

OUTIL ARTISTIQUE



Phases du processus

1b (questionner)

2c (planifier concrètement l'action)

Objectif

Mener rapidement un groupe vers la prise de conscience des causes structurelles (socio-politiques) de la situation-problème qui suscite des préjugés envers eux.

Discipline artistique

Vidéo (théâtre)

Durée:

2 à 4 séances d'une heure

Matériel

Grand tableau avec feutres ou craies

Caméra

Ordinateur et logiciel de montage

Publicité

Déroulement

Vous proposez aux membres de créer une publicité filmée pour sensibiliser les gens à leur réalité.

La démarche est structurée ainsi: dans un premier temps, trois courtes animations vous permettront d'amasser le contenu futur de la publicité. Ensuite, nous vous proposons une séquence incluant des débuts de phrases auxquelles vous devrez ajouter ce contenu. Comme le contenu ne peut être élaboré dans le même ordre que seront enchaînées les phrases de la publicité, nous avons utilisé des couleurs pour faciliter la compréhension du tout.

Notre exemple se rapporte à un groupe de personnes assistées sociales.

1. Animez une discussion avec le groupe à partir de ces questions:

a) D'après vous, qu'est-ce que le monde pense de vous, les personnes assistées sociales?

- Dressez la liste des réponses.
- Choisissez ensemble les trois ou quatre plus importantes. Notez.

Une suggestion: demandez aux gens de venir souligner ceux qu'ils considèrent les plus dérangeants; ceux qui ont été les plus soulignés seront retenus.

Exemples: On veut pas travailler. On est des fraudeurs. On attend notre chèque pour boire de la bière pis acheter la loto. Dans le fond c'est notre choix.

b) Qu'est-ce que ça fait, ces préjugés?

- Dressez la liste des réponses (impacts).
- Choisissez ensemble les impacts les plus forts, les plus importants, ceux auxquels les gens s'identifient le plus.

Pour vous aider dans votre choix, essayez de joindre les impacts retenus à ce début de phrase pour voir si ça punche : « les préjugés, ça... »

Exemple : ça rend malade, ça démolit, on finit par les croire.

Noter.

c) Faites nommer la réalité/le vécu qui fait que la personne est sur l'aide sociale

- Recueillez les histoires. Vous pouvez pour cela utiliser notre outil artistique [Impro dirigée](#). Vous pouvez encore inviter le groupe à répondre à chacun des préjugés : « Les gens disent ça, mais... »
- Faites émerger ce qui est commun dans ces histoires ou arguments (éloignez-vous des situations individuelles pour atteindre ce qui rejoint le plus grand nombre de personnes).

Voici une façon de faire, tirée de notre outil [L'analyse de situation par catégorisation](#) :

Demandez à des participant·e·s de présenter une cause à la fois et de la coller au tableau.

Demandez si certain·e·s ont des causes semblables à celles déjà notées, et invitez à coller ces causes près des semblables.

Demandez au groupe de réagir et de participer à la classification.

N'hésitez pas à faire déplacer les cartons.

Faites nommer chaque catégorie. Négociez une expression qui inclut tous les items du regroupement.

Ou :

Identifiez ce qui indigné le plus le groupe.

Exemples : On n'a pas de diplôme. On est malade, etc.

Notez.

d) Choisissez la personne qui est à l'aise avec ce contenu, qui serait à l'aise de jouer devant une caméra et qui accepte que la vidéo soit diffusée, peut-être même sur Internet. Il peut être utile de tester l'aisance des personnes intéressées en vérifiant leur capacité à répondre aux questions : Qu'est-ce que le monde pense de vous ? Qu'est-ce que ça fait les préjugés ? Etc.

Note : Ces premières étapes devraient nécessiter entre une longue et trois courtes rencontres (nous avons eu besoin de deux bonnes heures avec 10 personnes).

2. Choisissez l'endroit précis où le tournage aura lieu

3. Faites répéter le, la ou les comédien-ne-s

– Rappelez le contenu des discussions.

– Invitez les comédien-ne-s à ajouter le contenu à ces débuts de phrases (choisissez des mots avec lesquels le groupe est à l'aise ; vous pourriez vouloir modifier les phrases pour qu'elles soient plus punchées) :

« Quand on est sur l'aide sociale, on entend bien des choses à notre sujet... + contenu de l'étape a : ... on est des profiteurs pis des paresseux, on vit bien sur l'aide sociale. »

« Mais ... + contenu de l'étape c : ... essaye de te trouver une job sans diplôme, ou quand t'es malade. »

« Les préjugés, ... + contenu de l'étape b : ça démolit. »

Note : Cette dernière séquence pourrait (c'est même souhaitable !) se faire en groupe, tout le monde en chœur.

Exemple récapitulatif qui apparaîtrait dans la publicité :

Un participant acteur : « Quand on est sur l'aide sociale, on entend ben des choses sur nous : on veut pas travailler, on est des profiteurs pis des paresseux, on vit bien sur l'aide sociale. Mais essaye de te trouver une job sans diplôme, ou quand t'es malade. »

En chœur : « Les préjugés, ça démolit. »

Des trucs pour faire pratiquer les comédien-ne-s :

- utiliser leurs propres mots ;
- parler fort et lentement ;
- répéter ;

Note : Le résultat devrait durer environ 30 secondes.

4. Tournage selon un style publicitaire

Une personne s'adresse à la caméra dans un plan « intime », puis plan plus large pour la scène finale.

Prévoyez environ une heure.

Variante

Si un ou d'autres groupes font la même démarche et que vous vous présentez le résultat de votre travail, l'impact de collectivisation n'en sera que plus efficace.

Commentaire

Cet outil a été inspiré d'une vraie publicité créée par le gouvernement au tournant des années 90 contre les préjugés envers les personnes assistées sociales. Nous avons présenté les publicités conçues par deux groupes, puis l'originale, pour démontrer que c'est possible pour le gouvernement de lancer des campagnes de sensibilisation contre les préjugés, même au sujet des personnes assistées sociales.

Conception : Esther Filion, avec la collaboration de Nathalie Germain

Rédaction : Esther Filion