

01

STÉRÉOTYPES ET PRÉJUGÉS : DÉFINITION ET CAS PRATIQUES

Animation réalisée par
le CIEP HC et le PAC
Mons Borinage.



Qu'est-ce qu'un stéréotype, un cliché, un préjugé ?

Sur quoi portent-ils ?

Quelques exemples de préjugés sur les nationalités et les personnes d'origine étrangère.

Avons-nous tous les mêmes stéréotypes ? Exercice sur base d'un dessin.

Analyse et bonne pratiques
avec des exemples en images.

Objectif

Décrypter nos préjugés et
stéréotypes.

Durée :

45 minutes

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de français requis :

élémentaire

Nbre de personnes :

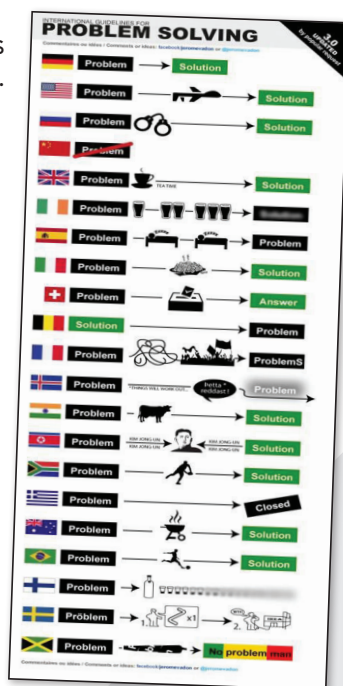
Variable

Matériel :

1 tableau + feutres ou
craies, de quoi écrire,
présentation powerpoint
(projecteur)

Prix :

Gratuit



Sous Influence(s)?
Petit guide de survie
en territoire médiatique

02

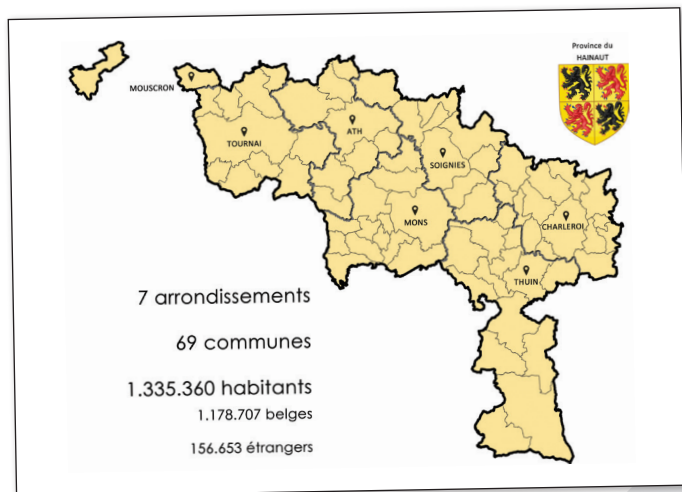
CARTOGRAPHIE DES NATIONALITÉS PAR COMMUNE DU HAINAUT

*Cartographie réalisée
par le CRIC.*

La cartographie permet d'illustrer d'autres animations, notamment celles sur les préjugés.

Objectif

*Avoir une représentation détaillée des différentes nationalités
par commune sur le Hainaut.*



Niveau de français requis:
élémentaire

Matériel :

impression format papier
ou projecteur pour
visualiser la carte

Prix :

Gratuit

03

IDENTITÉ ET DIVERSITÉ

*Animation réalisée
par le CeRAIC.*



Les personnes sont tour à tour amenées à se questionner individuellement et puis collectivement sur leur propre identité, puis sur leurs appartenances sociales, culturelles,...

Partant des richesses des identités et des diversités d'appartenance, les discriminations (en tant que victime ou en tant que « bourreau ») sont abordées avec l'appui d'une planche de bande dessinée. La législation sur la discrimination est abordée, et les organismes d'aide et de soutien sont également présentés.

