



Résultats d'apprentissage

B-7.12 Déterminer les effets des influences sociales sur la sexualité, sur les rôles des hommes/femmes, et sur l'équité; ex. : les médias, la culture

B-7.4 Analyser les méthodes et les messages utilisés par les médias pour promouvoir certaines images corporelles et certains choix de modes de vie

Cette leçon porte sur tous les objectifs particuliers énumérés ci-dessus. Avant d'enseigner le programme sur la sexualité humaine (objectifs **en caractères gras et en italique**), les écoles doivent transmettre un avis aux parents qui précise les objectifs d'apprentissage, les sujets à l'étude et les ressources.

Méthode d'utilisation

Ce plan de leçon comprend de nombreuses activités visant à obtenir les résultats d'apprentissage ci-dessus. Vous pouvez effectuer certaines ou l'ensemble des activités, selon les besoins de vos élèves et le temps dont vous disposez. Certaines des activités s'appuient sur celles qui les précèdent, mais toutes peuvent être effectuées de façon indépendante.

Pour une leçon rapide, combinez les activités A, B, F et G.

Activités en classe (et leur durée)

- A. Règles de base (5 à 10 minutes)
- B. Moi par rapport à la télé (15 à 20 minutes)
- C. Explorer l'influence des médias à l'aide d'annonces publicitaires (20 à 45 minutes)
- D. Rôles, équité et stéréotypes de genre (15 à 20 minutes)
- E. Introduction à l'image corporelle (5 à 10 minutes)
- F. Image corporelle et médias (30 à 45 minutes)
- G. Boîte aux questions (5 à 10 minutes)

Matériel nécessaire

DOCUMENT DE COURS : Le sexe dans la publicité

DOCUMENT DE COURS : Moi par rapport à la télé

DOCUMENTS DE COURS : Stéréotypes de genre (scénarios 1 à 6)

Sélection d'annonces sexualisées tirées de revues ou d'autres sources imprimées ou en ligne

Magazines pour coupures, ciseaux et colle, papier journal ou à affiches, marqueurs, ruban-cache

Renseignements généraux pour les enseignants

L'activité C : Explorer l'influence des médias à l'aide d'annonces publicitaires requiert du temps supplémentaire pour trouver les annonces imprimées ou numériques avant le cours. L'idée est de trouver des annonces grandement sexualisées. Cette approche a été utilisée par plusieurs entreprises afin de vendre des vêtements, des produits cosmétiques, des automobiles, des chaussures, des jeans, etc. S'il y a un message récent ou un événement courant qui a causé de la controverse, il peut être utile de les donner en exemple.

Notre société devient de plus en plus complexe et les élèves reçoivent des messages sur la sexualité provenant d'un grand nombre de sources. Il est important d'aider les élèves à déterminer et décoder ces messages, à déterminer lesquels écouter et à apprendre comment filtrer les messages négatifs.

Il faut examiner les influences sociales sur les rôles et l'équité sexuels afin de permettre aux élèves d'évaluer les messages reçus par rapport à leurs valeurs.

L'image corporelle et l'estime de soi sont étroitement reliées. Il y a deux volets à l'image corporelle : la représentation mentale que vous avez de votre corps et ce que vous ressentez à ce sujet. Avoir une saine image corporelle signifie que vous acceptez votre apparence et que vous n'essayez pas de changer votre corps pour vous conformer à un idéal externe. Avoir une saine image corporelle contribue à se sentir capable et confiant et à se respecter soi-même, des aspects importants d'une saine estime de soi. Sensibiliser les élèves à l'influence que les diverses sources peuvent avoir sur leur image corporelle et leurs comportements aide les élèves à faire face aux pressions que la société impose et à se soucier davantage des autres.

Langage inclusif

La langue est un outil complexe, puissant et en constante évolution. Dans ces plans de leçons, on utilise un langage inclusif (en anglais) pour inclure tou.te.s les élèves, y compris ceux et celles qui ont des identités de genre et des orientations sexuelles variées. Cela comprend l'usage du pronom « iel » comme pronom neutre singulier.

À la naissance, le sexe d'une personne peut lui être assigné comme « mâle » ou « femelle ». Certaines personnes sont intersexuées (la biologie reproductive, sexuelle ou génétique d'une personne n'est pas claire, n'est

pas exclusivement masculine ou féminine ou ne correspond pas aux définitions traditionnelles de l'homme ou de la femme). Le sexe assigné est indépendant du genre.

