

Un réseau médiatique européen pour la diversité et le dialogue interculturel



MEDIA, DIVERSITE & RACISME DANS LE SPORT

ACTIVITES DE FORMATION : FICHES

REGARDS CROISES

FORMATION & EDUCATION AU JOURNALISME & AUX MEDIA EN EUROPE

COLLECTION COMPLETE

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

*Auteur/es – Document réalisé par **Anne-Claire ORBAN DE XIVRY**, Consultante, Conseil de l'Europe / **Catherine GEEROMS & Patrick VERNIERS**. Media-Animation asbl, sous la supervision de **Reynald BLION**, Responsable *Media & Diversité* et du programme joint UE/CdE MARS, Conseil de l'Europe.*

Le présent document a été réalisé avec la participation financière de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe. Les opinions qui y sont exprimées ne peuvent en aucun cas être considérées comme reflétant la position officielle de l'Union européenne ou celle du Conseil de l'Europe

BIENVENUE...

Cette collection de ressources pédagogiques rassemble une vingtaine d'activités qui peuvent être menées dans le cadre de formations en journalisme et d'activités d'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 Union européenne / Conseil de l'Europe MARS - *Media, Diversité et Racisme dans le Sport*.

L'organisation de ces activités est conçue de telle façon à composer avec les objectifs, les moyens et les contraintes divers que peut rencontrer un/e formateur/trice. Elaborées sous la forme de fiches, elles peuvent être utilisées de façon isolée ou à travers des parcours thématiques (appelés *Unité*).

Picorer, décortiquer, recomposer, élaborer, désintégrer, adapter, prolonger, appliquer, etc. ; tout/e formateur/trice en journalisme ou éducateur/trice aux media est invité à s'approprier ces ressources pédagogiques à sa manière et celle de son environnement professionnel.

MODE D'EMPLOI

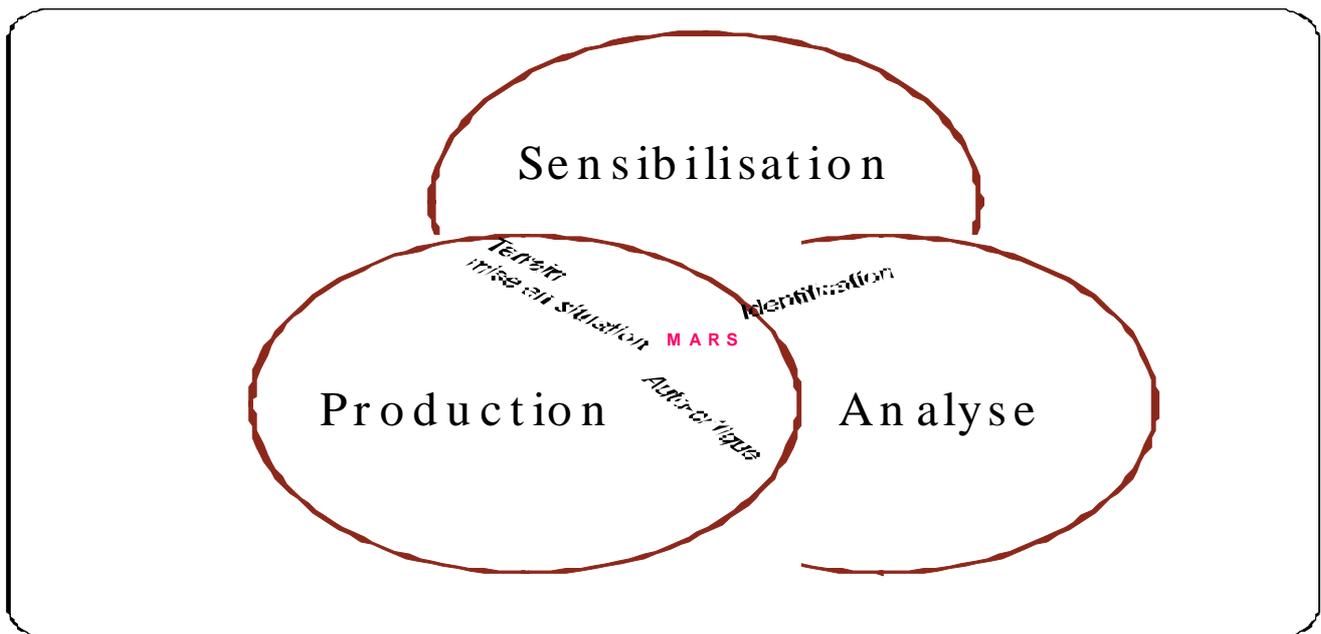
Trois modes d'activités, un processus

L'ensemble des propositions pédagogiques se répartit en trois grands modes d'activités : la sensibilisation, l'analyse et la production.

■ ■ ■ **SENSIBILISATION** : L'objectif consiste à éveiller les participant/es à une approche positive et inclusive de la diversité et de susciter leur 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.

■ ■ ■ **ANALYSE** : Il s'agit de décrypter, comparer, observer, surveiller, évaluer les objets médiatiques en vue de les comprendre et de se positionner. Les activités suivent bien souvent un processus de construction / déconstruction / reconstruction du message.

■ ■ ■ **PRODUCTION** : Nombreuses sont les propositions pédagogiques favorisant des travaux pratiques et créatifs autour des questions de diversité. S'appuyant sur des méthodes d'apprentissage par la pratique (*Learning by doing*), elles peuvent comporter des aspects techniques en vue d'améliorer ou d'initier à la pratique professionnelle du journalisme.



A la croisée de ces grands ensembles, émergent des types plus particuliers d'activités. Des genres hybrides porteurs de leurs propres spécificités :

■ ■ ■ **Identification** : certaines activités se focalisent sur un travail d'identification des thèmes relatifs à la diversité et à la non-discrimination, notamment à partir de l'observation et de l'analyse des représentations.

■ ■ ■ **Evaluation/Autocritique** : l'analyse de ses propres productions (résultats d'exercices, exemples fictifs, ou productions réelles) participe au processus de formation pour une pratique journalistique inclusive de la diversité et de la non-discrimination.

■ ■ ■ *Mise en situation/terrain* : quelques activités proposent des mises en situation sur le terrain de la diversité en vue d'y sensibiliser les participant/es au travers les pratiques qui sont les leurs à savoir la production d'objets médiatiques (reportages, interviews, etc.).

Selon ses objectifs et son public, le/a formateur/trice choisira de mettre davantage l'accent sur l'une ou l'autre de ces dimensions.

D'une activité à une unité : un parcours de formation

L'ensemble des activités de formation sont organisées autour de **six principales unités de formation**. Une unité est un parcours qui permet au / à la formateur/trice d'approfondir certaines thématiques intégrant alors tant des activités de sensibilisation, d'analyse que de production.

■ ■ ■ « **Stéréotypes et Représentations** » : Cette unité rassemble les activités destinées à prendre conscience de ses propres préjugés et à analyser le rôle des stéréotypes dans le récit médiatique,

■ ■ ■ « **Langage et mots** » : L'unité se concentre sur des activités destinées à améliorer l'utilisation du langage médiatique et à la dimension de choix qui y est liée, au service de l'inclusion de la diversité,

■ ■ ■ « **Le journalisme, notre métier** » ; Parmi les activités ainsi regroupées, se retrouvent les contraintes et les contextes de travail des journalistes qui font l'objet de propositions pédagogiques,

■ ■ ■ « **Images** » : Quel est le rôle des images ? Comment renforcent-elles la construction de stéréotypes ? Comment les utiliser pour améliorer l'inclusion de la diversité dans la couverture médiatique ? Telles sont les questions sur lesquelles se concentrent les activités de cette unité,

■ ■ ■ « **Sport** » : Angle privilégié du programme MARS, la thématique de cette unité constitue une entrée spécialisée pour celles et ceux qui souhaitent aborder le contexte particulier du journalisme de sport,

■ ■ ■ « **Genre** » : Les activités répertoriées au sein de ce parcours abordent la notion de genre comme angle privilégié. Elles procèdent notamment à une analyse du traitement médiatique différencié, voire discriminant, des hommes et des femmes.

■ ■ ■ « **A travers le jeu et l'humour** » est une dernière unité d'ordre méthodologique qui rassemble les activités empruntant une pédagogie plus ludique pour aborder la sensibilisation à la non discrimination.

D'un point de vue pratique, le/la formateur/trice trouvera au sein de l'espace de ressources ces sept grandes unités. Il/elle pourra naviguer d'une activité à l'autre ou télécharger l'ensemble du module.

Certaines activités se retrouvent dans plusieurs unités. Pour chacune des activités, il est possible d'identifier les unités auxquelles elles appartiennent en identifiant les pictogrammes associés.

En vue de faciliter un module de formation s'initiant à partir d'une activité de sensibilisation et se concluant par des réalisations pratiques, un parcours numéroté d'activités est suggéré.

Une fiche à la loupe !

Chaque activité est décrite de façon à donner un maximum d'information au/à la formateur/trice pour sa mise en place. Nous invitons cependant chacun à se l'approprier de façon à pouvoir l'adapter à sa réalité professionnelle. Elles ont toutes été pensées pour être réalisées avec un groupe de plus ou moins vingt participant/es.

D'une façon simple et détaillée, chaque activité est décrite par :

- un **titre** et un **résumé d'introduction** qui ont pour fonction d'éveiller l'intérêt de l'utilisateur/trice et de lui permettre de saisir rapidement la dynamique de l'activité,

- des éléments d'identification tels qu'un **numéro** unique, des **pictogrammes** se référant aux **unités** dans lesquelles elle prend place, des **mots-clés** indiquant le **type** d'activité (cf. ci-dessus), le **contexte géographique de production** dans lequel elle a été conçue et testée et les **thématiques** principales de cette même. Ces mots-clés sont destinés à faciliter la navigation et la recherche de l'utilisateur/trice,

- une liste des **publics cibles** identifiés pour l'activité tels que les étudiant/es en journalisme, les journalistes en activité, les professionnel/les des media, les éducateur/trices aux media, etc.,

- un relevé des principaux **objectifs pédagogiques** poursuivis,

- la **durée** approximative de l'activité de formation,

- le **matériel** nécessaire à sa mise en place,

- des **ressources médiatiques** faisant référence aux productions médiatiques (documents écrits, sonores ou audiovisuels) nécessaires à la réalisation de l'activité. En fonction, certaines sont à rassembler à l'avance par le/la formateur/trice, d'autres sont à apporter par les participant/es,

- des **remarques** et conseils donnés au/à la formateur/trice pour le bon déroulement de l'activité,

- un **déroulement** minuté de l'activité et détaillé étape par étape. La dynamique de groupe est également précisée au moyen des pictogrammes suivants :

- tâche individuelle
-
- tâche par paire ou sous-groupes
-
- tâche avec l'ensemble des participant/es

- des **variantes**, des suggestions d'adaptation de l'activité en fonction d'autres contextes ou d'objectifs différents.

