

MEDIANE

Media en Europe pour une Diversité Inclusive

Juillet 2015

MEDIANE BOX
pour une Diversité
Inclusive dans les Media

Guide des Pratiques
de Référence

Dr Myria GEORGIU

LSE Dept. of Media and Communication

Reynald BLION

Responsable Media & Diversité, Conseil de l'Europe

Funded
by the European Union
and the Council of Europe



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe

REFERENCES	RESUME	MOTS-CLES
Emploi		
<p>(2013), Advancing gender equality in decision-making in media organisations: Report. European Institute for Gender Equality</p>	<p>Ce rapport présente le premier ensemble de données comparatives sur la place des femmes dans le nombre de poste décisionnel au sein des media grand public des 28 Etats membres de l'Union européenne (UE). Il évalue si les media en question ont établi des politiques d'égalité entre les femmes et les hommes, des dispositifs de suivi et des initiatives spécifiques en faveur de l'évolution de carrière des femmes. Il ressort du rapport que, bien que les femmes soient fortement représentées dans divers cursus de formation au journalisme et que leur représentation dans les media se soit améliorée, la culture organisationnelle des media reste masculine. Les femmes sont sous-représentées dans les instances décisionnelles et les dispositifs de promotion de l'égalité des genres sont rares dans les media. Or, ce type de dispositifs apparaît crucial pour améliorer l'égalité des genres et les organismes professionnels peuvent jouer un rôle vital en la matière dans le secteur des media. Le rapport définit une série d'indicateurs pouvant être généralisés et contribuer à la mise place de formes d'évaluation continue sur la situation des femmes (et l'égalité des genres) dans le secteur des media européens. Les indicateurs proposés sont les suivants : 1) la proportion de femmes occupant des postes de décision dans les media ; 2) la proportion de femmes siégeant dans les organes directeurs des media ; 3) l'existence de politiques ou de codes destinés à promouvoir l'égalité hommes-femmes dans les media. Le document rend compte des progrès réalisés quant à la mise en œuvre du programme d'action de Pékin dans les Etats membres de l'UE pour ce qui concerne les femmes et les media. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>EGALITE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; PLAFOND DE VERRE. RESPONSABILITE SOCIALE ; DEVELOPPEMENT DE CARRIERE ; PLAFOND DE VERRE ; PROMOTION ;</p>
<p>(2013), Base de Données Européennes Praticien/nes Media & Diversity Practitioners, Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>Cette base de données regroupe environ 500 praticiens des media ayant en commun un intérêt professionnel pour la diversité et l'égalité des chances dans le secteur des media de l'Union européenne. Les recherches peuvent être effectuées dans la base par nom, par pays, par institution et par mot-clé (media, diversité, discrimination, sport, formation, éthique, gestion éditoriale, production, plaidoyer, sources pour journalistes). La base contient un profil et une mini-biographie des professionnels concernés. (<i>disponible en anglais et en français</i>)</p>	<p>SOURCES</p>
<p>(2013) La diversité au sein de la profession de journalistes, AJP, Bruxelles</p>	<p>Le journaliste type ? Un homme de 45 ans, Belge, dont la langue maternelle est le français et dont les parents sont belges. Mais au-delà de ce portrait-robot, quelle diversité présente la « population » journalistique en Fédération Wallonie-Bruxelles ? De quel milieu social proviennent les professionnels de l'info ? Dans quel milieu vivent-ils actuellement ? Manifestent-ils un intérêt pour d'autres cultures ou religions ? Quelles sont leurs convictions politiques, philosophiques et religieuses ? L'enquête menée par l'Association des journalistes professionnels (AJP), en collaboration avec le Centre d'études de l'opinion de l'ULg (CLEO), est une première pour notre Communauté. Elle livre des résultats parfois étonnants mais aussi interpellants quant à l'uniformité qu'ils révèlent.</p>	<p>RECRUTEMENT ; SELECTION DU PERSONNEL ;</p>

<p>(2008), Promoting equal opportunities and diversity: A toolkit for the communications sector, Londres, OFCOM</p>	<p>Ce guide de pratiques à l'usage des media contient une panoplie d'outils utiles à la promotion et à la mise en place de systèmes favorables à l'égalité des chances. Il est axé spécifiquement sur les pratiques, notamment pour l'égalité en milieu professionnel (dans les media en l'occurrence), et entend donc être le plus concret possible. Les outils proposés aident les organismes à prendre des mesures efficaces pour traiter toutes les personnes sur un pied d'égalité (indépendamment de la « race »[1], du genre, de l'orientation sexuelle, du handicap ou de l'âge) et à mieux comprendre les obligations et responsabilités qui leur incombent au regard de l'égalité dans le recrutement et le traitement du personnel. Le document présente des arguments clairs en faveur de l'égalité des chances et oriente sur la façon dont les organismes peuvent élaborer et concevoir leur propre stratégie pour faire progresser l'égalité sur le lieu de travail. Il accorde une attention particulière à l'égalité entre les employé/es et au processus de recrutement, donne des indications concrètes et renvoie à d'autres références à toutes les étapes. OFCOM a pour mission de sensibiliser les organismes de diffusion audiovisuelle à l'importance de l'égalité des chances, en vertu de la loi britannique de 2003 relative aux communications. Bien que ce document présente un intérêt général, certains aspects sont spécifiques au contexte britannique. (uniquement disponible en anglais)</p>	<p>ETHIQUE ; INCLUSION ; EGALITE ; RECRUTEMENT ; DEVELOPPEMENT DE CARRIERE ; PROMOTION ;</p>
<p>(2005) Mukti Jain Campion, Look Who's Talking – Cultural Diversity Public Service Broadcasting and the National Conversation, Oxford, Nuffield College</p>	<p>Ce rapport expose les points de vue d'une centaine de réalisateur/trices de programmes audiovisuels qui se sont heurtés aux obstacles, tant personnels que professionnels, entravant la diversité dans le contenu des media. Il examine différents aspects du processus de réalisation des programmes, de la commande et de la production à la programmation et à la promotion, pouvant avoir un effet de marginalisation. Il juge très important de promouvoir la diversité dans les media, tout en observant que les minorités sont sous-représentées aux fonctions de direction et de production de programmes. Le rapport note en outre que, selon les minorités elles-mêmes, il est souvent difficile voire impossible de soulever les problèmes qu'elles rencontrent dans le secteur des media. Une série de mesures est proposée pour que les media soient plus inclusifs et authentiques dans leur représentation de voix diverses et variées. Il s'agit de développer un principe d'« intelligence culturelle » (véracité, intégrité, authenticité, savoir culturel, spécificité culturelle et variété des perspectives), d'assurer une plus grande diversité parmi celles et ceux qui commandent les programmes, de rendre les jugements de valeur explicites et de créer des formats plus propices à la diversité. Le rapport formule une série de propositions relatives au recrutement et à l'emploi dans les media. Il émet en outre des recommandations pour assurer que les services publics de radiotélédiffusion rendent compte de leurs initiatives quant à la promotion de la diversité. (uniquement disponible en anglais)</p>	<p>INTELLIGENCE EMOTIONNELLE ; EGALITE ; PREJUGE ; REPRESENTATION ; INCLUSION ; RECRUTEMENT ; RESPONSABILITE SOCIALE ; SOURCES ; POUVOIR / DISTANCE HIERARCHIQUE [ENTRE CADRES ET EMPLOYES] ; PROMOTION ;</p>

<p>Neuen deutschen Medienmachern, Allemagne</p>	<p>Neuen deutschen Medienmachern est une association allemande indépendante de professionnel/les des media (germanophones), composée pour l'essentiel de journalistes de divers horizons et ayant des compétences variées au plan culturel et linguistique. Une personne sur cinq vivant en Allemagne est issue d'un milieu culturel mixte, contre seulement un/e journaliste sur cinquante. L'association fait campagne pour une plus grande diversité dans le secteur des media, pour une attention plus marquée à la diversité des compétences dans les processus de recrutement et pour une représentation plus équilibrée des personnes de diverses origines dans la presse. Conjointement avec la Fondation Bertelsmann, une base de données d'expert/es a été créée pour permettre aux professionnel/les et non-professionnel/les ayant une expérience en lien avec les media, les migrations ou les minorités de partager leur expérience et d'échanger leur expérience. La base de données est consultable à l'adresse suivante : www.vielfaltfinder.de (uniquement disponible en allemand)</p>	<p>SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE ; INTELLIGENCE EMOTIONNELLE ; REPRESENTATION ;</p>
<p>Positive action work placement scheme - The Guardian, Royaume-Uni</p>	<p>Chaque été, <i>The Guardian</i> propose une douzaine de stages de deux semaines à des étudiant/es et diplômé/es issus de minorités ethnoculturelles dans le but d'améliorer la représentation de la diversité sociale dans les media. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>FORMATION ; REPRESENTATION ; INCLUSION ; MENTOR ; RECRUTEMENT ; APPRENTISSAGE</p>
<p>Rétablir l'équilibre : Egalité des genres dans le journalisme, Bruxelles, FIJ</p>	<p>Les media doivent promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes tant dans l'environnement de travail que dans l'image qu'ils donnent des femmes. Cette brochure entend fournir aux journalistes, aux media, aux associations professionnelles et aux syndicats de journalistes de plus amples informations sur les questions de genre et sur l'égalité des genres dans leur domaine d'activité. Elle contient des directives visant à faire de l'égalité des genres une réalité pour l'ensemble de la profession et examine le rôle et la situation des femmes dans le journalisme. Le constat est le suivant : bien que le nombre de femmes dans la profession ne cesse d'augmenter, celles-ci sont encore largement sous-représentées aux fonctions dirigeantes et décisionnelles des media. La brochure présente une série de références susceptibles d'améliorer la place des femmes dans les organismes de presse (notamment des guides pratiques et des conseils utiles, des éléments essentiels pour favoriser l'égalité des chances et les cadres juridiques internationaux existants en faveur de l'égalité des chances). Elle analyse l'image que les media donnent des femmes, souvent représentées dans un rôle de femmes au foyer ou d'objets sexuels, par exemple, et reléguées généralement à la couverture d'informations souvent considérées comme « secondaires ». L'image des femmes dans les media revêt une importance majeure, du fait que cette représentation peut façonner les attentes de la société à leur égard et, plus important encore, influencer la perception que les femmes ont d'elles-mêmes. La brochure contient une liste de références utiles pour faire prendre conscience des images problématiques dans les media et mentionne de nombreux guides visant une représentation plus équilibrée. Elle examine en outre le rôle que peuvent jouer les syndicats et d'autres organisations professionnelles dans la promotion de l'égalité des genres et propose une série de références et une « check list »</p>	<p>EGALITE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; PREJUGE / Sexe ; INCLUSION / Sexe ; POUVOIR / DISTANCE HIERARCHIQUE [ENTRE CADRES ET EMPLOYES] ; PROMOTION ; HARCELEMENT SEXUEL ;</p>

