

Document d'accompagnement Ateliers VIDEO

Episode STEREOTYPES

Ce document est destiné aux médiateurs éducatifs souhaitant mener des actions d'Education aux Médias et à l'Information et / ou des ateliers pour combattre la désinformation. Il contient :

- 1) Une piste d'atelier de 50 minutes (EMI-LAB)
- 2) Un petit précis de base sur les désordres de l'information (EMI-BASES)

L'ATELIER INFOX EMI-LAB

Thématique : Désinformation

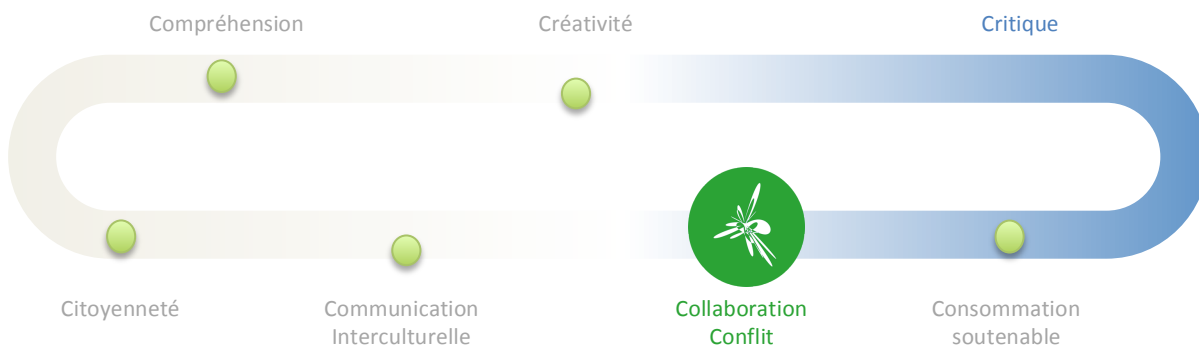
Age : 12-18 ans (collège, lycée)

Disciplines concernées : toutes matières, et en particulier géographie, histoire, enseignement moral et civique, sciences numériques et technologie, sciences numériques et sociales

Durée : 50 minutes

Matériel requis : Un vidéo projecteur / ordinateur connecté
Pour visionner la vidéo **CLIQUEZ ICI**

Les COMPETENCES EMI concernées



DEROULÉ

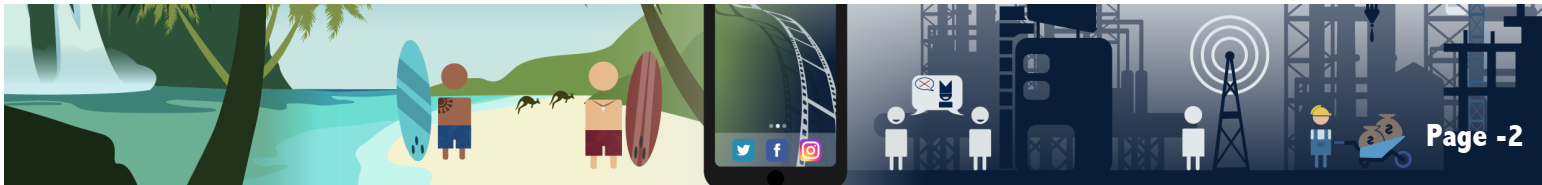
1) Débattre avec le groupe sur les dessous des cartes d'Internet

Suggestion de questions :

- Qu'est-ce qu'un stéréotype selon vous ?
- Avez-vous des exemples de stéréotypes en tête ?
- A votre avis, d'où viennent-ils ?
- Pensez-vous que les médias sociaux ont permis de se libérer des stéréotypes ou au contraire les ont aggravés ?
- Quelles peuvent être les conséquences des stéréotypes dans la société, dans votre vie quotidienne ?
- Que peut-on faire pour s'en débarrasser ?

2) Faire visionner la vidéo dans son intégralité

- Qu'en pensez-vous ? Notez les réactions spontanées des jeunes.



3) Analyser, interpréter et réagir : reprendre la vidéo avec le groupe, en mode débat

Timing [0,00 - 0,22 ou 0,31]