Enfin, les activités indiquées dans les **suggestions de prolongement** renseignent le/la formateur/trice sur les autres activités du programme MARS qui pourraient prolonger celle le/la concernant. D'une fiche à l'autre, le/la formateur/trice retrace ainsi le parcours thématique, à partir d'activités de sensibilisation vers celles davantage de production et de mise en situation.

N° de l'activité : 1

Titre de l'activité : A vous de jouer !

Sensibilisation

Roumanie

Mots-Clés : Sport / Stéréotype / Commentaires en direct

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : A travers le jeu, les participant/es montent sur le terrain et deviennent à leur tour des sportif/ves médiatisé/es. Malgré eux, il/elles sont cependant associé/es à des caractéristiques physiques stéréotypées. Une équipe de journalistes commente le match en direct ... alors, à vous de jouer !

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Sensibiliser à l'usage des stéréotypes**
- ✓ **Expérimenter le format spécifique du commentaire en direct**

Durée : 60 à 90 minutes

Matériel :

- Feuilles A4 et marqueurs
- Epingles
- Matériel de jeu (ballons, raquettes, balles, selon le jeu choisi)
- Matériel d'enregistrement (caméra, micros, appareils photos,...) et de diffusion

Ressources médiatiques : Une liste de caractéristiques qui peuvent être stigmatisées (ex : mince, gros/se, petit/e, blanc/he, noir/e, riche, homosexuel/le, mauvais/e perdant/e...) à inscrire séparément sur une feuille A4 et à épingler comme des dossards sur le dos des participant/es

Remarques : A l'avance, préparer la disposition de l'espace : démarquer le terrain de jeu, installer la place des journalistes-commentateur/trices ainsi que le matériel d'enregistrement

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité en annonçant la diffusion imminente d'un match de basket (ou autre sport au choix)
GR	10'	Répartir les équipes et les rôles : les joueur/euses, leurs capitaines, l'arbitre, les journalistes (2 personnes), les spectateur/trices, etc. Distribuer à chaque joueur/euse un dossard avec une caractéristique spécifique inscrite en grand sur une feuille A4, complétée par leur prénom et l'épingler dans son dos
GR	10'	L'arbitre explique les règles du jeu et lance le coup d'envoi.
GR	15'	Les journalistes commentent en direct la partie pendant 10 minutes. Il/elles sont enregistré/es. Les journalistes doivent se servir des caractéristiques indiquées sur le dos de chaque joueur/euse en évitant toute stigmatisation ou discrimination dans leur commentaire.
GR	10'	Débriefer sur le dispositif en partageant les premières impressions Pour les joueur/euses, échanger sur la manière dont il/elles ont vécu leur « étiquetage forcé »
GR	30'	Visionner/écouter collectivement l'enregistrement des commentaires Débattre sur l'emploi de certains termes et sur le format du commentaire en direct

Variante : L'activité peut se réaliser sans l'enregistrement du commentaire. Le débat porte alors davantage sur la place de chacun/e dans l'activité (en tant que joueur/euse « étiqueté/e », commentateur/trice, arbitre ou spectateur).

Suggestions de prolongements :

Parcours **Stéréotypes et représentations** : *Activité n° 6. Carte d'identité, s'il vous plaît !*

Parcours **Sport** : *Activité n° 23. Eddy Mercury arrête sa carrière*

Parcours **A travers le jeu et l'humour** : *Activité n°14. Nos héro/es de BD sont métamorphosés/es*

N° de l'activité : 2

Titre de l'activité : No sex

Sensibilisation

Italie

Mots-Clés : Genre / Sport / Langage

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Journaliste, étudiant/e, formateur/trice, éducateur/trice aux media, sportif/ves, nous sommes tous porteur/euses de stéréotypes et nous les utilisons souvent inconsciemment dans nos discours et les représentations que nous donnons du monde. Cette activité de sensibilisation vise à en faire prendre conscience par un exercice de production court à propos d'une compétition sportive dont la catégorie (sport masculin/féminin) est masquée.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Devenir conscient de ses propres stéréotypes**
- ✓ **Sensibiliser aux questions de genre et de non-discrimination**
- ✓ **Analyser le rôle du langage**

Durée : 2 heures

Matériel : Feuilles et crayons

Ressources médiatiques : Un article qui rend compte d'un événement sportif féminin (volley-ball, athlétisme, football, ...) duquel on extrait une liste d'éléments généraux concernant la compétition en gommant les références liées au genre : les joueur/euses ne doivent pas être identifié/es par leurs noms mais par leur rôle (attaquant/e, défenseur/euse, aile, ...). Les termes, neutres, ne peuvent ainsi fournir aucune indication ou orientation sur la tâche à accomplir.

Remarques : La préparation des faits à présenter aux étudiant/es est essentielle et doit être soignée dans les moindres détails. Les objectifs de l'activité ne doivent pas être révélés en début d'activité.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	10'	Introduire l'activité en se focalisant sur la tâche principale : rédiger un article sur la compétition sportive à partir des renseignements fournis Préciser que durant le déroulement de l'exercice les participant/es ne peuvent pas poser de question (afin d'éviter de fournir des indications sur les valeurs ou le genre)
GR	5'	Fournir la liste des renseignements généraux sur le match (cf. ressources médiatiques)
I	30'	Faire rédiger individuellement le compte-rendu de la compétition sportive
GR	10'	Révéler la nature de l'épreuve confiée et communiquer aux participant/es que l'évènement sportif faisant l'objet du travail était un match entre des équipes féminines Compter le nombre d'articles rédigés faisant référence à une compétition sportive masculine Distribuer l'article original
P	20'	En sous-groupes, analyser les choix et les rôles du langage en effectuant, notamment, une comparaison entre les articles produits et l'article original
GR	30'	Partager les résultats collectivement et débattre de la thématique de la discrimination du genre dans l'information sportive Débriefing également sur la prise de conscience de ses propres stéréotypes

Variantes : D'autres champs de l'information peuvent faire l'objet de ce type d'exercice.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Stéréotypes et représentations** » : *Activité n° 1. A vous de jouer*

Parcours « **Langages et mots** » : *Activité n° 3. Qui est-ce ?*

Parcours « **Sport** » : *Activité n° 3. Qui est-ce ?*

Parcours « **Genre** » : *Activité n°4. Rentrer dans les cadres*

N° de l'activité : 3

Titre de l'activité : Qui est-ce ?

Sensibilisation

France

Mots-Clés : Célébrités / Sport / Langage

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Cette activité composée de devinettes peut servir d'introduction ludique à une session dédiée à la thématique de la diversité et du sport. Comment définir un/e sportif/ve célèbre en 10 mots clés ? Qui est-ce ? Ce jeu permet d'entrevoir les connaissances des participant/es concernant le monde du sport et ses célébrités, ainsi que le vocabulaire qui y est lié.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Prendre conscience de l'importance des mots**
- ✓ **Sensibiliser à la dimension de choix**
- ✓ **Discuter des marqueurs de désignation et de leurs effets**

Durée : 30 à 45 minutes

Matériel : Feuilles et stylos

Ressources médiatiques : L'activité se fonde sur la mémoire médiatique et sportive, individuelle et collective. Il n'y a donc pas de corpus médiatique spécifique.

Remarques : Il est préférable que le/la formateur/trice évite de donner un exemple en début d'activité afin de laisser les participant/es puiser dans les champs lexicaux qu'il/elles estiment appropriés. S'il/elle le souhaite, le/la formateur/trice peut prévoir des catégories de mots interdits (noms propres, termes en langues étrangères, etc.).

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité et en expliquer le déroulement
Individuel	3'	Chaque participant/e choisit une personnalité du sport. Il/elle dresse rapidement une liste de 10 mots-clés la caractérisant.
GR	15'	A tour de rôle, faire deviner les personnalités du sport au moyen des mots-clés, révélés un par un
GR	15'	Débriefer sur les types de mots choisis et les effets de leurs marqueurs de désignation

Variantes : De manière plus ludique, les scores peuvent être établis : moins il aura fallu dévoiler de mots-clés pour deviner la personnalité, plus la devinette rapporte de points (à la fois pour son auteur/e et celui/celle qui a deviné). Cette situation permet d'observer la hiérarchisation des mots-clés et leur pertinence.

Suggestions de prolongement :

Parcours «**Langages et mots** » : *Activité n°6. Carte d'identité, s'il vous plaît*

Parcours « **Sport** » : *Activité n° 1. A vous de jouer*

Parcours « **A travers le jeu et l'humour** » : *Activité n° 1. A vous de jouer*

N° de l'activité : 4

Titre de l'activité : Rentrer dans les cadres

Sensibilisation

Finlande

Mots-Clés : Genre / Stéréotypes / Image

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Inspiré de « *Frames*¹ », cet exercice vise à explorer la diversité des genres. Comment s'expriment-ils ? Quelles sont les normes de la société ? Qui rentre dans les cadres ?

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Faire émerger les stéréotypes de genre**
- ✓ **Discuter sur les normes du genre dans la société**

Durée : 60 minutes

Matériel :

- Affiches / Flip charts
- Marqueurs

Ressources médiatiques : (*nécessaires à l'activité, s'il y en a*) Images de personnes les plus différentes possibles : une seule personne doit apparaître sur chaque image. Celles-ci peuvent être des photos de journaux et de magazines.