	pour la promotion de l'égalité des genres à destination des organisations professionnelles concernées. (<i>disponible en anglais, français, espagnol et croate</i>).	
Contenu		
(2015) Étude de l'image et de la représentation des jeunes dans la presse quotidienne belge francophone	<p>Les médias contribuent à la représentation que l'opinion publique se fait de la jeunesse. Une représentation qui, comme l'ont pointé différentes études portant sur la télévision, n'est pas toujours des plus positives. Un certain nombre de constats ont déjà été dégagés du Baromètre de l'image des jeunes et des enfants en télévision du CSA, et de l'Étude de l'égalité et de la diversité en presse quotidienne réalisée par l'AJP en 2011. L'analyse de la représentation des jeunes dans la presse quotidienne était donc la suite logique. C'est pourquoi le Service Jeunesse de la Fédération Wallonie-Bruxelles a lancé un appel d'offres afin que soit analysée, quantitativement et qualitativement, l'image des jeunes dans la presse quotidienne.</p> <p>La question de la diversité, dans son ensemble, compte au nombre de celles que l'AJP relaie vers les journalistes. La question de la représentation de la jeunesse dans les médias étant un point central des questions liées à la diversité, l'AJP a décidé de répondre à cet appel. Le résultat est la production de deux publications: l'Image et la représentation des jeunes dans la presse quotidienne belge francophone et un Guide de bonnes pratiques à destination des jeunes et des journalistes.</p>	AGISME ; EGALITE ; EGALITE / Age ; INCLUSION ; INCLUSION / Age ; PREJUGE ; PREJUGE / Age ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Age ;
(2015) La presse quotidienne et les jeunes - Un guide de "bonnes pratiques" à l'usage des jeunes et des journalistes	<p>Entre ce que les jeunes disent de la presse, et ce que la presse dit des jeunes, il y a un espace immense d'initiatives, de création, de décryptage et de collaboration.</p> <p>Ce « Guide de bonnes pratiques » a l'ambition d'en mettre quelques-unes en lumière. Pour cela, il s'appuie sur un benchmarking des pratiques journalistiques existantes en Belgique et à l'étranger en matière de représentation et de participation des jeunes à la presse. Au-delà de cet inventaire nécessairement incomplet, nous avons voulu recueillir les réactions des responsables de nos quotidiens.</p> <p>Au départ des stéréotypes les plus fréquents à l'égard des jeunes, tentons de déconstruire ces idées reçues, pour une meilleure image des jeunes dans nos médias et une autre perspective des journaux sur notre jeunesse.</p> <p>Cette démarche s'inscrit dans la continuité du projet de sensibilisation des rédactions à la question de l'image des jeunes dans la presse quotidienne.</p>	INCLUSION ; FORMATION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; TRAITEMENT EQUITABLE ; AGISME ; EGALITE ; EGALITE / Age ; INCLUSION ; INCLUSION / Age ; PREJUGE ; PREJUGE / Age ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Age ;
(2014) Kemp D., Blion R. - Diversité Inclusive dans les Media - De quoi parle-t-on ? Strasbourg, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)	Approche pour une diversité inclusive dans les media - Définitions et commentaires des participant/es aux rencontres européennes et thématiques du programme joint UE / Conseil de l'Europe <i>Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive</i>	INCLUSION ; FORMATION ; REPRESENTATION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE

<p>(2014) Diversité Inclusive dans les Media - Outils pour la Formation au Journalisme, Strasbourg, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)</p>	<p>Outils et ressources pour une formation au journalisme inclusif - Propositions et suggestions des participant/es aux rencontres thématiques "Formation & Education aux Media & au Journalism" du programme joint UE / Conseil de l'Europe Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive</p>	<p>INCLUSION ; REPRESENTATION ; FORMATION</p>
<p>(2014) Frenyo A., Blion R. - Diversité Inclusive dans les Media - Principales Leçons des Echanges Européens de Pratiques Médiatiques, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)</p>	<p>Principales leçons tirées des échanges européens de pratiques médiatiques (EEMPs) pour une production de contenus inclusifs dans les media. Propositions et suggestions des participant/es aux EEMPs du programme joint UE / Conseil de l'Europe Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive</p>	<p>INCLUSION ; REPRESENTATION ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE</p>
<p>(2014) Reportages Médiatiques Inclusifs - 46 Exemples issus des Echanges Médiatiques Européens, Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>46 exemples de reportages médiatiques de presse écrite, en ligne, de radio ou encore de télévision tentant de mettre en pratique une approche inclusive de la production médiatique et réalisés lors des échanges européens de pratiques médiatiques du programme joint UE / Conseil de l'Europe Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive</p>	<p>INCLUSION ; REPRESENTATION ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE</p>
<p>(2013), C'est pas mon genre! Egalité dans les media – Fiches pratiques pour les journalistes, Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>Ce guide pratique est destiné aux professionnel/les des media. Les media se conçoivent comme un miroir de la société sur lequel se reflètent les réalités sociales. Les journalistes doivent assumer une responsabilité citoyenne pour faire en sorte que la représentation de la société soit la plus égalitaire et la plus juste possible. Les fiches pratiques qui composent cette ressource ont été rédigées dans l'optique d'aider les professionnel/les des media à relever ce défi. Elles informent sur la place des femmes dans les media, les hiérarchies sociales, la standardisation des corps, la réussite de femmes à des postes à responsabilité et la production de l'information concernant les inégalités hommes-femmes. Elles contiennent en outre un index utile d'autres références, notamment des bases de données de spécialistes femmes, de supports de formation, d'études d'exemples et plus encore. <i>(disponible en anglais et en français)</i></p>	<p>FORMATION ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; PREJUGE ; PREJUGE / Sexe ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; EGALITE / Classe sociale ; REPRESENTATION / Classe sociale ;</p>
<p>(2013), Image et représentation des enfants et des jeunes – Bruxelles, CSA, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Fédération Wallonie Bruxelles</p>	<p>Le baromètre et le guide des bonnes pratiques sur la représentation des enfants et des jeunes dans les media ont été établis par la Fédération de Wallonie-Bruxelles. Les enfants et les jeunes sont sous-représentés à la télévision et occupent rarement une place centrale lorsqu'il/elles y apparaissent. Il/elles sont plutôt relégué/es à l'arrière-plan des représentations télévisuelles. D'après le guide de bonnes pratiques, les media offrent aux jeunes un outil inestimable pour développer un sens de l'équité et pour accroître leur participation au sein de la société. Le Guide donne des conseils spécifiques sur la façon d'améliorer la présence des jeunes et leur participation dans un monde médiatisé. <i>(uniquement en français)</i>.</p>	<p>AGISME ; EGALITE ; EGALITE / Age ; INCLUSION ; INCLUSION / Age ; PREJUGE ; PREJUGE / Age ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Age ;</p>

<p>(2013), La représentation de l'homosexualité dans les media de la Fédération Wallonie-Bruxelles, – Bruxelles, CSA, Conseil Supérieur de l'Audiotvisuel, Fédération Wallonie Bruxelles</p>	<p>Ce rapport porte sur la représentation des personnes LGBT dans les media francophones belges, à commencer par la reconnaissance du rôle des media dans l'information du public au sujet de différents modes de vie, identités et sexualités. Alors que les relations interpersonnelles jouent un rôle clé dans la lutte contre l'homophobie, le rôle des media peut nuire ou contribuer à une meilleure compréhension de la diversité au regard de l'orientation sexuelle et des questions liées aux personnes LGBT. En se fondant sur cette reconnaissance du rôle des media, le rapport étudie systématiquement les différentes représentations de l'homosexualité dans un éventail de media en Wallonie et à Bruxelles. <i>(uniquement en français)</i>.</p>	<p>INCLUSION ; INCLUSION / Orientation sexuelle ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Orientation sexuelle ; ORIENTATION SEXUELLE ; LGBT ; EGALITE ; EGALITE / Orientation sexuelle ;</p>
<p>(2013), Media, Diversité et Racisme dans le Sport – Activités de formation, Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>Cette collection d'outils regroupe une vingtaine d'activités pouvant être menées dans le cadre de la formation en journalisme et de l'éducation aux media. Elles sont issues des travaux réalisés par les professionnel/les des media, de la formation en journalisme et de l'éducation aux media dans le cadre du programme joint UE/CdE MARS – <i>Media & Antiracisme dans le Sport</i>. Les activités de formation sont conçues à des fins : 1) de sensibilisation des participant/es à une approche positive et inclusive de la diversité pour susciter l'intérêt (cette prise de conscience est souvent considérée comme une première étape nécessaire à la mise en place de formations et à la modification de pratiques ou d'attitudes) ; 2) d'analyse – il s'agit de décrypter, comparer, observer, surveiller et évaluer les objets médiatiques en vue de les comprendre et de se positionner ; 3) de proposition de travaux pratiques et créatifs autour de la production, en mettant l'accent sur l'apprentissage par la pratique. Les modules de formation sont axés sur les stéréotypes et les représentations, l'utilisation du langage, le métier de journaliste, les images, le sport, le genre, les jeux et l'humour. Chaque activité est décrite en détail et contient suffisamment d'informations pour sa mise en œuvre. <i>(disponible en anglais et en français)</i></p>	<p>FORMATION ; REPRESENTATION ; PREJUGE ; INCLUSION ; EGALITE</p>
<p>(2012) Grizzle A. (Ed.), Gender-Sensitive Indicators for Media – Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content, UNESCO Online</p>	<p>Les indicateurs tenant compte de la dimension du genre ont pour objet de contribuer à l'égalité hommes-femmes et au renforcement de l'autonomie des femmes dans et par les media. Cette ressource axée sur l'égalité hommes-femmes dans le secteur des media et sur la représentation du genre dans le contenu médiatique est étayée par une série d'études de cas du monde entier. Les media ont le potentiel de propager et de perpétuer ou d'atténuer les inégalités et les stéréotypes qui existent dans la société. C'est pourquoi il importe de traiter l'égalité entre les femmes et les hommes à la fois au sein des institutions médiatiques et dans le contenu médiatique. Cette ressource est destinée aux groupes de défense des intérêts, aux associations de media, aux syndicats de journalistes, aux organismes d'autoréglementation, aux organisations de la société civile et aux ministères, ainsi qu'aux établissements universitaires et aux écoles de formation au journalisme. Les indicateurs n'ont rien de normatif et peuvent être utilisés en tout ou partie. <i>(uniquement disponible en anglais)</i></p>	<p>INTELLIGENCE EMOTIONNELLE ; FORMATION ; RECRUTEMENT ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; PREJUGE ; PREJUGE / Sexe ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe</p>

