



KEY COMPETENCES
IN MEDIA PRODUCTION
FOR RADIO, FILM
AND TELEVISION

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

Méthodologie de gestion inclusive

October 2019 - March 2022



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



“The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein”.

PROJECT PARTNERS



PROJECT INFORMATION

Project number: 2019-1-RO01-KA202-063974

October 2019 - March 2022

www.rtv-erasmusproject.eu

This cover has been designed using resources from www.Freepik.com



KEY COMPETENCES
IN MEDIA PRODUCTION
FOR RADIO, FILM
AND TELEVISION

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union




Méthodologie de gestion inclusive



Contenu

	Introduction.....	6
---	--------------------------	----------

	Chapitre 1 – Concepts clés qui définissent la gestion inclusive.....	8
---	---	----------

1.1. Management inclusif : définition, objectifs et buts

1.1.1 Définition de l'inclusion

1.1.2 Les 7 piliers de l'inclusion

1.1.3 Définition de la gestion

1.1.4 Principales caractéristiques de la gestion


1.1.5 Définition de la gestion inclusive

1.2. Principales caractéristiques de la gestion inclusive

1.2.1 Comment mettre en place une démarche de « management inclusif »

1.2.2 Les étapes d'un processus de management inclusif

1.2.3 Les avantages d'un processus de gestion inclusif

	Chapitre 2 – Inclusion dans le projet RTV.....	15
---	---	-----------

2.1. Management inclusif dans la formation aux médias : l'implication des principaux acteurs

2.2.1 Définition de l'industrie des médias

2.2.2 Apprentissage collaboratif : les enseignants impliquent les apprenants

2.2.3 Participation d'experts : écoles impliquant des journalistes professionnels

2.2.4 Journalisme citoyen : des journalistes soutenus par les citoyens

2.2. *Inclusion et diversité*



Chapitre 3 - Enseigner l'inclusion dans les

classes de medias.....35

3.1. *Exercer*

Des pratiques communes et co-constructives

3.2. *Exercer*

Journalisme citoyen, médias sociaux et diversité culturelle. Utiliser les outils journalistiques pour sensibiliser à la diversité culturelle

3.3 *Étude de cas*

La sociologie de la mixité. Les couples interculturels dans le cinéma européen

Introduction

Les principaux objectifs de ce résultat sont :

- Une meilleure articulation entre le contenu de la formation en production média et les nouvelles pratiques professionnelles
- Accroître le taux d'emploi des étudiants
- Une attitude proactive des futurs professionnels face aux enjeux et évolutions de la production média

Compte tenu de l'importance de ce type d'approche pour notre projet, nous intégrerons des campagnes de sensibilisation sur les enjeux et les pratiques du management inclusif aussi bien dans la formation des formateurs que des étudiants.

Dans le cadre du programme de formation RTV, la méthodologie de gestion inclusive sera mise en œuvre à trois niveaux :

Niveau 1 – Cours sur les concepts clés qui définissent le Management Inclusif et ses enjeux

Niveau 2 - Pratiques pour le développement de compétences inclusives

- Prise en compte des différents points de vue
- Établissement d'un consensus
- Surmonter les différences et les frontières
- Décision participative

Niveau 3 – Exercices pratiques pour le développement des compétences en Management Inclusif :

- Construire le programme de formation en fonction des besoins d'intégration des institutions médiatiques en termes de connaissances et de compétences (objectifs de formation, cursus, outils pédagogiques)
- Inviter les journalistes à participer activement au processus de formation des étudiants (témoignages, compétence, transfert, tutorat)

- Organiser une insertion professionnelle progressive des étudiants, par des actions de formation au sein des institutions médiatiques (stages d'observation, analyse des pratiques, etc.)
- Sensibiliser les étudiants à la diversité, aux pratiques inclusives et à leurs représentations dans les productions médiatiques
- Formation des étudiants à l'attitude active, à la pensée critique et à l'innovation

Tout en abordant un nouveau concept ou une nouvelle méthodologie pour comprendre et mettre en œuvre à partir de sa signification, une stratégie utile consiste à utiliser des termes différents avec des significations complémentaires. Il est assez courant que le tout soit supérieur à la somme des parties : les facettes du terme « management inclusif » sont encore plus diverses que les termes « inclusif » et « management » pris séparément. Pour mieux comprendre les implications de la gestion inclusive, le point de départ est une analyse systématique de sa signification.