La méthodologie est participative et dynamique, par le biais de mises en situation, de travaux en sous-groupes et d'apports d'outils ludiques.

Objectifs

Aborder les notions d'identité et d'appartenance : favoriser la réflexion des participants en se situant soi-même par rapport à ses propres appartenances identitaires et en faisant des choix entre plusieurs alternatives.

Promouvoir la diversité et lutter contre les discriminations : favoriser la découverte de sa richesse identitaire et culturelle pour reconnaître la richesse de l'autre afin de lutter contre les préjugés voire les discriminations.

Durée :

deux fois deux heures

Public :

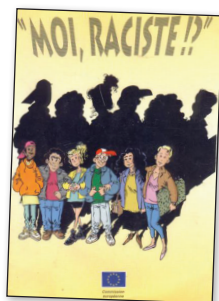
Adultes, toutefois
l'activité se prête à un
public dès 15 ans

Niveau de français requis :
élémentaire

N^{bre} de personnes :
de 4 à 16 personnes

Matériel :
de quoi écrire

Prix :
Gratuit



04

LA REPRÉSENTATION DES PERSONNES ÉTRANGÈRES DANS LES MÉDIAS

*Animation réalisée
par le CIMB.*



Projection de 4 capsules vidéo et animations sur les thèmes suivants :

- les amalgames induits par le choix des titres, des images et le traitement des sujets dans les médias ;
- les bonnes pratiques professionnelles ;
- les images des personnes étrangères dans les médias ;
- la liberté d'expression dans l'espace médiatique (public et journalistes).

Objectifs

Décrypter les discours des médias relatifs à la population étrangère, renforcer l'esprit critique du public.

Déconstruire les préjugés relatifs aux personnes étrangères qui peuvent être véhiculés par les médias.

Durée :

1h30 version courte
2h30 version longue*

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de Français requis :
bon

N^{bre} de personnes :

de 4 à 25 personnes

Matériel :

ordinateur, haut-parleurs,
vidéoprojecteur, écran
(ou mur blanc), 1 tableau
(aimanté de préférence),
des feutres effaçables, des
aimants.

Prix :

Gratuit

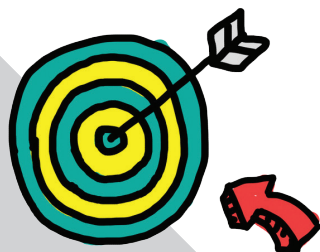
* Dans la version longue les animations autour des outils du CRIC et du CERAIC seront également exploitées

Sous Influence(s)?
Petit guide de survie
en territoire médiatique

05

LA PUBLICITÉ ET SES IMPACTS

*Animation réalisée par
les JOC La Louvière.*



Un peu d'histoire... La pub c'est quoi ? A qui s'adresse-t-elle ?

La pub et nous. Passage en revue de slogans publicitaires : exemples et décryptage.

La manipulation : ou comment on oriente la pensée et le comportement par la publicité. Quels impacts sur notre société et le quotidien des individus ?

Réflexions sur le coût de la publicité : la pub, ça coûte mais surtout ça rapporte... Regard critique sur le financement de différents médias par la publicité.

La pub et l'environnement : où on aborde la question de l'obsolescence programmée, du développement durable et du Greenwashing.

En conclusion : réflexion sur le « temps de cerveau disponible » et l'aspect « militaire » du vocabulaire publicitaire.

Objectif

Développer un regard critique sur le monde de la publicité. Quels sont les véritables messages véhiculés par cette dernière ?