<p>(2012), Getting the facts right: Reporting Ethnicity and Religion, Brussels, FEJ</p>	<p>L'étude se concentre sur la perception qu'ont les professionnel/les de l'information de la diversité ethnique, religieuse et culturelle dans leurs activités. Elle offre un éventail d'informations utiles pour les journalistes et étudiant/es en journalisme, les chercheur/es, les responsables politiques et les organisations de la société civile. Le principe de présentation factuelle, juste et équilibrée de l'information est au cœur même du journalisme, sachant qu'une couverture discriminatoire de l'actualité peut avoir des conséquences désastreuses. Des exemples de représentation scandaleuse de réfugié/es et de demandeur/ses d'asile, de minorités ethniques, notamment des Roms, et d'autres groupes vont à l'encontre de ces principes. Il est rare que les journalistes soient invité/es à expliquer ce qu'il/elles savent, ce en quoi ils croient et quel est leur angle d'approche de la diversité. Cette étude replace les journalistes au cœur de l'enquête sur le rôle des media dans la couverture de l'appartenance ethnique et de la religion. Les questions posées sont les suivantes : quelles normes professionnelles guident les rédacteur/trices et les journalistes lorsqu'ils couvrent les questions d'appartenance ethnique et de religion ? Quels outils de collecte de l'information sont les plus couramment utilisés ? Quels sont les obstacles institutionnels à la production des reportages ? Qu'aurait-on pu mieux faire ? Qu'est-ce qui rend excellente une couverture d'un sujet ? Quel type de travail journalistique alimente l'intolérance au lieu d'informer en favorisant la compréhension interculturelle ? Ce rapport s'articule autour de deux études de cas, l'une sur la couverture de l'appartenance ethnique, l'autre sur la couverture de la diversité religieuse. (<i>disponible en anglais et en français</i>)</p>	<p>ETHIQUE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Appartenance ethnoculturelle ; REPRESENTATION / Religion ; PREJUGE ; PREJUGE / Appartenance ethnoculturelle ; PREJUGE / Religion ;</p>
<p>(2012) Triandafyllidou A., et al., MEDIVA Diversity Indicators: For Assessing the Media Capacity to Reflect Diversity and Promote Migrant Integration: A Toolkit, Florence, Institut Universitaire Européen</p>	<p>Le projet MEDIVA a pour objet de suivre et d'évaluer les capacités des media à refléter la diversité relative à la migration et de promouvoir l'intégration des immigré/es. Le suivi peut être assuré par un système d'auto-évaluation ou par l'Etat, un/e médiateur/trice des media ou une organisation de professionnel/les des media. MEDIVA a conçu une série d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs d'évaluation des media selon quatre grands axes thématiques : 1) le contenu des media (ce qui est présenté et de quelle façon) ; 2) les pratiques en matière de production d'information et de réalisation de programmes (nouveaux filtres, par exemple) ; 3) les pratiques de recrutement et d'emploi des media (dispositions concernant le recrutement de personnel issu de minorités ou d'origine immigrée, évolution professionnelle de ce personnel, existence d'un plafond de verre) ; 4) les pratiques en matière de formation aux media (présentation de l'information concernant les migrants, gestion de la diversité). Le projet prévoit également une base de données regroupant plus de 250 études et documents publiés dans huit langues européennes sur la thématique des media et de la diversité. Les indicateurs sont conçus pour être simples d'utilisation, applicables à tous les contextes nationaux et à différents types de media. Une série d'études pilotes a été réalisée pour tester les indicateurs tout en collectant des exemples utiles à l'application des indicateurs et en décrivant des procédés méthodologiques. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Migration ; PREJUGE ; PREJUGE / Origine nationale ;</p>

<p>(2012), Portrayal of Lesbian, Gay, Bisexual People on the BBC</p>	<p>Ce rapport examine la façon dont le public de la BBC perçoit l'image que donne cette dernière des personnes lesbiennes, gays et bisexuelles. Il a été demandé aux auditeur/trices et téléspectateur/trices ce qu'il/elles pensaient du niveau de représentation des personnes LGB dans tous les supports médiatiques de la BBC ; comment il/elles évaluaient la représentation des personnes LGB ; quel rôle joue le contexte dans la représentation des personnes LGB ; leur ressenti par rapport à l'humour, au langage et au ton employés dans la représentation des personnes LGB ; leur avis concernant l'authenticité et les stéréotypes ; leur avis concernant l'équilibre entre implicite et explicite et l'évolution de la représentation des personnes LGB ; leur ressenti quant au talent (présentateur/trices, acteur/trices, journalistes, etc.) lorsqu'il s'agit de présenter des personnes LGB ; la façon dont il/elles perçoivent la représentation des personnes LGB par la BBC et ce qu'il/elles souhaiteraient voir améliorer. Le rapport fait les constatations suivantes : 1) les personnes LGB veulent voir une plus grande diversité dans l'image qui est donnée d'elles ; 2) le public ne remarque pas toujours la représentation des personnes LGB ; 3) le contexte est essentiel à la façon dont le public perçoit l'image des personnes LGB ; 4) une nette majorité de la population britannique est soit à l'aise avec la représentation des personnes LGB soit n'a pas d'idée arrêtée sur le sujet ; 5) l'intimité, tant affective que physique, est la préoccupation première des personnes qui ne sont pas à l'aise avec la représentation des personnes LGB. Le rapport arrive à la conclusion que la BBC s'en tire relativement bien dans ce domaine. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>INCLUSION ; INCLUSION / Orientation sexuelle ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Orientation sexuelle ; ORIENTATION SEXUELLE ; LGBT ; EGALITE ; EGALITE / Orientation sexuelle ;</p>
<p>(2012), Serving All Ages: The Views from Audience and Experts; (emphasis on Conclusions – recommended actions), Londres, BBC</p>	<p>Ce rapport témoigne des perceptions qu'ont le public et les spécialistes des media de l'image et de la représentation de l'âge dans les media. L'étude, qui porte sur 180 participant/es, se fonde sur des ateliers-débat, des discussions de groupe, des entretiens et une enquête. Elle fait le constat que, d'après le ressenti du public, les media devraient être le fidèle reflet de la diversité (notamment liée à l'âge) dans la société. Certain/es participant/es se sont dits préoccupé/es de la représentation des jeunes et, dans une moindre mesure, des personnes âgées. Les jeunes s'inquiètent plutôt du caractère négatif de l'image véhiculée ; et les personnes âgées, du niveau de couverture reçu. En règle générale, les préoccupations liées à l'âge occupent une place plus importante à la radio (où l'âge n'est pas immédiatement évident). Le rapport formule un éventail de propositions et de recommandations. D'après les participant/es, il est essentiel que le contenu soit de haute qualité et que les media assurent une représentation plus équilibrée des différents groupes d'âge (celle des personnes âgées devrait être plus réaliste, et celle des jeunes, plus équilibrée). Une représentation plus importante des femmes d'âge moyen ou mûr serait également appréciée du public. Ce dernier a préconisé en outre de veiller attentivement à l'équilibre entre exactitude de l'information et divertissement. Les expert/es ayant pris part à l'étude ont recommandé de reconnaître l'intérêt de l'âge sans toutefois lui accorder trop d'importance. Il importe de briser les stéréotypes liés à l'âge par des moyens imaginatifs et sans avoir recours à des approches rigides. Les</p>	<p>AGISME ; EGALITE ; EGALITE / Age ; INCLUSION ; INCLUSION / Age ; PREJUGE ; PREJUGE / Age ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Age ;</p>

	media devraient refléter de façon plus exacte la répartition des tranches d'âge dans la société, mais aussi surveiller et examiner la représentation de l'âge. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	
(2012), 24 heures dans une rédaction , Paris, CFI / ESJ	« 24 heures dans la vie d'une rédaction » est un outil libre d'accès au service de la formation professionnelle des journalistes du monde entier. Il propose quatre collections de fiches pratiques décrivant concrètement le déroulement de la production journalistique pendant une journée dans la rédaction d'une télévision, d'une radio, d'un journal ou d'un site web. Les fiches sont disponibles gratuitement et dans de nombreuses langues. Cet outil repose sur des approches très concrètes et propose également des réflexions sur les questions éthiques. A noter qu'il ne porte pas spécifiquement sur les difficultés rencontrées dans la gestion de l'égalité et de la diversité dans les secteurs des media. (<i>disponible en français, anglais, arabe, chinois et swahili</i>)	FORMATION ; INCLUSION ; SOURCES ; APPRENTISSAGE ;
(2011) Diversity Reporting Handbook , Skopje, School of Journalism and Public Relations	Comment les media peuvent-ils mieux refléter la diversité dans leur programmation et dans les salles de rédaction ? Comment devraient être représentés les différents groupes de la société ? Telles sont les questions que pose notamment ce manuel destiné avant tout aux journalistes, aux étudiant/es et formateur/trices en journalisme, aux militant/es et aux responsables des media. L'ouvrage, qui offre un cadre général de règles admises dans la pratique journalistique, se compose de plusieurs parties assorties de recommandations pour la présentation de l'information concernant les différences ethniques et religieuses, la problématique hommes-femmes, les minorités sexuelles, les personnes ayant des besoins spéciaux, les personnes âgées, les réfugié/es et les personnes déplacées, et les personnes de « races » différentes. Il contient en outre des recommandations de base pour la promotion de la diversité par les media, mais aussi pour l'adoption et le maintien de la notion de diversité dans les salles de rédaction. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	REPRESENTATION ; PREJUGE ; INCLUSION ; ETHIQUE ; DISCRIMINATION ; EGALITE ; FORMATION ;
(2011) Gènere I mitjas de comunicacio. Eines per visibilitzar los aportacions de les dones – CAC (Conseil Catalan de l'Audiovisuel) ; Institut Catalan pour les Femmes ; Association Catalane des Journalistes – Catalogne (Espagne)	Ce kit de formation a pour objet de renforcer et d'améliorer la représentation et la participation des femmes dans les media. Ils se composent de trois parties : 1/ portrait de genre (femmes invisibles, femmes réduites au silence, rôles et stéréotypes liés au genre, sphère publique, langage et image) ; 2/ questions de genre (politique, violence faite aux femmes, santé, immigrées) ; et 3/ outils pratiques et recommandations. Le contenu est illustré d'exemples de pratiques. (<i>uniquement disponible en catalan</i>)	EGALITE ; EGALITE / Sexe ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; PREJUGE ; PREJUGE / Sexe ;