1

Chapitre 1 – Concepts clés qui définissent la gestion inclusive

Politique publique.

1.5.6 Autres concepts clés qui définissent la gestion inclusive et ses aspects

Participation

La participation aux sciences sociales fait référence aux divers mécanismes par lesquels le public exprime ses opinions - et idéalement exerce une influence - sur les décisions politiques, économiques, de gestion ou autres décisions sociales. La prise de décision participative peut avoir lieu dans n'importe quel domaine de l'activité sociale humaine, y compris économique, politique, managérial, culturel ou familial. Pour qu'une participation éclairée se produise, on soutient qu'une certaine version de la transparence, par exemple la transparence radicale, est nécessaire mais pas suffisante. Il a également été avancé que les plus touchés

Engagement social

L'engagement social est lié à la participation à des activités collectives, qui renforcent le capital social et les normes sociales. Les éléments clés de l'engagement social comprennent l'activité (faire quelque chose), l'interaction (au moins deux personnes doivent participer à l'activité), l'échange social (l'activité implique de donner ou de recevoir quelque chose des autres) et l'absence de

coercition (il n'y a pas de extérieur). la force qui oblige un individu à s'engager dans l'activité). Pour l'essentiel, l'engagement social exclut les activités pour lesquelles on est rémunéré ou les obligations familiales.

Une mesure courante de l'engagement social est le volume quantifiable d'activité. Une forme traditionnelle d'engagement social, telle que la fréquentation de l'église, peut être mesurée par le nombre de visites à l'église. Dans le cadre d'Internet, une mesure de l'engagement social sur un forum de discussion peut prendre la forme du nombre de messages publiés.

L'un des principaux thèmes de l'étude de l'engagement social par les spécialistes des sciences sociales concerne la question de savoir si les individus sont plus ou moins impliqués dans diverses communautés. Certaines études ont suggéré que les technologies modernes de l'information et de la communication ont permis aux individus de s'impliquer socialement plus facilement dans des communautés plus éloignées ou virtuelles et ont donc diminué leur implication dans les communautés locales.

La promotion de comportements positifs et d'occasions d'engagement social est également un objectif clé dans le domaine du développement positif des jeunes.

1.2. Principales caractéristiques de la gestion inclusive

1.2.1 Comment mettre en place une démarche de « management inclusif »

Il existe différentes stratégies[10] pour mettre en place un processus de management inclusif, notamment lorsqu'il se réfère au monde du travail :

1. Créer une culture ouverte et responsable
2. Montrer l'exemple
3. Partagez le travail avec l'apport de l'équipe
4. Prenez votre temps pour vous connecter
5. Prenez le temps de fournir un soutien



Créer une culture ouverte et responsable

Les managers inclusifs communiquent ouvertement avec les membres de l'équipe, leur donnent une voix et demandent des commentaires. En conséquence, ils créent une culture définie par la transparence, l'honnêteté et la confiance. Grâce à cette culture, ces managers permettent aux gens de prendre des décisions, et les employés sentent qu'ils s'approprient davantage leur travail.

Montrer l'exemple

Les managers inclusifs non seulement communiquent une culture inclusive, mais vivent les normes qu'ils essaient d'inculquer à leur équipe. Par exemple, ils communiquent leurs propres erreurs et sont ouverts et transparents avec leur équipe, encourageant leurs employés à faire de même. Par exemple, lorsque les managers parlent d'une erreur qu'ils ont commise et de ce qu'ils en ont appris, leur équipe est plus susceptible de communiquer plutôt que de dissimuler ses propres erreurs.