INTRODUIRE... EN DOUCEUR : EXEMPLE DU MEXICAIN



SCENARIO	MESSAGES CLES	ANALYSER	POUR DEBAT
Le chapeau mexicain : un accessoire suffit	Le réflexe, c'est le stéréotype : un mécanisme de survie, une fonction sociale très utile pour distinguer rapidement son groupe d'appartenance ;	La nature caricaturale de ces idées préconçues s'explique par cette fonctionnalité simplificatrice / réflexe du stéréotype.	Trouvez-vous ce stéréotype drôle, affligeant, les deux ? Trouvez-vous ce stéréotype utile ? Qu'est-ce qu'il nous dit de notre représentation du monde ?
Le stéréotype se construit par opposition à l'Autre, en discriminant. Personne n'est à l'abri, la preuve : vous vous êtes pris au jeu !	Il est difficile de se défaire des stéréotypes.	Très ancré dans nos représentations et poussé par les médias, et leurs mécanismes de simplification et de reproduction. Le stéréotype est conformiste et tenace : il fait coller l'autre à une norme, le fait entrer dans un moule uniforme, où la singularité de chacun s'efface dans la masse.	Si je dis « auvergnat, sportif, femme, comptable, ministre, juif... » quelles sont les images qui vous viennent à l'esprit ? Est-il possible de se débarrasser de ces idées préconçues ?
Les médias, avec leurs mécanismes de simplification produisent et reproduisent les stéréotypes	Les médias peuvent contribuer au moulage.	Le stéréotype est réducteur	On est toujours l'Autre d'un groupe. Et vous, à quel(les) norme(s) caricaturale(s) pourriez-vous être réduits ?

Timing [0,52 - 1,18]

ENTRER DANS LE DUR : EXEMPLES DE STEREOTYPES POSITIFS, NEGATIFS



SCENARIO	MESSAGES CLES	ANALYSER	POUR DEBAT
Aucun groupe ou aucune nationalité n'est épargné soit en bien soit en mal. Les japonais sont travailleurs, les écossais sont radins.	IL peut passer du stade bénin au discours de haine, au harcèlement, à l'appel à la violence. Les moyens ? l'insulte, la moquerie et la caricature. L'effet multiplicateur des médias sociaux en amplifie le volume.	Harcèlement ou moquerie ont souvent l'air d'être des attaques personnelles. Le plus souvent, il n'en est rien. Une personne est le plus souvent attaquée en tant que représentante supposée d'un groupe « cible » (c'est une femme, un homosexuel, un gros...) Le comprendre, et ne pas prendre les choses personnellement peut aider considérablement à s'en défendre.	L'écossais est radin. En quoi ce stéréotype, même relativement anodin, peut-il devenir dangereux et présider à des propos haineux et des actions violentes ? Dans la couverture médiatique des derniers faits divers, où repérez-vous des stéréotypes ?



Timing [1,20 - 1,65]

A QUI PROFITENT LES STEREOTYPES ?



SCENARIO	MESSAGES CLES	INTERPRETER	POUR DEBAT
Prenons l'exemple de ce président X, qui attribue à tous les YYY les pires intentions, et fait construire un mur sur leur frontière commune.	IL agite la menace du mouton noir pour alimenter des peurs culturelles et conduire à l'exclusion. Il amplifie les phénomènes communautaires.	Le stéréotype est aussi une arme politique. Dans ce cas, le stéréotype n'est pas tant la cause d'une politique qu'un outil rhétorique utilisé pour justifier une politique migratoire, et manipuler l'opinion.	Ce type d'utilisation du stéréotype pour justifier des actions très violentes, cela ne vous dit rien ? Par exemple dans les années 40 ?

Timing [1,66 - 2,14]

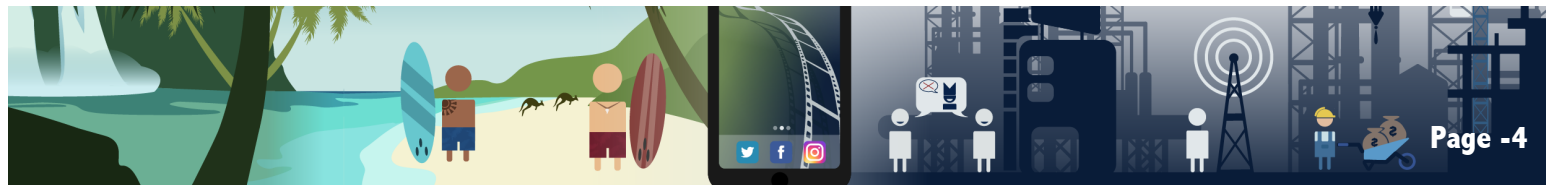
QUELLES SOLUTIONS ?



SCENARIO	MESSAGES CLES	REAGIR	POUR DEBAT
Mais les médias peuvent aussi participer à la lutte contre les stéréotypes. Même les jeux vidéo pourtant tant décriés.	Il est possible d'utiliser les médias, principaux véhicules des stéréotypes... pour les combattre	✓ Signaler les dérapages ✓ Argumenter, déconstruire ✓ Mobiliser	Connaissez-vous des jeux vidéo qui bouleversent les stéréotypes homme-femme ? Lesquels ? Comment ?
Regardons à nouveau le sombrero : il peut aussi s'agir de la fameuse artiste mexicaine Frida Khalo.	Le stéréotype résiste mal à l'analyse car il est faux ou mal-fondé	✓ Rester vigilant ✓ Ne rien laisser passer ✓ Faire montre d'empathie ✓ Faire attention aux informations non objectives ✓ Produire des contre-discours	Passons le mexicain et son chapeau à la moulinette à analyser : le stéréotype résiste-t-il ?