L'identité de genre repose sur le sentiment intime de la personne d'être une fille ou une femme, un garçon ou un homme, fluide entre les genres ou d'aucun genre en particulier (sans égard au sexe assigné à la naissance).

Pour de nombreuses personnes, leur genre est le même que le sexe qui leur a été assigné à la naissance (cisgenre). Pour certaines, leur genre est différent que le sexe qui leur a été assigné à la naissance. Elles peuvent utiliser des termes comme transgenre, trans, non binaire, de genre fluide, queer, aggenre ou autre, pour décrire leur identité de genre. On utilisera principalement le terme générique « trans » dans le présent document pour décrire les personnes dont l'identité de genre diffère du sexe qui leur a été assigné à la naissance. Bien que ce terme générique ne s'applique pas nécessairement à tout le monde, on tentera d'utiliser un langage aussi inclusif que possible.

Dans ces leçons, vous remarquerez que les parties du corps et les processus ne sont pas étiquetés comme masculins ou féminins. S'il n'y a pas de mal à utiliser les termes garçon/fille/mâle/femelle lorsque l'on s'adresse à des personnes ou que l'on parle d'elles, il est important de ne pas supposer que tous les garçons ou toutes les filles ont une certaine anatomie, et d'utiliser systématiquement un langage inclusif. Apprendre à discuter de l'anatomie sans genrer les personnes, les parties ou les processus constitue un changement pour de nombreuses personnes. Ces leçons ont recours à un langage qui peut vous aider, vous et vos élèves, à opérer ce changement, afin que tout le monde, y compris les personnes intersexes et de genre différent, soit incluses et se sente vues.

Méthodes publicitaires

Vous voudrez peut-être présenter certaines des techniques publicitaires populaires suivantes pour l'activité C :

- **Effet boule de neige** : tout le monde le fait / l'achète / s'en sert.
- **Effet vedette** : une personne célèbre déclare qu'elle utilise le produit ou qu'elle le recommande.
- **Association** : un produit est associé à certains types de personnes, d'activités ou d'endroits. Le message suggère une association avec la richesse, la beauté, le plaisir, l'aventure, etc. pour provoquer une réaction émotionnelle chez le public cible.
- **Omission** : certains faits concernant le produit ne sont pas présentés.
- **Répétition** : dire le même message à maintes reprises.
- **Effet dimension** : donner l'impression qu'un produit est plus petit ou plus gros qu'il ne l'est en réalité.
- **Dénigrement** : rendre un produit plus attrayant en dénigrant les concurrents.

- **Mots ambigus** : insinuer une promesse en utilisant des mots comme « combat », « aide », « généralement », « fortes chances » et « pratiquement ».
- **Promotions** : encourager les achats en utilisant des bons-rabais, en organisant des jeux avec des prix à remporter ou en offrant des cadeaux avec les achats.
- **Ingrédients magiques** : suggérer qu'une nouvelle découverte ou un ingrédient extraordinaire rend le produit exceptionnellement efficace ou meilleur que celui des concurrents.
- **Avant-garde** : suggérer que l'utilisation d'un produit signifie que le client est un chef de file ou en avance sur son époque.
- **Compliments** : faire des compliments au client, p. ex., les annonces pour produits cosmétiques qui affirment « Parce que vous le valez bien ».
- **Gens ordinaires** : faire appel au désir d'appartenance, en montrant que des gens ordinaires se servent du produit.
- **Faits et statistiques** : utiliser des nombres, exemples réels et statistiques pour faire des allégations au sujet du produit (p. ex. trois sur quatre dentistes sont d'accord pour dire que...).

A. Règles de base

Assurez-vous d'établir des *règles de base* (en anglais) avant de commencer la leçon. Pour les classes ayant déjà établi les règles de base, les passer rapidement en revue peut favoriser le succès de la leçon.

B. Moi par rapport à la télé

Les élèves sont initiés au concept de l'éducation aux médias et commencent à reconnaître les messages envoyés par les médias qu'ils consomment.

1. Présentez le concept de l'éducation aux médias en posant les questions suivantes. Demandez aux élèves de la classe d'y répondre et précisez les éléments de réponse ci-dessous auxquels ils n'ont pas pensé.