Durée :

3h

Public :

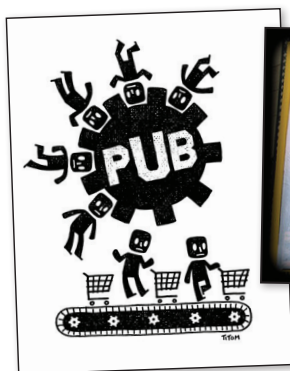
Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de Français requis :
élémentaire

Nbre de personnes :
de 4 à 30 personnes

Matériel :
1 tableau + feutres ou
craies, présentation possible
d'un powerpoint

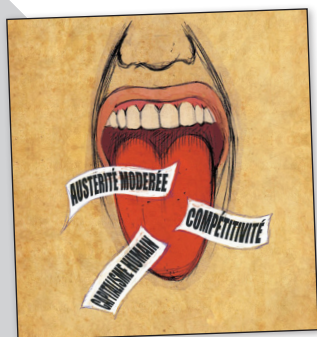
Prix :
Gratuit



06

NOVLANGUE ET LE DÉCODAGE DES DISCOURS « LANGUE DE BOIS »

Animation réalisée par
les JOC Charleroi,
JOC La Louvière et
le Centre Taboo.



Durée :

de 2 à 6h
(trois fois deux heures)

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de français requis :
bon

N^{bre} de personnes :

de 4 à 35 personnes

Matériel :

1 tableau, de quoi écrire,
éventuellement
un projecteur

Prix :

Gratuit

Au menu : analyse des termes, techniques et figures de style les plus souvent utilisés en « novlangue », quelques citations, ainsi que des morceaux choisis de l'actualité. Plusieurs moments de décryptage sont proposés tels que :

« *Rassurez-vous tout va bien* ». Où certains souhaitent adoucir les problèmes sociaux et économiques, minimisent des décisions négatives ou potentiellement violentes et les rendent plus acceptables.

« *La politique c'est compliqué (donc laissez-nous faire)* ». L'introduction dans le vocabulaire politique de termes issus du champ économique et managérial donne l'impression que la politique est réservée à des experts qui seuls, seraient à même de comprendre les enjeux et de prendre les bonnes décisions.

« *Ca fait joli mais ça ne dit rien de mes intentions* ». Où l'objectif est de noyer le poisson, de cacher des objectifs inavouables.

« *Une image vaut parfois mieux qu'un long discours* ». Ici on veut marquer les esprits en suscitant des images fortes. Pour cela la technique de prédilection, c'est la métaphore...

Objectif

La Novlangue (terme emprunté à l'écrivain George Orwell), c'est la langue des pouvoirs : économique et politique, mais aussi celle des experts interrogés tous les jours dans les médias. On l'appelle aussi « langue de bois ». A quoi sert la novlangue et comment la reconnaître ? Vous trouverez dans l'animation quelques outils.

07

UN EXEMPLE DE MANIPULATION MÉDIATIQUE

*Animation réalisée par
le CIEP HC.*



En introduction, prenant prétexte d'une émission télévisée diffusée il y a quelques années, on propose de revenir sur l'image de la Belgique dans les médias.

Ensuite on diffuse un exemple de manipulation médiatique en sélectionnant certains extraits précis.

On propose après un quizz aux participants pour démêler le vrai du faux.

Et les complots ça existe ? Réflexion sur base d'un second extrait vidéo.

Enfin, on termine sur quelques bonnes pratiques à mettre en place afin de nous permettre de démêler le vrai du faux et de vérifier les informations.

Objectif

Sur base de vidéos, donner quelques outils pour décoder les vraies et les fausses infos dans les médias.

Durée :

45 minutes

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de français requis :

bon

N^{bre} de personnes :

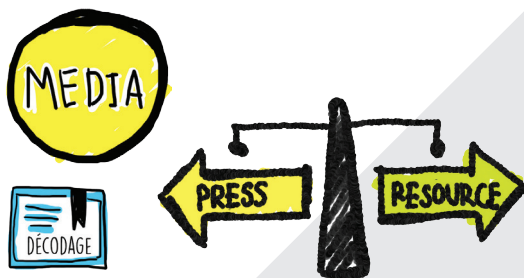
variable

Matériel :

projecteur + son

Prix :

Gratuit



08

LE JEU DU MOBILE

*Animation réalisée par
les Équipes Populaires
Hainaut Centre.*



Durée :

de 1h à 6h en fonction
des demandes et
des projets

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de français requis :
bon

Nbre de personnes :

de 5 à 30 personnes
pour 1 animateur. Si plus
nombreux : à discuter.