<p>(2011) Who makes the news (Kit de formation)</p>	<p>Cette ressource a pour objet de gommer les disparités entre les genres dans le contenu des media de l'information. Il est noté que peu de progrès ont été réalisés depuis le programme d'action de Pékin de 1995, qui appelait à tenir davantage compte des spécificités des genres dans les media et à utiliser des mécanismes d'autorégulation pour mettre un terme au sexisme dans les programmes diffusés. Le kit entend proposer des solutions au problème de l'inégalité hommes-femmes dans le contenu de l'information et au manque de mécanismes d'autorégulation, le cas échéant, pour lutter contre les partis pris liés au sexe. Il se compose de deux volumes pouvant être lus indépendamment l'un de l'autre. Le premier volume porte sur les aspects conceptuels liés au genre, aux media et à la déontologie. Il pose la question du genre dans le contexte du journalisme et passe en revue les études réalisées sur l'égalité hommes-femmes dans le secteur des media, ainsi que les codes existants en la matière. Il présente trois études de cas (Canada, Tanzanie et société civile) et contient des références bibliographiques et une liste de références couvrant de multiples aspects. Le deuxième volume énonce des lignes directrices pour une présentation de l'information respectueuse des règles déontologiques en matière d'égalité hommes-femmes dans plusieurs domaines thématiques, notamment le changement climatique, les catastrophes, l'économie, la santé, les droits fondamentaux des femmes, la paix et la sécurité, l'Etat et la politique, et la violence faite aux femmes. Il s'appuie sur des exemples tirés des trois études de cas examinées dans le premier volume. <i>(disponible en anglais, français, espagnol, russe et arabe)</i></p>	<p>ETHIQUE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; REPRESENTATION / Classe sociale ; PREJUGE ; PREJUGE / Sexe ; PREJUGE / Classe sociale ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; INCLUSION / Classe sociale ;</p>
<p>(2010) Boîte à outils : Diversité, Discrimination & Formation au Journalisme Strasbourg – Conseil de l'Europe</p>	<p>Cette boîte à outils est destinée aux formateurs en journalisme et aux écoles de journalisme qui souhaitent intégrer la diversité et la lutte contre la discrimination dans leur enseignement. Elle a pour objet la promotion d'une culture de tolérance et de compréhension mutuelle et la lutte contre la diffusion de stéréotypes nocifs, tout en gardant à l'esprit la contribution des media à l'information du public et à la formation de l'opinion. L'objectif est de permettre à toutes les composantes de la société d'être présentes dans la production médiatique, donc de participer au débat public et démocratique. Cette boîte à outils contient des exercices pratiques faciles à reproduire et à adapter en fonction du contexte. Tous les exemples présentés sont utilisés dans des programmes de formation au journalisme et écoles de journalisme. Ils montrent diverses manières d'intégrer la diversité et les droits de l'homme dans les cursus suivis par chaque étudiant en journalisme. Par exemple, des exercices anti-discrimination sont intégrés aux cours sur le maniement d'un microphone ou encore la question de la diversité vient en toile de fond à la préparation d'un journal d'actualité. Les exercices proposés sont de durée variable, de plusieurs heures à plusieurs semaines, mais tous présentés suivant le même modèle : intitulé, objectifs, principaux thèmes abordés, méthodes pédagogiques, contexte et informations générales, déroulement, coordonnées de l'initiateur de l'exercice et liens vers des publications et documents connexes. <i>(disponible en français et en anglais)</i></p>	<p>FORMATION ; STEREOTYPES (CLICHES) ; TRAITEMENT EQUITABLE ; PREJUGE ; REPRESENTATION ; TOLERANCE ;</p>

<p>(2010) The Guardian Journalist Blogging and Commenting Guidelines, Royaume-Uni</p>	<p>Ce guide a été établi par <i>The Guardian</i> à l'intention de ses journalistes sur la façon de développer des pratiques pertinentes dans l'utilisation des réseaux sociaux, surtout en ce qui concerne la contribution des professionnel/les aux forums en ligne. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>EGALITE ; REPRESENTATION ; INCLUSION ; ETHIQUE ;</p>
<p>(2009) Media4Diversity – Prendre le pouls de la diversité dans les media, Bruxelles, Union européenne, DG Emploi, Affaires sociales et Egalité des chances / FEJ</p>	<p>L'étude Media4Diversity vise à inspirer le secteur des media, les organisations de la société civile et les responsables politiques sur la manière dont il/elles peuvent aider à renforcer la structure même de nos sociétés diverses, malgré les défis majeurs que la société et le secteur des media affrontent actuellement. L'étude met en lumière 30 études de cas montrant comment il est possible de combiner innovation et originalité en répondant aux questions de diversité dans un espace médiatique européen de plus en plus concurrentiel et commercial. Elle formule quatre recommandations aux media, aux organisations de la société civile et aux responsables politiques, à savoir : 1) saisir l'occasion – une représentation plus équilibrée et fidèle de la diversité européenne permettra de récolter les bénéfices d'une plus grande cohésion sociale, d'une plus grande sécurité, d'une confiance du public envers les media et de nouveaux moyens matériels au bénéfice d'un journalisme et d'une production ayant un plus grand impact sur le public ; 2) intensifier le dialogue – encourager et participer à des dialogues nationaux et européens, des plates-formes de réflexion, des débats équilibrés et ouverts à tou/tes, une coopération et soutenir des partenariats entre responsables politiques, organisations de la société civile et media sur le rôle de ces derniers dans la promotion de la diversité et dans la lutte contre la discrimination, afin d'identifier les principaux enjeux et d'échanger les pratiques professionnelles ; 3) être exhaustif – prendre en compte tous les motifs de discrimination sur la scène médiatique (origine nationale, « raciale » ou ethnique, religion ou convictions, handicap, orientation sexuelle et identité de genre, âge (jeunes et plus âgés), ainsi que genre et discrimination multiple), individuellement et de façon collective, liés aux objectifs spécifiques de toute initiative de lutte contre les discriminations et de promotion de la diversité ; 4) viser un objectif... et mesurer – lors de la conception de toute initiative médiatique de promotion de la diversité et de lutte contre les discriminations au sein d'un ou plusieurs organismes, établir et communiquer des objectifs clairs et quantifiables et s'assurer que les progrès sont régulièrement évalués. (<i>disponible en anglais et en français</i>)</p>	<p>DISCRIMINATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ; PREJUGE ; REPRESENTATION ; INCLUSION ; RESPONSABILITE SOCIALE ;</p>

<p>(2008) Le Guide de la Diversité Culturelle, Vienne, EBU / FRA</p>	<p>Le Guide de la diversité culturelle rassemble le savoir collectif d'un groupe de professionnel/les des services publics de l'audiovisuel en Europe, tou/tes spécialisé/es dans les activités menées auprès ou à destination des minorités ethnoculturelles. Ces professionnel/les se sont réunis régulièrement à l'initiative du Groupe Diversité Culturelle de l'UER (Union européenne de radiotélédiffusion). Ce guide pratique est basé, pour l'essentiel, sur un DVD contenant des extraits de journaux télévisés et d'émissions d'actualité fournis par une douzaine de diffuseurs européens et illustrant les écueils qui se présentent lors de reportages sur des sujets liés aux minorités. Chaque extrait, resitué dans son contexte, nourrit questionnements et commentaires concernant les points soulevés. Le Guide de la diversité regroupe également pléthore d'informations générales sur les moyens de promouvoir les principes de la diversité culturelle dans les organismes de radiotélédiffusion et les programmes télévisuels. Il contient plusieurs parties assorties d'exemples de pratiques, de listes de contrôle, de liens vers des sites internet utiles, d'études de cas et de recommandations dans les domaines des programmes d'information, du recrutement et de la formation, de l'évaluation des progrès réalisés et des stratégies managériales.</p>	<p>FORMATION ; MECANISME DE REMONTEE DE L'INFORMATION ; INCLUSION ; REPRESENTATION ; SOURCES ; RESPONSABILITE SOCIALE ;</p>
<p>(2006) Friedrich K., Intercultural Media Training in Europe, München, Kopaed Verlag / Bildungszentrum Bürger Median, Allemagne</p>	<p>Ce guide et support de formation des media a pour objet de lutter contre le racisme et d'autres formes de discrimination en Europe. Il vise à encourager l'accès ouvert aux media non commerciaux et à sensibiliser les groupes minoritaires et majoritaires à la diversité culturelle et sociale. Il décrit en détail le contenu d'apprentissage des modules InterMedia. Les modules publiés dans le guide sont basés sur des cours de formation types d'une durée de quatre jours. Module 1 : Des modèles de communication et d'organisation interculturelles dans les media associatifs; Module 2 : Programmation radio dans les domaines de pratique plurilingue et interculturelle ; Module 3 : Les journalistes contre le racisme / constitution de réseaux à l'échelle internationale et applications internet. Des liens sont fournis vers des supports complémentaires, tels que des présentations, de la documentation et des fiches méthodologiques publiées sur le CD-ROM joint et sur le site internet consacré au projet. Un certificat d'aptitude, créé par le Bildungszentrum BürgerMedien, est délivré à l'issue des cours de formation InterMedia. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>ETHIQUE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Appartenance ethnoculturelle ; REPRESENTATION / Race / Couleur de peau ; PREJUGE ; PREJUGE / Appartenance ethnoculturelle ; PREJUGE / Race / Couleur de peau ; INCLUSION ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; INCLUSION / Race / Couleur de peau ; DISCRIMINATION ; EGALITE ; FORMATION ;</p>
<p>(2005) Manual d'apropement als mitjans - Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual (Comité Catalan pour la Diversité dans les Media Audiovisuels) – Catalogne (Espagne), 2005</p>	<p>Ce guide entend donner aux immigré/es les moyens de devenir les acteur/trices responsables, à titre individuel ou collectif, de l'information et de l'actualité qu'il/elles génèrent. Il a pour objet de les aider à projeter l'image qu'il/elles souhaitent transmettre et à consolider leur présence dans la société catalane. (<i>disponible en catalan, espagnol, anglais, français, chinois, arabe, ourdou, roumain et tamazight</i>).</p>	<p>FORMATION ; SOURCES ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Appartenance ethnoculturelle</p>