Comment pouvons-nous définir le terme « médias » ?

Médias est un terme qui désigne les formes industrielles de communication de masse. Cela comprend la télévision, les films, les revues, Internet, etc.

Qu'est-ce que la compétence médiatique?

La **compétence médiatique** est la capacité à se servir de pensée critique en vue d'analyser les messages des médias, qu'il s'agisse de vidéos musicales, d'environnements Internet et de placement de produits dans les films et l'affichage virtuel sur les tableaux de la LNH au hockey. Il s'agit de l'instinct nécessaire pour questionner ce que sous-tendent les productions médiatiques – les motifs, l'argent, les valeurs et l'appropriation – et savoir comment ces facteurs influencent le contenu.

Quelles sont les différentes industries médiatiques qui essaient d'atteindre les enfants et les adolescents?

Écrivez les différentes industries identifiées par les élèves. Exemples possibles :

- Médias sociaux, par exemple TikTok
 - La publicité
 - Télévision / Services de diffusion en continu / YouTube
 - Les films
 - La musique
 - Les nouvelles
 - Internet
 - Les revues
2. Expliquez aux élèves que vous allez étudier certains des messages que les émissions télévisées leur envoient.
 3. Distribuez aux élèves le document de cours **Moi par rapport à la télé** qui sera à remplir. Vous pourriez les laisser discuter de leurs réponses en petits groupes pendant qu'ils écrivent leurs réponses. Indiquez-leur que l'industrie de la télévision peut comprendre Netflix, les vidéos sur YouTube, les films, etc. en plus du contenu télévisé traditionnel.
 4. Faites une récapitulation en discutant en classe des questions suivantes :
 - Quelles sont les principales différences entre votre vie et les vies présentées à la télévision? Quelles sont les similarités?
 - Les messages sur la sexualité envoyés par la télévision correspondent-ils à vos valeurs? Justifiez votre réponse.
 - Si vous aviez l'occasion de créer une comédie de situation qui reflétait votre vie, à quoi ressemblerait-elle?

C. Explorer l'influence des médias à l'aide d'annonces publicitaires

Pour obtenir plus de ressources éducatives sur les médias et Internet, y compris des plans de leçon et des activités, consultez le site [Habilo Médias](#).

Les élèves prennent mieux conscience des messages sexuels présentés dans la publicité et déterminent les effets de l'influence des médias sur la sexualité.

1. Avant le cours, rassemblez une sélection d'annonces grandement sexualisées tirées de revues ou de pages Internet imprimées. Essayez d'avoir environ une annonce par élève. Si possible, trouvez des annonces qui s'adressent directement aux adolescents, et pas seulement aux adultes.
2. Si vous n'avez pas réalisé l'activité Moi par rapport à la télé, présentez aux élèves les concepts de médias et d'éducation aux médias (voir l'activité B ci-dessus).
3. Demandez aux élèves de nommer des sources de renseignements qu'ils peuvent consulter au sujet de la sexualité ou de l'activité sexuelle. Exemples possibles de réponses :
 - Parents ou membres de la famille
 - Enseignants
 - Télévision/films
 - Internet, médias sociaux, jeux vidéo
 - Amis
 - Publicité
 - Livres, revues, bandes dessinées
4. Expliquez que la classe doit examiner l'industrie de la publicité afin d'étudier les messages sur la sexualité véhiculés par cette industrie auprès des enfants et des adolescents.
5. Divisez les élèves en groupe de trois à cinq.
6. Distribuez le document de cours **Le sexe dans la publicité** à chaque groupe.
7. Fournissez aux élèves de la classe les annonces imprimées que vous avez sélectionnées et demandez à chaque groupe de choisir une annonce à analyser.
8. Donnez aux groupes suffisamment de temps pour analyser leurs annonces publicitaires en se basant sur le document de cours.
9. Invitez chacun des groupes à présenter son analyse d'annonces publicitaires à la classe.

Il serait également intéressant de discuter de l'inclusion ou de l'exclusion de différents groupes dans ces communications médiatiques. Demandez aux élèves de songer aux personnes qui sont montrées, et à celles qui ne le sont pas, dans les messages médiatiques.

