent dans les réponses énoncées face à la grande question que les enfants se posent : « Comment on fait les bébés ? » Si les parents, principaux destinataires de la question, n'en sont plus aujourd'hui à convoquer la fable de la cigogne ou encore la culture des choux et des roses, ils utilisent pourtant encore des métaphores. La plus démocratisée est celle de la petite graine que papa dépose dans le ventre de maman, une histoire qui est consolidée par de nombreux ouvrages destinés aux enfants. Ces histoires permettent d'expliquer un phénomène complexe aux petits, en amoindissant la réalité, afin que la réponse soit adaptée à l'âge de ce dernier. Une des raisons qui permet aux parents de pouvoir expliquer plus facilement cette histoire de la conception des bébés avec l'enfant, est le nombre important de supports qui facilite l'échange. En effet, de nombreux sites

comme [pratico-pratiques.com](http://pratico-pratiques.com)<sup>43</sup> ou [avis de mamans](http://avisdemamans.com)<sup>44</sup> conseillent aux parents d'utiliser des ouvrages afin de les aider à trouver le bon ton et de servir de support pour illustrer cet échange.



Babette Cole, *Comment on fait les bébés!*, Éditions Seuil, 2012, 40 pages © Babette Cole

Notamment *Comment on fait les bébés*<sup>45</sup> qui est un ouvrage adressé aux enfants à partir de 4 ans, il retranscrit avec humour et imagination l'histoire de deux parents qui tentent par tous les moyens d'expliquer la sexualité à leurs enfants. Ce livre illustré dans un ton bienveillant et innocent permet à l'enfant de se retrouver et de se sentir revalorisé puisqu'à la fin, ce sont les enfants qui finissent par expliquer aux parents comment on fait les bébés, à l'aide de dessins enfantins réalisés grâce à des « personnages bâtons » et donc très représentatifs de son univers. Un autre livre permet également d'avoir cette discussion, il s'agit de l'album *Le Parcours de Paulo*<sup>46</sup> qui met en scène, de manière très imagée le cheminement d'un spermatozoïde

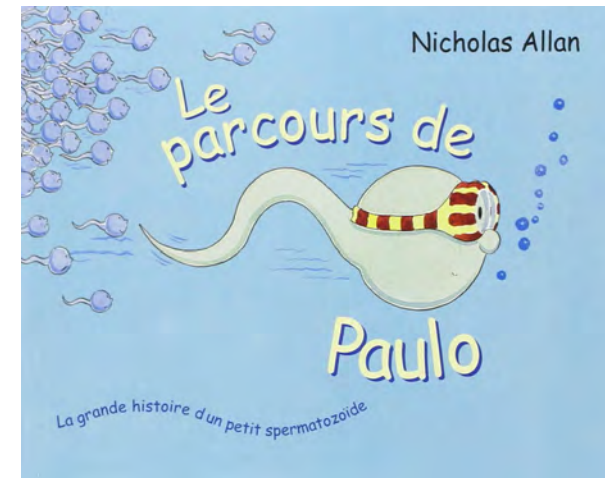
43- [www.pratico-pratiques.com/sante-et-famille/psycho/enfant/expliquer-comment-on-fait-les-bebes/](http://www.pratico-pratiques.com/sante-et-famille/psycho/enfant/expliquer-comment-on-fait-les-bebes/)

44- [www.avisdemamans.com/mag/article/la-sexualite-expliquee-aux-enfants](http://www.avisdemamans.com/mag/article/la-sexualite-expliquee-aux-enfants)

45- Cole, B. *Comment on fait les bébés!*. Paris : Éditions Seuil, 2012, 40 pages. ISBN : 978-2-0210-8613-3

46- Allan, N. *Le parcours de Paulo*. Paris : Éditions Kaléidoscope, 2004. ISBN : 978-2-8776-7423-2

jusqu'à l'ovule, ce livre est conseillé dès 5/6 ans. Afin d'aborder le sujet de la reproduction, l'auteur a choisi de personnifier les éléments essentiels de cette interaction, ainsi le héros est un spermatozoïde qui répond au nom de Paulo et qui a élu domicile à l'intérieur de monsieur Dupont. À l'aide de cartes du corps de l'homme et de la femme, traitées comme des cartes de chasse aux trésors des pirates, ainsi que des termes appartenant au champ lexical de la compétition, l'auteur aborde la thématique en faisant appel au jeu. Avec l'album, l'enfant s'amuse en se familiarisant à la question : Comment on fait les bébés ?