Experten Databank	Experten Databank (Belgique) est un projet du gouvernement flamand. Elle contient des données concernant exclusivement des spécialistes issu/es de groupes minorisés ou minoritaires (femmes, personnes LGBT, personnes handicapées, migrant/es et minorités ethniques). Les journalistes et réalisateur/trices de programmes peuvent consulter la base pour trouver des spécialistes dans tous types de domaines, qui vont de la pédologie à la transplantation cardiaque. <i>(uniquement disponible en néerlandais)</i>	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; INCLUSION / Handicap ; INCLUSION / Orientation sexuelle ;
HerSay.co.uk	HerSay.co.uk (Royaume-Uni) – le Media Resource Centre permet aux réalisateur/trices de programmes d’identifier plus facilement des spécialistes femmes, actuellement moins nombreuses que les spécialistes hommes dans les media. Cette ressource a pour objet d’intégrer dans les media un plus grand nombre de voix féminines parmi les spécialistes. La base de données vise spécifiquement les besoins des media. <i>(uniquement disponible en anglais)</i>	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ;
Melting Book	Melting Book (MB) propose une alternative fiable aux journalistes, aux entreprises et aux institutionnels à la recherche d’intervenants pour leurs travaux de tout type (article, colloque, séminaire...). Face aux conditions de travail parfois épiques dans la presse, MB aide les journalistes à identifier des nouveaux profils et enrichir leur répertoire interne. Un gain de temps et d’efficacité pour fabriquer leurs contenus éditoriaux. Grâce à MB, trouver, RAPIDEMENT, un expert qualifié et/ou inclusif, c’est possible. Depuis 2011, la start-up MeltingBook tisse sa toile. Avec un objectif clair : accompagner la presse dans la recherche d’experts. D’abord pensé comme un outil, MB propose une palette de profils qualifiés, à l’image de la France d’aujourd’hui. Scientifiques, artistes, intellectuels, sportifs ou politiques, tous sont répertoriés dans cette base de données optimisée.	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; INCLUSION / Handicap ; INCLUSION / Orientation sexuelle ;
NUJ Guidelines on Race Reporting , Londres, NUJ	Ces lignes directrices, adoptées par le syndicat national des journalistes (National Union of Journalists) du Royaume-Uni et de l’Irlande, portent sur la présentation de l’origine « raciale » dans les media. Il est noté que les attitudes racistes de plus en plus courantes et la montée des partis fascistes constituent une menace pour la démocratie. Pour veiller à ce que les journalistes assument leurs responsabilités dans une juste mesure, des lignes directrices concernent spécifiquement la présentation de l’information relative : 1) à la « race » ; 2) aux organisations racistes ; 3) aux Gens du voyage (populations nomades ou migrantes). <i>(uniquement disponible en anglais)</i>	ETHIQUE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Appartenance ethnoculturelle ; REPRESENTATION / Race / Couleur de peau ; PREJUGE ; PREJUGE / Appartenance ethnoculturelle ; PREJUGE / Race / Couleur de peau ; INCLUSION ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; INCLUSION / Race / Couleur de peau
Panoramas des bonnes pratiques en matière de diversité et d’égalité dans les médias, CSA, Fédération Wallonie Bruxelles	Initié en mars 2010, le Plan pour la diversité et l’égalité dans les médias audiovisuels entendait contribuer par le dialogue et l’émulation à améliorer la diversité et l’égalité des représentations de notre société sur les écrans des télévisions de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Outre l’évaluation quantitative régulière de l’état de la diversité et de l’égalité sur les chaînes actives dans le paysage audiovisuel francophone de la Belgique, il prévoyait l’édition d’un	INCLUSION ; FORMATION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; TRAITEMENT EQUITABLE ;

	Panorama, brochure qualitative visant à témoigner des bonnes pratiques existantes, à encourager leur partage et à en initier de nouvelles.	
Rainbow diversity sourcebook	Le Rainbow diversity sourcebook (Etats-Unis) est une base de données de la Society of Professional Journalists. Cette ressource contient des entrées sur différents aspects qui vont au-delà des simples éléments démographiques que l'on trouve généralement dans l'actualité. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; INCLUSION / Handicap ; INCLUSION / Orientation sexuelle ;
Representation of people with disabilities in Irish Broadcast Media: A Review of Other Jurisdictions, Irlande	Ce rapport traite de la façon dont les personnes handicapées sont représentées et décrites à la radio et à la télévision irlandaises. Il ressort que la grande majorité du public irlandais est disposée à regarder et à écouter des programmes auxquels prennent part des personnes handicapées. Cependant, le niveau d'acceptation dépend à la fois du contexte et du type de handicap présentés. Dans la plupart des pays, les mesures visant à améliorer la représentation des personnes handicapées à la radio et à la télévision sont relativement récentes. Le rapport comprend trois parties : un examen de la législation, des politiques et des pratiques d'autres systèmes ; une enquête sur les attitudes des Irlandais face à la représentation des personnes handicapées ; et une analyse du contenu et du discours présentés à la radio et à la télévision irlandaise. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Handicap ; PREJUGE ; PREJUGE / Handicap ; INCLUSION ; INCLUSION / Handicap ; HANDICAP ; EGALITE / Handicap ; MECANISME DE REMONTEE DE L'INFORMATION ;
Shesource	Shesource (Etats-Unis) est une plateforme en ligne d'expertise au féminin portant sur des sujets divers et conçue au service des journalistes, producteurs et programmeurs qui ont besoin d'invitées et de sources féminines. SheSource rassemble des porte-parole femmes issues de milieux divers, représentant la diversité démographique et ethnique et offrant une expertise dans des domaines qui vont notamment de la sécurité et de l'économie au maintien de la paix et aux crises humanitaires en passant par le droit et la politique. SheSource est un programme du Women's Media Center, cofondé par le Women's Funding Network, le White House Project et Fenton Communications, visant à favoriser un discours public plus représentatif grâce à l'augmentation du nombre d'opinions féminines dans les media d'information. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ;
Vox Femina	Vox Femina (France) est un outil qui vise à trouver de nouvelles expertes, à diversifier les points de vue, et à rendre les femmes plus visibles. (<i>uniquement disponible en français</i>)	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ;
Women Peace Experts	Women peace experts (monde entier), base de données hébergée par l'Institute of Inclusive Security, rassemble plus de 2 000 femmes dirigeantes de plus d'une quarantaine de régions en conflit. Elle est consultable aux deux adresses suivantes : www.huntalternatives.org/pages/78_directory_of_women_experts.cfm	SOURCES ; INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ;

Codes de Conduite		
(2014) Diversité Inclusive dans les Media - Lignes Directrices pour la Formation au Journalisme , Strasbourg, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)	Lignes directrices pour une formation au journalisme inclusif - Propositions et suggestions des participant/es aux rencontres thématiques "Formation & Education aux Media & au Journalisme" du programme joint UE / Conseil de l'Europe Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive	FORMATION ; INCLUSION ; EGALITE ; REPRESENTATION ; OPINION PUBLIQUE ; PREJUGE ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE ;
(2014) Diversité Inclusive dans les Media - Lignes Directrices pour une Pratique Inclusive du Journalisme , Strasbourg, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)	Lignes directrices pour une pratique inclusive du journalisme - Propositions et suggestions des participant/es aux rencontres thématiques "Pratiques du Journalisme" du programme joint UE / Conseil de l'Europe Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive	INCLUSION ; EGALITE ; REPRESENTATION ; OPINION PUBLIQUE ; PREJUGE ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE ; RESPONSABILITE SOCIALE
(2014) Diversité Inclusive dans les Media - Lignes Directrices pour la Production Mediatique , Strasbourg, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)	Lignes directrices pour des productions médiatiques inclusives - Propositions et suggestions des participant/es aux rencontres thématiques "Production" du programme joint UE / Conseil de l'Europe Mediane - Media en Europe pour une Diversité Inclusive	ETHIQUE ; INCLUSION ; EGALITE ; REPRESENTATION ; OPINION PUBLIQUE ; PREJUGE ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE ;
(2014) NUJ Guidelines on LGBT Reporting, Londres, NUJ	Les lignes directrices Reportages LGBT du NUJ sont destinées à tou/ttes les professionnel/les des media, que ce soit dans le domaine de la création, du traitement ou encore de l'éditorial. Le terme 'Reportages' se rapportent à toutes les formes de travail des journalistes, y compris l'écriture, la création de contenu, la titraille, les légendes, que ce soit pour un reportage de presse écrite, en ligne, radiophoniques ou télévisuels. Ces lignes directrices peuvent aussi être utilisées dans le cadre de la formation en journalisme et aux relations publiques. Les gays, lesbiennes, bisexuel/les et transgenres ont le droit à une couverture juste, exacte et inclusive de leurs histoires et principales préoccupations. Comme pour chaque membre de la société, les media devraient traiter les personnes LGBT avec équité, intégrité et respect. Des progrès importants ont été accomplis ces dernières années, mais il reste des domaines de préoccupation, en particulier en ce qui concerne les écarts dans le traitement médiatique des différentes sections de la communauté LGBT. Il existe également diverses opinions exprimées concernant l'utilisation dans les media de certains termes liés aux personnes LGBT. Les directives du NUJ ont été élaborées en consultation avec les organisations représentatives des personnes LGBT.	EGALITE / Orientation sexuelle ; INCLUSION / Orientation sexuelle ; LGBT ; ORIENTATION SEXUELLE ; PREJUGE / Orientation sexuelle ; REPRESENTATION / Orientation sexuelle ; TRAITEMENT EQUITABLE