Matériel :

au minimum de quoi
écrire pour chaque
participant. Tableau et
marqueurs

Prix :

Gratuit

L'animation reprend **4 thématiques principales**, qui sont déclinaées de la manière suivante :

Comment nous informons-nous ? Réflexions avec les participants : qui achète quoi ? Quels sont les lecteurs de tel journal/revue ? Quel est le public-cible de tel programme/émission ? Que cherchons-nous à savoir ?

Et si nous devons informer, comment le ferions-nous ? Réalisation de petits reportages en groupe avec différents médias pour une même information. Chaque média ayant ses caractéristiques. Réalisation d'un reportage, en sous-groupe, en omettant de donner une consigne sur l'événement à reporter (Qui est l'auteur ? Quand cela s'est-il passé ? Où cela s'est-il déroulé ?). Critiques de reportages, d'articles de presse, de caricatures, ... d'un même événement.

Comment se construit une information, une communication, pourquoi ? Sur quoi devrait reposer la qualité de l'information ? Vérification des sources, analyse du type d'investigation, des recoupements, de la notion de temps, des faits/commentaires. Développement sur les journalistes et les agences de presse.

Les limites de l'objectivité ? Quels sont nos schémas culturels ? Quelles sont les logiques de production, l'audimat, ... Réflexions sur les grands groupes médiatiques mais aussi sur la diffusion de l'information et les réseaux sociaux.



Objectif

Développer un esprit critique, un regard collectif sur les médias de l'information et de la communication.

09

RETOUR SUR LE WEB

*Animation réalisée par
le CIEP HC.*



RÉSEAUX SOCIAUX

Dans un premier temps on revient brièvement sur l'évolution des nouvelles technologies et les bouleversements apparus.

Dans un deuxième temps on se concentre sur Facebook et les réseaux sociaux, leurs avantages et inconvénients, les questions que cela pose sur le respect de la vie privée etc.

Enfin, dans un troisième temps, on revient sur cette question délicate : comment distinguer le vrai du faux dans les informations que l'on reçoit ?

Objectif

Développer un regard nuancé sur les nouvelles technologies et particulièrement internet sur base d'exemples concrets et de bonnes pratiques.

Durée :

1h-1h30

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de français requis :

bon

N^{bre} de personnes :

variable

Matériel :

Projecteur, son, diffusion
d'un powerpoint et de
vidéos, éventuellement
un tableau pour écrire

Prix :

Gratuit

10

FICTION, NOUVELLES TECHNOLOGIES ET RÉALITÉ

*Animation réalisée par
le PAC Mons Borinage
et le CIEP HC.*

Dans un premier temps, sur base d'un photolangage, on demande aux participants de réfléchir en grand groupe sur certaines notions qui seront développées dans la suite de l'animation (vidéosurveillance, totalitarisme, télé réalité, ...).

Dans un deuxième temps, sur base d'un questionnaire, les participants sont répartis en trois sous-groupes. Ces groupes sont centrés sur les personnages d'un des trois récits suivants: 1984, Matrix et Hunger Games. A travers les personnages évoqués, les participants vont aborder à chaque fois un thème plus précis et devront faire face à des mises en situation.

Enfin, dans un troisième temps, on fait le lien avec l'actualité en ciblant quelques exemples récents de dérives, notamment dans le monde des réseaux sociaux. On rappelle l'importance de garder un esprit critique par rapport aux messages véhiculés par les médias et on termine avec quelques bonnes pratiques.

Durée :

1h-1h30

Public :

Tout public (+ de 15 ans)

Niveau de français requis :

élémentaire

N^{bre} de personnes :

variable

Matériel :

Projecteur, son, diffusion
d'un powerpoint et de vidéos,
tableau pour écrire

Prix :

Gratuit



Objectifs

Développer chez le participant un regard critique sur les dérives des médias d'hier, d'aujourd'hui et de demain.