



MARS – MEDIA & ANTI-RACISME DANS LE SPORT

Media, Diversité & Racisme dans le Sport

RENCONTRES MEDIATIQUES NATIONALES

Formation & Education au Journalisme & aux Media

RAPPORT PROVISOIRE

11. – 13. AVRIL 2012

CLEMI – Paris
391, bis rue de Vaugirard
75015 Paris - France
+ 33 1 53 68 71 00
clemi@clemi.org
www.clemi.org

MEDIA
à n i m a t i o n
communication & éducation



MARS - Media & Anti-Racisme dans le Sport

Financé
par l'Union Européenne
et le Conseil de l'Europe



UNION EUROPÉENNE



COUNCIL
OF EUROPE
CONSEIL
DE L'EUROPE

Mis en œuvre
par le Conseil de l'Europe

Auteure : **CLEMI**, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'information, France

Les opinions exprimées dans cet ouvrage ne donnent, des instruments juridiques mentionnés, aucune interprétation officielle pouvant lier les gouvernements des Etats membres, les organes statutaires du Conseil de l'Europe ou tout organe institué en vertu de la Convention européenne des droits de l'homme. Les vues exprimées dans cet ouvrage sont de la responsabilité de (des) (l') auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement la ligne officielle du Conseil de l'Europe.

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION GENERALE DE LA RENCONTRE	4
2. LES PARTICIPANTS	4
3. DEROULEMENT DES ACTIVITES	5
3.1 <i>LES SEANCES EN PLENIERE</i>	<i>5</i>
3.2 <i>UNE ORIGINALITE : « LA PAROLE A ... »</i>	<i>7</i>
4. LES SEANCES EN ATELIER	8
4.1 <i>ATELIERS DE SENSIBILISATION , DE « MISE EN JAMBE » : OBSERVATION ET ANALYSE D'UN CORPUS AVEC LES METHODOLOGIES DE L'EDUCATION AUX MEDIAS</i>	<i>8</i>
4.2 <i>DEUX ATELIERS SUCCESSIFS ANALYSE DE PRATIQUES/ PRODUCTION D'OUTILS</i>	<i>10</i>
5. PRODUCTIONS.....	11
5.1 <i>UNE STRATEGIE.....</i>	<i>11</i>
5.2 <i>DES ATELIERS DE PRATIQUES.....</i>	<i>12</i>
6. SUITES	15
7. ANNEXES	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

1. Introduction générale de la rencontre

Cette troisième rencontre médiatique « Formation et éducation au journalisme et aux médias » du programme MARS, faisant suite aux rencontres européenne en Belgique (Bruxelles octobre 2011), nationale en Italie (Bologne décembre 2011) et avant la Roumanie et la Finlande, s'est tenue du 11 au 13 avril 2012 à Paris.

C'est dans les locaux du Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information (CLEMI) dans le quinzième arrondissement de Paris qu'a eu lieu ce séminaire. Le Centre a mis aussi à notre disposition son Centre documentaire, avec une sélection d'ouvrages, médias, dossiers de presse proposés par les documentalistes sur la thématique.

En introduction, le cadre général du programme MARS, a d'abord été rappelé par Reynald Blion, responsable du programme Mars au Conseil de l'Europe. Cette présentation a permis de donner les éléments de contexte de ce programme et de comprendre comment depuis 1995 le Conseil de l'Europe impulse des travaux centrés sur diversité, médias, principes de non discrimination (cf. Campagne « Dites non à la discrimination »).

La méthode de travail spécifique a été clairement reprécisée -croiser regards et expertises des formateurs en journalisme et en éducation aux médias- ainsi que l'objectif des rencontres nationales : produire des outils de formation et des ressources utilisables dans la formation de journalistes en France, notamment en ce qui concerne le sport, intégrant la dimension de l'éducation aux médias.

2. Les participants

L'originalité du programme MARS réside dans la diversité de ses participants et dans la richesse de leurs échanges. Trois catégories de participants, pratiquement équilibrées en nombre, s'étaient inscrites aux travaux du séminaire MARS de Paris.