<p>(2013) Guía de lenguaje inclusive - Inmigración, racismo y xenofobia - Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual (Comité Catalan pour la Diversité dans les Media Audiovisuels) – Catalogne (Espagne)</p>	<p>Ces lignes directrices ont pour objectif de dissiper tout doute pouvant surgir dans la pratique quotidienne des journalistes et d'encourager l'utilisation d'un langage inclusif dans les media. Le guide se compose de huit parties, portant sur les écueils à éviter et les aspects à mettre en avant. Il préconise l'utilisation d'un vocabulaire exact et précis, et s'achève sur une liste de termes précis et inclusifs à conseiller pour éviter les expressions considérées comme offensantes, discriminatoires ou de nature à exclure. (<i>uniquement disponible en catalan et en espagnol</i>)</p>	<p>INCLUSION ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; DISCRIMINATION ; INCLUSION / Race / Couleur de peau ; SENSIBILISATION CULTURELLE / CONSCIENCE DES QUESTIONS CULTURELLES ; PREJUGE ; PREJUGE / Appartenance ethnoculturelle ; CULTURE ;</p>
<p>(2013) Journalisme & Diversité – Unités Ethique & Déontologie, Fiches pratiques pour Journalistes. Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>Ce document constitue une référence pratique à l'intention des journalistes et des professionnel/les des media. Il examine pourquoi l'éthique est importante, notamment en ce qui concerne différentes formes de diversité dans le journalisme sportif, et formule des recommandations sur la façon dont les journalistes peuvent appliquer des normes éthiques dans leur activité professionnelle. Il interroge en outre sur ce que peuvent faire les journalistes pour améliorer la perception de la diversité dans la société et recommande aux journalistes de continuer à se former tout au long de leur carrière.</p>	<p>RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; INCLUSION ; REPRESENTATION ;</p>
<p>(2013) Superar els estereotips en els mitjans de comunicació audiovisual - Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual - (Forum des Organisations des Utilisateur/trices de l'Audiovisuel) – Catalogne (Espagne)</p>	<p>Ces lignes directrices ont pour objet de briser les stéréotypes dans les media en général et sur des questions spécifiques, telles que l'orientation sexuelle, le handicap, l'âge, le genre et la santé. (<i>uniquement disponibles en catalan</i>).</p>	<p>STEREOTYPES (CLICHES) ; PREJUGE ; PREJUGE / Sexe ; PREJUGE / Age ; PREJUGE / Appartenance ethnoculturelle ; PREJUGE / Race / Couleur de peau ; PREJUGE / Orientation sexuelle ; PREJUGE / Handicap ;</p>
<p>(2012) Au service de la société – Déclaration relative aux valeurs fondamentales des médias de service public, Genève, UER</p>	<p>Ce document énonce les objectifs stratégiques et valeurs fondamentales de l'UER (Union européenne de radiotélédiffusion) et, par conséquent, de tous les diffuseurs de radio et de télévision de service public. Il contient notamment une déclaration de principe sur la question de la diversité : « <i>Notre public rassemble un large éventail de petits groupes, unis au sein d'une même classe d'âge, culture, région, origine ethnique ou religion. Nous nous efforçons de préserver la diversité et le pluralisme dans les genres de programmes que nous diffusons, les opinions que nous relayons et les collaborations que nous développons. Nous soutenons et nourrissons le dialogue entre tous les groupes, quels que soient leur origine, leur passé et leur histoire. Conscients de la richesse créative que représente une telle diversité, nous nous efforçons par conséquent de lutter contre le morcellement de la société</i> ». (<i>disponible en français et en anglais</i>)</p>	<p>INCLUSION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; TRAITEMENT EQUITABLE ;</p>

<p>(2010) CAC Guidelines – CAC (Conseil Audiovisuel Catalan) - Catalogne (Espagne)</p>	<p>Les lignes directrices du CAC pour les media portent sur des questions de diversité telles que : immigration, religion, anorexie et boulimie, drogues, protection des mineur/es à la télévision, communautés rurales, violences faites aux femmes, publicité pour des jouets à la télévision. (<i>disponible en catalan, espagnol et anglais</i>)</p>	<p>INCLUSION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; TRAITEMENT EQUITABLE ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Migration ; REPRESENTATION / Religion ; REPRESENTATION / Sexe ;</p>
<p>(2010) Charte des entreprises de presse écrite pour la diversité, Paris, Commission Media et Diversités, France</p>	<p>Cette charte met en lumière l’engagement des entreprises de presse écrite à faire avancer la cohésion sociale et la reconnaissance de la diversité, tout en luttant contre la représentation stéréotypée de différents groupes dans le secteur audiovisuel. Les signataires sont invité/es à s’engager pour ces valeurs. (<i>uniquement disponible en français</i>)</p>	<p>INCLUSION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; TRAITEMENT EQUITABLE ;</p>
<p>(2010) Charte des entreprises de l’audiovisuel pour le développement de la diversité, Paris, Commission Media et Diversités</p>	<p>Cette charte met en lumière l’engagement des entreprises de l’audiovisuel pour le développement de la cohésion sociale et la reconnaissance de la diversité, tout en luttant contre la représentation stéréotypée de différents groupes dans le secteur audiovisuel. Les signataires sont invités à s’engager pour ces valeurs. (<i>uniquement disponible en français</i>)</p>	<p>INCLUSION ; RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; TRAITEMENT EQUITABLE ;</p>
<p>(2010) Manuel de bonnes pratiques pour lutter contre les stéréotypes liés au genre et promouvoir l’égalité des chances dans les secteurs du cinéma, de la télévision et du théâtre en Europe. FIA, Fédération Internationale des acteurs</p>	<p>Ce guide pratique contient plus d’une cinquantaine d’exemples de pratiques pour lutter contre les stéréotypes liés au genre et promouvoir l’égalité des chances dans les secteurs du cinéma, de la télévision et du théâtre dans douze pays européens (Belgique, Croatie, Danemark, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Norvège, Royaume-Uni, Slovaquie et Suède). (<i>disponible en anglais, français et espagnol</i>)</p>	<p>INCLUSION ; REPRESENTATION / Sexe ; EGALITE / Sexe ; INCLUSION / Sexe ; PREJUGE / Sexe ;</p>
<p>(2009) Gore W., Codes, Press Councils and Discrimination in Europe - Report made by Alliance of Independent Press, Council in Europe, Strasbourg, Conseil de l’Europe</p>	<p>Ce rapport établi par l’Alliance des conseils de presse indépendants d’Europe a pour objet de mobiliser les conseils de presse dans la lutte contre la discrimination. Il reconnaît que la plupart des conseils de presse luttent contre la discrimination au niveau individuel plutôt que collectif, notamment parce qu’il est plus simple de cerner la discrimination individuelle et parce que les conseils ne veulent pas entraver la liberté de la presse. Le rapport présente des éléments spécifiques de codes de conduite émanant d’Etats membres du Conseil de l’Europe, en s’appuyant sur une enquête à laquelle ont répondu 15 représentants de conseils au sein du Conseil de l’Europe. Il ressort de l’enquête que les questions de discrimination traitées le plus souvent dans les codes de conduite ont trait au genre, à la nationalité, à la sexualité, au handicap et à l’appartenance à des organismes (partis politiques, par exemple). (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; DISCRIMINATION ;</p>

<p>(2007) Micro-guide, Paris, Radio France</p>	<p>Ce Micro-guide, produit par Radio France, entend aider les journalistes à éviter les clichés et écueils habituels liés à l'usage de la langue dans leur travail quotidien. Il comprend quatre parties, portant chacune sur un aspect différent de l'usage de la langue à la radio et à la télévision, à savoir : l'emploi correct des mots, la bonne prononciation, la façon de rendre compte de faits douloureux et traumatisants et l'emploi du mot juste pour éviter de blesser les personnes concernées ou les auditoires. <i>(uniquement disponible en français ; pas de version électronique)</i></p>	<p>INCLUSION ; LANGUE ; FORMATION ; REPRESENTATION</p>
<p>Creative Diversity Network, Royaume-Uni</p>	<p>Le Creative Diversity Network est un forum financé par ses membres, dont la mission consiste à rapprocher des organismes qui emploient et/ou réalisent des programmes dans le secteur télévisuel britannique afin de promouvoir et partager les pratiques en matière de diversité. Ce réseau s'emploie à mobiliser le secteur, à lui donner les moyens d'induire le changement et à faire comprendre les avantages d'une inclusion et d'une représentation plus vastes. Le site internet dédié comprend une rubrique d'actualité, des exemples, des études de cas et des exemples de pratiques appliquées dans le secteur pour ce qui concerne l'étude et la mesure de la diversité, la prise de mesures concrètes pour accroître la diversité et favoriser l'égalité des chances, ainsi que des informations sur diverses initiatives volontaires ou législatives. Il compte actuellement parmi ses membres la BAFTA, la BBC, Channel 4, Creative Skillset, PACT, ITN, ITV, Media Trust, S4C, Sky et Turner Broadcasting. <i>(uniquement disponible en anglais)</i></p>	<p>INCLUSION ; INCLUSION / Sexe ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ; INCLUSION / Handicap ; INCLUSION / Orientation sexuelle ; RESPONSABILITE SOCIALE ; RECRUTEMENT ; ETHIQUE ; TRAITEMENT EQUITABLE ;</p>
<p>European Codes of Journalism Ethics</p>	<p>EthicNet est un recueil de codes d'éthique du journalisme émanant de la plupart des pays européens. Il donne accès à une cinquantaine de codes établis dans 46 pays et offre une vue d'ensemble des codes en tant qu'indicateurs de la pensée actuelle de la majorité des journalistes dans la région. Un inventaire du contenu des codes est consultable dans la rubrique de recherche du site internet. Tous les codes sont publiés en anglais, quelle que soit leur langue originale. <i>(uniquement disponible en anglais)</i></p>	<p>RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ;</p>
<p>The Code of Croatian Journalists - Croatian Journalists' Association, Croatie</p>	<p>L'Association des journalistes croates (CJA) a conçu le Code des journalistes croates il y a plusieurs décennies. Cet instrument est la somme des règles déontologiques de base que devrait suivre chaque journaliste dans le pays. Il énonce des principes professionnels et protège tous les droits individuels ainsi que le droit du public d'être informé. Le code traite des principes journalistiques, du flux d'information, des libertés et droits fondamentaux, de l'indépendance de jugement et de la responsabilité des rédacteur/trices. Il est indiqué à l'article 13 (Libertés et droits fondamentaux) que, dans l'exercice de leur activité, les journalistes doivent respecter, protéger et promouvoir les libertés et droits fondamentaux, en particulier le principe d'égalité de tous les citoyen/es. Une responsabilité spéciale est attendue des journalistes lorsqu'ils couvrent, informent ou commentent relativement aux droits, besoins, problèmes, demandes et revendications des groupes minoritaires. Les journalistes ne doivent donner des informations sur la « race », la couleur de peau, les convictions</p>	<p>ETHIQUE ; EGALITE ; STEREOTYPES (CLICHES) ; DISCRIMINATION ;</p>