10. Passez en revue cette activité en posant les questions suivantes :
- Dans les annonces publicitaires que nous avons examinés, quels sont les messages que communique l'industrie de la publicité au sujet de la sexualité?
 - Ces messages sont-ils positifs ou négatifs?
 - Les annonces publicitaires que nous avons examinées envoient-ils des messages qui reflètent vos valeurs?
 - Si les messages sur la sexualité sont contraires à nos valeurs, quels choix avons-nous?
 - Arrêtez d'acheter les produits.
 - Encouragez les producteurs à changer le message. Discutez des différentes manières de le faire, par exemple en écrivant des lettres, en parlant aux gens de l'industrie, etc.

D. Rôles, équité et stéréotypes de genre

Les élèves examinent les concepts de genre, de rôles de genre et de stéréotypes et commencent à comprendre leurs répercussions.

1. Demandez à la classe de répondre aux questions suivantes :

Qu'est-ce que le genre? L'identité de genre? L'expression de genre?

- Le genre, en tant que concept global, fait référence aux normes et expressions sociales associées aux différentes identités de genre. Il s'agit d'attributs neutres et positifs et de stéréotypes plus négatifs sur ce que signifie être un garçon/homme ou une fille/femme.
- L'identité de genre ou le genre d'une personne est le sentiment interne et profond qu'elle a de son identité en tant que fille/femme, garçon/homme, les deux, ni l'un ni l'autre, ou fluide entre les deux.
- L'identité de genre d'une personne est influencée par de nombreux facteurs, notamment la relation qu'elle entretient avec son corps, les messages sociaux avec lesquels elle a grandi et ses expériences personnelles.
- L'expression du genre fait référence à la manière dont une personne exprime extérieurement son sens interne du genre. Il peut s'agir de l'apparence d'une personne, de sa façon de s'habiller, de parler et de bien d'autres choses encore. Cela comprend également le nom et les pronoms qu'utilise la personne.

Qu'est-ce qu'un stéréotype?

- Un stéréotype est une croyance au sujet d'un groupe particulier de personnes ou de certaines manières de faire les choses qui n'est pas nécessairement un reflet de la réalité. Les stéréotypes sont souvent négatifs.
- Un stéréotype de genre est quelque chose que les gens croient vrai au sujet de l'apparence, de la façon d'agir, de penser, de parler ou de se sentir de certaines personnes parce qu'elles sont d'un certain genre. Il y a des idées particulières associées au fait d'agir comme un garçon ou une fille.

Comment se sent-on lorsqu'on fait l'objet de stéréotypes? Pourquoi?

- Généralement de façon négative.
- On a l'impression que l'on ne nous entrevoit pas comme la personne que l'on est véritablement.
- On se fait juger en fonction de qu'une autre personne pense.
- Les stéréotypes limitent notre potentiel. Il ne s'agit pas de dire que les garçons ne devraient pas réparer les voitures et que les filles ne devraient pas faire la cuisine. Le problème est que l'on nous dit que nous devons remplir ces rôles afin de nous intégrer. Il est important pour nous tous de prendre nos propres décisions sur les personnes que nous sommes, sur ce que nous faisons et sur nos relations avec les autres.

2. Divisez la classe en petits groupes. Distribuez un scénario **Stéréotypes de genre** à chaque groupe.
3. Demandez à chaque groupe de discuter des questions dans leur scénario et d'écrire leurs réponses.
4. Demandez à chaque groupe de nommer un porte-parole qui lira le scénario pour la classe et qui fera part brièvement de ce dont le groupe a discuté avec la classe.
5. Passez en revue cette activité en posant les questions suivantes :
 - Selon vous, quelles seront les principales différences entre notre façon de réagir face aux situations aujourd'hui et la façon dont nous réagirons dans 20 ans?
 - Comment pouvons-nous expliquer les différentes manières dont les gens réagissent aux mêmes situations au fil du temps?
 - Les rôles de genre et notre compréhension du genre sont-ils en évolution?
 - Que pouvons-nous faire pour changer les stéréotypes?

E. Introduction à l'image corporelle

Une introduction simple et amusante au concept d'image corporelle.

