

Cet atelier se rapporte au thème des stéréotypes de genre. Considérant que les personnes qui ne se conforment pas à ses normes sexuelles souffrent souvent de discrimination, de difficulté familiale, et d'isolement (Ault et Brzuzy, 2009), il est primordial de travailler sur ces croyances dès le début de l'adolescence. En effet, les stéréotypes de genre sont présents dans le quotidien de toutes personnes, tant au niveau de la coutume, que par les publicités modernes. Les stéréotypes de genre agiraient au niveau physique, comportemental et professionnel (Eisend, 2009). Des élèves de secondaire un, qui sont en plein développement psychosexuel sont extrêmement exposés à ces stéréotypes, qui ont des conséquences sociales et culturelles sur ces futurs adultes (Eisend, 2009). En plus de tenter de développer l'esprit critique des participant(e) en identifiant les stéréotypes de genre dans les publicités, cet atelier vise le changement de comportement à la source, soit en modifiant une situation dite ordinaire, en une situation égalitaire.

Thème : Les stéréotypes de genre

Durée de la rencontre : 1h15

Les objectifs

Objectif général : Développer l'esprit critique des participant(e)s quant aux stéréotypes de genre présents dans la société

Objectifs spécifiques :

1. Définir le concept de genre ainsi que de stéréotype de genre
2. Classer les attributs dits féminins de ceux dits masculins par la société
3. Repérer les composantes des stéréotypes de genre dans les publicités exposées
4. Appliquer les moyens de résolution égalitaire aux mises en situation exposant des stéréotypes de genre

Contenu

1. La définition du genre et d'un stéréotype de genre (Ault et Brzuzy, 2009)

1.1 Le genre : Se rapporte à l'identité de genre, qui est un système complexe de pensées sur soi, relativement à un concept de masculinité et féminité qui est ordonné culturellement

-Les personnes qui ne se conforment pas aux stéréotypes de genre souffrent souvent de discrimination, des difficultés familiales, d'isolement, etc.

(Eisend, 2009)

1.2 Stéréotypes de genre : La croyance selon laquelle certaines attitudes différencient les femmes des hommes.

2. Les attributs dits féminins de ceux dits masculins par la société (Woodhill et Samuels, 2004)

Féminin	Masculin
Tendre	Ambitieux
Affectueuse	Dur, robuste
Sensible	Actif
Tolérante	Courageux
Fragile	Agressif

3. Les composantes des stéréotypes de genre dans les publicités (Eisend, 2009)

3.1 L'affirmation de soi en tant qu'un genre défini

3.2 Les caractéristiques physiques (longueur des cheveux, la grandeur...)

3.3 Les comportements (leader (meneur), personne qui s'occupe des enfants)

4.4 Statuts professionnels

4. Les moyens de résolution égalitaire (Jeunesse, J'écoute, 2014)

Afin de réduire la discrimination et les préjugés :

4.1 Refuser de rire lorsqu'on te conte des blagues racistes ou sexistes;

4.2 Refuser de couper une file d'attente et faire remarquer aux autres, qui ne respectent pas l'ordre établi, que les personnes qui attendent depuis plus longtemps ont le droit d'être servies en premier;

4.3 Refuser de regarder des films, lire des livres, jouer à des jeux vidéo, écouter de la musique ou participer à des activités qui encouragent la violence ou la discrimination contre certains groupes de personne;

4.4 Confronter tes ami(e)s ou tes pairs qui encouragent les préjugés ou qui ont des avis discriminatoires;

4.5 Appuyer les associations ou les organismes dont la mission est d'aider à aborder les effets ou l'origine des préjugés;

4.6 Combattre les préjugés à l'école en travaillant avec différents groupes d'individus;

4.7 Lutter contre les préjugés au travail en refusant de travailler dans un environnement appuyant des politiques de favoritisme ou les pratiques discriminatoires.