Partager le travail avec l'apport de l'équipe

Les managers inclusifs voient la répartition du travail comme un processus collaboratif entre le manager et le membre de l'équipe. Ils donnent aux gens la possibilité de travailler sur des projets qui les intéressent particulièrement et s'assurent que les gens ont des missions étendues. Pour le faire efficacement, ils sollicitent les commentaires des gens avant de distribuer des tâches.

Prenez votre temps pour vous connecter

Les managers inclusifs prennent le temps de socialiser de manière structurée avec leurs équipes. Concrètement, ils organisent des événements de team building fréquents et structurés. La recherche montre que ce type de socialisation structurée conduit à une plus grande confiance organisationnelle et à un sentiment d'appartenance, en particulier pour les personnes sous-représentées dans une organisation.



Prendre le temps d'apporter son soutien

Si un membre de l'équipe est en difficulté, des managers exceptionnellement inclusifs apportent un soutien supplémentaire. Ils peuvent affecter un pair mentor ou fournir du temps personnel supplémentaire pour guider leur collègue.

1.2.2 Les étapes d'un processus de management inclusif

Chaque projet émis dans le cadre d'un processus de gestion inclusive peut être divisé en étapes, et cette division facilite l'évaluation de quand et dans quelle mesure une approche inclusive est pertinente. D'un point de vue institutionnel, il existe quatre étapes clés d'un processus de gestion inclusive :

1. Phase de recherche
2. Phase de conception
3. Phase de mise en œuvre
4. Phase d'évaluation

La phase de recherche est celle où le problème de développement est précisément défini. Toutes les parties prenantes concernées peuvent être impliquées dans ce processus. La recherche autour de la question du développement peut inclure l'étude des expériences passées, des connaissances et attitudes individuelles et communautaires, des politiques existantes et d'autres informations contextuelles pertinentes liées aux conditions socio-économiques, à la culture, à la spiritualité, au genre, etc.

La phase de conception définit les activités réelles. Une approche participative permet d'assurer l'appropriation et l'engagement des communautés concernées. La participation active des citoyens locaux et des autres parties prenantes vise à accroître à la fois la qualité et la pertinence des interventions proposées.

L'étape de mise en œuvre correspond à la mise en œuvre de l'intervention prévue. La participation à ce stade augmente l'engagement, la pertinence et la durabilité.

L'étape d'évaluation permet de s'assurer que les changements les plus significatifs sont exprimés, portés à l'attention de tous et évalués. Pour une évaluation significative, les indicateurs et les mesures doivent être définis dans un processus participatif dès le début de l'initiative impliquant toutes les parties prenantes concernées.

1.2.3 Les avantages d'un processus de gestion inclusif

Si toutes les étapes ont été suivies avec précision, un processus de gestion inclusif peut entraîner les avantages suivants :

1. Une plus grande satisfaction au travail
2. Baisse du chiffre d'affaires
3. Productivité accrue
4. Meilleur moral
5. Créativité et innovation accrues
6. Amélioration de la résolution de problèmes
7. Accroître la flexibilité organisationnelle
8. De meilleurs employés

Une plus grande satisfaction au travail

Lorsque vous vous sentez apprécié pour votre travail et vos contributions, vous serez plus satisfait de votre travail. L'appréciation est un facteur de motivation incroyable et cela ne signifie pas toujours donner plus d'argent (cela peut être aussi simple que de reconnaître l'individu pour son travail acharné et son dévouement). Les organisations inclusives ont tendance à reconnaître le travail acharné de leurs employés.

Baisse du chiffre d'affaires



Si vous êtes reconnu et apprécié et que vous voyez que le travail que vous faites est précieux, pourquoi voudriez-vous partir ? Les gens quittent les organisations qui, selon eux, profitent d'eux (ou d'autres personnes), mais pas les organisations inclusives. Les organisations inclusives trouvent des

moyens de montrer visiblement à quel point elles apprécient tous les contributeurs, et cela maintiendra les gens là-bas.

