

DÉMYSTIFIER LES STÉRÉOTYPES

(IMAGES PRÉCONÇUES D'UNE PERSONNE)

CETTE leçon aborde le sujet des stéréotypes dans notre société.

En participant à une course interactive, les élèves vont se rendre compte à quel point les stéréotypes sont présents dans leur entourage et de quelles façons de nombreuses entreprises les perpétuent dans leur publicité. La classe fera la lumière sur les motifs qui se cachent derrière certaines pratiques commerciales et pourra ainsi en apprendre davantage sur un modèle alternatif dans la leçon suivante.

MATÉRIEL FACULTATIF

1. Tout exemple de stéréotype utilisé dans la publicité et que vous aimeriez montrer.
2. Documentaire *Les ados sous l'influence des publicitaires*, que l'on peut visionner à l'adresse suivante : legitimedepense.telequebec.tv/occurrence.aspx?id=22



Mahar
Stéréotype basé sur l'apparence professionnelle?

Tous Pour Un

LEÇON

1. Distribuez la feuille sur la démystification des stéréotypes (page 8) de sorte que les personnages ne soient pas visibles. Dites aux élèves qu'ils ne peuvent retourner la feuille que quand vous leur direz.
2. Sans autres indices ni instructions, expliquez aux élèves que, lorsque vous direz « allez-y », ils auront deux minutes pour placer tous les mots de la « banque » sur les lignes situées sous le personnage qui, selon eux, correspond le mieux au mot (ex : le mot « athlète » peut figurer sous le personnage qui porte un short, des chaussures de sports et un serre-tête).
3. Expliquez-leur qu'il faut placer chaque mot sur une ligne et qu'ils ne peuvent utiliser les mots de la banque qu'une seule fois.

4. Commencez la course! (Il n'est pas obligatoire qu'elle dure deux minutes — le plus important est que chaque élève termine l'exercice). Cependant, le succès de cette leçon repose sur le fait que les élèves doivent se sentir pressés et utiliser leurs instincts. N'ayez pas peur de les bousculer en leur rappelant la limite de temps.

5. À la fin de la période prévue, demandez aux élèves de retourner leur feuille.

6. Posez-leur les questions suivantes :

- a.** Quelles sont vos premières réactions?
- b.** Est-ce que c'était facile ou difficile? Pourquoi?
- c.** Vous êtes-vous senti mal à l'aise à un moment quelconque? Pourquoi?

7. Demandez aux élèves de retourner leur feuille et donnez-leur deux minutes pour qu'ils la comparent à celle de leurs voisins. Posez-leur les questions suivantes :

- a.** Après la comparaison, avez-vous remarqué certaines tendances? Lesquelles et pourquoi?
- b.** Qui peut donner des exemples de stéréotypes? (Suggestions : « Cela peut être quelque chose de tout simple comme — toutes les personnes de grande taille jouent au basketball — ou bien quelque chose de plus grave comme — tous ceux et toutes celles qui sont nés dans un certain quartier sont des citoyens de deuxième classe ».)
- c.** Pour transmettre le message, lisez ou distribuez aux élèves une copie des biographies « réelles » des personnages, page 9.

Suggestions à l'intention de l'enseignant

- Selon vous, d'où viennent ces stéréotypes? (Réponses possibles : dirigeants ou gouvernement, parents, célébrités, religion, entreprises, médias — Internet, télé, films, magazines, journaux, musique, publicité.)
- Pourquoi voient-ils le jour? Pourquoi quelqu'un voudrait-il créer ou perpétuer un stéréotype?
- Quel est l'avantage des stéréotypes? Qui est-ce qui en profite?
- Pourquoi sont-ils dangereux?
- Que peut-on faire?



Regardez le documentaire *Les stéréotypes de genre* disponible en ligne à l'adresse : [youtube.com/watch?v=By53hS3b05k](https://www.youtube.com/watch?v=By53hS3b05k)

DEVOIR À LA MAISON

Distribuez la page 10 en guise de devoir à faire à la maison. Il faut inciter les élèves à apporter autant d'exemples visuels que possible pour accompagner leur travail (ex. : publicités imprimées qui perpétuent un stéréotype).