4) Conclure

Demander à chacun, individuellement, de noter ce qu'il s'engage à faire pour améliorer sa façon de s'informer. Cet exercice personnel n'a pas vocation à être partagé.



LES EMI-BASES « STEREOTYPES»

DEFINITIONS

Ce sont des mécanismes socio-psychologiques utilisés pour renforcer l'identité et le sentiment d'appartenance dans un groupe (à l'encontre d'un autre groupe-cible). Ils s'appuient sur des représentations et des images qui ont tendance à durer et sont difficiles à éradiquer ou à modifier et peuvent conduire à des discours de haine et à d'autres formes de discrimination.

Les médias sociaux, en tant que phénomène culturel grand public, amplifient les stéréotypes et créent des chambres d'écho sur des groupes-cibles comme les femmes, les minorités, les migrants... L'anonymat et le besoin de réputation en ligne et de reconnaissance (chasse aux likes, commentaires, nombres de clics...) peuvent pousser à des exagérations stéréotypées.

Le contrat de partage sur les médias sociaux peut également amplifier les stéréotypes : partage d'images, création de visuels émotionnels, mise en avant de commentaires qui tentent d'influencer l'opinion...

LES CARACTÉRISTIQUES CLÉS DES STÉRÉOTYPES

- ❑ **Représentation du rapport de force** (bien que déséquilibrée et biaisée) entre divers groupes de la société (jeunes/vieux, femmes/hommes, nationaux/migrants...)
- ❑ **Encouragement à la cohésion de groupe**, en renforçant la valeur d'appartenance au groupe dominant/intérieur par contraste au groupe extérieur/cible (nous contre eux)
- ❑ **Sous-représentation de certains groupes**, qui tend à les rendre invisibles aux yeux du grand public (minorités, pauvres...)

LES FACTEURS ET FORMATS CLES FACILITANT LA DIFFUSION DE STEREOTYPES

- **Jeux vidéo** (nous contre eux, ultra-masculinité, ultra-fémininité)
- **Vidéo clips** (ultra-masculinité, ultra-fémininité, situations violentes,...)
- **Micro-blogging** (effet de phrases courtes sur l'exagération des stéréotypes)
- **Vidéos en ligne** (influenceurs et renforcement de « l'effet Lolita » pour les filles vendant des produits de beauté par exemple, à savoir des jeunes mineures sur-sexuées s'adressant à des jeunes du même âge, mais aussi sous le regard de personnes plus âgées)
- **« Stories »** ou histoires visuelles sur Instagram, Snapchat (fort recours aux stéréotypes)
- **Forums de discussion** (humiliations et commentaires sur l'apparence, le comportement, l'ethnicité, etc.

PRINCIPALES MOTIVATIONS

- Exclusion, ostracisme
- Marginalisation
- Sectarisme
- Domination et pouvoir

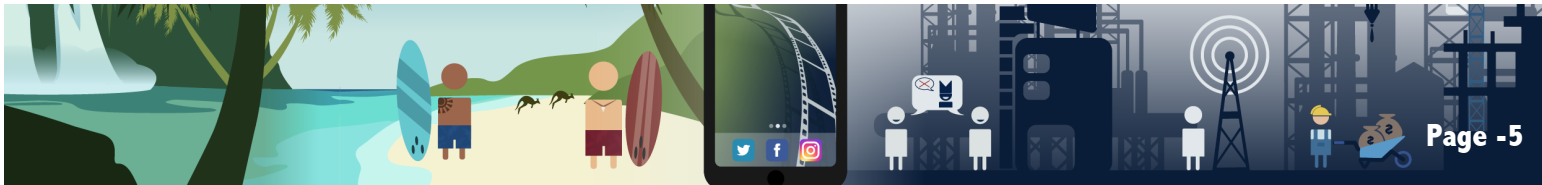
LES DIFFERENTS TYPES DE SOLUTION POUR COMBATTRE LES STEREOTYPES

AUTO-REGULATION : solutions adoptées par les médias de masse et les médias sociaux eux-mêmes, comme la modération des médias sociaux, le signalement de cas extrêmes...

REGULATION : solutions adoptées par les gouvernements pour lutter contre les phénomènes communautaires, les discours de haine...