Une plus grande productivité

Les organisations inclusives aident à augmenter la productivité des individus parce qu'ils sont motivés et savent que leur travail est valorisé. Dans un environnement où ils sentent que leur travail sera ignoré, il n'y a aucune motivation pour un employé à trouver des moyens de travailler plus intelligemment. Mais quand

le travail est visible et apprécié, les gens sont motivés à faire encore mieux, non seulement pour eux-mêmes, mais pour l'entreprise.

Meilleur moral des employés

Le bonheur est quelque peu contagieux. En étant inclusif et en valorisant tout le monde, les employés sont plus susceptibles d'être satisfaits de leur travail. Et si les gens autour de vous sont heureux et satisfaits, tout individu est plus susceptible d'être heureux également.

Créativité et innovation accrues

La diversité des personnes apporte la diversité de la pensée qui apporte la diversité des idées. Et lorsque vous combinez ces différentes idées ensemble, vous pouvez trouver la solution créative ou la prochaine innovation révolutionnaire qui n'aurait jamais été découverte sans différents esprits travaillant ensemble.

Amélioration de la résolution de problèmes



Il existe deux manières courantes de résoudre un problème : 1) remarquer un problème similaire auparavant et réappliquer une solution modifiée, ou 2) comprendre les défis des problèmes et ensuite proposer une solution créative pour le résoudre. Avoir des origines diverses améliore la probabilité des deux : des expériences plus diverses signifient 1) augmenter les chances que quelqu'un ait déjà résolu un problème similaire auparavant ; 2) promouvoir des idées créatives qui pourraient résoudre le problème.

Accroître la flexibilité organisationnelle

Le monde peut changer assez rapidement et les meilleures organisations sont celles qui peuvent s'adapter à ce changement. Une organisation inclusive est flexible et peut s'adapter à l'évolution du monde car elle est diversifiée, collaborative et une communication constante permet aux gens de passer d'un rôle à un autre avec plus de rapidité et de compétence. À mesure que les conditions changent, l'organisation inclusive peut changer avec elles.

De meilleurs employés

L'avantage à long terme pour les organisations inclusives est qu'elles créent, attirent et retiennent les meilleurs employés. Il les crée en améliorant les compétences en résolution de problèmes et en encourageant une croissance et une amélioration constantes. Ils les attirent parce que les gens veulent travailler pour une entreprise performante, qui valorise la diversité et dont le moral des employés est élevé. Ils les gardent parce que l'entreprise grandit, les gens se sentent valorisés et heureux dans ce qu'ils font. Tout cela signifie de meilleurs employés, ce qui signifie de meilleurs résultats pour l'entreprise.

2

Chapitre 2 – Inclusion dans le projet RTV

2.1. Gestion inclusive dans le secteur des médias : impliquer les principaux acteurs

Pour en revenir à la définition fournie, 1) l'approche de gestion inclusive est applicable dans de nombreux contextes et contextes, et 2) sa définition est très fluide et dynamique, en fonction de la typologie des utilisateurs cibles - et des aptitudes, compétences, perspectives personnelles et expertise connexes. – impliqué dans ce processus continu.

Le présent point analysera les déclinaisons possibles de l'utilisation de l'approche de gestion inclusive dans l'industrie des médias et les facettes diversifiées selon les utilisateurs cibles concernés.

2.2.1 Définition de l'industrie des médias

"L'industrie des médias n'est pas un monolithe, mais plutôt un conglomérat de différentes industries dont l'activité commune est la création de contenu médiatique. Kung (2008: 17)

Les médias sont les points de communication ou les outils utilisés pour stocker et fournir des informations ou des données. Le terme fait référence aux composants de l'industrie de la communication des médias de masse tels que la presse écrite, l'édition, les médias d'information, la photographie, la cinématographie, la radiodiffusion (radio et télévision) et la publicité.