1. Demandez aux élèves de prendre une feuille de papier et un stylo et de les placer sur leur bureau.
2. Demandez aux élèves de placer le stylo au centre de la feuille, puis de lever et fermer les yeux. Le reste de cet exercice doit se faire les yeux fermés.
3. Informez les élèves qu'ils devront écouter vos instructions pendant que vous les guidez dans la réalisation d'un autoportrait.
4. Suivez le scénario suivant :
 - Dessinez votre tête vers le haut de la page.
 - En dessous, dessinez votre cou et votre corps.
 - Maintenant, ajoutez les bras et les mains des deux côtés de votre corps.
 - Puis, ajoutez les jambes. N'oubliez pas les pieds!
 - Revenez à votre tête, dessinez vos cheveux.
 - Finalement, ajoutez vos yeux, votre bouche, vos oreilles et votre nez.
 - Pour terminer cette image, dessinez votre nombril.
 - Ouvrez les yeux et regardez ce que vous avez dessiné.
5. Encouragez les élèves à faire part de leur autoportrait à leurs voisins.
6. Passez en revue cette activité en posant les questions suivantes :
 - Vos autoportraits ressemblent-ils à votre reflet dans un miroir?
 - Pensez-vous que votre image mentale est un reflet précis de ce à quoi vous ressemblez?
 - Qu'est-ce qui influence la façon dont vous vous voyez?

F. Image corporelle et médias

Les élèves prennent davantage conscience des effets des médias sur leur image de soi et leur comportement. Cette activité peut se faire de façon numérique à l'aide d'images trouvées en ligne et rassemblées dans un collage qui peut être affiché à l'écran.

Les médias influencent la façon dont les élèves perçoivent leurs parties génitales. Les enseignants peuvent aider les élèves à réaliser que de comparer les parties de leur corps à ce qu'ils voient sur Internet, dans les jeux vidéo, à la télévision ou dans d'autres médias peut provoquer de mauvais sentiments chez eux, quand leur corps est tout à fait normal et en santé. Cela est vrai et particulièrement pour les parties génitales; les parties génitales des gens varient en forme et en taille, ne se ressemblent pas toutes d'une personne à l'autre et ne ressemblent pas nécessairement à ce qui est illustré dans les schémas, les images ou d'autres médias.

1. Divisez les élèves en groupe de trois ou cinq. Donnez à chaque groupe une grande feuille de papier pour affiches.
2. Demandez à chaque groupe d'écrire le titre « Images de beauté » sur une feuille de papier.
3. Demandez à chaque groupe de rassembler des photos de personnes que tous les membres du groupe trouvent séduisantes. Ils peuvent se procurer les photos dans des revues ou en ligne. Demandez à chacun des groupes de faire un collage avec ces photos sous le titre.
4. Demandez aux groupes d'ajouter des mots ou des phrases qui décrivent une personne séduisante.
5. Lorsque les groupes ont terminé, demandez-leur d'afficher leur collage au tableau ou au mur.
6. Demandez aux élèves de se promener dans la classe pour regarder les collages.
7. Discutez des questions suivantes :
 - En vous basant sur les images présentées dans les collages, indiquez certaines normes de beauté établies par les médias.
 - L'image idéale de la beauté véhiculée par les médias est-elle réaliste pour la plupart des gens? Justifiez votre réponse.
 - Nommez des qualités que peuvent posséder certaines personnes séduisantes et qui ne sont pas basées sur l'apparence? Ces qualités se reflètent-elles dans les collages?
 - Quelles sont les images de beauté qui sont difficiles à trouver?
 - Est-ce que tous les types de personnes se sentent représentés dans les images de la beauté dans les médias?
 - Pourquoi pensez-vous que les gens ont une image d'eux-mêmes qui est plus critique que la réalité?
 - Comment les médias influencent-ils l'image que nous avons de nous-mêmes? De notre famille? De nos amis?