DÉMYSTIFIER LES STÉRÉOTYPES

« Ne réclamez pas les Noirs ni les Verts au pouvoir; réclamez plutôt l'intelligence au pouvoir. »

(trad. libre) Barbara Jordan (Première Afro-Américaine élue au Sénat du Texas, chef du mouvement pour la défense des libertés civiles et gagnante de la médaille présidentielle de la liberté)

VOTRE mission est de faire correspondre à un personnage un mot de chacune des quatre catégories de la banque. Par exemple, quel véhicule conduit Mahar? Avec quel genre de musique Sophia se détend-elle? Tous les mots doivent être utilisés, bien qu'une seule fois. Voyons si vous pouvez deviner leur personnalité?

BANQUE DE MOTS

Mode de transport

- Transport public
- 4x4 sport jaune vif
- Voiture hybride
- Vélocross

Musique préférée

- Hard rock
- Classique
- Détente/méditation
- R&B/hip hop

Nourriture préférée

- Souper au homard
- Gruau bio
- Burger végétarien
- Barre de chocolat et boisson énergisante

Domicile

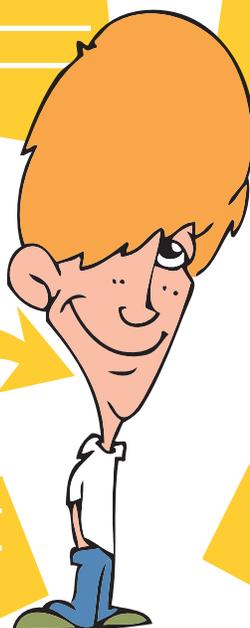
- Copropriété dans une tour d'habitation au centre-ville
- Ferme
- Maison de banlieue
- Résidence étudiante



MAHAR



JANELLE



DYLAN



SOPHIA

DÉMYSTIFIER LES STÉRÉOTYPES

BIOGRAPHIES RÉELLES DES PERSONNAGES



Lisez ces biographies « réelles » à la classe pour transmettre le message de façon amusante!



En le voyant dans son costume rayé, chic et à la mode, vous ne devineriez jamais que **Mahar** l'entrepreneur se sent mal à l'aise en ce moment. L'agitation de l'heure de pointe et les millions de lumières et de personnes commencent à l'agacer. Il n'a pas l'habitude des serviettes porte-documents ni du milieu des affaires d'une grande ville et ça ne fait vraiment pas partie de son quotidien. Non, Mahar serait beaucoup plus à l'aise dans sa **ferme** tranquille et pittoresque, à écouter le doux ronronnement de sa **voiture hybride** ou la musique paisible des **CD de méditation** qu'il joue au studio de yoga dont il est propriétaire et qu'il exploite. Aujourd'hui cependant, il n'avait pas le choix que d'affronter la grande ville pour rencontrer les responsables d'une grande entreprise qui s'intéressent à acheter sa fabrique, petite mais prospère, de **gruau bio**.



La femme à la coiffe magnifique s'appelle **Janelle**. Elle vient de sortir de l'épicerie qui est située à 50 étages sous sa **copropriété luxueuse** dans une tour d'habitation en plein centre-ville. Pour Janelle, l'emplacement de son appartement est idéal, car elle est à cinq minutes à pied du quartier financier (où elle travaille comme courtière occupant un poste à grande responsabilité) et à quelques pas seulement de son restaurant préféré, qui sert le meilleur **souper au homard** dans la ville. Mais, de temps en temps, Janelle a envie de fuir le

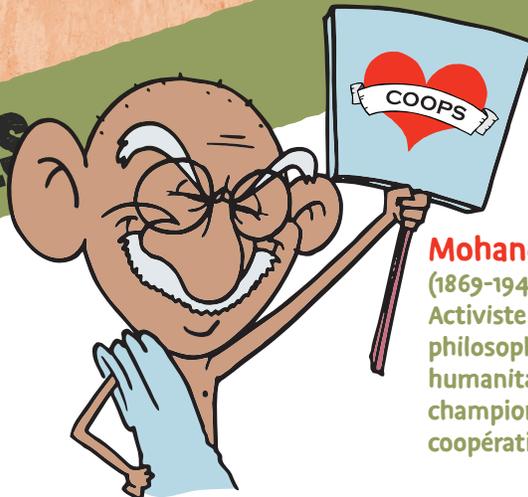
rythme effréné de la ville. Quand elle est dans cet état d'esprit, l'une de ses activités préférées est de rouler sur les petites routes de campagne sans objectif précis, dans son énorme **4x4 sport jaune vif**, et d'écouter à tue-tête la musique de **AC/DC**, les vitres baissées.