Les médias de masse font référence à une gamme variée de technologies médiatiques qui atteignent un large public grâce à la communication de masse. Les technologies par lesquelles cette communication se produit comprennent une variété de débouchés. Les médias audiovisuels – qui sont au cœur de la méthodologie actuelle – transmettent l'information par voie électronique par des moyens tels que les films, la radio, la musique enregistrée ou la télévision. Les médias numériques englobent à la fois Internet et la communication de masse mobile. Les médias Internet comprennent des services tels que le courrier électronique, les sites de médias sociaux, les sites Web et la radio et la télévision sur Internet. De nombreux autres médias ont une présence supplémentaire sur le Web, par des moyens tels que des liens ou la diffusion de publicités télévisées en ligne ou la distribution de codes QR dans des médias extérieurs ou imprimés pour diriger les utilisateurs mobiles vers un site Web. Les médias extérieurs transmettent des informations par des moyens tels que la publicité ; panneaux d'affichage; dirigeables; panneaux d'affichage volants; enseignes ou kiosques placés à l'intérieur et à l'extérieur des autobus, des bâtiments commerciaux, des magasins, des stades sportifs, des wagons de métro ou des trains ; panneaux; écriture du ciel. Les médias imprimés transmettent des informations par le biais d'objets physiques tels que des livres, des bandes dessinées, des magazines, des journaux ou des brochures. L'organisation d'événements et la prise de parole en public peuvent également être considérées comme des formes de médias de masse. Les organisations qui contrôlent ces technologies, telles que les studios de cinéma, les maisons d'édition et les stations de radio et de télévision, sont également connues comme les médias qui forment l'industrie connexe.

Composée de plusieurs secteurs, l'industrie des médias implique plusieurs métiers et des parcours de formation diversifiés. Parmi les professions possibles, l'une des plus pertinentes est le journalisme, qui est la discipline de la collecte, de l'analyse, de la vérification et de la présentation d'informations concernant l'actualité, les tendances, les problèmes et les personnes. Le journalisme d'actualité est parfois décrit comme "le premier brouillon de l'histoire" (attribué à Phil Graham) car les journalistes couvrent souvent des événements importants en produisant des

reportages dans des délais courts. Bien qu'ils soient sous pression pour être les premiers avec leurs histoires, les médias d'information éditent et relisent généralement leurs rapports avant leur publication, en respectant les normes d'exactitude, de qualité et de style de chaque organisation. De nombreux organes de presse maintiennent leurs fières traditions de tenir les responsables gouvernementaux et les institutions responsables devant le public, tandis que les critiques des médias ont soulevé des questions sur la responsabilisation des médias eux-mêmes vis-à-vis des normes professionnelles du journalisme.

En référence aux parcours de formation possibles, il est possible d'appliquer en leur sein l'approche de gestion inclusive, dont l'applicabilité dépend de la typologie des utilisateurs cibles - et des aptitudes, compétences, perspectives personnelles et expertises associées - impliquées dans ce processus continu . Appliquer l'approche de management inclusif dans l'industrie des médias de masse, c'est énumérer les différentes approches :

- apprentissage collaboratif : les enseignants impliquent les élèves
- participation d'experts : écoles impliquant des journalistes professionnels
- approche crowdsourcing : journalistes impliquant le public

2.2.2 Apprentissage collaboratif : les enseignants impliquent les apprenants

Des professeurs de journalisme et d'audiovisuel impliquant directement les élèves et leur demandant d'apporter leur point de vue lors des plans de cours : c'est la première version de l'approche de management inclusif mise en œuvre dans l'industrie des médias. Et cette version rentre facilement dans la définition de l'apprentissage collaboratif.

"L'apprentissage collaboratif" est un terme générique pour une variété d'approches pédagogiques qui impliquent un effort intellectuel conjoint des élèves ou des élèves

et des enseignants[11] . Les étudiants travaillent généralement en groupes de deux ou plus, cherchant une compréhension mutuelle, des solutions ou des significations, ou créant un produit. Les activités d'apprentissage collaboratif varient considérablement, mais elles se concentrent principalement sur l'exploration ou l'application par les étudiants du matériel de cours, et pas seulement sur la présentation ou l'explication de celui-ci par l'enseignant.