- **les spécialistes du sport** : universitaires, (linguistes, sociologues, historiens), consultants (en médias, information et communication), responsables d'associations qui promeuvent la non discrimination dans le sport et ailleurs (CRAN, Paris Foot Gay /Femmes et Sports), sportifs de haut niveau - 13 personnes inscrites / 8 participants,
- **les éducateurs aux médias** : appartenant au CLEMI, structure du Ministère de l'Education Nationale en France, à des associations d'éducation populaire intervenant en milieu scolaire et périscolaire (La Ligue de l'Enseignement, le Centre d'Education aux Méthodes d'Education Actives CEMEA- France), à Média Animation (Belgique), à ZAFFIRIA (Italie) - 16 personnes inscrites / 11 participants,
- **les professionnels des médias** responsables d'information ou de formation, journalistes de télévision, de presse écrite, de radio, formateurs de journalistes (IPJ Paris, IJBA Bordeaux, IUT Lannion) - 16 personnes inscrites / 7 participants,

Tous avaient aussi une forte valence liée aux questions de diversité quelles qu'elles soient. Un noyau de 25 personnes a travaillé sans discontinuer pendant les trois journées. Une dizaine de personnes est venue enrichir la réflexion par sa présence de façon plus ponctuelle à différents moments du séminaire.

La première prise de parole lors des présentations, a fait immédiatement apparaître la richesse personnelle des différents parcours des personnes présentes. Dès le tour de table initial, la plupart des participants ont souligné dans leur présentation qu'ils avaient eu « *des vies antérieures* » ou qu'ils appartenaient « *à des ou une Histoire* »... Le fil rouge de la rencontre s'imposait donc autour de la question de l'identité ou plutôt des identités multiples de chacun.

3. Déroulement des activités

Deux types d'activités ont rythmé trois journées denses : des interventions en séances plénières avec tables rondes et « paroles à » ou des ateliers d'échanges et de productions d'outils.

3.1. Les séances en plénière

La première séance plénière, qui s'est déroulée la matinée du mercredi 11 avril, a permis de placer la rencontre de Paris dans le contexte plus général des actions MARS déjà entreprises.

Elle a eu pour objet le compte rendu des rencontres de Bruxelles (octobre 2011) par Anne Claire Orban, et le compte rendu des rencontres de Bologne par Alessandra Falconi (décembre 2011).

1. **La première table ronde « Principaux enjeux et défis »**, animée par Sabrina Kassa-journaliste et formatrice (Atelier media Dawa,) a permis d'entendre plusieurs points de vue différents et complémentaires sur cette question.

Les enjeux

- la sous représentation de la diversité de la population française dans les médias, notamment à la télévision de service public,
- le sport donne à voir les dysfonctionnements de la société,
- la sous médiatisation des sports féminins (rapport 80% pour les sports masculins/20% pour les sports féminins) et la sexualisation (on parle moins des performances et plutôt du côté privé, personnel des sportives).

Stéphane Bijoux, journaliste, Directeur délégué pour la diversité dans l'information à France Télévisions. Il rappelle que le premier rapport du Président Bourges faisait un constat sévère : « *France télévision n'est pas la télévision de tous les français* ». Depuis France TV s'est mise en chantier pour l'obtention du label de l'AFNOR (label diversité, témoignage de l'engagement des organismes en matière de prévention des discriminations, d'égalité des chances et de promotion de la diversité dans le cadre de la gestion des ressources humaines). Elle progresse dans deux directions principales : la physionomie des rédactions et le recrutement des journalistes.

Trois exemples du travail engagé aujourd'hui dans les rédactions de France Télévisions ont été présentés :

- Penser dans les reportages, à se mettre à la place d'un récepteur (par exemple un adolescent en fin de collège) : il faut qu'il voit à la télévision des gens qui lui ressemblent et/ou qui ont une position sociale qui incarne une réussite sociale,
- Faire des « retours plateaux » en fin de reportage qui fassent apparaître la diversité des journalistes : des femmes (beaucoup sont reporters de guerre), des personnes issues des différentes migrations qui constituent la population française,

- Rechercher des figures nouvelles parmi les experts : femmes, handicapés, personnes issues des différentes origines géographiques et sociales.

«*Quand on déconstruit, il faut arriver avec des propositions pour reconstruire* ».