	religieuses ou la nationalité, l'âge, l'orientation sexuelle, l'expression du genre, toute caractéristique ou maladie mentale ou physique, la situation maritale, le mode de vie, la position sociale, la situation financière ou le niveau d'éducation que si cela présente exceptionnellement un intérêt pour les faits relatés. L'utilisation de stéréotypes, d'expressions et de termes péjoratifs, la présentation humiliante et toute autre façon d'encourager ou de soutenir la discrimination de façon directe ou indirecte sont à proscrire. En cas de plaintes au sujet du travail d'un/e journaliste, la CJA fait appel à son conseil d'éthique et se prononce sur les plaintes. L'Association des journalistes croates et l'Association des sociétés de media ont créé en 2011 le Conseil des media croates (HVM), organisme d'autorégulation, comprenant des représentant/es de journalistes et de diffuseurs. Le HVM a établi ses propres principes déontologiques, très proches de ceux de la CJA. (<i>uniquement disponible en croate</i>)	
The Ethical Journalism Initiative	Le site internet de l'Initiative pour un journalisme éthique a été lancé par la Fédération internationale des journalistes pour faire campagne en faveur de l'intégration des principes premiers du journalisme dans le secteur des media. Le site internet présente des informations utiles pour qui s'intéresse à l'éthique du journalisme, au rôle du journalisme dans la société, la démocratie et la promotion de la justice. Il contient les dernières actualités liées au sujet ainsi qu'un index de textes fondamentaux accompagné de brèves descriptions. Des informations sont données au sujet des activités de l'Initiative. Cette dernière a publié un ouvrage dans lequel elle se présente et explique l'importance de l'éthique dans le journalisme, face aux défis qui se posent dans des environnements médiatiques en pleine évolution. L'ouvrage porte également sur certains aspects éthiques particulièrement sensibles de la pratique du journalisme, tels que la présentation de l'information concernant la « race », l'intolérance, la guerre et l'utilisation de subterfuges. Il informe en outre sur des études réalisées au titre de l'Initiative et sur des campagnes menées pour promouvoir le journalisme éthique, et propose des liens utiles vers d'autres sites internet. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; PREJUGE / Race / Couleur de peau ; REPRESENTATION / Race / Couleur de peau
Plan Egalite de Sociétés de Media		
(2014) O'Siochru S., Blion R. - Diversité Inclusive dans les Media - Quel Impact? Strasbourg, Conseil de l'Europe (disponible uniquement en anglais)	Etude d'impact sur les professionnel/les des media de l'approche pour une diversité inclusive dans les media. Méthodologie et résultats	INCLUSION ; FORMATION ; RESPONSABILITE SOCIALE ;
(2012) Making your workforce more diverse: top tips , The Guardian, Royaume-Uni	D'après cette référence publiée dans la rubrique du site du <i>Guardian</i> sur la réforme du service public, il ne suffit pas de fixer des buts en faveur de l'égalité et de la diversité. Un ensemble de conseils pratiques et de suggestions peuvent aider les organisations à promouvoir l'action pour l'égalité et la diversité. Il s'agit notamment d'énoncer des objectifs, de s'interroger sur l'équité avec laquelle les récompenses et	RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; RECRUTEMENT ; SELECTION DU PERSONNEL ; MENTOR ; INCLUSION ; OPINION PUBLIQUE ;

	incitations sont distribuées, de mettre en place des programmes de mentorat, de permettre des conditions de travail souples, de tenir compte des changements et de les encourager au sommet de l'organisme, de donner l'exemple. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	
(2008) Channel 4 Equality Scheme , Royaume-Uni	Ce document donne un aperçu de la mission et des politiques de Channel 4 (Royaume-Uni) en matière d'égalité et de diversité. La chaîne a adopté des politiques spécifiques couvrant la diversité et l'égalité, le handicap, la religion et les convictions, et la dignité dans le travail. Le document décrit l'environnement réglementaire et d'autres engagements volontaires ainsi que l'éthique ambitionnée par la chaîne dans le cadre de ses activités. Il expose sa responsabilité publique et décrit les mesures prises pour traiter des questions d'égalité et de diversité parmi son personnel et dans les contenus que produit la chaîne – réalisation d'études, organisation d'événements et production de contenus. Channel 4 a publié également un guide pour améliorer la diversité à l'écran, illustré d'exemples de bonnes pratiques ; un guide pour améliorer la diversité hors écran ; un répertoire de collaborateur/trices en situation de handicap ou issu/es des minorités ethnoculturelles, utilisables par toute société de production indépendante. La chaîne publie également chaque année un rapport sur la programmation multiculturelle dans le cadre de l'examen de ses programmes. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	RESPONSABILITE SOCIALE ; SELECTION DU PERSONNEL ; RECRUTEMENT ; EGALITE ; REPRESENTATION ;
France Télévisions – La Diversité , France	Le portail des pages de France Télévisions sur la diversité constitue le point d'entrée de la vision de la diversité du groupe français de télévision de service public, de ses missions et recommandations pour promouvoir la diversité dans sa production et ses programmes. Sa déclaration de mission reconnaît qu'il y a encore beaucoup à faire pour promouvoir la diversité dans les media et surtout à la télévision. Elle souligne en outre que la télévision de service public doit reconnaître et faire progresser la diversité en la considérant comme une composante même du choix éditorial et non comme un simple fait. (<i>uniquement disponible en français</i>)	RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; INCLUSION ; OPINION PUBLIQUE ;
ITV Corporate responsibility: Equality and Diversity , Royaume-Uni	Ce document présente la politique et les pratiques d'ITV en matière d'égalité et de diversité. Il décrit également le contexte (réglementaire) de ses pratiques et certains résultats obtenus à la suite de mesures prises par la chaîne. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; INCLUSION ;
Le plan diversité & égalité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles, CSA, Fédération Wallonie Bruxelles	Le Plan pour la diversité et l'égalité dans les médias audiovisuels est lancé en mars 2010 par la ministre de la Culture, de l'Audiovisuel, de la Santé et de l'Égalité des chances de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Fadila Laanan. Financé sur trois ans, le Plan confie au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), l'autorité de régulation de l'audiovisuel belge francophone, le soin de réaliser et coordonner les deux axes d'action sur lesquels il repose : la publication annuelle d'un Baromètre de l'égalité et de la diversité et la publication annuelle d'un Panorama des bonnes pratiques dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Un Comité de pilotage composé	RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; SOUS-REPRESENTATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ;

	d'institutions et d'associations actives sur les questions de diversité est chargé de valider les orientations données aux différents travaux.	
Radio France - France	Cette référence décrit la politique de Radio France, groupe français de radiodiffusion de service public ; en matière de diversité. L'engagement de Radio France pour la diversité s'articule autour de la diversité des origines, l'égalité entre les femmes et les hommes, l'intégration des personnes en situation de handicap et la diversité des âges. Radio France a fixé comme objectifs de sa politique, notamment : poursuivre ses actions de sensibilisation et de formation auprès de ses managers et collaborateurs ; garantir une égalité de traitement dans ses recrutements ; améliorer sa politique d'égalité hommes-femmes. <i>(uniquement disponible en français)</i>	RESPONSABILITE SOCIALE ; ETHIQUE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; INCLUSION ; OPINION PUBLIQUE ;
Stratégies de Développement		
(2015) Étude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone	La diversité, l'égalité, le genre... dans les contenus médiatiques et dans les rédactions : trois thèmes que l'AJP a déjà étudié ces dernières années en coordonnant ou réalisant des études inédites en Fédération Wallonie-Bruxelles. Mais aussi en rencontrant les rédactions et les étudiants en journalisme pour les sensibiliser à cet aspect de leur travail journalistique. La présente étude a déjà été réalisée pour la première fois en 2011. Il était important, trois ans plus tard, d'examiner l'évolution de la diversité dans nos principaux quotidiens. Avec le soutien de la direction de l'Égalité des chances de la FWB, l'AJP a mis en chantier une deuxième édition de cette analyse, dans un cadre méthodologique qui permet la comparaison entre les résultats de 2011 et ceux de 2013-14. Cette brochure en présente et en commente les principaux. Comme la précédente édition, l'analyse porte sur l'état de la diversité dans notre presse quotidienne, selon 5 axes : sexe, âge, origine, catégorie socioprofessionnelle et handicap. Parallèlement à l'analyse de la diversité sous ces angles, l'AJP a également réalisé une analyse plus poussée de la présence et de la représentation des jeunes (voir ci-dessous), ainsi qu'un « Petit guide des bonnes pratiques » réunissant les actions positives associant les jeunes et la presse.	RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; SOUS-REPRESENTATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ; OPINION PUBLIQUE ;
(2014) Le baromètre de la diversité et de l'égalité - Résultats 2013, CSA, Fédération Wallonie Bruxelles	Le Baromètre de la diversité et de l'égalité repose sur une hypothèse sociologique qui considère que la télévision contribue à la construction de nos représentations du monde, tout autant que nos représentations alimentent les images que nous propose la télévision. Les résultats qui suivent, issus du Baromètre 2013 de la diversité et de l'égalité des télévisions de la Fédération Wallonie-Bruxelles, donnent une image en « temps t » de la représentation de la diversité à l'écran. A quelle réalité du monde la représentation de la diversité à l'écran renvoie-t-elle? La perspective adoptée repose sur l'analyse de cinq variables : le sexe, l'origine, l'âge, la situation socioprofessionnelle et le handicap. Ces résultats constituent un préalable à un débat de fond prenant en considération les enjeux épistémologiques des relations entre la représentation médiatique de la diversité et la représentation sociétale.	RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; SOUS-REPRESENTATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ; OPINION PUBLIQUE ;