Nicholas Allan, *Le parcours de Paulo*, Éditions Kaléidoscope, 2004 © Nicholas Allan

Les parents, s'ils veulent expliquer la sexualité à leurs enfants possèdent donc de nombreux ouvrages semblables à ces derniers afin de les aider à trouver les mots justes et cela à chacune des étapes de sa croissance ou de la maturité de l'enfant. Il est donc important pour le designer de s'inspirer de cette méthode qui respecte les différents paliers d'informations, lorsqu'il s'adressera à l'enfant sur le sujet des règles.

Il faut diviser cet enseignement en différents niveaux, puisque la jeune fille n'est pas apte à recevoir toutes ces connaissances en une seule fois et selon l'âge d'apparition de ses ménarches, les informations proposées et la manière de les représenter ne seront pas identiques.

## Accompagner au quotidien

Si cet apport de savoir doit être fait étape par étape, il doit donc régulièrement suivre la jeune fille puis la femme afin de comprendre de quelles informations elle a besoin et à quel moment.



Clue, application Clue, 2016 © Clue

Les applications comme Glow, Flo ou encore Clue sont des outils qui suivent quotidiennement et de façon ludique, la fille dans son cycle menstruel. Chaque jour, elle peut rentrer des informations sur son flux, ses syndromes pré-menstruel (SPM), sa fatigue ou encore son appétit. À chaque nouvelle donnée renseignée, l'application propose un nouveau conseil, qui aide l'utilisatrice à comprendre pourquoi elle connaît un tel chan-

gement dans son corps. Ainsi l'application en la conseillant et la guidant quotidiennement, l'aide à mieux comprendre son cycle et pas uniquement au moment des règles. Cependant les applications n'interviennent qu'une fois que cette dernière est réglée et si elle possède un smartphone, elles n'aident donc pas à gérer les premières questions ou appréhensions que la jeune fille pourrait avoir face aux règles.

Ces applications, en intervenant comme témoin d'une évolution pourraient être un outil à envisager par le graphiste qui peut ainsi proposer un support facilement accessible et partageable entre différentes personnes, mais surtout, l'application a l'avantage de pouvoir, à l'aide de mise à jour, évoluer avec la fille. Face à un écran, elle peut parfois plus facilement se confier puisqu'elle n'a pas peur de décevoir ou de gêner son interlocuteur, le support numérique peut donc par moment être témoin d'informations plus intimes que celles que la jeune fille ose livrer à ses parents et c'est aussi pour cette raison qu'il serait intéressant pour le graphiste de l'exploiter. Cependant s'il choisit de mettre en place cet outil, cela ne peut en aucun cas être la seule source d'informations à laquelle a accès la jeune fille. L'outil numérique interviendrait en complément d'un accompagnement par un gynécologue et du soutien des proches. Même si l'écran lui donne une impression de protection face au monde extérieur, cela ne lui permet pas d'avoir un échange ainsi qu'une ouverture sur le monde réel dont elle a encore besoin pour le comprendre et ainsi apprendre à vivre avec.

# OUVRIR LE DIALOGUE AU PÈRE

## Choyer le récepteur

Comme vu dans les parties précédentes, le sujet des règles est encore très tabou et il est donc difficile d'aborder à grande échelle cette question dans la société. À cause du manque de médiations autour des règles, le public n'est pas encore habitué à aborder de façon anodine ce sujet, il faut donc commencer à le familiariser.