L'apprentissage collaboratif représente un changement significatif par rapport à l'environnement typique centré sur l'enseignant ou centré sur les cours dans les salles de classe des collèges. Dans les classes collaboratives, le processus d'enseignement/d'écoute/de prise de notes peut ne pas disparaître complètement, mais il cohabite avec d'autres processus qui reposent sur la discussion des élèves et le travail actif avec le matériel de cours. Les enseignants qui utilisent des approches d'apprentissage collaboratif ont tendance à se considérer moins comme des transmetteurs experts de connaissances aux élèves et davantage comme des concepteurs experts d'expériences intellectuelles pour les élèves, comme des coachs ou des sages-femmes d'un processus d'apprentissage plus émergent.

Ainsi, l'apprentissage collaboratif est généralement illustré lorsque des groupes d'élèves travaillent ensemble pour rechercher une compréhension, un sens ou des solutions, ou pour créer un artefact ou un produit de leur apprentissage (en particulier - dans l'industrie des médias - en créant un nouveau format de télévision ou en planifiant un nouveau programme radiophonique). De plus, l'apprentissage collaboratif redéfinit la relation traditionnelle élève-enseignant, ce qui conduit à une controverse quant à savoir si ce paradigme est plus bénéfique que nuisible. Les activités d'apprentissage collaboratif peuvent inclure l'écriture collaborative, des projets de groupe, la résolution conjointe de problèmes, des débats, des équipes d'étude et d'autres activités.

L'apprentissage collaboratif vise à amener les élèves à puiser dans les ressources collectives de la communauté étudiante et à insuffler un sentiment d'indépendance et d'autonomisation, en plus de valoriser leur voisin comme une ressource importante. Compte tenu du contexte spécifique - l'industrie des médias - la gestion inclusive / l'apprentissage collaboratif, s'ils sont mis en œuvre avec succès,

pourraient remplir le véritable objectif de l'éducation, en formant des citoyens responsables qui collaborent avec leurs concitoyens pour répondre aux préoccupations sociales, économiques et autres.

Le meilleur apprentissage se produit lorsque les élèves sont activement impliqués dans un projet. L'apprentissage collaboratif est une approche qui encourage les élèves à former des groupes et à travailler ensemble pour résoudre un problème particulier.

Les apprenants bénéficient de plusieurs avantages lorsqu'ils travaillent en groupe. En particulier, grâce au management inclusif / apprentissage collaboratif, les étudiants :

- Développer les compétences sociales

L'apprentissage collaboratif amène des étudiants d'origines et de races différentes à travailler ensemble. Ils se réunissent dans un cadre qui ne serait peut-être pas possible s'il n'y avait pas d'apprentissage collaboratif. Pour résoudre le problème posé dans un projet, les élèves ont besoin de communiquer : ils sont capables d'entendre des opinions différentes et d'apprendre davantage sur les différentes cultures et pourraient également réfléchir sur leurs propres valeurs par opposition à celles des autres membres du groupe.

- Apprendre des pairs

Généralement, les gens ont des compétences, des passions et des connaissances différentes. Dans un petit groupe collaboratif, lorsqu'une question est posée, différents élèves peuvent avoir des réponses différentes, et les enfants peuvent apprendre de nouvelles choses les uns des autres, mais aussi comprendre différentes perspectives.

- Pour instaurer la confiance

Pour atteindre un objectif, les élèves doivent travailler ensemble. Ils peuvent travailler ensemble sans se faire confiance, mais pour une collaboration efficace et atteindre un objectif commun, ils doivent apprendre à se faire confiance.