Déroulement

1. Introduction
2. Discussion sur la définition du genre et du stéréotype de genre
3. Classification des attributs dits féminins de ceux dits masculins par la société
4. Activité-discussion sur les stéréotypes véhiculés dans les publicités
5. Théâtre-forum sur les finales égalitaires lors de situations comprenant des stéréotypes de genre.

1. Introduction

L'intervenante débute la rencontre en disant bonjour aux participant(e)s, en plus de se présenter à ces derniers. Elle enchaîne en révélant le thème de la rencontre, qui est les stéréotypes de genre véhiculés dans la société. Ensuite, elle explique l'objectif de la rencontre, soit de développer leur esprit critique quant aux stéréotypes de genre présents dans la société. Finalement, elle énonce les consignes, qui sont la participation active, le respecte des autres et l'utilisation des mots et des termes adéquats.

Durée : 2 minutes

2. Discussion sur la définition du genre et du stéréotype de genre

L'intervenante débute la rencontre en demandant aux participants et aux participantes leurs connaissances par rapport au genre et aux stéréotypes de genre. Avec les informations données par ces derniers et dernières, l'intervenante construit une définition semblable à celles sur la fiche support 2.1. L'intervenante demande des exemples aux participant(e)s afin de rendre le tout plus concret.

Durée : 3 minutes

Objectif spécifique : 1

Contenu : 1

Matériel nécessaire : Fiche support 2.1

3. Classification des attributs dits féminins de ceux dits masculins par la société

L'intervenante explique que le sujet de la première activité se rapporte aux attributs dits féminins et ceux dits masculins par la société. Elle explique que les participants et les participantes volontaires devront se lever et venir classer les qualificatifs dans la catégorie soit féminine, soit masculine. Afin de déconstruire ces idées, les participants et les participantes devront dire volontairement, en levant la main, une histoire ou une situation, où le qualificatif est contraire au stéréotype. L'intervenante commente les histoires et ajoute des éléments si nécessaire. Finalement, l'intervenante fait un retour sur l'activité en demandant aux participant(e)s ce qu'ils/elles ont compris de cette activité.

Durée : 15 minutes

Objectif spécifique : 2

Contenu : 2

Matériel nécessaire : 10 morceaux de papier avec les attributs inscrits sur la fiche support 2.2, un tableau et une craie afin de délimiter les catégories.

4. Activité-discussion sur les stéréotypes véhiculés dans les publicités

L'intervenante explique que le sujet de seconde activité se rapporte aux stéréotypes sexuels diffusés dans les publicités. Elle énumère brièvement les quatre composantes des stéréotypes de genre à l'aide de la fiche support 2.4. Ensuite, elle explique que les participant(e)s devront, toujours en équipe de 3-4 personnes, travailler sur une publicité par équipe, et faire ressortir tous les stéréotypes qu'ils repèrent, en plus de répondre aux questions de la fiche support 2.3 précédemment distribuée. Ensuite, les équipes expliquent leurs réponses à tour de rôle, selon la publicité choisie. L'intervenante dévoile chacune des publicités, avec le rétroprojecteur, selon l'ordre des équipes afin que les autres voient les autres publicités qui ont été analysées. Elle ajoute aux réponses les informations qui n'ont pas été dites selon la fiche support 2.4.

Durée : 20 minutes

Objectif spécifique : 3

Contenu : 3

Matériel nécessaire : Fiches supports 2.3 en quantité suffisante pour tous les élèves, un rétroprojecteur afin d'afficher les publicités en gros format, les feuilles avec les publicités imprimées, et la fiche support 2.4

5. Théâtre-forum créant une finale égalitaire des mises en situation comprenant des stéréotypes de genre.

L'intervenante explique que la dernière activité sera plus pratique, et rappelle les consignes, spécialement celle du respect des autres. Elle demande deux volontaires pour jouer une mise en situation, qui représente un conflit par rapport aux stéréotypes de genre. Elle explique que, lors des mises en situation, les autres élèves doivent trouver des revirements de situation qui feront de celle-ci une finale égalitaire et respectueuse.

Elle donne 2 minutes aux volontaires pour lire la mise en situation et s'organiser. Ensuite, ces derniers jouent la mise en situation devant la classe.