Dans le cas où le public, ou une partie du public ne semble pas prêt à recevoir ce message, cela peut avoir de l'influence sur la portée de la communication. En effet en 2016, le ministère des Affaires Sociales et de la Santé a mis en place une campagne de prévention contre le sida pour les homosexuels. Ces affiches montraient des couples homosexuels en train de s'embrasser. La représentation de ces couples, dans des tons doux ainsi que dans des postures réservées et amoureuses, rend ces affiches inoffensives et n'agresse pas le regard. Pourtant sur 130 villes



Ministère des Affaires sociales et de la Santé, Campagne de Prévention contre le Sida, France, 2016

© Ministère des Affaires sociales et de la Santé

possédant ces affiches, plus d'une dizaine les ont supprimées, et dans les villes où elles étaient encore présentes, elles ont été vandalisées par des habitants. Cette réaction montre que certains n'étaient pas prêts à recevoir ce type de représentation assez directe sur un sujet qu'ils ne comprennent pas et dont ils n'acceptent pas la réalité. Ils ont donc pu se sentir agressés ou être choqués et c'est pour cette raison qu'ils se sont éloignés du sujet au lieu d'essayer de le comprendre. Le designer, pour parler d'un sujet qui ne fait pas le consensus, peut donc faire le choix d'aborder le thème en douceur et avec subtilité sans être trop intrusif, mais ce n'est pas pour autant qu'il ne doit pas dire ni montrer la vérité.



Ministère des Affaires sociales et de la Santé, Campagne de Prévention contre le Sida, Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis), 22 novembre 2016 © MAXPPP

Les réactions liées à cette campagne sur l'homosexualité pourraient correspondre aux réactions que susciterait une campagne parlant des règles dans les espaces publics. Il est donc important que le designer ait conscience qu'il ne s'adresse pas à un public préparé et qu'il communique en conséquence, cela afin d'éviter de repousser dès le début une partie de la cible. La fille, autant que le père sont habitués à la représentation lisse et erronée que les publicitaires retranscrivent des règles, il faut donc éduquer leurs regards comme le fait la marque

Bodyform avec ses campagnes publicitaires de plus en plus réalistes, vues dans les parties précédentes. Ainsi une fois que les deux cibles seront habituées à la véritable confrontation du sang menstruel, il sera plus aisé d'en parler sans a priori, et d'ainsi créer un échange naturel autour des règles.

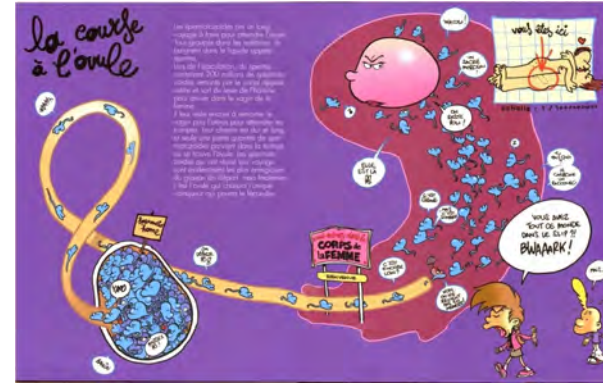
## Créer une interactivité

Afin de créer une interactivité entre deux individus, différents moyens sont possibles, celui qui correspond le plus à celui de l'enfant est le jeu. Les produits ludo-éducatifs sont des outils qui encouragent le jeu tout en éduquant l'enfant. Pour Pezous Sébastien<sup>47</sup> les supports ludo-éducatifs mettent à la disposition des enfants un « hypermédia de diffusion d'information et en même tant un jeu (...) [le support] doit proposer à son utilisateur de jouer, mais aussi de construire un savoir ». Ces supports peuvent donc, au moyen d'une « vulgarisation scientifique », proposer à l'utilisateur d'apprendre tout en s'amusant.

