

Nationaal Museum van de Speelkaart

“Nieuwe tijden. Speelkaarten en reclame.”

Deel III - Stereotypen

Lespakket - reclame

Anouk van Lier
2014-2015

Inhoudsopgave

1. Wat is een stereotype	3
2. Soorten stereotypen	4
3. Oorzaken stereotypering	4
4. Stereotypen in de Media	5
5. Misbruik van stereotypen	6
6. Experiment prof. Melissa Hines	7
7. Bronnen	8

1. Wat is een stereotype

Stereotypering is een sterk overdreven karakterisering van een figuur of persoon waarbij men afgaat van een algemeen beeld van deze mensen. Het is een sterk versimpelde en veralgemeende mening van mensen. Door het aanmeten van een stereotype aan een groep, gaat men er automatisch vanuit dat een persoon die toetreedt tot deze groep meteen deze eigenschappen overneemt.

Opdracht: Geef minstens 4 stereotypen aan de hand van onderstaande afbeelding.

-

-

-

-

-



Mogelijke oplossingen:

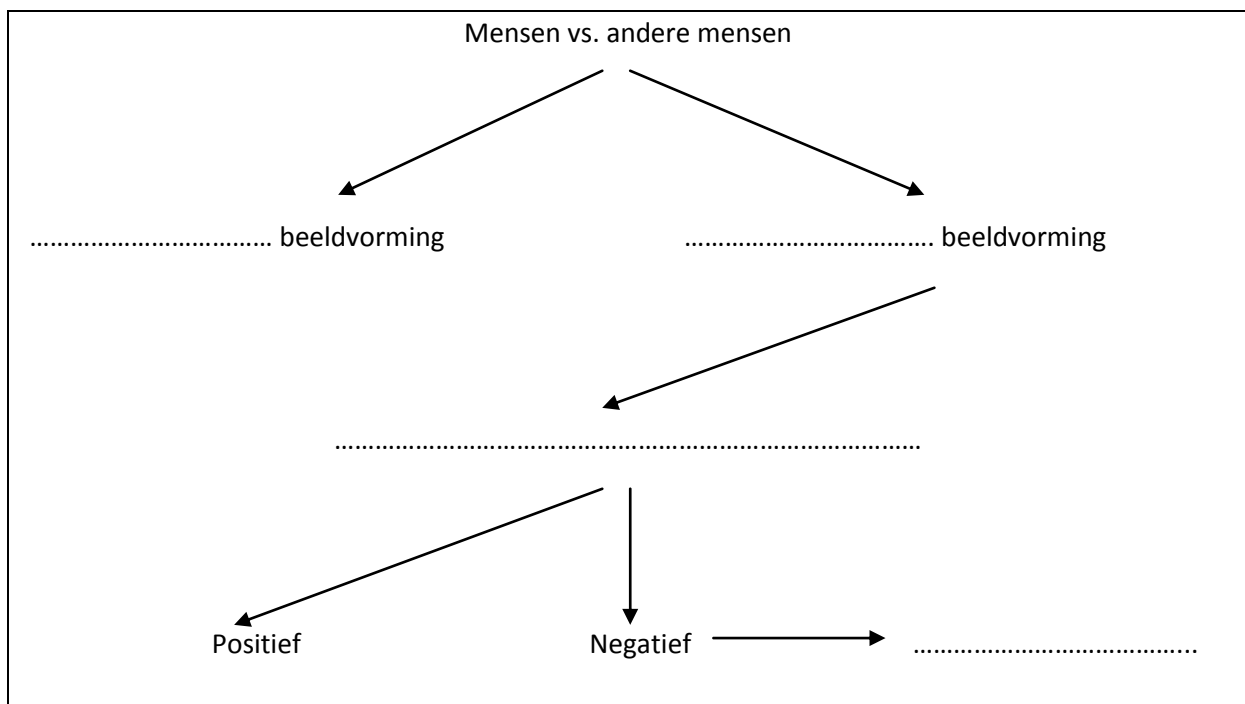
- *Nederlanders zijn kaaskoppen, ze zijn gierig, lopen op klompen en hebben in hun achtertuin tulpen en een molen staan.*
- *Duitsers drinken bier en eten braadworst, zijn altijd stipt op tijd en werken hard en grondig.*
- *Fransen zijn arrogant, kunnen niet autorijden, spreken alleen maar Frans en lopen over straat met een baret op hun hoofd en een baguette onder hun arm.*
- *Amerikanen zijn dik, alles moet er groot-groter-grootst, iedereen heeft een vuurwapen, ze zijn conservatief, preuts en erg vaderlandslievend.*

2. Soorten stereotypen

Stereotypen kunnen negatieve, maar ook positieve kenmerken bevatten.

Zelfs positieve stereotypen kunnen negatieve consequenties hebben: overschatte uniformiteit (terwijl mensen graag als uniek worden gezien), rigide verwachtingen, en bevestiging van de zwakheden en afhankelijkheid van de groep. Hoewel de opvattingen positief zijn, versterkt "welwillend seksisme" de zwakheden en afhankelijkheid van vrouwen als groep.

Opdracht: Zet volgende woorden om in een schema: subjectieve – objectieve – discriminatie – stereotypering/vooroordelen



3. Oorzaken stereotypering

Stereotypering kent twee grote oorzaken:

1. Mensen willen zichzelf definiëren. Ze willen zichzelf begrijpelijk maken en een waarde aan hun groep toevoegen.
2. De natuurlijke drang van de mens naar eenvoud is een andere reden.