<p>(2013) MARS - Un Centre Ressources en Ligne Media, Diversité et Sport, l'Europe – Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>Le centre de ressources en ligne du programme joint Union européenne / Conseil de l'Europe « Media et antiracisme dans le sport » rassemble les produits du programme et donne une vue d'ensemble de ses activités. Il contient notamment des références sur les campagnes de promotion de l'inclusion, de gestion de la diversité et de lutte contre la discrimination, ainsi qu'une base complète et interrogeable de personnes ressources ou encore de références utiles allant de rapports écrits à des interviews audio. Il s'agit d'un centre en ligne très riche en information portant sur les codes de conduite, recommandations, stratégies de promotion de la diversité dans les media. (<i>disponible en anglais et français</i>)</p>	<p>INCLUSION ; EGALITE ; RESPONSABILITE SOCIALE ; FORMATION ; INTERSECTIONNALITE ; OPINION PUBLIQUE ; RECRUTEMENT ; SOURCES ; TRAITEMENT EQUITABLE ;</p>
<p>(2011) Farchy J., Ranaivoson H., An international comparison of the ability of television channels to provide diverse programme: Testing the Stirling model in France, Turkey and the United Kingdom, UNESCO</p>	<p>En comparant des chaînes britanniques, françaises et turques, cette étude vise à déterminer si la publicité nuit à la diversité. Des études antérieures ont constaté que, plus la publicité joue un rôle important dans le financement des diffuseurs, moins leur programmation est variée. L'étude en question utilise l'indice de Stirling (1999) pour mesurer la diversité dans la programmation en tenant compte de quatre de ses dimensions (variété, répartition, disparité, distinction). L'étude montre qu'il n'existe pas de lien clair entre le type de financement et le niveau de diversité. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)</p>	<p>INCLUSION ; EGALITE ; REPRESENTATION ; RESPONSABILITE SOCIALE ;</p>
<p>(2011) Etude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone, AJP, Bruxelles</p>	<p>Comment les quotidiens belges francophones reflètent-ils la diversité de la société ? Où sont les femmes, les jeunes, les personnes âgées, les gens de couleur, les ouvriers, les handicapés ? L'Association des journalistes professionnels (AJP) a mené la première étude spécifique de la diversité et de l'égalité dans la presse écrite francophone belge, avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Cette étude fait l'objet d'une brochure éditée par l'AJP et co-écrite par Sabri Derinöz (chercheur) et Martine Simonis (secrétaire générale de l'AJP).</p>	<p>RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; SOUS-REPRESENTATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ; OPINION PUBLIQUE ;</p>
<p>(2010) Quel genre d'infos ? Rapport AJP / GMMP, Bruxelles</p>	<p>En Communauté française de Belgique, l'info gomme une femme sur deux. Seulement 28% des personnes vues ou interrogées dans les médias de la Communauté française sont des femmes. C'est moitié trop peu, affirment des analystes des médias belges francophones qui, pour la première fois, ont participé à l'enquête internationale GMMP (Global Media Monitoring Project). Le constat de cette sous-représentation des femmes dans les médias constitue un point de départ : informer, sensibiliser et former, voilà les ambitions du projet <i>Quel genre d'infos ?</i>, coordonné par l'Association des journalistes professionnels, accompagné par la Fédération internationale des journalistes et soutenu par la Direction de l'égalité des chances du Ministère de la Communauté française de Belgique.</p>	<p>EGALITE ; EGALITE / Sexe ; REPRESENTATION ; REPRESENTATION / Sexe ; PLAFOND DE VERRE ; SOURCES ;</p>
<p>(2010) Media & Diversité: Promouvoir l'accès des minorités aux media – Prochaines étapes, Strasbourg, Conseil de l'Europe</p>	<p>Ce rapport fait la synthèse des activités réalisées lors de la campagne du Conseil de l'Europe « Dites non à la discrimination ». Il contient un résumé des événements, des réunions et des décisions prises, et rend compte d'un examen des régimes réglementaires, des conseils de presse et des codes de conduite dans les Etats membres du Conseil de l'Europe. Il propose en outre des mesures visant à renforcer l'accès des</p>	<p>INCLUSION ; DISCRIMINATION ; EGALITE / Appartenance ethnoculturelle ; RESPONSABILITE SOCIALE ; INCLUSION / Appartenance ethnoculturelle ;</p>

	personnes issues de minorités aux professions et productions médiatiques. (<i>disponible en anglais et français</i>)	INTERSECTIONNALITE ; OPINION PUBLIQUE ;
(2009) La Représentation de la Diversité , Paris, CSA, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, France	L'action du CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) porte sur les représentations de la diversité dans les media audiovisuels en France. Il émane de la décision du CSA de créer un Observatoire de la diversité consignant les représentations de la diversité dans les media audiovisuels et proposant des mesures concrètes. Pour promouvoir l'action positive et faire progresser l'intégration de la diversité, l'Observatoire fait part de ses constatations globales sur la représentation inégale de la diversité à l'écran et participe à des consultations avec les sociétés de media. De plus, il examine la législation en vigueur et l'utilise en tant que de besoin à l'appui de son objectif d'intégration de la diversité.	RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; SOUS-REPRESENTATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ;
(2007) Hargrave A.M., Alias J., Kevin D., Codinach M., Cultural Diversity Practices among Broadcasting Regulators , Barcelona, CAC / Broadcasting Regulators and Cultural Diversity	Ce rapport examine des initiatives de régulation de la radiotélédiffusion et des modèles de réglementation en matière de diversité culturelle dans le monde, en s'intéressant tout particulièrement à leur incidence sur l'élaboration et la mise en œuvre des politiques de radiotélédiffusion. A ce titre, le rapport met en évidence de nombreuses différences entre les pays. Par exemple, les cadres juridiques qui régissent la diffusion radio et télévisée ne font pas systématiquement référence, de manière explicite, à la diversité. De même, la diversité culturelle dans la diffusion audiovisuelle renvoie à des notions différentes selon les pays – et parfois à une multiplicité de notions. Par ailleurs, les différents organismes de régulation n'interviennent pas de la même façon et appliquent des mesures différentes aux diffuseurs. Les organismes de régulation officiels de radiotélédiffusion sont complétés dans de nombreux pays par des associations de défense des droits ou des porte-drapeaux de la diversité culturelle indépendants desdits organismes. Le rapport cite en outre des exemples de bonnes pratiques. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	INCLUSION ; EGALITE ; REPRESENTATION ; RESPONSABILITE SOCIALE ;
BBC Research Informing the development of the BBC's Diversity Strategy , Royaume-Uni	Ce rapport présente les conclusions d'une étude sur la stratégie de diversité de la BBC. L'étude s'est penchée sur les attitudes vis-à-vis de l'égalité parmi les entités du secteur associatif, les usager/es s'acquittant de la redevance et le personnel de la BBC. Le rapport formule une série de recommandations pour la stratégie de la BBC : mettre en évidence les avantages de l'« égalité » et de la « diversité » ; montrer que l'égalité et la diversité sont plus que de simples exigences législatives et qu'il est essentiel pour la BBC de proposer des services et des contenus de meilleure qualité à tou/tes les usager/es ; montrer son importance pour la représentation de l'organisme ; adopter des versions multiples de la stratégie rédigées pour différents publics ; utiliser des exemples de contenus pour donner corps à la stratégie ; illustrer par des exemples concrets sur la façon dont les objectifs de la BBC seront atteints ; évoquer des questions de fond en lien avec des caractéristiques spécifiques et des publics minoritaires ; etc. (<i>uniquement disponible en anglais</i>)	INCLUSION ; ETHIQUE ; DISCRIMINATION ; EGALITE ; RESPONSABILITE SOCIALE ; OPINION PUBLIQUE ;

<p>Creative Diversity Network 'Take action', Royaume-Uni</p>	<p>Cette rubrique spécifique du Creative Diversity Network contient des liens vers des études de cas et des références utiles pour les organismes désireux d'agir en matière de diversité. Elle répertorie des informations, par exemple, sur des projets réussis ou sur la façon dont les organismes peuvent repenser leur approche de la diversité dans les processus de recrutement. <i>(uniquement disponible en anglais)</i></p>	<p>INCLUSION ; ETHIQUE ; DISCRIMINATION ; RECRUTEMENT ; SELECTION DU PERSONNEL ; EGALITE ; RESPONSABILITE SOCIALE ;</p>
<p>La méthodologie du Baromètre de la diversité et de l'égalité, CSA, Fédération Wallonie Bruxelles</p>	<p>Le Baromètre de l'égalité et de la diversité des médias audiovisuels belges francophones repose sur l'analyse quantitative approfondie des programmes des chaînes de télévision actives en Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique). Cette analyse est répétée d'année en année, de manière à prendre la mesure des évolutions en cours.</p>	<p>RESPONSABILITE SOCIALE ; EGALITE ; REPRESENTATION ; TRAITEMENT EQUITABLE ;</p>
<p>Label Diversité – Cahier des charges de Labellisation, Paris, AFNOR, Agence Française des Normes, France</p>	<p>Cette référence contient des informations sur le Label diversité délivré par AFNOR Certification. Le Label est le gage d'une action effective et volontaire pour promouvoir la diversité en prévenant les risques de discrimination dans les ressources humaines et d'autres facteurs en lien avec la diversité. <i>(uniquement disponible en français)</i></p>	<p>INCLUSION ; ETHIQUE ; DISCRIMINATION ; RECRUTEMENT ; SELECTION DU PERSONNEL ; EGALITE ; RESPONSABILITE SOCIALE ;</p>