Des formations sur « la diversité » ont été mises en place à France Télévisions avec Didier Désormeaux et Eric Macé sociologue (s'appuyant sur un triple concept : une diversité manquante, une diversité manquée, une diversité montrée).

Sandy Montanola, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, IUT de Lannion, Université Rennes1, a présenté ses réflexions autour des femmes et du sport. Elle insiste sur l'idée que la médiatisation des compétitions sportives féminines ne suffit pas à faire reculer la question toujours présente de la « naturalisation ». Elle insiste sur la sous-médiatisation des sports féminins, sur la trivialisat ion qui s'accompagne de la sexualisation (on parle moins des performances que du côté privé, personnel, quand on parle des femmes), sur la discrimination en fonction des types de sport ainsi que sur l'heure de retransmission des compétitions féminines. Elle pointe aussi les enjeux de pouvoir homme/femme dans les rédactions. Globalement il s'agit d'un sujet complexe sous-médiatisé ou médiatisé de façon stéréotypée. La formation des journalistes doit passer par une prise de connaissance des travaux réalisés par les chercheurs sur ces questions et par une habitude d'analyse des discours médiatiques.

Fabien Wille, professeur des universités à la Faculté des sciences et sport de l'Université Lille2, parle des lieux communs récurrents concernant par exemple les athlètes noirs. « *Le sport est un lieu de visibilité des dysfonctionnements de la société.* » Le rôle social des journalistes sportifs est tout aussi important (et parfois plus) que celui des autres journalistes : ils sont co-constructeurs de sens.

Samira Djouadi déléguée générale de la Fondation TF1 a mené une approche progressive, « douce », de ces questions à l'intérieur de TF1. Elle plaide pour l'intelligence des situations et pour des stratégies de contournement. Elle a ainsi proposé aux équipes de rédaction de TF1 :

- d'aller écouter des lycéens de quartiers populaires, (s'écouter et s'entendre),
- de tisser des liens avec les écoles de journalisme pour une diversification dans les formations, notamment avec des formations en alternance,
- de changer les responsables des ressources humaines dans les entreprises.

-

La fondation TF1, depuis sa création, a pris en charge vingt jeunes issus de milieux populaires (dix par an) pour une formation professionnelle: 8 ont été embauchés en CDI à ce jour, sur les 20 sortis de ces formations.

Les chantiers

La diversité n'est pas un problème mais un outil indispensable pour une nouvelle écriture de l'information :

- stratégies de contournement, des petits pas,

- création d'une Fondation (TF1),
- recruter des jeunes issus des quartiers populaires, parce qu'ils sont « bons » et les aider à réaliser leurs rêves,
- faire évoluer les pratiques des journalistes dans les rédactions (FranceTV) avec par exemple des consignes simples aux rédactions (retour plateaux des reportages pour voir la diversité des journalistes, se mettre à la place d'un jeune récepteur des quartiers populaires et lui offrir un modèle social dans lequel il peut se reconnaître, proposer des indicateurs de diversité dans les rédactions),
- nécessaires formations des journalistes : à l'écoute, au discours médiatique, au rôle social du journaliste.

3.2. Une originalité : « la parole à ... »

Pour essayer de faire progresser notre réflexion, construire de la culture commune et entendre une parole experte sur ces questions complexes, le groupe de pilotage des rencontres de Paris a souhaité donner la parole à trois expertes.

Rosarita Cuccoli Sport et citoyenneté, Stadio Novo, spécialiste sports et medias

(Mercredi 11 avril 17h/17h30)

Son intervention portait sur le thème « Sport, medias et construction identitaire » et était d'un double point de vue : académique et « entrepreneurial » lié à son positionnement et à son histoire personnelle. La communication était organisée autour de trois questions :

- Quelle est la représentation du sport dans les medias ? (popularité, impact économique, mais aussi dérives) ;
- Quelles sont les fonctions des medias ? (dilemme dans le traitement sportif entre « soft news » et « hard news ») ;
- Pourquoi doit-on s'occuper davantage des aspects sociaux du sport ?