- De quelles manières pouvons-nous combattre les perceptions négatives que nous avons de nous-mêmes?
8. Faites part des idées suivantes pour encourager une saine image corporelle, si elles n'ont pas déjà été mentionnées pendant la discussion.
- Traitez votre corps avec respect en le gardant fort et en santé.
 - Mangez des repas bien équilibrés et faites de l'exercice pour vous sentir fort et capable, et non pour changer votre taille ou votre silhouette afin de correspondre aux idéaux de quelqu'un d'autre.
 - Choisissez des vêtements qui conviennent à votre corps et qui font que vous vous sentez bien dans votre peau.
 - Passez du temps avec des amis et des membres de votre famille qui sont positifs et qui vous aiment pour qui vous êtes réellement.
 - Rédigez une liste des bienfaits que présente une partie de votre corps ou une de vos caractéristiques physiques que vous n'aimez pas. Mettez l'accent sur ce que votre corps peut accomplir.
 - Écrivez un court message qui vous aide à bien vous sentir dans votre peau. Affichez-le dans votre maison ou dans votre chambre ou encore sur l'économiseur d'écran ou le fond d'écran d'un appareil ou demandez à un ami de vous envoyer régulièrement ces mots par message texte.
 - Soyez conscient de la façon dont vous parlez du corps avec d'autres personnes. Essayez de mettre l'accent sur les aspects positifs qui ne sont pas liés à l'apparence physique.
 - Soyez attentif aux médias que vous consommez et aux messages qu'ils envoient au sujet de l'image corporelle.
 -
 - Rappelez-vous que tout le monde a à l'occasion des problèmes d'image corporelle. Utilisez votre dialogue interne positif quand vous devenez trop critique ou que vous portez trop de jugements sur vous-même.

G. Boîte aux questions

Répondez à toute question qui se trouve dans [la boîte aux questions](#) (en anglais) depuis la dernière leçon. Demandez aux élèves de soumettre leurs nouvelles questions et abordez-les au cours suivant

Discuter des questions au cours suivant vous donne le temps d'examiner les questions et de préparer vos réponses.

Réflexion personnelle

Pendant la leçon, avez-vous :

- suivi les règles de base?
- établi de bonnes pratiques concernant le travail et les discussions en équipe?

Que changerez-vous pour les prochains cours avec ce groupe?

Quels changements apporteriez-vous à la leçon pour son utilisation future?

Évaluation des élèves

Pendant le cours, les élèves ont-ils :

Connaissances :

- identifié les différentes sources des messages sur la sexualité?
- déterminé la pertinence des messages sexuels communiqués par les médias aux adolescents?
- défini les stéréotypes de genres?
- déterminé des stéréotypes de genres communs?
- évoqué les messages sur les images de corps sain?
- examiné l'effet des médias sur l'image de soi et le comportement?

Compétences :

- participé aux discussions en classe et démontré des aptitudes appropriées d'écoute et de communication?
- décodé différents messages à propos de la sexualité?
- décrit comment les rôles sexuels ont changé au fil du temps?
- examiné comment les rôles sexuels influencent les manières dont les personnes agissent et interagissent avec les autres?
- développé des stratégies afin de réagir aux situations qui renforcent les stéréotypes de genres?

- remis en question les influences négatives concernant l'image corporelle?
- présenté des images positives et réalistes d'eux-mêmes?

Attitudes :

- accepté la responsabilité de remettre en question et de changer des stéréotypes de genre négatifs?
- commencé à s'accepter?

Le sexe dans la publicité

Lorsque la sexualité est utilisée dans la publicité, certaines valeurs et attitudes à l'égard de la sexualité et de l'activité sexuelle ou le sexe sont « vendues » aux consommateurs en même temps que les produits.

Pour analyser une annonce, posez-vous cette question : « **Quel message sous-jacent cette annonce transmet-elle?** ».

1. Choisissez une annonce publicitaire à analyser.
2. Servez-vous de ces questions pour discuter de l'annonce que vous analysez.
 - Quel produit ou service vend cette annonce publicitaire?
 - Qui est le public cible de cette annonce? (Incluez le groupe d'âge, la culture, le genre, la race)
 - Que peut réellement faire le produit ou le service par rapport à ce qu'il promet de faire?
 - Qu'est-ce que l'annonce suggère ou laisse entendre sur ce que le produit peut faire?
 - Quel message ou valeur implicite vend l'annonce? Le message est-il évident ou subliminal?
 - Êtes-vous d'accord ou pas avec ce message?
 - À quoi ressemblent les personnes en vedette dans cette annonce?
 - Quel message véhicule cette annonce sur la sexualité?
 - Le message sur la sexualité est-il positif ou négatif?
3. Présentez votre annonce à la classe et faites part de vos idées au sujet du message sous-jacent de l'annonce.

Moi par rapport à la télé

Combien de temps passez-vous toutes les semaines devant la télévision (y compris Netflix, YouTube et les films)? La réponse pourrait vous étonner! Comparez votre vie à celle des personnages que l'on montre à la télévision peut être un exercice intéressant.

