



## Médias pour la diversité Séminaire de validation de l'étude sur les médias et la diversité

Prague, Hotel Mercure Gallery

### CONCEPT DU SEMINAIRE

Tous les individus sont égaux devant la loi et sont protégés contre la discrimination. Cette perception est-elle partagée par les médias ?

Bien que ces droits fondamentaux figurent dans la Convention européenne des droits de l'Homme et que l'art. 13 du Traité européen donne à la Communauté le pouvoir d'agir dans la lutte contre la discrimination fondée sur le sexe, l'origine raciale ou ethnique, la religion ou les convictions, le handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle, il n'est pas évident de savoir comment les médias abordent ces questions de diversité.

Selon une enquête Eurobaromètre de 2007, deux tiers des Européens estiment que les médias ont un rôle important à jouer dans la lutte contre la discrimination. Le présent séminaire se penchera sur les pratiques des médias, telles que perçues par les citoyens, par le biais d'initiatives sélectionnées pour leur contribution à mieux refléter la diversité dans les médias européens, avec la participation de professionnels des médias, d'experts, d'universitaires et de décideurs politiques.

Ce séminaire constitue la dernière étape d'un long processus de recherche, d'enquête et d'analyse regroupant plus de 150 initiatives (voir [www.media4diversity.eu](http://www.media4diversity.eu)) étudiées depuis mai 2008. Une équipe d'experts, travaillant pour le compte de la Commission européenne, a présélectionné les 30 « meilleures initiatives » et doit rédiger une publication sur les meilleures pratiques des médias, qui comprendra des recommandations aux médias, aux organisations de la société civile et aux décideurs politiques sur la façon de poursuivre l'action.

Le séminaire rassemblera des représentants des 30 initiatives identifiées, menées par des médias ou par des organisations de la société civile, et visant à une meilleure prise en compte de la diversité dans les médias européens, ainsi que des professionnels des médias, experts, des représentants des milieux universitaires, d'ONG de lutte

contre la discrimination, d'organismes d'égalité de traitement et de décideurs actifs dans les secteurs de la diversité et des médias.

Au total, quelque 100 personnes issues de la plupart des Etats membres de l'UE mettront leurs idées en commun et débattront des mesures à prendre avant d'arrêter définitivement les recommandations qui seront intégrées dans la publication mentionnée plus haut.

Dans un monde où règne l'incertitude, où les différences créent des situations difficiles à travers toute l'Europe, les médias peuvent exercer une forte influence sur l'élaboration des opinions et l'acceptation de la diversité sociale. Alors que certains s'interrogent sur la valeur de la diversité, ce séminaire, et les recommandations qui en émaneront, permettra de renforcer la diversité des contenus des médias partout en Europe.

Il s'agit en l'occurrence d'un défi de taille à un moment où la société doit accorder une plus grande attention à ceux qui sont victimes de discriminations. La diversité ne se réduit pas qu'au droit et à la politique ; elle est le reflet de la réalité sociale dans l'Europe actuelle.

L'inclusion sociale dans les médias et la réaffirmation des valeurs éthiques sont les ingrédients clés d'une stratégie de la diversité appliquée par les médias dans le souci de concrétiser les aspirations au changement identifiées tant au cours de l'Année européenne 2008 du dialogue interculturel que de l'Année européenne 2007 de l'égalité des chances pour tous.

## **LE SEMINAIRE EN ACTION**

Le premier jour, un représentant du gouvernement de la République tchèque s'exprimant au nom de la Présidence du Conseil des ministres ouvrira le séminaire, et la Commissaire responsable de la société de l'information et des médias, Mme Viviane Reding, sera présentée par un message vidéo ; les participants auront ensuite l'occasion d'entendre les réflexions stimulantes de Mme Yasmin Alibhai-Brown, qui se définit elle-même comme la première et toujours unique « personne de couleur » collaborant aux journaux britanniques *The Independent* et *London Evening Standard*.

La présentation des résultats de l'étude sera suivie d'une introduction participative des 30 meilleures initiatives. Le deuxième jour, les participants représentant la plupart des Etats membres de l'UE échangeront leur expertise, leurs analyses ainsi que des réflexions stimulantes pour le débat. Leur expérience et leurs idées laissent présager un débat dynamique au cours duquel ils seront tous encouragés à faire connaître leurs activités, leurs propositions novatrices, ainsi que les solutions qu'ils envisagent dans le cadre des défis liés à la problématique des médias et de la diversité.



La matinée du second jour comprendra deux sessions, chacune d'elles se déclinant en trois ateliers organisés en parallèle et permettant un débat plus approfondi en groupes restreints.

## **SESSION I: REFLETER LA DIVERSITE – LES DEFIS QUE POSE LA DIVERSITE DANS CHAQUE PAYS**

Le paysage médiatique diffère d'un pays à l'autre : la politique, l'histoire, la culture et la gouvernance des médias sont différents, ce qui explique le souhait des organisateurs de débattre des spécificités locales ou nationales de trois groupes régionaux représentant le premier le Nord-Ouest, le deuxième le Sud et le troisième le Centre et l'Est de l'Europe. Cette session n'a pas pour seul objectif l'échange d'idées ; elle est également nécessaire pour discuter des projets de recommandations et pour les revisiter en fonction des réalités géographiques ou locales. Les débats porteront notamment sur les points suivants :

- ❖ *Qu'est-ce qui, pour l'essentiel, empêche de rendre compte de la diversité ou quelles sont les grandes insuffisances en la matière ?*
- ❖ *Existe-t-il, dans chaque Etat membre, un cas commercial pour les médias à traiter de la diversité?*
- ❖ *Cette question relève-t-elle de la responsabilité sociale d'entreprise des médias ?*
- ❖ *Quels sont les objectifs réalistes pour chaque région ?*

## **SESSION II: LA VOIE A SUIVRE**

La discussion sera centrée sur l'actuel projet de recommandations de l'étude à présenter aux trois groupes cibles définis par l'équipe de l'étude, à savoir les décideurs politiques, européens et nationaux, les groupes de la société civile et la communauté des médias.

Dans chacun des trois ateliers organisés en parallèle devraient se retrouver des représentants des diverses parties prenantes afin qu'il soit possible d'élaborer des stratégies aussi cohérentes et intégrées que possible. A cette fin, les participants sont invités à ne pas choisir uniquement l'atelier qui correspond à leur propre appartenance professionnelle, mais sont, au contraire, encouragés à se partager entre les différents ateliers. Les questions suivantes seront posées dans chacun des groupes :

- ❖ *Quelle est l'expérience pratique (bonne et mauvaise) de chaque groupe cible (médias, société civile et décideurs politiques) ?*
- ❖ *Quelles sont les recommandations les plus prometteuses –en tenant compte à la fois de l'urgence et du plus long terme ?*
- ❖ *Le projet de recommandations doit-il être modulé pour tenir compte des réalités régionales, telles qu'elles auront été discutées lors de la session I ?*

Lorsque tous les débats auront pris fin, les résultats de l'étude et du séminaire viendront enrichir la publication finale, qui sera diffusée dans les réseaux professionnels de tous les participants, sur papier et en ligne, à la fin de mars 2009.