¹ Break the Norm! Methods for studying norms in general and the heteronorm in particular by RFSL Ungdom, Sweden

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	10'	<p>Brainstorming :</p> <p>Disposer deux affiches vierges dans la salle</p> <p>Débuter l'activité en inscrivant sur l'une « Masculin » et sur l'autre « Féminin »</p> <p>Demander aux participant/es ce qu'évoquent les termes de « Masculinité » et de « Féminité » dans notre société (et non selon leurs propres critères)</p> <p>Inscrire les mots ou phrases courtes dans les tableaux respectifs</p>
P	10'	<p>Réflexion : Par groupe de deux, examiner les contenus des tableaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qu'est-ce qui vient à l'esprit quand on lit ces mots ? - D'où proviennent ces attentes sur les comportements masculins et féminins ? - Y-a-t-il des différences entre ce qui est attendu dans le sport et la société en général ? - Est-il possible de répondre entièrement à tous ces critères ?
GR	5'	<p>Qui rentre dans les cadres ?</p> <p>Distribuer une image à chaque participant/e</p> <p>Inviter chacun/e à placer l'image reçue quelque part sur les tableaux en dedans ou en-dehors. Le choix de l'endroit où l'image est déposée doit se faire selon que la personne qui y est représentée est conforme ou non aux caractéristiques décrites sur chaque tableau (le cadre).</p>
GR	15'	<p>Examiner les résultats en s'interrogeant sur quelques exemples : pourquoi celui-ci est-il au milieu du tableau ? Celui-là sur le bord ? Celui-ci à l'extérieur ?</p>
GR	15'	<p>Débatte sur les conséquences qui pourraient découler de s'écarter des « cadres » : ces conséquences peuvent prendre la forme de blagues, de commentaires, de regards étranges, harcèlements ou violences.</p> <p>Ne pas hésiter à lancer les réflexions et débats de cette activité sur d'autres questions relatives au genre.</p> <p>Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pourquoi la plupart des attributs présents dans le tableau masculin sont considérés comme étant d'une plus grande valeur que ceux du tableau féminin ? - Pourquoi les femmes masculines sont souvent perçues de façon plus positive que les hommes féminins ?

Variantes : L'activité peut également se centrer sur le genre dans le contexte spécifique du sport :

- Lors du brainstorming, utiliser « sportif » et « sportive » en lieu et place de masculin et féminin
- Utiliser des images issues des rubriques « *Sport* » des journaux

En vue d'appuyer une dimension d'analyse critique des media, il est possible de prolonger l'activité par une observation des images issues des rubriques sportives. L'analyse sur la diversité du genre peut être lancée par les questions suivantes :

- La diversité du genre représentée dans ces pages est-elle aussi large que dans les autres rubriques du journal ?
- Ces images reflètent-elles la diversité telle qu'elle est dans la société en général ou sont-elles spécifiques au sport ?

L'analyse proposée peut également comparer les types d'images selon qu'elles représentent des femmes ou des hommes.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Stéréotypes & Représentations** » : *Activité n°10. Ecrire et se jouer des préjugés.*

Parcours « **Images** » : *Activité n°7. Où sont les femmes ?*

Parcours « **Genre** » : *Activité n°7. Où sont les femmes ?*

N° de l'activité : 5

Titre de l'activité : Tabou ! Dites le avec d'autres mots !

Sensibilisation /
Identification

France

Mots-Clés : Langage / Discours / Commentaires en direct

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Educateur/trices aux media

Contexte : Cette activité, en tant qu'exercice sur le langage et l'emploi diversifié des mots, sensibilise les participant/es aux constructions de sens induites par les discours médiatiques, et plus particulièrement dans un contexte de commentaires en direct.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Sensibiliser à l'usage diversifié des mots**
- ✓ **Prendre conscience de la construction du discours**
- ✓ **Discuter du contexte médiatique spécifique du commentaire en direct**

Durée : 45 à 60 minutes

Matériel :

- Feuilles et stylos
- Objet sonore : une cloche, un sifflet, un instrument de musique...
- Matériel de diffusion pour les séquences audiovisuelles

Ressources médiatiques : Séquences audiovisuelles de manifestations sportives d'une durée approximative d'environ 1'30" (autant de séquences qu'il n'y a de sous-groupes)

Remarques : Cette activité peut être raccourcie en travaillant uniquement sur une ou deux séquences audiovisuelles. Le/la formateur/trice choisit alors lui-même les mots à ne pas prononcer.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR		Introduire l'activité et en expliquer le déroulement Former les sous-groupes et répartir les séquences audiovisuelles entre eux (1 séquence par sous-groupe)
P	5'	Chaque sous-groupe visionne une seule fois sa séquence audiovisuelle et définit une liste de dix mots que les commentateur/trices ne pourront pas prononcer.
GR	5'	Deux participant/es volontaires se positionnent face à l'écran de projection. Il/elles reçoivent la liste confidentielle des mots tabous et commentent en direct la séquence audiovisuelle diffusée. Il/elles ne peuvent pas prononcer les mots inscrits sur la liste. Le sous-groupe auteur de cette liste produit un son chaque fois qu'un des mots tabous (ou apparentés) est prononcé. A l'issue de la séquence, les autres participant/es tentent de deviner quels étaient les mots tabous.
GR	15-20'	L'expérience est renouvelée avec les autres séquences audiovisuelles.
GR	15'	Débattre des enseignements tirés de l'exercice notamment à propos des rôles joués par les mots et du contexte de production

Variantes : Cette même activité peut être conduite avec des mots imposés.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Langage et mots** » : *Activité n°7. Où sont les femmes ?*

N° de l'activité : 6

Titre de l'activité : Carte d'identité, s'il vous plaît !

Identification

France

Mots-Clés : Langage / Identité / Représentation

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Que dit-on des sportif/ves ? Qui sont-il/elles ? La médiatisation d'évènements sportifs comporte un certain nombre de caractéristiques identitaires sur les athlètes. Lesquelles ? Quels types de construction identitaire induisent-elles ? Telles sont les questions de cette activité d'analyse de contenu.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Prendre conscience des constructions identitaires**
- ✓ **Identifier les marqueurs de désignation**
- ✓ **Débattre des effets des marqueurs de désignation**

Durée : 30 à 45 minutes

Matériel :

- Stylos
- Post-It

Ressources médiatiques : Différents exemplaires d'articles de presse (quotidienne ou magazine) et/ ou de reportages audiovisuels diversifiés

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
Gr		Introduire l'activité et en expliquer le déroulement Créer des sous-groupes et leur répartir le corpus médiatique
P	10'	En sous-groupe, les participant/es identifient les marqueurs de désignation des athlètes au sein de leurs corpus: chaque terme relevé est noté sur un post-it.
GR	20'	Mise en commun des marqueurs de désignation identifiés Le groupe travaille collectivement à une organisation des différents marqueurs : identification des catégories (lieu de naissance, palmarès, aspects physiques, etc.) et regroupement dans ces mêmes catégories
GR	15'	Discuter des effets de ces catégories en termes de construction médiatique de l'identité (présence ou non de certaines catégories, choix des termes, récurrence, etc.)

Variantes : Pour appuyer un objectif d'éducation aux media, le/la formateur/trice peut approfondir l'analyse par une comparaison des marqueurs de désignation selon les types de productions médiatiques et leurs publics.

Suggestions de prolongement :

Parcours «**Stéréotypes et représentations** » : *Activité n°4. Rentrer dans les cadres*

Parcours « **Langage et mots** » : *Activité n°5. Tabou ! Dites-le avec d'autres mots*

N° de l'activité : 7

Titre de l'activité : Où sont les femmes ?

Mots-Clés : Représentations / Genre / Discours

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Educateur/trices aux media

Identification

Italie / France / Roumanie
/ Finlande

Contexte : La presse sportive traite-t-elle de la même façon le sport masculin et le sport féminin ? Souvent proposée comme première activité de contact avec les thématiques du genre et de la non-discrimination, l'analyse de discours s'avère un outil utile pour travailler sur les représentations médiatiques.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Sensibiliser aux questions de non-discrimination et genre**
- ✓ **Analyser le traitement de l'information sportive et ses mécanismes de représentations**
- ✓ **Apprendre à appliquer l'analyse de discours à la lecture de la presse**

Durée : 3 à 4 heures

Matériel : Feuilles et crayons

Ressources médiatiques :

Corpus de presse significatif:

- un ou plusieurs quotidiens du même jour
- plusieurs numéros de journaux récoltés pendant une durée déterminée au cours de laquelle on trouve des comptes-rendus de compétitions sportives (féminines et masculines)

Remarques : Cette activité peut être menée partiellement au niveau des axes d'analyse. La composition d'un corpus cohérent est importante afin d'éviter de faire des raccourcis d'interprétation ou des généralisations abusives.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	10'	Introduire l'activité et inviter les participant/es à partager leurs hypothèses de départ sur les différentes représentations relatives au genre qui peuvent apparaître dans l'information sportive
GR	5'	Distribuer le corpus médiatique (préparé au préalable) et présenter les différents thèmes d'analyse (la mise en page, les illustrations, le contenu des articles) qui seront appliqués sur les articles de sports féminins
P	20'	<p>La mise en page :</p> <p>Par deux, observer la disposition des articles repérés : <i>Dans quel journal se trouvent-ils ? A quelle page ? Quelle est leur place dans la page ? Sous quelle rubrique ? Entourée de quelles autres informations ? y a-t-il des photos/images ? Quelle est la typographie des titres ?...</i></p>
P	20'	<p>Les titres et les illustrations :</p> <p>Par deux, relever les titres des articles repérés et mettre en avant les éléments d'information et les procédés d'argumentation</p> <p>Analyser les images (composition, angle, détails, sujets...) et leur légende. <i>Exemples de questions : Qui est présent sur ces photos ? A quoi ressemblent-ils ? Que font-il/elles ? A partir de ces images, à quoi ressemble le monde et/ou le monde du sport ? A quoi ressemble un athlète ?</i></p>
GR	30'	Réunir les sous-groupes et leur demander d'échanger collectivement les observations et les premières interprétations qui en découlent
P	20'	<p>Le contenu des articles :</p> <p>Par deux, analyser les types de récits, les représentations, les angles choisis, les énonciateurs (le/la journaliste, les expert/es, les sportif/ves, etc.) et les champs lexicaux contenus dans les articles sélectionnés. <i>Exemples de questions : qui sont les auteur/es ? Les expert/es ? Les sportif/ves ? Qu'est-ce qui relève de l'émotion et/ou de l'information ?</i></p>
GR	30'	Réunir le groupe et échanger collectivement les observations, renforcer ou nuancer les premières interprétations
GR	30'	Comparer les observations récoltées avec des articles qui traitent de la même discipline sportive du côté masculin

GR	20'	Confronter les différentes interprétations aux hypothèses de départ et dresser les principales conclusions sur les représentations de genre dans l'information sportive
----	-----	---

Variantes : Le travail d'analyse comparée entre le traitement médiatique du sport masculin et féminin peut se faire en parallèle avant d'être mis en commun. Cette activité peut se développer avec d'autres matériaux médiatiques : reportages audiovisuels, presse en ligne, publicité, etc. Dans un objectif d'éducation aux media, les dynamiques entre les représentations et les types de media pourront être analysées de façon comparative. D'autres champs de l'information peuvent faire l'objet de ce type d'analyse de discours (la politique, l'environnement, etc.)