- S'engager dans l'apprentissage

En petit groupe, chaque élève a la possibilité d'exprimer ses idées. Être capable de le faire et être entendu peut donner un sentiment d'importance et de valeur. L'expérience d'apprentissage devient plus amusante et les étudiants sont impatients d'en savoir plus.

- Gagner en confiance

Comme les étudiants travaillent en équipe, ils reçoivent encore plus de soutien, gagnant ainsi en confiance. L'apprentissage collaboratif peut aider les élèves timides à s'exprimer davantage. Assumer la responsabilité de la tâche à accomplir et la mener à bien pourrait renforcer la confiance des élèves. Présenter leurs idées à leurs pairs et les présenter à l'enseignant pourrait également améliorer les compétences de communication des élèves.

- Améliorer les capacités d'analyse et la pensée critique

Le travail de groupe pourrait aider les élèves à acquérir une pensée critique et des compétences en résolution de problèmes, en particulier pour les étudiants en médias. Lorsqu'une tâche est à portée de main, ils peuvent, en tant que groupe, se concentrer sur sa réussite. L'apprentissage collaboratif actif nécessite qu'un instructeur considère l'enseignement comme une méthode de développement et d'augmentation de la capacité d'apprentissage des étudiants, car leur rôle est de transmettre des informations tout en facilitant le processus d'apprentissage. Cela comprend la création et la gestion d'expériences d'apprentissage significatives qui stimulent les élèves à réfléchir aux problèmes actuels et existants.

- Améliorer les compétences en résolution de problèmes

L'apprentissage collaboratif consiste à fournir clairement une tâche pédagogique avec des instructions qui obligent les élèves à discuter du travail pour trouver des

solutions au problème. Au cours de la discussion, ils sont encouragés à écouter attentivement les commentaires des membres du groupe. Ils contribuent également au partage et peuvent réévaluer leurs opinions et tirer des conclusions. Bien que les discussions de groupe puissent parfois tomber sous le contrôle de l'individu le plus bruyant, les élèves doivent être systématiques, en donnant à chacun une chance de s'exprimer ; elles prévoient également un délai pour minimiser la position dominante. Le fait que les élèves doivent fournir des réponses à la tâche à accomplir l'oblige à participer activement à la recherche du projet en cours et examiner chaque réponse possible pour arriver à la bonne solution pour atteindre la conclusion souhaitée, améliorant ainsi les compétences de résolution de problèmes de l'individu.

- Développer des compétences d'autogestion

Pour être de bons et fiables journalistes, vidéastes ou présentateurs, les étudiants doivent être de bons résolveurs de problèmes, capables de réfléchir à des tâches difficiles et d'examiner et d'analyser des solutions. Ces compétences sont naturellement mises en œuvre à travers l'approche inclusive de gestion/apprentissage collaboratif.

- Développer des compétences en communication orale

L'apprentissage collaboratif dépend de l'efficacité du groupe pour que les élèves participent et accomplissent les tâches. La discussion en groupe repose sur de solides compétences en communication (envoyer des informations, recevoir des commentaires et les partager avec toute la classe), qui sont encore plus importantes dans l'industrie des médias. □ Améliorer les compétences en résolution de problèmes. L'apprentissage collaboratif consiste à fournir clairement une tâche pédagogique avec des instructions qui obligent les élèves à discuter du travail pour trouver des solutions au problème. Au cours de la discussion, ils sont encouragés à écouter attentivement les commentaires des membres du groupe. Ils contribuent également au partage et peuvent réévaluer leurs opinions et tirer des conclusions. Bien que les discussions de groupe puissent parfois tomber sous le contrôle de l'individu le plus bruyant, les élèves doivent être systématiques, en donnant à chacun une chance de s'exprimer ; elles prévoient également un délai pour minimiser la position dominante.

Le fait que les élèves doivent fournir des réponses à la tâche à accomplir l'oblige à participer activement à la recherche du projet en cours et examiner chaque réponse possible pour arriver à la bonne solution pour atteindre la conclusion souhaitée, améliorant ainsi les compétences de résolution de problèmes de l'individu.