EDUCATION : solutions adoptées par les acteurs de la société civile, pour susciter des points de vue multiples, éveiller l'esprit critique, produire des contre-discours.

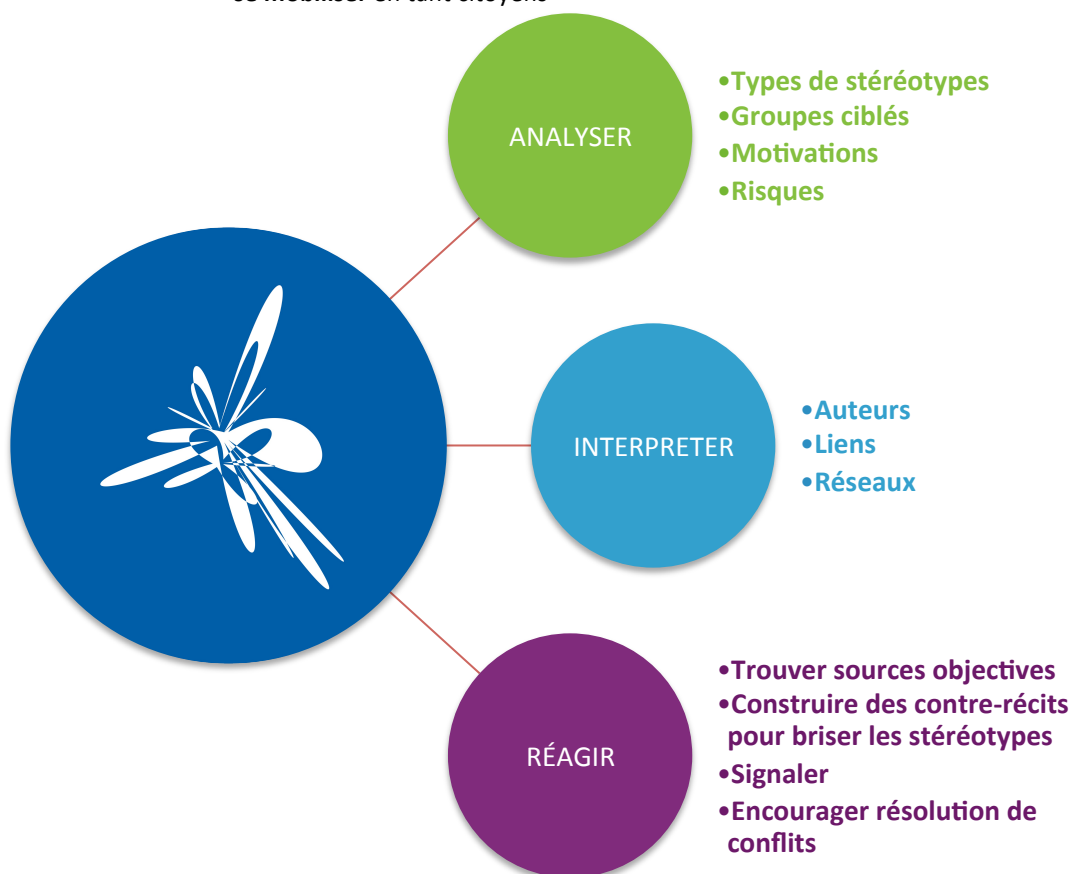
CITOYENNETE : solutions adoptées par tous pour établir valeurs de diversité culturelle, résolution de conflit, participation.



Construire l'esprit critique:

PRENEZ DE L'AIR (ANALYSER, INTERPRETER, REAGIR)

- ANALYSER** : se poser les questions du **Quoi** et du **Comment**
- INTERPRETER** : se poser les questions du **Qui** et du **Pourquoi** et avec quelles **Conséquences**
- REAGIR** : trouver des **solutions** politiques/ sociales/ culturelles/ économiques/ juridiques ;
se mobiliser en tant citoyens



Pour aller plus loin...

[Ressources Savoir Devenir](http://savoirdevenir.net/ressources/) (savoirdevenir.net/ressources/)

- Ressources pédagogiques
- Textes de lois, Rapports, Etudes, Publications

Ressources partenaires

- Pour les animateurs
[La médiathèque éduc'active des Ceméa](http://yakamedia.cemea.asso.fr/) (yakamedia.cemea.asso.fr/)
- Pour les bibliothèques
[L'espace professionnel du site de la Bpi](http://pro.bpi.fr/pro) (pro.bpi.fr/pro)



Ce document et la vidéo sont sous licence Creative Common CC BY-NC-ND

Attribution – Réutilisation non commerciale – Pas de modification

La série audiovisuelle Médiatropismes est une co-production **Savoir Devenir** et l'**INA**
avec le soutien du **Ministère de la Culture**