4. Stereotypen in de media

Vaak worden er eenzijdige manvrouwenrollen verwacht. Zoals de sexy en slanke vrouwen voor een ondergoedreclame of gespierde mannen voor reclame voor parfum. We willen er allemaal wel zo uitzien. Dit stereotype wordt zwaar overdreven, het is een beeld van de perfecte groep mensen. Stereotypen kennen geen nuances.

Opdracht: Bekijk de afbeeldingen van de reclames en artiesten hiernaast. Welke stereotypen van mannen en vrouwen zie je? Let op uiterlijk en gedrag.

Een 'echte' man is:

-
-
-

Een 'echte' vrouw is:

-
-
-



Ook in reclame is er amper verschil. Het **doel** hiervan is om de consument te overtuigen om de persoon uit de reclame worden zodat de consument het product zal kopen

Opdracht: Bekijk verschillende reclamefragment en los onderstaande vragen op.

Hoe gaan andere culturen om met onze cultuur?

.....

.....

.....

Is er een verschil tussen reclame in Amerika, België en andere landen?

.....

.....

.....

Belgische en Amerikaanse ouders wensen andere dingen toe aan hun kinderen:

Belgische:

Amerikaanse:

Andere landen:

Formuleer een besluit:

.....

.....

5. Misbruik van stereotypen

Reclamemakers hebben commerciële redenen om stereotypen te gebruiken. Op deze manier willen ze een zo groot mogelijke doelgroep aanspreken en inspelen op de noden van de bevolking. Na de ophef rond de reclamefolder van Bart Smit, waarbij meisjes worden voorgesteld als kuisende jonge moeders, is nu een hedendaagse reclamepagina opgedoken van een nog onbekende reclamefolder.

Het beeld oogt alvast iets realistischer en meer waarheidsgetrouw. Gelijkenissen met bekende figuren zijn volgens ons overigens louter toeval! Kijk alvast zelf even wat er voor jou door de Sint mag gebracht worden.



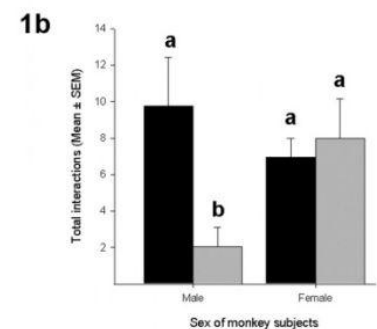
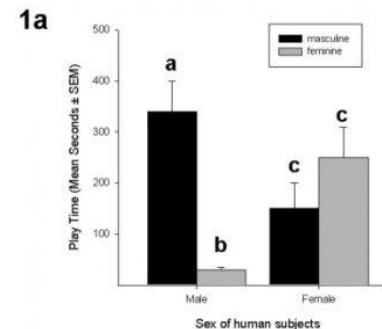
“Beantwoord een stereotype aan koopgedrag/speelgedrag? Zoals producten en verkopers van speelgoed beweren?”



Prof. Melissa Hines (Cambridge) heeft in 2002 experimenten uitgevoerd op (rhesus)apen, waarin de onderzoekers onderzochten of de aapjes een seksespecifieke voorkeur hadden voor speelgoed, net zoals menselijke kinderen vertonen. Denk maar aan een kookeiland voor de meisjes en een truck voor de jongen.

Bij de mens, hebben de studies aangetoond dat jongens neigen naar het stereotypische 'mannelijk' speelgoed zoals vrachtwagens en andere voertuigen. Terwijl meisje met zowel jongensspeelgoed, als 'vrouwelijk' speelgoed zoals poppen. Dit verschil kan worden verklaard doordat jongens ontmoedigd worden wanneer ze met meisjes speelgoed spelen. Andersom is dit niet het geval. De onderzoekers dachten dat door te kijken naar de apen, die niet geconfronteerd met vergelijkbare sociale druk om te voldoen aan rolpatronen, ze in staat zouden zijn om biologische invloeden op speelgoed te verlichten.

De aapjes werden losgelaten in een ruimte waar zowel meisjes- als jongensspeelgoed lag. De resultaten lagen parallel met de resultaten bij kinderen. De onderzoekers hebben opgemerkt dat er steeds verschillen zijn tussen de voorkeuren van mannelijk als vrouwelijk speelgoed. Ook al is de sociale druk niet aanwezig. Onderzoekers veronderstellen dus dat deze voorkeuren hormonaal bepaald zijn.



Opdracht: Wat vind jij van dit experiment? Voer een debat en schrijf je conclusies op.

.....

.....

.....

.....



7. Bronnen

<http://rechtsactueel.com/2013/10/02/bart-smit-stereotype-reclame-dan-had-je-deze-nog-niet-gezien/>

<http://www.scriptiebank.be/sites/default/files/Of2fe3231508281cf09d29e0321f845b.pdf>

http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/000/790/192/RUG01-000790192_2010_0001_AC.pdf

<http://users.telenet.be/elslipkens/verwerkingstereotypen.html>

<http://www.atlas-antwerpen.be/files/edumapgs2.pdf>

http://langlevedeliefde.nl/sites/default/files/def_werkbladen_III_jij_en_de_media_web.pdf

<http://www.sg.uu.nl/nieuwsblog/2013/06/07/stereotypen-en-vooroordelen-waarom-kunnen-we-er-niet-omheen>

<http://mens-en-samenleving.infonu.nl/psychologie/64335-stereotypering-en-vooroordelen-betekenis-en-oorsprong.html>

<http://www.miramedia.nl/projecten/beams/de-kracht-van-stereotypering.htm>

<http://samantha1607.weebly.com/1/post/2013/09/stereotypen.html>

<http://psympress.co.uk/smithandmackie/resources/topic.asp?lang=nl&topic=ch05-tp-01#>

<http://io9.com/5879647/do-girls-naturally-prefer-dolls-to-trucks-evidence-from-2-primate-studies>