Dans la discussion qui suit, Patrick Clastres, professeur d'Histoire au Centre d'histoire de Sciences-Po rappelle que le sport est la seule pratique sociale où hommes et femmes sont séparés et qu'il s'agit de « performances ». Il propose que lors de leur éducation sportive, garçons et filles soient mélangés et qu'on leur propose d'autres types de performances.

Fabien Wille insiste sur le paradoxe du sport qui se veut apolitique mais est tout sauf cela (ex. Jeux olympiques de Pékin).

Florence Gravelier sportive de haut niveau en tennis France

(Mercredi 11 avril 17h30/18h)

Elle se présente comme une ancienne joueuse de tennis en fauteuil roulant (double médaillée des jeux paralympiques de Pékin). Son intervention dénonce la faiblesse de la prise en charge de ces

sports par les médias, de la pauvreté de l'information les concernant (26' par jour de retransmission des jeux paralympiques d'Athènes pour l'ensemble de ces sports). Elle s'inscrit clairement dans un refus de la notion de « communauté » pour le handicap et de modèle du sportif qui a réussi... « *On fait du sport parce qu'on aime le sport.... le handicap n'est pas un obstacle à la performance...* ». Elle affirme fortement que le sport est un moyen d'éduquer à la diversité.

Sylvie Debras, Journaliste, chercheuse Media/genre

(jeudi 13 avril 9h/9h30)

Sa recherche porte sur les femmes et la Presse Quotidienne Régionale. Dans la PQR les femmes lisent surtout les rubriques temps libre, santé, mais ne lisent pas le sport. Le lectorat féminin est un lectorat secondaire, le journal quotidien entre dans la famille par l'homme. L'information est construite pour un lecteur « universel » masculin. Elle constate aussi que les femmes ne sont pas nommées de la même façon rigoureuse que les hommes : emploi du prénom, tutoiement, diminutifs ; adjectifs relatifs au corps, stéréotype autour de « la » femme. Elle pense nécessaire un travail de formation des journalistes sur ces questions cf. « *Dites le avec des femmes* » ouvrage collectif de journalistes femmes.

4. Les séances en atelier

4.1. *Ateliers de sensibilisation, de « mise en jambe » : Observation et analyse d'un corpus avec les méthodologies de l'Education aux medias*
(Mercredi 11 avril à 14h30 : travail en sous-groupes)

Groupe 1 « Où sont les femmes ? »

Démarche proposée en trois étapes avec trois corpus successivement étudiés : lecture, description puis analyse et discussion commune.

- revue de presse papier du 5 avril 2012 : place occupée par le sport dans la presse généraliste. Constats de la prédominance du foot, du peu de place pour le foot féminin dans la presse malgré la qualification importante de cette équipe des « Bleues »,

- étude d'un corpus autour du match France-Galles de l'équipe de France de foot féminin, article de *l'Equipe* du 5 avril 2012, *le figaro.fr*, *Directmatin.net*, *footofeminin.com*, vidéo du Match sur *Direct8*. Traitement visuel différent d'un match entre hommes : traitement limité de l'image (manque de moyens), gros plans sur les femmes et les enfants, « expertes » sportives femmes ; traitement plutôt positif (« que du bonheur ! ») part de l'émotion ; lesbophobie dans la légende d'une photo de *Footofeminin.com*. Discours genré plus porté par la Fédération qui vise un public féminin, (pour la Fédération tout est « rose ») que par certains journalistes spécialisés (cf. *l'Equipe*),

- lecture d'un même reportage traité de deux façons différentes sur *l'Equipe.fr* (vidéo) « Les femmes qui gagnent » + *L'équipe magazine* article et photos « le sexe fiable ». Etude écourtée faute de temps. Dossier documentaire composé d'articles de presse autour du foot féminin en France.

Conclusions

- Complexité de la question du traitement médiatique du sport et des femmes dans le sport et notamment difficulté de l'aborder avec ses propres représentations,
- Nécessité de réfléchir à la place du sport dans la hiérarchie de l'information et à la non visibilité du sport féminin,
- Trouver des outils pour lutter contre le traitement le plus souvent stéréotypé du sport féminin (mots, images), l'assignation de genre (dénominations, « valeurs féminines » appliquées au sport, ...),
- Exigence d'avoir des outils méthodologiques.