C'est sur ce principe qu'était organisée l'exposition *Zizi sexuel* une première fois en 2007, puis de nouveau à la Cité des Sciences et de l'Industrie de Paris en 2014 et 2015. Elle a été créée d'après *Le guide du zizi sexuel*<sup>48</sup> une bande dessinée réalisée par ZEP et Hélène Bruller. Expliquer la sexualité aux enfants par la bande dessinée est un moyen d'aborder des questions, souvent taboues, par le biais de personnages fictifs auxquels on peut facilement s'identifier. Ainsi leurs questionnements

47- Pezous Sébastien, « Les cédéroms éducatifs : leur à-propos pédagogique », *Le Télémaque*, 2002/2 (n° 22), p. 71-80. DOI : 10.3917/tele.022.0071.  
URL : <https://www.cairn.info/revue-le-telemaque-2002-2-page-71.htm>

48- ZEP (1967 -) et BRULLER H. (1968 -) *Le guide du zizi sexuel*. Paris : Éditions Glénat, 2001, 96 pages. ISBN : 978-2-7234-2802-6



ZEP et Hélène Bruller, *Le guide du zizi sexuel*, page intérieure, 2001 © DR

permettent, tout en abordant le sujet, de prendre du recul sur ce dernier qui peut parfois gêner. La bande dessinée offre donc une possibilité de vulgariser l'information et par l'humour, la rend plus accessible. L'exposition adaptée de cet ouvrage utilise quant à elle, le jeu et l'exploration, pour aider les enfants à comprendre la sexualité, la puberté ou encore le harcèlement. Sur un ton drôle et décalé, elle délivre une quantité importante d'informations scientifiques et est ainsi à l'origine d'une transmission de savoirs essentiels que les enfants n'ont pas toujours l'habitude de recevoir. Afin de ne pas inquiéter ou brusquer l'enfant, l'exposition a choisi de proposer des visuels amplifiant la réalité, ainsi l'enfant ne reçoit pas toutes les informations de front et au premier degré, cela ne le dérange pas et fait travailler son imaginaire. L'exposition sans être choquante ou provocante permet d'ouvrir la discussion avec ses enfants une fois de retour à la maison.

Transposée au sein de la famille, cette méthode qui permet d'apporter le savoir par le jeu et la manipulation engendre une interaction entre ses différents membres.



Cité des Sciences et de l'Industrie, Exposition Zizi sexuel, Paris, 2014/2015 © François Guillot / AFP

Pour le designer il est important, s'il communique autour des règles, que cela soit compréhensible par une majorité de la population or selon un sondage<sup>49</sup> sur la place du père dans les ménarches de sa fille, que j'ai réalisé en 2017 dans le cadre de mes études, seulement 9 % des hommes interrogés se sentait capable de répondre à la question « Dis papa, comment on met un tampon sans applicateur? ». Ainsi dans ce cas, le designer pourrait proposer une représentation différente et innovante de l'organe féminin, en s'appuyant sur le modèle de l'exposition Zizi Sexuel, afin d'aider le père et la fille, par la manipulation à trouver la réponse à cette question. En raison du tabou encore présent autour de ce sujet, ainsi que la méconnaissance du corps féminin autrement que par sa représentation lisse quand fait la société, il est possible que la gêne face à une reproduction d'une partie intime soit présente au début de l'expérience. Cependant, cela pourrait vite devenir, en se détachant de ces appréhensions, un jeu pendant lequel les participants pourraient partager chacun leurs connaissances menstruelles afin de trouver ensemble des réponses adéquates.



<sup>49</sup>- Sondage réalisé en décembre 2017 sur 33 pères possédant au moins une fille.



# CONCLUSION

Ellen Stokken Dahl, une Norvégienne étudiante en médecine, et co-auteure avec Nina Brochmann du livre *Les joies d'en bas* a déclaré lors d'un interview pour *ELLE magazine*<sup>50</sup> « Au-delà de la gêne, il y a un tas de choses que nous devrions toutes connaître au sujet de notre anatomie, mais qui sont bien trop complexes pour être expliquées dans une consultation de quinze minutes - comme le fonctionnement exact du cycle menstruel », cette phrase est essentielle, elle montre que les règles sont un sujet vaste et compliqué dont il faut prendre le temps de parler pour pouvoir en comprendre toutes les subtilités. Seulement il n'est toujours pas facile d'aborder le sujet, surtout pour les pères qui en raison du tabou qui persiste encore aujourd'hui autour des règles, ne connaissent pas ou peu le fonctionnement de ces dernières.