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Langage et Mots** » : *Activité n°11. Images au choix*

Parcours « **Image** » : *Activité n°11. Images au choix*

Parcours « **Genre** » : *Activité n°24. En route pour les Jeux Olympiques*

N° de l'activité : 8

Identification / Analyse

Belgique

Titre de l'activité : Imaginer une couverture médiatique

Mots-Clés : Représentations / Stéréotypes / Analyse

Publics cibles :

- Étudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Éducateur/trices aux media

Contexte : Quelles sont les différences entre les titres des journaux, la couverture médiatique d'un événement sportif et nos propres représentations ? Les participant/es sont amenés à réfléchir à ces dernières et aux stéréotypes (positifs ou négatifs) qui peuvent être présents dans les media et auprès de leurs publics.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Permettre aux participant/es de prendre conscience de leurs représentations médiatiques par rapport à la couverture d'un événement sportif dans la presse quotidienne**
- ✓ **Comparer les représentations médiatiques du groupe, entre elles et en regard des représentations présentes dans la presse quotidienne**
- ✓ **Débattre des stéréotypes médiatiques de la presse quotidienne**

Durée : 90 à 120 minutes

Matériel :

- Flip chart ou feuilles A3
- Petit matériel de bricolage : stylos, marqueurs, crayons

Ressources médiatiques : Exemplaires de la presse quotidienne (nationale, régionale et spécialisée en sport) couvrant l'actualité d'une semaine

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	15'	Introduire l'activité en expliquant le déroulement Former des sous-groupes de 2 à 3 personnes
P	30'	Créativité – Imaginer comment le journal couvrirait cet évènement sportif <ul style="list-style-type: none">- Citer des évènements sportifs récents couverts par les journaux lors de la semaine sélectionnée- Demander à chaque sous-groupe de choisir le titre du journal sur lequel il voudrait travailler- Leur demander d'imaginer la couverture médiatique d'un de ces évènements en se mettant dans la peau d'un/e journaliste ou d'un/e rédacteur/trice en chef du titre sélectionné. Chaque groupe doit décrire, dessiner, représenter les caractéristiques éditoriales et graphiques du journal.
GR	20'	Chaque sous-groupe présente sa réalisation et explique les motivations des choix effectués.
P	20'	Analyse – Comparaison des représentations Distribuer à chaque sous-groupe un/plusieurs exemplaires du journal dont il a choisi le titre et qui traite de l'évènement sportif cité ci-dessus Demander de comparer leur production avec le quotidien concerné. Chaque sous-groupe est amené à identifier les similitudes et les différences entre les deux productions et à discuter sur les représentations/stéréotypes des participant/es et des journaux.
GR	15'	Débriefing Engager un débat avec l'ensemble des participant/es afin de faire émerger les principales observations

Variantes : En tant qu'activité d'éducation aux media à l'attention d'un public jeune (enfants, adolescents) : la phase d'imagination serait plus longuement développée par la réalisation créative d'une maquette. Pour les plus petits, des images et autres matériaux extraits de journaux pourraient leur être fournis. Une exposition comparant les productions des jeunes et celles des professionnel/les pourrait être mise en place.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Stéréotypes & Représentations** » : *Activité n°24. En route pour les Jeux Olympiques*

N° de l'activité : 9

Analyse

Italie

Titre de l'activité : « *Joue-là comme Beckham* » : analyse d'une fiction sur les thèmes du sport et de la diversité

Mots-Clés : Points de vue / Diversité / Image

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Le film « *Bend it like Beckham* » (*Joue-là comme Beckham*, titre de la version française) invite à réfléchir sur les valeurs du sport et les questions de diversité. Cette activité d'analyse cinématographique se mène au profit de la créativité et du débat dans le groupe. S'agissant d'une fiction, l'analyse d'un film peut facilement faire émerger une réflexion sans se mettre dans une posture « autocritique ».

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Initier à l'analyse d'une fiction cinématographique**
- ✓ **Favoriser l'expression de points de vue et d'opinions à travers différents modes d'expression**
- ✓ **Sensibiliser à la dimension multi-facette de la diversité (genre, culture, physique, etc.)**

Durée : 7 heures à répartir en plusieurs sessions de travail

Matériel :

- Matériel de projection
- Ordinateurs équipés de logiciels d'édition de vidéo
- Ordinateurs ou appareils mobiles connectés à Internet

Ressources médiatiques : « *Bend it like Beckham* » (*Joue-là comme Beckham*). Film britannique réalisé par Gurinder Chadha, 2002

Remarque : S'assurer de la qualité et de l'exportation possible des images du film (soit à partir du DVD original, soit disponibles en ligne)

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	2 h	Introduire l'activité en présentant le pitch du film Visionner le film avec les participant/es
P	15'	Former des sous-groupes et relever les thèmes proposés par le film et les points de vue de l'auteur
GR	20'	Présenter les différents thèmes et en débattre collectivement
GR/ Individuel	30'	Publier sur les réseaux sociaux (blog, sites de microblogging, etc.) les réflexions issues du débat. Cette étape peut se faire en groupe ou individuellement. Inviter les participant/es à prolonger les échanges en ligne
GR	20'	Introduire à la production vidéo en identifiant avec les participant/es les buts et les caractéristiques de la bande annonce
P	3 h	A partir des images du film disponibles, demander aux sous-groupes de concevoir une bande-annonce basée sur les réflexions qui ont émergé lors des débats précédents (en ligne et hors ligne)
GR	30'	Projeter les différentes bandes-annonces réalisées en sous-groupe et la bande annonce originale du film Comparer et discuter des processus de production et des résultats Comparer la fiction cinématographique et le journalisme sur le plan de la diversité et de la non-discrimination

Variantes : L'activité peut être réalisée uniquement sur son aspect d'analyse. L'utilisation des réseaux sociaux (Blog, Twitter,...) peut être faite de manière simultanée avec le travail réalisé in situ. Par exemple, lors du débat sur les thèmes du film, les participant/es peuvent simultanément « twitter » ce qui leur semble important dans les débats ou dans l'activité (Backchannel). L'éducateur/trice aux media qui souhaite prolonger l'activité par une analyse des rôles, des résultats, des opportunités et freins ou des différents types d'expression des opinions (lors du débat en groupe, par les réseaux sociaux, par la production d'une vidéo, etc.) est invité à le faire.

Suggestions de prolongement :

Elle est l'activité finale du parcours « **Image** »

Parcours « **Sport** » : *Activité n°21. Raconter un non-événement*

N° de l'activité : 10

Titre de l'activité : Ecrire et se jouer des préjugés

Analyse

Roumanie

Mots-Clés : Stéréotype / Critique / Analyse

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Cette activité vise à sensibiliser les participant/es aux potentielles barrières (culturelle, cognitive, sociale, etc.) qui limitent l'inclusion de la diversité dans la couverture médiatique du sport. A travers le jeu de rôle, ils sont amenés à identifier les stéréotypes présents et à débattre de leur rôle dans la production médiatique.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Identifier les stéréotypes et les préjugés**
- ✓ **Analyser de manière critique les productions médiatiques**
- ✓ **Débattre des potentielles barrières qui empêchent une certaine médiatisation inclusive de diversité**

Durée : 60 à 80 minutes

Matériel : Feuilles et stylos

Ressources médiatiques : Une liste de sujets, événements ou compétitions à couvrir

Remarques : L'activité peut être menée sur des thèmes spécifiques au sport.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité en présentant un panel de sujets d'articles à réaliser Diviser les participant/es en deux groupes au minimum. Chaque groupe choisit un sujet.
P	20'	Chaque groupe produit un article sur le sujet choisi et y inclut des éléments stéréotypés et/ou des préjugés.
GR	10'	Lors de la mise en commun, chaque groupe partage sa production. Animer un débat entre le ou les « groupe(s) de lecteur/trices » qui tente(nt)d'identifier les stéréotypes présents dans les productions médiatiques et le ou les « groupe(s) de journalistes » qui défend(ent) leur position
GR	30'	Réitérer ce débat avec les autres productions, en inversant les rôles
GR	15'	Clôturer l'activité par une réflexion sur les mécanismes d'introduction des stéréotypes et des préjugés

Variantes : La méthode du jeu de rôle peut être renforcée par la mise en place de rôles supplémentaires à ceux des producteur/trices / lecteur/trices : certains participant/es peuvent représenter les protagonistes de l'article, d'autres les financeur/es du journal, etc.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Stéréotypes et Représentations** » : *Activité n°8. Imaginer une couverture médiatique*

Parcours « **Le journalisme, notre métier** » : *Activité n°12. Les hooligans de l'information*

N° de l'activité : 11

Titre de l'activité : Images au choix

Analyse

France

Mots-Clés : Image / Langage / Diversité

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Illustrer un article de presse au moyen d'images n'est pas anodin. Choisir, c'est renoncer. Et dans le cas présent, choisir, c'est désigner. En associant une image avec un article, les participant/es en feront l'expérience. Expérience qui se mènera au profit d'une analyse des fonctions de l'image au sein de la presse écrite.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Identifier les fonctions de l'image dans la presse écrite**
- ✓ **Analyser le langage des images**
- ✓ **Sensibiliser à la dimension de choix**

Durée : 60 minutes

Matériel : néant

Ressources médiatiques : Un corpus d'articles de presse exempts des illustrations et légendes à préparer de la manière suivante :

- Collecter les illustrations des articles sélectionnés, sans leur légende
- Compléter par d'autres images au choix
- Conserver le corpus original

Remarques : L'activité peut également être menée sur un corpus médiatique exclusivement lié au sport.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité en présentant la collection d'illustrations Faire des sous-groupes et distribuer à chacun d'eux un article issu du corpus et sans illustrations
P	10'	Chaque sous-groupe choisit l'illustration qui correspond le mieux à l'article, en fait l'analyse de ses composantes et en rédige la légende.
GR	20'	Mise en commun des articles illustrés. Demander à chaque sous-groupe d'expliquer les choix effectués et son analyse de l'illustration
GR	20'	Présenter l'article avec sa photo originale A partir de ces exemples, identifier et débattre des fonctions de l'image dans la presse écrite

Variantes : Cette activité peut être menée de la même façon avec un objectif d'éducation aux media de presse écrite sur le rapport de l'image au texte.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Langage et mots** » : *Activité n°21. Raconter un non-événement*

Parcours « **Image** » : *Activité n°15. One, Two, Tweet*

N° de l'activité : 12

Titre de l'activité : Les hooligans de l'information

Analyse

Belgique

Mots-Clés : Web / Réception / Discrimination

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Educateur/trices aux media

Contexte : Passions, furies, agressivité, propos déplacés. La mise en ligne d'articles ou de reportages peut parfois susciter certaines polémiques ou des discours discriminants de la part des internautes dans leurs commentaires. Quels en sont les éléments déclencheurs ? A qui en incombe la responsabilité ? Cette activité d'analyse et de réflexion est une invitation à débusquer les « hooligans de l'information ».