Groupe 2 « Les *Belgian panthers* aux JO »

Analyse d'un corpus composé d'articles de presse, de reportage radio et TV autour de la victoire et de la qualification aux jeux Olympiques 2012 de l'équipe de hockey féminine en Belgique. Après avoir pris le temps de consulter les différents contenus médiatiques, il a été proposé la grille d'analyse suivante :

- Identifier dans les corpus ce qui relève de l'émotion et/ou de l'information ;
- Identifier dans les corpus les indicateurs de récits et les caractéristiques de ceux-ci.

Le groupe a rapidement adopté une attitude de remise en cause de la méthodologie proposée.

Il a proposé de travailler sur un double corpus sport masculin/sport féminin pour observer

- quelles sont les manières de « re-féminiser » la sportive dans le discours médiatique, comment est-elle nommée ?
- la différenciation des rôles (ex. gommer la performance).

Propositions

- mettre en avant une méthodologie transversale (comment intégrer transversalité dans des unités d'enseignement à l'université ?) ;
- distinguer ce qui relève des valeurs du sport/du genre ;
- partir d'un corpus concret, intéressant à la fois pour les formateurs en EAM et pour les formateurs en journalisme.

Remarque de Patrick Clastres, professeur d'Histoire en guise de conclusion :

« Pour le masculin, les gestes sportifs sont renvoyés aux techniques, pour le féminin les gestes sportifs sont renvoyés à l'émotion... ».

Les valeurs du sport sont déjà « genrées » : le sport est « né » masculin ... comment déconstruit-on ? ».

4.2. *Deux ateliers successifs analyse de pratiques/ production d'outils*
(Travail en sous-groupes : jeudi 12 avril et vendredi 13 avril)

Atelier 1 : Etat des lieux

(Jeudi 12 avril de 9h30 à 12h30) - Animation : Jacques Lizé / Eric Schweitser

« Il vaut mieux partir d'un stéréotype que d'y arriver » JL Godard.

- Des démarches éducatives, des outils généralistes existants

Des démarches éducatives sont menées auprès de jeunes pour lutter contre les discriminations, les stéréotypes, le racisme, le sexisme et promouvoir l'interculturel (ex. : travail de chasse aux stéréotypes dans la presse avec des enfants des écoles primaires (Zaffiria)). Une série d'outils sont déjà utilisés notamment par les associations. Il s'agit par exemple de jeux (minority/majority, jeu de paires, se mettre dans une situation de minorité, etc.). Certains travaillent aussi sur internet, notamment les réseaux sociaux, les jeux vidéo en ligne, et souhaiteraient que l'on travaille sur les sites des supporters que fréquentent beaucoup les adolescents.

- Des pratiques dans certaines rédactions

Pour lutter contre les discriminations dans les productions médiatiques, certaines rédactions installent des « tableaux de bord » qui permettent une réflexion sur les pratiques : cartes régionales sur lesquelles on inscrit où et qui on a interviewé pendant une semaine, analyse critique des synthés (qui parle, sur quoi) affichés à l'écran, liste des mots utilisés sur une thématique, etc. On réfléchit aussi à la déconstruction du mythe du « bon client ». Les journalistes qui travaillent sur la réalité, oublient, pour la plupart, qu'il y a construction dans le message médiatique et qu'ils y participent.

- La Formation des journalistes

Dans certaines écoles il existe des ateliers sur clichés et stéréotypes, des outils conceptuels et des grilles d'analyse (ex. Eric Macé sociologue cité plus haut). Aujourd'hui la volonté d'ancrage des pratiques dans les fondamentaux de la profession, entraîne le développement d'ateliers autour de :

- la confrontation du message diffusé avec l'émetteur ;
- le visionnement et la comparaison de plusieurs reportages sur un même sujet ;
- la question des sources : qui parle à qui et pourquoi ;
- le travail sur l'écriture, les mots justes ;

Sont abordées aussi les questions des contraintes économiques et politiques (temps, conditions de travail, etc.) des journalistes, les normes sociales, les habitudes professionnelles et les petits renoncements.