Le designer graphique est donc indéniablement lié à cette construction d'un nouveau dialogue entre le père et la fille. Cependant il ne doit pas être là pour imposer un discours universel sur les règles, mais il doit être le précurseur de ce nouvel échange père/fille au-delà de la pudeur. Il est possible par des supports adaptés et respectueux des contraintes de chacun d'amorcer cet échange qui sera bénéfique pour la fille comme pour son père.

Sur ce projet le designer graphique ne répond pas à un commanditaire, il agit par conviction. En proposant une nouvelle forme de communication au sein de la relation père/fille, en traduisant un moment essentiel et complexe, le designer pense qu'en tant que concepteur d'images il a un rôle à jouer pour permettre la construction de l'intimité de la jeune fille avec ses deux parents, et plus spécifiquement, avec son père.

Cependant les recherches, les rencontres, les interviews, les lectures réalisés dans le cadre de cette écriture de mémoire ont fait émerger l'idée qu'il serait utopique d'attendre du designer qu'il parvienne seul à changer la représentation des règles dans notre société. Ces tabous, mais aussi et surtout cette gêne qui sont aujourd'hui encore tellement ancrés dans les mœurs lorsqu'on évoque les menstruations, font de ce sujet un vaste domaine d'investigations. Le travail du designer ne peut donc pas à lui seul effacer ce tabou, mais il doit cependant exister afin de commencer à appréhender le terrain et ainsi le préparer, afin que dans un futur plus ou moins proche, cette recherche donne à d'autres des idées et une grande envie de changer les règles.

<sup>50</sup>- Elle magazine, n° 3757, 22 décembre 2017, M 01648



# BIBLIOGRAPHIE

**ALLAN, N.** *Le parcours de Paulo.*  
Paris : Éditions Kaléidoscope, 2004.  
ISBN : 978-2-8776-7423-2

**CHOLLET, M.** *Beauté fatale, Les nouveaux visages d'une aliénation féminine.* Paris : Éditions La Découverte/Poche, 2015, 293 pages  
ISBN : 978-2-7071-8581-5

**EMMANUELLE, C.** *Sang tabou : Essai intime, social et culturel sur les règles.* Paris : Éditions La Musardine, 2017, 207 pages  
ISBN : 978-2-84271-778-0

**GRÊDE, J.** *Ragnagnas, une histoire sanglante : les filles savent pourquoi.* Paris : Éditions PixL, 2016, 205 pages  
ISBN : 978-2-87557-220-2

**HARPET, C.** *Du déchet : philosophie des immondices, Corps, ville, industrie.* Paris : Éditions L'Harmattan, 1998, 603 pages.  
ISBN : 2-7384-7456-X

**JACQUEMIN LE VERN, H.** *Le sang des femmes, Tabous, symboles et féminité.* Paris : Éditions In Press, 2002, 132 pages  
ISBN : 2-84835-003-2

**LABRO, P.** *Des cornichons au chocolat.* Paris : Éditions Jean-Claude Lattès, 2007, 255 pages  
ISBN : 978-2-253-12198-5

**LECLERC, A.** *Parole de femme.* Paris : Éditions Actes Sud, 2001, 204 pages  
ISBN : 978-2-7427-3181-7

**PANTHÈRES ROUGES.** (Dupuis, C., ROUSSEL, S et VENN, K.)  
Guédailles. Montréal : Graphisme, Sarah Lamarche, 2005, 42 pages

**PARKER, J.** *Le grand mystère des règles, Pour en finir avec un tabou vieux comme le monde.* Paris : Éditions Flammarion, 2017, 250 pages  
ISBN : 978-2-0814-0864-7

**PASTOUREAU, M. et SIMONNET, D.** *Le petit livre des couleurs.*  
Paris : Éditions du Panama, 2004, 121 pages  
ISBN : 978-2-7578-4153-2