À la fin de la mise en situation, l'intervenante demande aux participant(e)s qu'une personne vienne prendre le rôle d'un des deux volontaires, afin de changer la situation pour la rendre égalitaire et respectueuse. Lorsqu'une finale a été complétée et que personne n'a de changements à ajouter, il y a un bref retour, où l'intervenante demande les commentaires que les participants et

les participantes ont à échanger, précédés de ceux de l'intervenante. Ensuite, on change de mise en situation et de volontaires pour recommencer le tout.

Durée : 30

Objectif spécifique : 4

Contenu : 4

Matériel nécessaire : Fiche support 2.5; pour l'intervenante

5. Synthèse

L'intervenante demande aux participant(e)s de lui résumer ce qu'ils et qu'elles ont vu pendant cette rencontre ainsi que ce qu'ils et qu'elles ont appris, ou bien pris conscience. Elle ajoute certains éléments aux interventions, ou reformule si cela est nécessaire. Ensuite, elle remémore les réponses aux questions de l'activité des publicités afin de faire ressortir les sentiments exprimés. Elle termine en expliquant que les stéréotypes de genre sont dans notre quotidien et qu'il faut y faire attention de ne pas y participer, afin de respecter les autres et se respecter soi-même.

Durée : 3 minutes

6. Conclusion

L'intervenante remercie les participant(e)s pour leur participation active et le respect dont ils et elles ont fait preuve durant la rencontre. Elle leur souhaite une belle journée et les invite à venir la voir à la fin de la classe pour des questions ou des commentaires.

Durée : 2 minutes

Rencontre 2

Fiche support 2.1 : Pour l'intervenante

Discussion sur la définition du genre¹ et du stéréotype de genre²

Demander la définition de ce qu'est un stéréotype sexuel et demander des exemples

La définition du genre et d'un stéréotype de genre (Ault et Brzuzy, 2009)

Le genre : se rapporte à l'identité de genre, qui est un système complexe de pensées sur soi, et qui est véhiculé par notre société et notre culture. Ces dernières, en plus des médias, encouragent l'idée où les femmes doivent agir comme des femmes (donner de l'importance à son physique, avoir une personnalité calme, ne pas faire de travail manuel, s'occuper des enfants, etc.) et les hommes doivent agir comme des hommes (être fort et courageux, faire des travaux manuels, protéger la femme, etc.)

(Eisend, 2009)

Les stéréotypes de genre : La croyance selon laquelle certaines attitudes différencient les femmes des hommes.

¹ Ault et Brzuzy. 2009. «Removing Gender Identity Disorder from the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: A Call for Action», *Social Work*, Vol. 54, no. 2, p.187-189.

² Eisend. 2009. «A meta-analysis of gender roles in advertising», *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.38, no. 4, p. 418-440.

Rencontre 2

Fiche support 2.2 : Pour l'intervenante

La classification des attributs dits féminins de ceux dits masculins par la société³

(Woodhill et Samuels, 2004)

Découper les morceaux de papiers avec chacun un attribut d'inscrit

Tendre	Ambitieux
Affectueuse	Dur, robuste
Sensible	Actif
Tolérante	Courageux
Fragile	Agressif

³ Woodhill et Samuels. 2004. «Desirable and Undesirable Androgyny: A Prescription for the Twenty-First Century», *Journal of Gender Studies*, Vol. 13, no. 1, p. 15-28.

Rencontre 2

Fiche support 2.3 : Pour les participants, les participantes

Les stéréotypes de genre dans les publicités*Répondre aux questions suivantes en lien avec la publicité présentée :*

1. Quel est le produit/service en question?

-

2. Quels sont les éléments qui représentent les stéréotypes de genre dans cette publicité?

-
-
-
-

3. À quoi ces stéréotypes font-ils référence?