« Plus de diversité = une politique du petit pas »

- Certaines questions éthiques et déontologiques

Certaines questions éthiques et déontologiques apparaissent au cœur des préoccupations et des débats entre professionnels :

- la question du rôle social du journaliste ;
- la liberté d'expression/incitation à la haine ;
- le droit d'informer et de s'informer ;
- comment écrire sur un sujet qui touche avec la distance nécessaire ?

La formation des journalistes peut utiliser des outils de formation en éducation aux médias (et réciproquement) et croiser des expériences : par exemple, les échanges interculturels de jeunes de différents pays sur un projet Nord/Sud, l'analyse de la photographie de presse (« one two tweet » Bruxelles octobre 2011), mener des études comparatives, etc. La question de la médiation des savoirs, des informations, des valeurs, est aussi commune aux journalistes,

enseignants et éducateurs. La question de la légitimité du formateur aux yeux des formés (journalistes) se pose aussi lorsque ce formateur n'est pas journaliste lui-même.

Atelier 2 : Etat des lieux

(Jeudi 12 avril de 9h30 à 12h30) - Animation : Anne-Marie Jannet / Christine Menzaghui

Deux éléments ont émergé de cet atelier : Enrichissement et complémentarité (des regards).

- **L'expérience de France Télévision** a d'abord alimenté la réflexion du groupe et déterminé le fil rouge des préoccupations de tous les autres participants. En effet une formation de journaliste est pratiquée dans le cadre de deux priorités définies : le numérique et la diversité. La notion de responsabilité des différents acteurs, aussi bien producteurs que récepteurs de l'information nécessite la création d'un espace critique. Les éléments de langue sont pertinents aussi bien pour faire adhérer les journalistes à cet enjeu de la diversité qu'au niveau de l'analyse critique des reportages proposée aux journalistes.

- **L'analyse de discours** a paru un outil déterminant pour montrer comment se construit le sens et les représentations. On a particulièrement parlé de « la naturalisation » (processus de construction des identités), de rhétorique, sémantique, sémiologie, etc.

Il s'avère que le discours du sport est un lieu privilégié car il met en scène le corps, le spectacle ; il est très regardé et convoque beaucoup de lieux communs.

- **Des passerelles** ont été construites entre journalistes et universitaires, jeunes issus de la diversité et journalistes, éducateurs aux médias et journalistes. L'expérience belge « journalistes en classe » a mis en scène le changement de rôle possible des différents acteurs.

En conclusion on retient le dialogue et la nécessité de créer des espaces de concertation.

5. Productions

Les deux groupes de travail ont produit deux types de propositions différentes mais complémentaires: une stratégie pour permettre de faire réellement progresser les formations et les pratiques des journalistes dans la lutte contre les discriminations dans les productions médiatiques et une série de courtes formations concrètes qui pourraient s'inscrire dans cette stratégie globale.

5.1. Une stratégie

(Atelier du jeudi 12 avril 16h-17h30 et vendredi matin 9h00-12h00) - Animé par Christian Gautellier et Anne-Claire Orban

Etapas d'une stratégie

- toucher rédaction et décideurs ;
- mener des actions recherches qualitatives ;
- organiser des rencontres avec les décideurs et des campagnes de sensibilisation ;
- proposer des formations courtes ;
- valoriser les bonnes pratiques.

L'idée est d'essayer de mettre en œuvre une stratégie qui nécessite volontarisme, qui prend en compte la dimension économique des médias et qui s'accompagne de régulation.

Deux questions préalables

-Comment touche-t-on une rédaction ?

Il semble que pour lancer des changements, l'enjeu essentiel soit la prise de conscience individuelle. Plusieurs participants insistent aussi sur la politique des petits pas.

- Comment influencer sur les décideurs ?

Il apparaît nécessaire de convaincre les décideurs, de penser des formations continues qui s'adressent aux personnes qui occupent des postes clés (ex. Directeurs des ressources humaines), aux responsables des politiques éditoriales (ex. Rédacteurs en chef).

- La responsabilité sociale des journalistes (et autres métiers de la chaîne de production médiatique) est réaffirmée, mais aussi la responsabilité sociale de l'entreprise dans l'éducation de ses personnels mais aussi ses lecteurs et spectateurs.

Quatre étapes

- Mener des recherches-actions quantitatives et qualitatives

Remarque : de très nombreuses études ont déjà été réalisées au niveau national et européen (Observatoire des medias, CSA, Fassild, Halde, ...).