**ROUYER, D-A.** *Le Dico des filles.* Paris : Éditions France Loisirs, 2004, 447 pages  
ISBN : 2-7441-6847-5

**THIÉBAUT, É.** *Ceci est mon sang : petite histoire des règles, de celles qui les ont et de ceux qui les font.* Paris : Éditions La Découverte, 2017, 247 pages  
ISBN : 978-2-7071-9292-9

**THIÉBAUT, É.** *Les règles... Quelle aventure! .* Montreuil : Éditions la ville brûle, 2017, 72 pages  
ISBN : 978-2-36012-094-9

**ZEP et BRULLER H.** *Le guide du zizi sexuel.* Paris : Éditions Glénat, 2001, 96 pages  
ISBN : 978-2-7234-2802-6

## REMERCIEMENTS

Merci à Tiphany Barragué et Laurence Pache pour l'aide et le temps qu'elles m'ont consacré, ainsi que pour leur soutien dans l'accomplissement de ce mémoire.

Merci également à toute l'équipe enseignante pour leur accompagnement et leur collaboration à ce projet.

Merci également aux personnes qui ont accepté de partager leurs expériences; auteure, gynécologue, infirmière scolaire, intervenant au planning familial, pharmacienne, professeur des écoles, sage-femme, sans qui cette recherche n'aurait pas pu être aussi aboutie.

Merci à ceux qui m'ont soutenu en tous points. Famille, amis et camarades de classe.

Enfin, merci à ceux qui ont (re)lu, lisent ou liront ce mémoire.

Merci!

## COLOPHON

**Conception graphique :** Romane Leroy

**Typographies :** Gotham Bold, Gotham Book  
Mercury, bold, regular, italic

**Papier :** Rives sensation gloss tactil 270 g  
Amber 90 g

**Imprimeur :** AGI Graphic, La Souterraine

Mémoire édité en 12 exemplaires dans le cadre du DSAA Design responsable et éco-conception spécialité Design Graphique, La Souterraine, 2018  
Lycée des Métiers du Design et des Arts Appliqués Raymond Loewy, Raymond Loewy, La Souterraine.

Nous avons entrepris les efforts nécessaires pour contacter les ayants droits des images reproduites. Si malgré notre vigilance, des omissions se vérifient, merci de nous contacter. Nous ne manquerons pas d'ajouter les mentions nécessaires pour les prochaines éditions de l'ouvrage.

# RÈGLES POUR PÈRES ET FILLES

Les ménarches sont les premières règles des jeunes filles. Cet événement marque leur entrée dans un nouveau monde.

**« Tu es une femme maintenant ! »**

Ce bouleversement corporel que subissent les jeunes filles est aujourd'hui d'autant plus important que l'âge des premières règles est de plus en plus précoce. Il est maintenant possible d'avoir ses règles dès 9 ans, or c'est un âge où les jeunes filles ne sont pas encore indépendantes et ont besoin d'être accompagnées par leur famille ou par des proches de confiance. L'essor des divorces et donc des gardes alternées ou encore les pères homosexuels changent la représentation du modèle familial. Les premières règles deviennent maintenant aussi une affaire de papas.

Cependant dans la majorité des cas, c'est la mère qui tient ce rôle d'accompagnateur, et si cela n'est pas possible, la jeune fille préférera sûrement se tourner vers un autre proche féminin. Mais dans cette situation, le père ne pourrait-il pas avoir finalement un rôle à jouer, une place à trouver, et ce dans l'intérêt de sa fille ? Une des raisons pour lesquelles les pères ont encore beaucoup de difficulté à expliquer les règles à leurs filles est qu'ils n'ont jamais reçu d'informations claires et précises sur ce sujet.

Le designer graphique pourrait-il, en tant que créateur d'image, accompagner le père autant que la fille, afin d'introduire une relation de confiance profitable lors de cet événement déterminant dans la construction de cette future femme ? À long terme, le but est de réussir à banaliser dans notre société le sujet des règles. Une fois celles-ci simplement et clairement expliquées, la jeune fille pourra dédramatiser ses premières règles et ainsi les vivre simplement et sereinement.