Notre chère **Sophia** est une veuve de 75 ans qui n'a rien d'une grand-mère tranquille portée sur le thé et les biscuits. Lorsque son mari adoré est décédé il y a deux ans, Sophia (toujours partante pour une aventure) est passée devant la maison de retraite sans s'arrêter pour aller vivre avec sa petite-fille et ses **colocataires étudiants**. Ça ne pouvait pas mieux marcher. Sophia pouvait habiter à cet endroit sans payer de loyer et, en échange, elle a commencé à aider à l'entretien de la maison et à faire la cuisine. Elle s'est aussi mise à faire du **vélocross** (emprunté à l'une de ses « colocataires ») pour se rendre à l'épicerie. Elle a aussi appris à aimer les sucreries (également grâce à ses colocataires), notamment les **barres au chocolat**, les **boissons énergisantes** et les airs séduisants de **Jay-Z**.



À 17 ans, **Dylan** a toutes les raisons de sourire. Il est jeune, heureux, en excellente santé (grâce à son régime **végétarien**) et il est devenu riche en aidant les plus démunis partout dans le monde. Comment a-t-il fait? Figurez-vous que Dylan est un pianiste extraordinaire — dont la musique préférée est encore la **musique classique**. C'est pourquoi il était très irrité d'entendre la terrible musique vieux-jeu qui accompagnait toutes les vidéos éducatives qu'il regardait en classe. Après avoir écouté quelques élèves étrangers (en programme d'échange) jouer de merveilleux morceaux musicaux de leurs pays d'origine, Dylan a eu la brillante idée de créer une coopérative et de travailler avec des musiciens provenant des pays les plus pauvres pour vendre leur musique. Ces musiciens envoient leurs feuilles de musique, Dylan enregistre la musique et vend les droits de licence aux commissions scolaires pour qu'elles puissent utiliser les chansons. Dylan envoie la plupart de l'argent ainsi recueilli aux musiciens des pays pauvres. Déjà, les chansons de la coopérative ont atteint presque le million de téléchargements. Le meilleur dans cette histoire, c'est que Dylan a réussi à faire tout cela dans le confort de sa chambre, dans sa **maison de banlieue** (ce qui est très bien, car il ne possède pas de permis de conduire et ses meilleures idées lui viennent dans les **transports publics**!).



Mohandas Gandhi
(1869-1948)
Activiste indien,
philosophe,
humanitaire et
champion du
coopératisme.

IMAGINEZ-VOUS au coin d'une rue au centre d'une grande ville (New York, Montréal ou Toronto) en train de regarder autour de vous. Les stéréotypes envahissent les tableaux d'affichage, les radios, les chaînes de télévision, les magazines, les films, etc. Ils sont présents partout. Beaucoup sont choquants et évidents. Ce qui est le plus troublant, c'est que beaucoup sont à peine perceptibles. Tous nous touchent d'une façon ou d'une autre. Mais, c'est à nous de décider de quelle façon ils nous touchent.

Plus nous prenons du recul et réfléchissons de façon critique par rapport aux images et aux messages que l'on nous impose, moins ils vont nous influencer. Nous devons explorer les dessous des entreprises et de leurs campagnes de marketing, et découvrir leurs véritables motivations. Comme l'a exprimé l'écrivain Peter N. Zarlenga : « Dans notre usine, nous fabriquons du rouge à lèvres. Dans notre publicité, nous vendons de l'espoir. » (Trad. libre) Nous devons nous demander si le rouge à lèvres est vraiment le secret d'une vie plus satisfaisante? D'une meilleure société?

Trouvez un exemple de publicité basée sur le stéréotype et répondez aux questions suivantes :

Quel est le produit ou le service qui est vendu?

Qui fabrique ce produit ou fournit ce service?

Quel est le stéréotype qui transparait dans cette publicité et comment est-il présenté?

Où avez-vous trouvé cette publicité (p. ex. : magazine, radio, Internet, etc.) et pourquoi, selon vous, l'entreprise a-t-elle décidé de faire de la publicité pour ce produit ou ce service à cet endroit?

Pensez-vous que cette publicité est nuisible?