- Organiser des événements de sensibilisation et de prise de conscience (recommandations communes pour l'ensemble des médias).

- Rencontre des décideurs (déjeuner de travail...);

- Campagnes d'information (vidéos, réseaux sociaux, articles courts sur les sites de médias,...);

- Investir les réseaux professionnels : Assises du journalisme, syndicats et associations de journalistes, réseaux européens de la presse écrite (Wanifra);

- Développer des modules de formation courts proposés aux rédactions, animés par des formateurs en éducation aux médias, des chercheurs, des formateurs de journalistes sur des thématiques précises :

. Qui parle à qui ?

. Le héros (représentations, naissance vie et mort, ...);

- l'« agenda setting »;

. Le mot « juste » (stéréotypes, préjugés, stigmatisation, ...);

. Analyse de l'image;

- Suivi de l'évolution des pratiques (valorisation des bonnes pratiques)

Le groupe observe qu'il y a très peu d'études de réception en France et que la dimension économique de la prise en compte de la diversité est très peu abordée par l'Union européenne

5.2. Des ateliers de pratiques

(Atelier du jeudi 12 avril 16h-17h30 et vendredi matin 9h00-12h00) - Animé par Arnaud Richard

Des modules de formation courts

Propositions très pragmatiques et facilement réalisables en formation de journaliste qui traitent du sport.

Faire prendre conscience au journaliste qu'il construit un discours.

Réflexion fondamentale sur les mots.

Nécessité du travail en commun, convergence des pratiques et des recherches nécessaires (formateurs, professionnels des médias, professionnels de l'éducation aux médias, chercheurs...).

A partir d'une suggestion de *France TV* pour la formation des journalistes amenés à couvrir les JO de Londres le groupe a réfléchi à un module avec différentes activités. Mais très vite il a conclu que ces activités pouvaient être destinées à des journalistes de presse écrite ou dans le cadre de l'éducation aux médias avec les aménagements et adaptations nécessaires.

Module de formation proposé

Contexte - Eté 2012

Public - Journaliste et autres acteurs de FTV

Type - Anticipation

Objectifs - Prise de conscience des choix effectués

Corpus - Sport

Cadre - Fiches pédagogiques

Participants - 20 journalistes, chefs d'édition, ...

Temps - 4h (d'où la nécessité de sélectionner certaines activités parmi celles proposées)

Formateurs - 2 par groupe de 10 participants

Mises en *garde* - Des stratégies doivent être mises en place pour faire adhérer les participants. Par exemple les universitaires seraient « invités » par les journalistes comme sur plateau TV.

Activité 1 Devinette

Objectif - Sensibilisation

En introduction, devinette à partir de mots-clés, trouver de qui il s'agit (choisir des sportifs participant aux JO).

Discussion sur la nomination

Durée - 10mn

Activité 2 Désignation et reformulation

Objectif - La construction des identités

- A. Dans un corpus (reportage ou Presse écrite, lister les désignations)
- B. Mise en commun

- C. Regroupement par catégories (lieu de naissance, palmarès, ...)
- D. Discussion

Durée – 30 min

Activité 3 Commentaire en direct avec des mots tabous

Objectif - L'emploi des mots

- A. Visionnage d'une séquence de 1mn 30
- B. Présentation des mots tabous à définir selon les images
- C. Mise en situation de production
- D. Débat

Durée - 1h

Activité 4 Complément possible de la précédente

Objectif - L'emploi des mots

Commentaire avec des mots imposés.

Durée - variable

Activité 5 Création d'un « événement »

Objectif - Sensibilisation à la construction du « récit sportif » avec enjeux, sources d'intérêt, ...

A partir d'un scénario en cours où il ne se passe pas grand-chose, créer un discours d'événementialisation. A quels ressorts fait-on appel ? Production suivie de discussion

Durée – 1 h

Activité 6 Légende

Objectif - Rapport texte-image

- A. Proposer des photos à légender (images qui évoquent la diversité)
- B. Donner un ou des articles sans photo
- C. Choisir pour article la photo qui s'impose et faire la légende
- D. Présenter la photo réellement utilisée par le journal.
- E. Discussion

Durée - 1h

Activité 7 - Reportage traitant de la diversité

Objectif - Prise de décision et justification d'un choix de reportage

- A. Choisir dans chaque groupe une personne qui sera le chef de rédaction
- B. Création d'un argumentaire pour défendre proposition

- C. Mise en situation d'argumentation en face du chef de rédaction
- D. Débat.