5. Quelles conséquences positives et négatives ce message pourrait avoir sur vous, sur les autres?

Rencontre 2

Fiche support 2.4 : pour l'intervenante

Les composantes des stéréotypes de genre dans les publicités⁴

1. L'affirmation de soi en tant qu'un certain genre

Les stéréotypes deviennent problématiques lorsqu'ils conduisent aux jugements et à certaines attentes, restreignant les opportunités pour les personnes figurant dans une certaine catégorie sociale.

Conséquence : les personnes qui ne se conforment pas aux stéréotypes de genre souffrent souvent de discrimination, des difficultés familiales, d'isolement, etc.

2. Les caractéristiques physiques (longueur des cheveux, la grandeur...)

Par exemple la longueur des cheveux, la grandeur, se laisser pousser le poil des jambes et des esselles, etc.

Conséquences : cela entraînerait une réduction de la dignité personnelle, l'insatisfaction corporelle, l'apparition de comportements stéréotypés,

3. Les comportements (leader (meneur), personne qui s'occupe des enfants)

Le renforcement des stéréotypes sociaux (les valeurs, les attitudes, et les comportements, reliés aux représentations de la femme, notamment)

Conséquences : cela entraînerait la diminution du développement personnel

4. Statuts professionnels

Représentent le manque d'égalité entre les sexes concernant la principale préoccupation en matière de politique de genre.

Conséquence : cela entraînerait des désavantages pour les opportunités de carrières pour les femmes.

⁴ Eisend. 2009. «A meta-analysis of gender roles in advertising», *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.38, no. 4, p. 418-440.

Rencontre 2

Fiche support 2.5 : pour l'intervenante

Activité théâtre forum

** Toute solution pertinente et adéquate est bonne, les solutions inscrites ne sont pas uniques, mais simplement un exemple de réponse*

Mise en situation 1 :

Un garçon est dans les casiers à l'école et tente de séduire les filles en leur disant des phrases vulgaires.

Solution : Confronter respectueusement tes amis ou tes pairs qui encouragent les préjugés ou qui ont des avis discriminatoires

Mise en situation 2 :

Une fille demande à son ami de l'aider à transporter ses manuels scolaires. La fille donne tous les livres les plus lourds, et le garçon accepte même s'il risque de se blesser vu la lourdeur des livres.

Solution : Favoriser l'égalité des sexes, et ce dans toutes les situations possibles.

Mise en situation 3 :

Un groupe de filles dit des méchancetés à propre d'une autre fille qui s'habille avec des vêtements amples et pas féminins.

Solution : Appuyer les associations ou les organismes dont la mission est d'aider à aborder les effets ou l'origine des préjugés

Mise en situation 4 :

Une jeune adolescente sachant qu'elle ne voudra pas d'enfant plus tard se fait questionner agressivement par sa famille.

Solution : Expliquer clairement son point de vue et demander le respect de ses propres choix

Mise en situation 5 :

Un garçon qui est ami avec plusieurs filles et écoute des 'films de filles' se fait intimider par d'autres garçons.

Solution : Reporter l'intimidation faite au personnel de l'école ou aux ressources disponibles

Mise en situation 6 :

Un garçon se fait mal en éducation physique et pleure. Les autres élèves le voient faire et rien de lui à cause de cela.

Solution : Refuser de rire lorsqu'on te conte des blagues racistes ou sexistes

Mise en situation 7 :

Depuis qu'il est en couple avec elle, il était très attentionné et tendre envers elle, même devant les autres, jusqu'au jour où ses amis ont commencé à le niaiser à cause de cela. Il a maintenant une attitude plus distante et froide avec sa copine.

Solution : Affirmer son comportement, même s'il n'est pas selon les normes stéréotypées de la société

Mise en situation 8 :

La troupe de danse de l'école se fait toujours rabaisser par l'équipe de basketball, puisque les membres de celle-ci disent que la danse n'est pas un sport et que cela ne demande aucun effort.