Objectifs de l'activité :

- ✓ Examiner la réception de l'information au sein des forums en ligne
- ✓ Identifier les éléments déclencheurs de propos discriminants ou racistes
- ✓ Réfléchir sur la notion de responsabilité des propos

Durée : 60 minutes

Matériel : Ordinateurs, tablettes ou Smartphones connectés au réseau Internet

Ressources médiatiques : Une liste de sites en ligne des media d'information (presse écrite, web ou audiovisuel) qui permettent des commentaires de la part des lecteurs

Remarques : L'activité peut être menée également sur un corpus médiatique lié uniquement au sport.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité et présenter les objectifs de l'exercice en invitant les participant/es à se regrouper par deux ou trois autour d'un ordinateur ou d'une tablette
P	10'	Rechercher sur les sites d'information en ligne (presse écrite, audiovisuelle ou autre) un article qui a suscité un certain nombre de commentaires de la part d'internautes
P	10'	Identifier la dynamique des commentaires et leurs liens avec le reportage/l'article original : <i>Y a-t-il polémiques, propos discriminants ou racistes ? Quels en sont les éléments déclencheurs : le contenu de l'article/du reportage ? L'angle choisi par le/la journaliste ? Un commentaire d'un internaute ?</i>
GR	15'	Mettre en commun les observations en demandant à chaque sous-groupe de présenter l'article choisi, les types de commentaires observés et leurs déclencheurs
GR	20'	Prolonger l'analyse par une réflexion collective sur la dynamique des commentaires et la responsabilité éditoriale des propos (du/de la journaliste, des internautes) et sur la modération des articles en ligne

Variantes : Le corpus d'article peut être recherché par le/la formateur/trice au préalable. Dans le cadre d'une démarche d'éducation aux media, cette activité peut explorer de façon plus approfondie l'approche du journalisme citoyen ainsi que la notion et les dynamiques des identités numériques.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Le journalisme, notre métier** » : Activité n°13. Garder à l'œil

N° de l'activité : 13

Titre de l'activité : Garder à l'œil ! *Ou la veille des media*

Analyse
Roumanie

Mots-Clés : Veille / Contexte / Analyse

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Concernant le sport, de quoi parlent précisément les media ? Qu'en disent-ils ? Comment le disent-ils ? Analyser différents types de sujets liés au sport et leur mode de traitements permet aux participant/es de discerner les tendances générales de la mise à l'agenda qu'imposent certains media qui les entourent. Cette activité, qui se centre sur le contexte médiatique, fournit un cadre de travail fructueux pour d'autres types d'activités liées aux questions de diversité et de non-discrimination.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Développer des compétences d'analyse de productions médiatiques**
- ✓ **Apprendre à décrire les tendances générales de l'inclusion de la diversité dans les media**
- ✓ **Fournir des informations sur le contexte de production et de diffusion du journalisme de sport**

Durée : 60 à 90 minutes

Matériel : Feuilles et stylos

Ressources médiatiques : Plusieurs exemplaires de l'ensemble des titres de presse quotidienne et de sport et/ou plusieurs éditions de journaux télévisés ou autres émissions d'actualité de chaînes télévisées. Ce corpus doit être composé à partir des media faisant partie de l'environnement médiatique des participant/es. Il doit couvrir les événements sur une période déterminée à l'avance. Les déclinaisons en ligne de ces media peuvent également faire partie du corpus.

Remarques : L'analyse et la veille peuvent également être menées sur les organes de presse, télévisions ou radios des participant/es eux-mêmes. Il s'agit alors de mettre en œuvre une méthode évitant que les participant/es professionnel/les ne campent sur une position défensive de leurs productions.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité en présentant les différents types de media Faire des sous-groupes et leur distribuer un corpus médiatiques
P	20'	Parcourir, par sous-groupe, le corpus attribué et analyser la couverture médiatique du sport à partir des questions suivantes : <i>Quels sont les sujets ? (De quoi parle-t-on ?) Qu'est-ce qui fait l'information ? (Qu'en dit-on ?) Quels sont les angles choisis ? Comment la production est-elle développée ? (Comment en parle-t-on ?)</i>
GR	30'	Partager collectivement les observations relevées
GR	15'	Débattre sur les tendances générales de médiatisation de l'environnement analysé

Variantes : Cette activité peut être déclinée sur le long terme par une veille permanente de la couverture médiatique du sport dans le corpus sélectionné. La mise en commun des observations se faisant sur un mode régulier. L'éducateur/trice aux media peut prolonger l'activité par une comparaison du développement des sujets selon les types de media et leurs qualités intrinsèques (les formats, les mises à jour, les modes de travail, les fonctions,...).

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Le journalisme, notre métier** » : *Activité n° 17. Et si on jouait à la conférence de rédaction ?*

N° de l'activité : 14

Titre de l'activité : Nos héros de BD sont métamorphosés !

Analyse

Rencontre européenne

Mots-Clés : Culture / Stéréotype / Diversité

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Comment s'intègre la diversité dans les récits des bandes dessinées ? Et si nos héros de BD changeaient d'origine, de sexe ou d'aspect physique ? A travers cette courte activité d'analyse et de production, les participant/es explorent les notions d'archétype et de stéréotype et s'interrogent sur leurs dimensions discriminantes.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Relever la dimension archétype de la bande dessinée**
- ✓ **S'interroger sur la présence et le rôle des stéréotypes**
- ✓ **Débattre sur les discriminations véhiculées par des bandes dessinées**

Durée : 60 minutes

Matériel :

- Feuilles et stylos
- Petit matériel de dessin (facultatif)

Ressources médiatiques : Une collection de bandes dessinées dont les héros sont bien connus par le public participant/e.

Remarques : Préparer à l'avance la liste de métamorphoses potentielles des héros issus des BD sélectionnées. Par exemple, Superman est homosexuel, les Schtroumfs sont chinois, Tintin est aveugle, etc.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	10'	Introduire l'activité et présenter les diverses bandes dessinées choisies Ecarter celles qui sont potentiellement inconnues des participant/es Répartir les albums dans les différents sous-groupes
P	5'	Pour chaque album, modifier ou inter-changer les attributs physiques, sociaux et culturels des héros
P	20'	Chaque sous-groupe relit la trame générale du récit à partir de cette métamorphose. Le but est d'identifier les stéréotypes véhiculés dans la bande dessinée et de s'interroger sur l'éventuel changement dans la narration du récit qui en découlerait.
GR	25'	Mise en commun des sous-groupes et débat sur les fonctions des stéréotypes et les discriminations véhiculées dans ces bandes dessinées

Variantes : Un storyboard peut être réalisé avec les scènes les plus emblématiques des rapports discriminants auxquels sont confronté/es les héro/es métamorphosé/es. Une réflexion peut également être menée sur le scénario que suivrait un récit incluant la diversité.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Stéréotypes & Représentations** » : *Activité n°19. Parodie-toi toi-même !*

Parcours « **A travers le jeu et l'humour** » : *Activité n°19. Parodie-toi toi-même !*

N° de l'activité : 15

Titre de l'activité : One, Two, Tweet !

Analyse / Production

Rencontre Européenne

Mots-Clés : Image / Information / Langage

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte: Dites-le en 140 caractères ! Telle est la devise du site de microblogging Twitter. C'est à ce défi que se confrontent les participant/es à cette activité *One, Two, Tweet* !² A partir d'images illustrant la diversité, comment faire passer l'essentiel de l'information en une phrase et identifier les stéréotypes qui s'y attachent ?

Objectifs de l'activité :

- ✓ **S'exercer à décrire une image d'information relative à la diversité**
- ✓ **S'appliquer à circonscrire l'information essentielle**
- ✓ **Sensibiliser à la présence de stéréotypes**

Durée : 45 à 60 minutes

Matériel :

- Feuilles et stylos
- Un accès à Internet

Ressources médiatiques : Un corpus d'images sur la diversité : ethnique, genre, condition sociale, etc.

Remarques : S'assurer que les participant/es possèdent un compte Twitter (www.twitter.com). Le cas échéant, les inviter à créer le leur ou activer un compte collectif. L'usage d'un mot-clé précédé du signe # commun (Hashtag) facilitera la mise en commun des résultats.

² Le jeu de mots « One, Two, Tweet » se rapporte aux termes anglophones : One, Two, Three. (Un, deux, trois).

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité et présenter la collection d'illustrations collectée Distribuer une photographie à chaque participant/e
I	5'	ONE : demander aux participant/es d'observer la photo et de la décrire
I	10'	TWO : demander aux participant/es d'écrire une légende correspondante à l'image
I	10'	TWEET : demander aux participant/es de « Tweeter » ³ l'image et la légende
GR	20'	Amener les participant/es à découvrir collectivement le fil de discussion au moyen du mot-clé (#Hashtag) choisi et les faire débattre des résultats

Variantes : L'éducateur/trice aux media peut profiter de cette activité pour analyser et débattre des fonctions et des usages d'un site de microblogging comme Twitter, notamment à propos de sa dimension journalistique.