Durée - 1h

Remarque - Quelques propositions concernant les ateliers pourraient être ajustées et quelques thématiques ajoutées (ex Diversité des sports).

6. Suites

Formation et éducation au journalisme et aux médias : Rencontres nationales médiatiques en Roumanie (mai 2012) et en Finlande (juin 2012).

Rencontres sur « Ethique du journalisme et des médias » au Royaume Uni (juin 2012)

Productions croisées Portugal (octobre)

http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/default_FR.asp?

Media, Diversité & Sport – Point clés !

En Europe, environ un quart des personnes figurant dans les informations sont des femmes même si celles-ci représentent plus de la moitié de la population européenne (GMMP 2010) ! Alors que les immigrés représentent environ 10% de la population de l'Union européenne (Eurostat 2011), les migrants et les personnes appartenant aux minorités ethniques figurent pour moins de 5% comme acteur principal dans les informations diffusées en Europe (Ter Wal, 2004). Les personnes lesbiennes, gays, bisexuelles et transgenres (LGBT) représentent environ 6% de la population vivant au Royaume-Uni, elles comptent pour moins de 1% de la population vue à la télé. Si 20% des personnes résidant au Royaume-Uni vivent avec un handicap, elles sont moins de 1% à être représentées au sein de la télévision britannique (CDN 2009-2010 Progress Report).

Par les sources sollicitées, par les sujets choisis et par les modes de traitement utilisés, les media influent sur l'agenda (ce à quoi il faut penser) et sur la perception (comment il faut penser) des débats contemporains. C'est pourquoi le Conseil de l'Europe considère qu'une information réellement inclusive - où toutes et tous contribuent comme témoins, acteur/trices, producteur/trices, etc. - est un enjeu fondamental pour la cohésion sociale et pour la participation démocratique. Mais aujourd'hui, trop nombreuses sont encore les personnes à être exclues des débats publics !

Le programme MARS – *Media & Anti-Racisme dans le Sport* – a fait le choix de s'intéresser prioritairement, même si pas exclusivement, au sport. En effet, le sport est considéré comme un lieu important de construction de cohésion sociale tout en étant un secteur majeur d'investissement de l'industrie médiatique. Toutefois, la couverture médiatique du sport est loin de refléter la diversité sociale et culturelle et de garantir une équitable représentation (expression) de toutes et tous. Seuls 5% des articles de presse portent sur les aspects culturels et sociaux du sport. 40% des articles de sport ne se réfèrent qu'à une seule source et 20% à aucune. Enfin, si les athlètes femmes ont quatre fois plus de chances d'être couvertes par une, que par un, journaliste, seuls 5% des informations liées au sport sont le fait de journalistes femmes (Play the Game, 2005) ! Situé dans le prolongement des recommandations formulées par divers organes du Conseil de l'Europe sur le pluralisme des media, l'expression de la diversité et la non-discrimination et des acquis de la Campagne antidiscrimination 2008 - 2010 du Conseil de l'Europe, le programme joint UE / CdE MARS – *Media & Anti- Racisme dans le Sport* - entend faire de l'expression de la diversité et de la non-discrimination un angle récurrent de couverture médiatique. Au travers de cette approche appliquée aux questions de sport, le programme MARS entend encourager l'émergence de modes innovants de production reproductibles dans tous les secteurs médiatiques et utilisés par n'importe quelle forme de couverture médiatique.

Pour ce faire, le programme MARS propose aux professionnel/les liés au monde des media (formateur/trices et étudiant/es en journalisme, journalistes, managers de media, etc.) de participer à des **rencontres nationales et européennes** et des **échanges européens de pratiques médiatiques**, et ce afin d'explorer les possibilités de développer des modes de production de contenus médiatiques réellement inclusifs et interculturels.

En savoir plus – www.coe.int/mars !