Solution : Combattre les préjugés à l'école en travaillant avec différents groupes d'individus

Quelques-unes des solutions...⁵

-refuser de rire lorsqu'on te conte des blagues racistes ou sexistes;

-refuser de couper une file d'attente et faire remarquer aux autres, qui ne respectent pas l'ordre établi, que les personnes qui attendent depuis plus longtemps ont le droit d'être servies en premier;

-refuser de regarder des films, lire des livres, jouer à des jeux vidéos, écouter de la musique ou participer à des activités qui encouragent la violence ou la discrimination contre certains groupes de personne;

-confronter tes amis ou tes pairs qui encouragent les préjugés ou qui ont des avis discriminatoires;

-Appuyer les associations ou les organismes dont la mission est d'aider à aborder les effets ou l'origine des préjugés;

-combattre les préjugés à l'école en travaillant avec différents groupes d'individus;

-Lutter contre les préjugés au travail en refusant de travailler dans un environnement appuyant des politiques de favoritisme ou les pratiques discriminatoires.

⁵ Jeunesse, J'écoute. 2014. Violence. Les préjugés. En ligne. <<http://jeunessejecoute.ca/Teens/InfoBooth/Violence-and-Abuse/Prejudice.aspx>> Consulté le 4 novembre 2014.

Bibliographie

Ault et Brzuzy. 2009. «Removing Gender Identity Disorder from the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: A Call for Action», *Social Work*, Vol. 54, no. 2, p.187-189.

Eisend. 2009. «A meta-analysis of gender roles in advertising», *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.38, no. 4, p. 418-440.

Jeunesse, J'écoute. 2014. Violence. Les préjugés. En ligne. <<http://jeunessejecoute.ca/Teens/InfoBooth/Violence-and-Abuse/Prejudice.aspx>> Consulté le 4 novembre 2014.

Woodhill et Samuels. 2004. «Desirable and Undesirable Androgyny: A Prescription for the Twenty-First Century», *Journal of Gender Studies*, Vol. 13, no. 1, p. 15-28.

Image de la page couverture tirée du site :

Le nouveau féminisme européen. Actualité/La fin des stéréotypes liés au genre. La fin des stéréotypes liés au genre. En ligne. < <http://www.nouveaufeminisme.eu/Actualites/La-fin-des-stereotypes-lies-au-genre> >. Consulté le 4 janvier 2015.

Images publicitaires:

Publicité #1 :

<http://theillusionists.org/2012/09/virtues-of-housework-shed-pounds-beat-cancer/>

Publicité #2 :

http://boredomcrusher.blogspot.ca/2012/09/diesel-be-stupid-ad-campaign-is-awesome_3994.html

Publicité #3:

Document créé par Anne-Marie Boutin-Lagacé, 2014, Programme d'intervention sur les bases d'une sexualité saine, Exigence partielle du cours SEX3101, Intervention sexologique en milieu social : Stage 1, UQÀM.

<http://ivysays.com/2011/05/30/sexism-in-advertising-a-notorious-compilation/>

Publicité #4 :

<http://www.google.ca/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fstatic1.businessinsider.com%2Fimage%2F4f843657ecad043921000000-480%2Fsexist-modern-ad.png&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.businessinsider.com%2Fthese-modern-ads-are-even-more-sexist-than-their-mad-men-era-counterparts-2012-4%3Fop%3D1&h=300&w=400&tbnid=HVBhav7PC-yIGM%3A&zoom=1&docid=I63S6TWdij775M&ei=9txfVMivNcGRsQT5xYGoAg&tbm=isch&ved=0CGcQMyhEMEQ&iact=rc&uact=3&dur=509&page=3&start=47&ndsp=26>

Publicité #5:

<http://ivysays.com/2011/05/30/sexism-in-advertising-a-notorious-compilation/>

Publicité #6:

<http://imgkid.com/1960s-sexist-ads.shtml>

Publicité# 7 :

<http://wallpapermew.com/images/baby-fashion-angelababy-diesel-be-stupid-on-hotspot-magazine-550-x-733-61-kb-jpeg.html>

Publicité #8 :

<http://www.fragrantica.com/perfume/Diesel/Fuel-for-Life-Denim-Collection-Femme-11575.html>

Publicité #9 :

<http://sssourabh.com/2010/11/16/thy-nose-knows-best/>