Suggestions de prolongement :

Elle est l'ultime activité du parcours « **Langage et mots** »

Parcours « **Image** » : *Activité n°9. Joue-la comme Beckham*

³ Publier l'image accompagnée d'un message de 140 caractères maximum sur le site Twitter.com

N° de l'activité : 16

Titre de l'activité : Check-list

Analyse / Autocritique
Finlande

Mots-Clés : Pratiques / Diversité / Evaluation

Publics cibles :

- Journalistes professionnel/les
- Comités de rédaction
- Etudiant/es en journalisme

Contexte : Conçue au préalable comme un outil de veille destiné aux salles de rédaction, cette *check-list* (ou liste de contrôle) peut également être proposée comme un processus de formation. Dans ce cas, ce sont les journalistes qui l'élaborent au fur et à mesure de leurs pratiques et des débats au sein des salles de rédaction. La méthode d'élaboration de la *check-list* est laissée à l'appréciation de l'animateur/trice.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Réfléchir aux leviers possibles pour favoriser des pratiques inclusives de la diversité**
- ✓ **Veiller à la non-discrimination et à l'inclusion de la diversité au sein des pratiques de la rédaction**
- ✓ **Faciliter le débat sur la diversité au sein des salles de rédaction**

Durée : non défini

Matériel : Un tableau qui reste en permanence dans la salle de rédaction

Ressources médiatiques : Les productions médiatiques de la rédaction

Remarques : En annexe, se trouve une liste propositionnelle de questions.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR		Relever, lors des conférences de rédaction, les principales questions pouvant servir de repères collectifs et individuels pour permettre l'analyse des pratiques de chaque rédacteur/trice
GR		Inscrire ces lignes de conduite sur un tableau. Ce tableau restera en permanence accroché dans la salle de rédaction.
I		Inviter les membres de la rédaction à évaluer périodiquement leurs pratiques au moyen de ces questions
GR		Une technique d'évaluation collective peut être visuellement présente sur le tableau. Elle invite le comité de rédaction à suivre l'évolution de ses pratiques journalistiques en matière d'inclusion de la diversité.

Variante : Adressée à un public d'étudiant/es en journalisme, cette activité se concentrera davantage sur l'élaboration de la liste plutôt que sur son contrôle.

Annexe : La liste proposée est divisée en cinq grandes questions ou points d'intérêt : les sujets, le processus de rédaction, l'autoréflexion, les relations avec le public et la rétroaction.

1. Domaine n°1 - **Les sujets** - *Quels sont les sujets que nous avons choisi de couvrir? Qu'avons-nous décidé de laisser de côté? Quels aspects et selon quels points de vue avons-nous décidé de les couvrir ?*
2. Domaine n°2 - **Le processus éditorial.** *Quel type de culture éditoriale émerge de la salle de rédaction / façonne la rédaction ? Quels genres de langage utilisons-nous pour les récits et comment mettons-nous les idées et les opinions en évidence? Prêtons-nous attention aux choix de la langue et aux mots utilisés? Les décisions appartiennent-elles à chaque journaliste et en quoi le rédacteur/trice en chef a son mot à dire dans les choix opérés?*
3. Domaine n° 3 - **L'autoréflexion du/de la journaliste.** *Les choix, petits et grands, d'un article : que faut-il dire ? Que faut-il laisser de côté ? Comment vois-je mon rôle en tant qu'acteur/trice de la société? Comment mes propres idées et opinions me guident ou me trompent dans le processus de production? Puis-je reconnaître la manière dont mes propres points de vue ont un impact sur mon travail?*
4. Domaine n° 4 - **Les relations avec le public.** *À qui écris-je ? Qui servons-nous ? Comment pouvons-nous garantir la qualité et la diversité des articles produits? Sommes-nous autant attentif/ves aux différents groupes de la société?*
5. Domaine n° 5 - **Feedback.** *Recevons-nous un feedback réel, ou cela se fait-il plus sous la forme de conversation dans la salle de rédaction ? Les outils de feedback : comment les utilisons-nous ? Comment améliorer et encourager le feedback ? Peut-on être plus actif/ves nous-mêmes quand il s'agit de feedback ? Quels sont les outils concrets que nous utilisons pour recevoir et pour donner plus de feedback, de la part du public et des collègues?*

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Le journalisme, notre métier** » : *Activité n°20. Sur le terrain !*

N° de l'activité : 17

Titre de l'activité : Et si on jouait à la conférence de rédaction ?

Mise en situation

France

Mots-Clés : Choix / Jeu de rôles / Diversité

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les

Contexte : Différentes questions se posent au sein d'une salle de rédaction : quels sont les arguments qui justifient la médiatisation de tel ou tel aspect de la diversité ? Comment les choix sont-ils motivés ? Comment prendre part aux décisions ? « *Et si on jouait à la conférence de rédaction ?* » est une activité qui se développe sous la forme d'un jeu de rôle. Elle a pour but de faire débattre les participant/es sur les moteurs et les freins qui favorisent l'inclusion de la diversité dans les pratiques éditoriales.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Sensibiliser à la dimension de choix et de prise de décision**
- ✓ **S'entraîner à argumenter sur les choix éditoriaux concernant la diversité**
- ✓ **Débattre des moteurs et freins qui favorisent l'inclusion de la diversité dans les pratiques éditoriales**

Durée : 60 minutes

Matériel : Une liste reprenant les rôles présents au sein d'une salle de rédaction (avec leurs accessoires si besoin) : rédacteur/trice en chef, journalistes de différentes rubriques, secrétaire de rédaction, professionnel/le de l'image, etc.

Ressources médiatiques : Les thématiques issues de reportages traitant de la diversité (faits, angles, groupe cibles, ...) réalisés ou imaginés par les participant/es

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité en distribuant un rôle à chacun des participant/es (au hasard ou non)
I	10'	Inviter les participant/es à réfléchir au préalable aux arguments potentiellement nécessaires pour remplir leur rôle (présentation d'idées de reportages, défenses de propositions, etc.)
GR	20'	Mettre la salle de rédaction en situation Veiller à ce que chacun joue le rôle qui lui a été attribué
GR	25'	Débriefeur sur la dynamique de la mise en situation (contenus, rôles, etc....) Débattre sur les éléments qui facilitent ou freinent l'inclusion de la diversité dans les pratiques éditoriales (arguments, attitudes, positions, etc.)

Suggestions de prolongement :

Cette activité est l'ultime proposée pour le parcours « **A travers le jeu et l'humour** »

Parcours « **Le journalisme, notre métier** » : Activité n°16. Check-list

N° de l'activité : 18

Titre de l'activité : En coulisse

Mots-Clés : Evénement / Sport / Rencontre

Production / Mise en situation

Rencontre Européenne / Roumanie

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : A travers cette activité, des jeux olympiques, championnats nationaux ou internationaux deviennent de belles opportunités pour sensibiliser les journalistes à l'inclusion de la diversité et de la non-discrimination dans leurs pratiques. Par l'organisation d'un atelier, d'un séminaire ou d'un « *speed-dating* »⁴, les participant/es ont l'occasion de se confronter à d'autres pratiques professionnelles ou culturelles afin de favoriser le débat sur les questions de diversité et non discrimination.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Sensibiliser à l'inclusion de la diversité dans les pratiques de journalisme de sport**
- ✓ **Favoriser les rencontres entre journalistes**
- ✓ **Permettre la confrontation entre différentes cultures journalistiques et pratiques professionnelles**

Durée : 3 à 4 heures

Matériel :

- Tables et chaises en suffisance
- Matériel de diffusion et/ou de projection (vidéoprojecteur, écran, etc.)
- Un objet sonore pour signaler les changements d'interlocuteurs (sifflet, cloche, musique, etc.)

Ressources médiatiques :

- Exemples de pratiques professionnelles attestant de l'inclusion de la diversité et sur la non-discrimination dans leur travail journalistique
- Une liste de questions-clés sur la thématique de la diversité et de la non-discrimination qui facilitera les échanges lors du speed-dating

⁴ Le « speed-dating » est une méthode minutée de rencontres et de discussion en série. La méthode est d'asseoir tous les participants à des tables, deux par deux. Au bout d'un certain nombre de minutes (exemple, 10 minutes), un des deux interlocuteurs change de place et va à la table suivante. La rencontre fonctionne est fondée sur le changement rapide des duos d'échanges entre participants.

Remarques : Cette activité se déroule dans les coulisses de l'évènement sportif sélectionné (Jeux olympiques, tournoi national, etc.). Elle nécessite une préparation logistique de type événementiel : lieu, communication, animation, etc. Il est important de choisir le moment qui semble le plus approprié lors de cet évènement afin d'avoir le maximum de participant/es. Prévoir un temps informel (pause café, autre rendez-vous, etc.) pour permettre aux journalistes/professionnel/les des media / éducateur/trices aux media de prolonger cet atelier de rencontre.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	15'	Accueillir les participant/es et introduire la rencontre en présentant son déroulement et ses objectifs
GR	15'	Illustrer les thématiques visées en partageant quelques exemples de bonnes pratiques (donner la parole à des journalistes invité/es, des expert/es, etc.)
GR	10'	Lancer l'activité « speed-dating » en donnant des détails sur son organisation et les instructions (disposition de l'espace, temps, ordre du tour, etc.) Afficher les questions-clés qui sont suggérées pour mener le « speed-dating »
P	1h	Par deux, les participant/es se présentent et échangent leurs impressions à propos de leurs réalités professionnelles et de leurs pratiques (lien avec les questions de diversité et non-discrimination). Ils sont invités à s'aider des questions-clés. A intervalle régulier (à déterminer, par exemple toutes le 10 minutes), ils changent d'interlocuteur.
GR	1 h	Le groupe se réunit et les participant/es partagent les principaux éléments de leurs échanges. Ils évaluent également l'organisation de cette rencontre. Cela peut être aussi l'occasion de discuter d'éventuels prolongements de ce type de rendez-vous.

Variantes : Le format du « speed-dating » peut aisément être remplacé par d'autres dynamiques d'échanges et de rencontres tels que des groupes de travail thématiques ou un Show & Tell (présentation en petits groupes ou en stands de leur travail).

Suggestions de prolongement :

Cette activité est l'ultime proposée pour le parcours « **Le journalisme, notre métier** » et pour le parcours « **Sport** ».

N° de l'activité : 19

Titre de l'activité : Parodie-toi toi-même !