1. Choisissez une émission de télévision, de Netflix, de YouTube, etc.
2. Inscrivez le nom de l'émission dans le champ en haut de la colonne de droite.
3. Au moyen du tableau suivant, comparez votre vie à celle des personnages présentés dans l'émission.

Moi	Télévision _____
Ma journée à l'école :	Une journée à l'école à la télévision :
Ma vie après l'école :	La vie après l'école à la télévision :
Mes amis :	Les amis de la télévision :
Mes parents ou les autres membres de ma famille :	Les parents ou les autres membres de la famille à la télévision :
Ma (mon, mes) _____ :	Télévision _____ :

Nommez une des parties importantes de votre vie qui n'est pas représentée dans la plupart des émissions/films que vous regardez.

Stéréotypes de genres 1

Mike est sur le point d'inviter Lennon, à sortir pour la première fois. Il planifie suggérer d'aller manger de la pizza, puis d'aller voir un film. Mike n'est pas certain s'il doit lui offrir de payer sa part ou s'il doit présumer qu'ils partageront les coûts.

Discutez des questions suivantes :

- Quel est le rapport entre payer quand on a un rendez-vous et le genre? D'où proviennent ces idées?
- Selon vous, que devrait faire Mike?
- Comment pensez-vous que les gens réagiront à cette situation dans 20 ans?

Stéréotypes de genres 2

Tshepo garde un petit garçon âgé de six ans prénommé Ramone. Le jouet préféré de Ramone est une poupée Barbie qu'il a reçue d'un cousin. Tshepo n'est pas certain que Ramone doive jouer avec une poupée.

Discutez des questions suivantes :

- Pourquoi pensez-vous que Tshepo n'est pas certain de laisser Ramone jouer avec une poupée?
- Quelles sont les croyances des gens à propos des garçons et des poupées?
- Selon vous, que devrait faire Tshepo?
- Comment pensez-vous que les gens réagiront à cette situation dans 20 ans?

Stéréotypes de genres 3

Cette année, Jaya s'est liée d'amitié avec une personne qui s'appelle Cam. Ils aiment tous les deux faire de la planche à roulettes, ont les mêmes goûts en matière de musique et de bandes dessinées, et s'amuse à passer du temps ensemble après l'école. Cam est non binaire et utilise le pronom iel. Les parents de Jaya disent que les gens sont des garçons ou des filles, et c'est tout. Ils ne veulent pas que Jaya passe du temps avec Cam.

Discutez des questions suivantes :

- Pourquoi pensez-vous que les parents de Jaya sont inquiets de voir Jaya passer du temps avec Cam?
- Selon vous, que devrait faire Jaya?
- Comment pensez-vous que les gens réagiront à cette situation dans 20 ans?

Stéréotypes de genres 4

Dave, votre cousin·e de neuf ans, sait qu'elle est une fille. À sa naissance, Dave a été assigné au sexe masculin et tout le monde pense qu'elle est un garçon. Dave veut se faire appeler Danae, porter des vêtements de fille et se servir du pronom elle.

Discutez des questions suivantes :

- Comment décririez-vous le genre de votre cousin·e?
- Comment réagiriez-vous à la situation maintenant?
- Comment pensez-vous que les gens réagiront à cette situation dans 20 ans?

Stéréotypes de genres 5

Votre meilleur ami, Alex, veut se marier et commencer à avoir des enfants après avoir obtenu son diplôme de l'école secondaire.

Discutez des questions suivantes :

- Quelles sont les croyances des gens sur l'âge idéal pour se marier et avoir des enfants?
- Comment réagiriez-vous à la situation maintenant?
- Comment pensez-vous que les gens réagiront dans 20 ans?

Stéréotypes de genres 6

Votre amie Harper aime jouer au soccer et joue avec vos amis et vous depuis des années. Harper est une fille trans et veut jouer au sein de l'équipe féminine de votre école. Harper n'est pas certaine si l'école la laissera jouer au sein de l'équipe féminine.

Discutez des questions suivantes :

- Pourquoi Harper s'inquiète-t-elle à ce sujet?
- Quelles sont les raisons pour lesquelles les athlètes trans ne sont parfois pas autorisé·e·s à jouer dans une équipe correspondant à leur genre?
- Selon vous, que devrait faire l'école?
- Comment pensez-vous que les gens réagiront à cette situation dans 20 ans?