Production

Rencontre Européenne

Mots-Clés : Production / Humour / Stéréotypes

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Imiter en transposant de façon burlesque les sujets ou les procédés d'expression, tel est l'enjeu de la parodie. Utiliser ce genre pour travailler sur ses propres stéréotypes ou ceux du groupe auquel on appartient, tel est le défi de cette activité de production ludique.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Travailler sur les stéréotypes et les clichés**
- ✓ **Développer l'autocritique et le décentrement de points de vue**
- ✓ **S'initier ou redécouvrir la parodie**

Durée : 5 à 6 heures à répartir en plusieurs sessions

Matériel :

- Affiches de type flip chart et marqueurs
- Matériel de production au choix (appareils photos, caméras, téléphones portables, ordinateurs avec accès à Internet, etc.)
- Matériel de diffusion (ex : un ordinateur et un vidéoprojecteur)

Ressources médiatiques : Une parodie au choix d'une publicité ou d'une série qui permette de relever des éléments caractéristiques de ce genre médiatique (cf. site d'hébergement en ligne de vidéos)

Remarques : Afin de développer l'aspect éditorial et technique de la phase de production, cette activité peut être menée sur plusieurs sessions espacées dans le temps. La mise en place de consignes claires quant au résultat attendu (durée, contexte, etc.) facilitera la phase de production.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	15'	Introduire l'activité en diffusant la parodie choisie et en invitant les participant/es à observer les mécanismes principaux du genre qu'est la parodie
GR	15'	Relever les éléments-clés observés (ex : l'inversion, l'exagération, l'accentuation, la multiplication, l'anachronisme, les transferts spatio-temporels, les oppositions, les plaisanteries, les jeux de mots, ...) et définir le genre et ses intentions
P	10'	En sous-groupe, choisir une caractéristique commune aux participant/es qui fera l'objet d'un discours stéréotypé (la nationalité, le sexe, le physique, etc.)
P	3 h	Réaliser une parodie avec la consigne de mettre en avant les stéréotypes les plus fréquemment utilisés en ce qui concerne l'aspect de diversité choisi
GR	1 h	Diffuser les productions réalisées
GR	30'	Organiser un débat sur les rôles et usages des stéréotypes dans la représentation de groupes, de cultures, etc.
GR	15'	Conclure et débriefier à propos du processus de décentration qui a été potentiellement nécessaire au travail d'autocritique des représentations des individus et du groupe

Variantes : Les réalisations des participant/es peuvent être également travaillées en comparaison avec des productions médiatiques professionnelles réalisées sur le même thème. Le but est alors d'analyser comment les stéréotypes liés aux questions de la diversité sont parodiés ou non. Dans un objectif d'éducation aux media, cette activité peut être élaborée avec des groupes médiatiquement rares tels que les jeunes, les populations immigrées, etc. Cela leur permettra de faire entendre leurs propres voix quant aux représentations dont ils sont l'objet.

Suggestions de prolongement :

Cette activité est l'ultime proposée pour le parcours « **Stéréotypes et Représentations.** »

Parcours « **A travers le jeu et l'humour** » : *Activité n° 17. Et si on jouait au comité de rédaction ?*

N° de l'activité : 20

Titre de l'activité : Sur le terrain !

Production / Rencontre

Roumanie / Belgique

Mots-Clés : Terrain / Rencontre / Communauté

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les

Contexte : Identifiée comme une étape essentielle dans l'élaboration d'une production médiatique, cette activité d'investigation invite les journalistes, étudiant/es ou professionnel/les, à descendre sur le terrain et à apprendre à mieux connaître les communautés qui font l'objet de leurs productions. Cette activité simple peut s'inscrire dans un parcours plus large de production médiatique.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Apprendre à connaître les rapports sociaux, culturels et politiques de certains groupes ou communautés discriminés**
- ✓ **Rassembler de la documentation et constituer une base de données de contacts pour une médiatisation pertinente de ces groupes**
- ✓ **Exercer d'autres méthodes d'investigation journalistique**

Durée :

- Introduction : 60 minutes
- Investigation et production : durée à déterminer suivant le contexte
- Conclusion : 30 à 45 minutes

Matériel : Au choix des participant/es

Ressources médiatiques : En guise d'introduction, des productions médiatiques sur les communautés ciblées dans le cadre de cette activité peuvent être rassemblées.

Remarques : Le choix des groupes ou communautés à explorer peut être laissé au libre choix aux participant/es.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	20'	Introduire l'activité en discutant collectivement sur les groupes cibles à explorer (un club de football féminin lié à la confession musulmane, une section handisport locale, etc.) Diviser les participant/es en sous-groupes selon les groupes cibles choisis
P	20'	Identification par les participant/es de leurs propres représentations, individuelles et collectives, du groupe cible
GR	15'	Mettre au point le cadre temporel et les attentes de cette étape d'investigation et de rencontre des groupes cibles
P	ND	Investigation sur le terrain et production d'un reportage : au moyen des méthodes et techniques du journalisme d'investigation, les différents groupes de travail recherchent sur le terrain les rapports sociaux, culturels et politiques propres à leur groupe cible. Ils produisent un reportage à partir de l'angle de leur choix.
P	ND	Revoir le groupe cible et lui présenter le reportage produit afin d'obtenir leur feedback sur cette production (optionnel)
GR	30'	Clôturer cette démarche d'investigation par un débriefing sur les leviers et freins de leur expérience Discuter de l'évolution potentielle des représentations véhiculées

Variantes : A l'attention d'étudiant/es en journalisme, la session d'introduction peut comporter une partie méthodologique sur les techniques du journalisme d'investigation. L'ensemble du processus peut également être réalisé entièrement avec le partenaire identifié : phase de rencontre, phase de production, phase d'évaluation.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Le journalisme, notre métier** » : *Activité n° 18. En coulisse*

N° de l'activité : 21

Titre de l'activité : Raconter un non-événement

Production

France

Mots-Clés : Evènement / Sport / Discours

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : La compétition sportive est calme. Il n'y a ni grande surprise, ni grand exploit dans le match. Le/la journaliste doit cependant captiver l'audience ! Que raconter ? Comment créer l'évènement ? Lorsque la mise en récit nécessite de dynamiser l'évènement sportif, le/la journaliste va spontanément recourir à des désignations, des oppositions, du conflit ou, parfois, des stigmatisations pour le raconter. A travers une courte démarche de production, les participant/es sont invité/es à analyser les éléments qui construisent un récit et le font devenir évènement.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Analyser la construction d'un « récit sportif »**
- ✓ **Identifier les éléments discursifs de la médiatisation d'un évènement**
- ✓ **Sensibiliser à la dimension de choix**

Durée : 60 minutes

Matériel : Feuilles et stylos

Ressources médiatiques : Le scénario (audiovisuel, écrit, ...) d'une compétition sportive au cours de laquelle il y a peu d'action. Par exemple : l'extrait d'un match de foot sans « beau » jeu ni but marqué, d'une course cycliste sans échappée, d'un marathon couru en peloton, etc.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	5'	Introduire l'activité et donner le scénario suivant : « <i>Il y a en ce moment une compétition sportive (cf. détails du corpus médiatique) durant laquelle il ne se passe pas grand-chose. Vous devez cependant couvrir l'évènement pendant trois minutes trente sur les ondes radios. Que pouvez-vous donc en dire ?</i> »
P	15'	Faire des sous-groupes et leurs demander de préparer un commentaire radio
GR	20'	<i>A l'antenne !</i> Chaque sous-groupe réalise son commentaire.
GR	20'	Discuter sur les ressorts auxquels il est fait appel lors de la mise en évènement d'une compétition sportive (enjeux, sources d'intérêt, etc.) Identifier si la mise en événement d'une compétition sportive induit d'avoir recours à certains préjugés ou éléments discriminants

Variantes : L'exercice, en tant qu'activité d'éducation aux media et bien qu'il puisse s'introduire par la mise en situation de production décrite ci-dessus, se centrera davantage sur l'analyse des commentaires (utilisation d'une situation non-fictive). Les participant/es sont invité/es à identifier les différents types d'information (commentaires, choix de cadrage, etc.) et à comprendre les éléments constitutifs de la mise en évènement de l'action.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Langage et mots** » : *Activité n°15. One, Two, Tweet*

Parcours « **Sport** » : *Activité n°18. En coulisse*

N° de l'activité : 22

Titre de l'activité : Quelle histoire !

Analyse

Belgique

Mots-Clés : Stéréotype / Récit / Sport

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les
- Professionnel/les des media
- Educateur/trices aux media

Contexte : Quelles sont nos propres représentations des media de la presse d'information quotidienne ? Par quels stéréotypes sommes-nous influencés pour imaginer la couverture médiatique d'un événement sportif dans les journaux ? Cet exercice permet de prendre conscience de ceux-ci et de les comparer avec ceux des articles qui ont le sport pour sujet ou pour contexte.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Distinguer les types d'information véhiculée par les récits sportifs**
- ✓ **Identifier les stéréotypes dans les récits sportifs**
- ✓ **Analyser les liens entre la présence des stéréotypes et les différents types de récits sportifs**

Durée : 95 à 120 minutes

Matériel :

- Feuilles et stylos
- Feutres/surligneurs de différentes couleurs

Ressources médiatiques : Productions médiatiques (articles de journaux) issues de la presse de sport et rédigées par des confrères

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	20'	Définir la notion de stéréotype Définir les différents niveaux de récit : <ul style="list-style-type: none">• Fait sportif (ex : un match de football)• Récit para-sportif (ex : le comportement des supporter/trices dans les tribunes)• Récit extra-sportif (ex : les conquêtes amoureuses d'un/e joueur/euse)• Récit méta-sportif (ex : le/la journaliste revient sur son propre discours ou sur ses conditions de travail)
I	5'	Distribuer un corpus de journaux à chaque participant/e et leur indiquer sur quel article il/elles doivent travailler
I	15'	Demander à chaque participant/e de pointer dans l'article les différents niveaux de récits (une couleur différente pour chacun de ceux-ci)
I	15'	Inviter chaque participant/e à identifier les marqueurs de langage qui expriment ou induisent des stéréotypes
GR	20-35'	Demander à chaque participant/e de présenter son analyse et ses observations
GR	20'	Lors d'une mise en commun, demander au groupe de tirer des conclusions de leurs observations par différentes questions : <ul style="list-style-type: none">• Il y a-t-il des stéréotypes dans les textes analysés ?• Si oui, au sein de quel niveau de récit se trouvent-ils ?• Quelles influences ces observations auront sur leurs futures pratiques professionnelles ?

Variantes : Si le public ciblé sont des étudiant/es, ils peuvent également travailler sur leurs propres productions. Pour réaliser cette activité, l'éducateur/trice aux media utilisera le corpus de son choix. Il/elle peut également faire procéder à l'analyse de la répartition (présence/absence) de ces différents niveaux de récit selon les différents types de presse.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Stéréotypes et représentations** » : *Activité n°22. Eddy Mercury arrête sa carrière*

Parcours « **Sport** » : *Activité n°9. Joue-la comme Beckam !*

N° de l'activité : 23

Titre de l'activité : Eddy Mercury arrête sa carrière

Sensibilisation

Belgique

Mots-Clés : Stéréotypes / Célébrités / Sport

Publics cibles :

- Etudiant/es en journalisme
- Journalistes professionnel/les

Contexte : Eddy Mercury arrête sa carrière ! Que va-t-il laisser comme souvenirs dans la presse ? Les journalistes mettent en avant certaines caractéristiques des sportif/ves lors de ces « hommages ». Mais sont-ils exempts de stéréotypes ?

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Se décentrer par rapport à ses propres représentations**
- ✓ **Prendre conscience des cadres de référence d'un media et de son discours**

Durée : 60 minutes

Matériel :

- Feuilles et stylos
- ordinateur

Ressources médiatiques : Une biographie fictive d'un sportif/ve fictif /ve inventée par le/la formateur/trice sur base de ressources médiatiques connues par le groupe

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	10'	Présenter un personnage sportif fictif et donner des détails biographiques tout aussi fictifs
I	20'	Demander à chaque participant/e de rédiger une brève ou article relatif à la fin de carrière de ce/tte sportif/ve. Il/elles devront s'inspirer de la biographie et ajouter au moins une caractéristique extra sportive ⁵ .
P	15'	Regrouper les participant/es par deux et leur demander de discuter ensemble de leurs productions. Ce feedback doit leur permettre de prendre conscience de leurs représentations.
GR	15'	Faire la synthèse des expériences et initier un débat sur les représentations des sportif/ves dans la presse

Variantes : Le public cible peut se composer d'un mélange d'étudiant/es et de professionnel/les de l'information. L'activité peut également se dérouler à partir d'éléments véridiques (un/e vrai/e sportif/ve avec ses propres données biographiques et sportives) afin de comparer ensuite les articles d'hommage de fin de carrière imaginés par les participant/es et ceux qui sont apparus dans la presse.

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Sport** » : *Activité n° 24. En route pour les Jeux Olympiques !*

Parcours « **Stéréotypes et Représentations** » : *Activité n°14. Nos héros de BD sont métamorphosés !*

⁵ Est qualifié d'extra sportive une caractéristique relative au/à la sportif/ve mais qui n'a aucun rapport avec ses compétences sportives (ex : une conquête amoureuse)

N° de l'activité : 24

Titre de l'activité : En route pour les Jeux Olympiques !

Analyse

France

Mots-Clés : Genre / Représentations / Traitement médiatique

Publics cibles :

- Journalistes professionnel/les
- Formateur/trices de journalistes
- Éducateur/trices aux media

Contexte : Comme leurs homologues masculins, les joueuses de Hockey belges sont qualifiées pour les Jeux Olympiques ! Le traitement médiatique de ces deux équipes a-t-il été le même ? Comment la presse belge a-t-elle décrit ces « héros » ? Des questions de genre et de style journalistique sont en perspectives.

Objectifs de l'activité :

- ✓ **Analyser le traitement médiatique de l'information liée au sport, des mécanismes de représentations en lien avec la non-discrimination et la question du genre**
- ✓ **Identifier les éventuelles différences de traitement médiatiques entre un événement sportif masculin et féminin**

Durée : 90 minutes

Matériel :

- Feuilles et stylos
- ordinateur

Ressources médiatiques : Corpus de contenus médiatiques (presse écrite, radio, TV et liens Internet) qui sont en rapport avec l'événement concerné. L'événement sera de préférence la victoire d'une équipe nationale féminine et masculine.

Remarque :

Nous prenons ici l'exemple belge, mais cet exercice peut s'appliquer à toute équipe nationale féminine et masculine d'une même discipline sportive dans d'autres pays.

Déroulement de l'activité :

Mode de groupement	Timing	Démarche
GR	10'	Introduire l'activité et en présenter les objectifs Présentation de l'évènement sportif dans son contexte (victoire masculine et féminine)
GR	15'	Faire visionner les extraits TV choisis qui commentent l'évènement Faire écouter les extraits radio qui commentent l'évènement Distribuer les articles de presse qui commentent l'évènement
P	20'	Créer un nombre pair de sous-groupes Demander à la moitié de ces groupes de travailler sur la victoire masculine et à l'autre de travailler sur la victoire féminine Demander à chaque sous-groupe d'analyser le corpus (audio, écrit et visuel), en identifiant selon la grille suivante : <ul style="list-style-type: none"> - les éléments narratifs relevant du champ lexical de l'émotion - les éléments narratifs relevant du champ lexical de l'information - les éléments narratifs de mise en récit
GR	20'	Demander à chaque sous-groupe de présenter aux autres son analyse et son interprétation des observations
GR	20'	Demander aux participant/es d'identifier les différences de traitements médiatiques (si elles existent) entre la victoire féminine et masculine

Variantes : Le public cible peut se composer d'un mélange d'étudiant/es et de professionnel/les de l'information. Cette analyse peut s'appliquer également à d'autres champs de l'information (Politique, économique, etc.)

Suggestions de prolongement :

Parcours « **Sport** » : *Activité n°22 Quelle histoire !*

Parcours « **Stéréotypes et représentations** » : *Activité n°22 Quelle histoire !*

*Cette activité est l'ultime proposée pour le parcours « **Genre** »*

UNITES & ACTIVITES DE FORMATION

Présentation des différentes unités thématiques de formation regroupant plusieurs activités présentées précédemment ; certaines activités pouvant se retrouver dans différentes unités de formation. La classification des activités par ordre croissant n'indique en rien une quelconque progression pédagogique.

Unités	Activité	Titre	Type	Contenu	Publics
Stéréotypes & Représentations	1	A vous de jouer	Sensibilisation	Jeu entre les participants avec étiquettes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	2	No sex	Sensibilisation	Rédaction d'un article à partir de renseignements neutres de genre	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	4	Rentrer dans les cadres	Sensibilisation	Représentations du genre à partir de portraits	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	6	Carte d'identité, s'il vous plaît !	Identification	La construction identitaire des athlètes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	8	Imaginer une couverture médiatique	Identification / Analyse	Créer une couverture médiatique et comparer les représentations des participants avec ceux des journaux.	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	10	Ecrire et se jouer des préjugés	Analyse	Jeu de rôle d'analyse des productions des uns et des autres.	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media

	14	Nos héros de BD sont métamorphosés !	Analyse / Courte production	Changer les héros de BD	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	19	Parodie-toi toi-même !	Production	Production d'une parodie sur des stéréotypes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	22	Quelle histoire !	Analyse	Identifier les niveaux de récit dans un article sportif	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	23	Eddy Mercury arrête sa carrière	Sensibilisation	Article d'hommage avec éléments biographiques	Etudiant/es Journalistes
	24	En route pour les Jeux Olympiques	Analyse	Analyse du traitement différencié masculin/féminin	Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
Langage et mots	2	No sex.	Sensibilisation	Rédaction d'un article à partir de renseignements neutres de genre	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	3	Qui est-ce ?	Sensibilisation	Devinette sur les célébrités	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	5	Tabou ! Dites-le avec d'autres mots !	Sensibilisation / Identification	Travail sur le langage dans le commentaire en direct	Etudiant/e Journaliste Educateur/trice aux media

	6	Carte d'identité, s'il vous plaît !	Identification	La construction identitaire des athlètes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	7	Où sont les femmes ?	Identification	Analyse des représentations du genre	Etudiant/e Journaliste Educateur/trice aux media
	11	Images au choix	Analyse	Associer images et textes et travail sur la fonction de la légende	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	15	One, Two, Tweet !	Analyse / Courte production	Décrire, légender et twitter une image	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	21	Raconter un non-événement	Production / Analyse	Commenter une compétition où il ne se passe rien	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
Le journalisme, notre métier	10	Ecrire et se jouer des préjugés	Analyse	Jeu de rôle d'analyse des productions des uns et des autres.	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	12	Les Hooligans de l'information	Analyse	Analyse des commentaires sur presse en ligne	Etudiant/e Journaliste Educateur/trice aux media
	13	Garder à l'œil	Analyse	Observer les contenus médiatiques	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media

	16	La check-list	Autocritique / Analyse	La check-list comme analyse de ses pratiques	Etudiant/es Journalistes
	17	Et si on jouait à la conférence de rédaction ?	Mise en situation / Autocritique	Jeu de rôle sur la justification des reportages	Etudiant/es Journalistes
	18	En coulisse	Mise en situation / Production	Séminaire lors d'un évènement sportif	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	20	Sur le terrain !	Production / Rencontre	Reportage sur une communauté, un groupe discriminé	Etudiant/es Journalistes
Image	4	Rentrer dans les cadres	Sensibilisation	Représentations du genre à partir de portraits	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	7	Où sont les femmes ?	Identification	Analyse des représentations du genre	Etudiant/e Journaliste Educateur/trice aux media
	9	Joue-là comme Beckham	Analyse	Analyse de film	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	11	Images au choix	Analyse	Associer images et textes et travailler sur la fonction de la légende	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	15	One, Two, Tweet	Analyse / production	Décrire, légènder et twitter une image	Etudiant/e / Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media

Sport	1	A vous de jouer	Sensibilisation	Match entre les participants avec étiquettes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	2	No sex.	Sensibilisation	Rédaction d'un article à partir de renseignements neutres de genre	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	3	Qui est-ce ?	Sensibilisation	Devinette sur les célébrités	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	9	Joue-là comme Beckham	Analyse	Analyse de film	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	18	En coulisse	Mise en situation / Production	Séminaire lors d'un évènement sportif	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	21	Raconter un non-évènement	Production / Analyse	Commenter une compétition où il ne se passe rien	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	22	Quelle histoire !	Analyse	Identifier les niveaux de récit dans un article sportif	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	23	Eddy Mercury arrête sa carrière	Sensibilisation	Article d'hommage avec éléments biographiques	Etudiant/es Journalistes

	24	En route pour les Jeux Olympiques	Analyse	Analyse du traitement différencié masculin/féminin	Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
A travers l'humour et le jeu	1	A vous de jouer	Sensibilisation	Match entre les participants avec étiquettes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	3	Qui est-ce ?	Sensibilisation	Devinette sur les célébrités	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	14	Nos héros de BD sont métamorphosés !	Analyse / Production	Changer les héros de BD	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	17	Et si on jouait à la conférence de rédaction ?	Mise en situation / Autocritique	Jeu de rôle sur la justification des reportages	Etudiant/es Journalistes
	19	Parodie-toi toi-même !	Production	Production d'une parodie sur des stéréotypes	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media
	Genre	2	No sex	Sensibilisation	Rédaction d'un article à partir de renseignements neutres de genre
4		Rentrer dans les cadres	Sensibilisation	Représentations du genre à partir de portraits	Etudiant/e Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media

	7	Où sont les femmes ?	Identification	Analyse des représentations du genre	Etudiant/e Journaliste Educateur/trice aux media
	24	En route pour les Jeux Olympiques	Analyse	Analyse du traitement différencié masculin/féminin	Journaliste Autre professionnel/le des media Educateur/trice aux media

Media, Diversité & Sport – Points 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!