- Développer des compétences d'autogestion

Pour être de bons et fiables journalistes, vidéastes ou présentateurs, les étudiants doivent être de bons résolveurs de problèmes, capables de réfléchir à des tâches difficiles et d'examiner et d'analyser des solutions. Ces compétences sont naturellement mises en œuvre à travers l'approche inclusive de gestion/apprentissage collaboratif.

- Développer des compétences en communication orale

L'apprentissage collaboratif dépend de l'efficacité du groupe pour que les élèves participent et accomplissent les tâches. La discussion en groupe repose sur de solides compétences en communication (envoyer des informations, recevoir des commentaires et les partager avec toute la classe), qui sont encore plus importantes dans l'industrie des médias.

2.2.3 Participation d'experts : écoles impliquant des journalistes professionnels

La deuxième version de l'approche de gestion inclusive utilisée dans l'industrie des médias est cohérente avec l'idée qu'un groupe peut bénéficier de l'inclusion de nouvelles personnes et – en particulier – de leurs compétences, capacités, expériences et perspectives personnelles. Le groupe qui bénéficie de l'approche de gestion inclusive est représenté par les écoles, les personnes qui offrent leurs aptitudes et compétences sont des journalistes professionnels.

Le travail des journalistes contribue à façonner la politique et l'opinion, permettant le débat et la discussion et tenant le grand public au courant de ce qui se passe dans le monde qui les entoure. Les journalistes affirment souvent que les enquêtes et les

reportages sont dans leur sang. La réalité, cependant, est que quelqu'un devait favoriser l'amour de l'écriture, aider à développer des compétences de pensée critique et leur montrer les meilleurs moyens d'obtenir les informations qu'ils recherchent à un jeune âge. Les professeurs de journalisme certifiés jouent un rôle déterminant dans la formation des futurs journalistes et l'enseignement aux étudiants des compétences essentielles de l'industrie telles que la recherche, les interviews, la rédaction et l'édition, entre autres. Une solide formation secondaire dans les bases du journalisme peut inspirer une passion permanente pour la création d'histoires informatives ou basées sur des opinions en mots, en images ou en vidéo. La gestion inclusive dans l'industrie des médias offre la possibilité de s'appuyer sur des experts expérimentés - des journalistes professionnels - dans la formation des futurs experts.

Un journaliste, agissant en tant qu'enseignant, présente une connaissance de niveau expert de l'histoire de l'industrie et partage les meilleures pratiques, leur permettant de contribuer efficacement à façonner les carrières et les moyens de subsistance de la prochaine génération de journalistes. S'appuyer sur des journalistes professionnels permet aux futurs enseignants de planifier et d'exécuter efficacement des programmes pour aider les étudiants à développer des compétences essentielles telles que l'écriture, les interviews et la recherche pour lancer des carrières dans les divers aspects du journalisme.

Les journalistes savent comment appliquer leurs connaissances sur le développement historique du journalisme, sont pleinement conscients du rôle des médias dans la société et évaluent les compétences nécessaires pour être un producteur critique dans l'industrie des médias. Plus important encore, leurs références professionnelles les aident à comprendre comment transférer leurs connaissances en classe par le biais de devoirs, de conférences et d'activités pratiques.

« Le journalisme est une industrie complexe et multiforme avec des règles, des pratiques et des plateformes changeantes. Les journalistes agissant en tant

qu'enseignants expérimentés, directement engagés par les écoles dans cette approche de gestion inclusive, jouent un rôle important en aidant les étudiants à comprendre et à explorer les différents aspects de la profession, du développement de contenu aux normes de droit d'auteur en passant par la collecte et l'évaluation de l'information. 12] . En particulier, les professeurs de journalisme qui réussissent peuvent mener leurs étudiants vers des carrières telles que :

- Blogueurs
- Spécialistes des relations publiques
- Les rédacteurs
- Journalistes audiovisuels
- Rédacteurs techniques
- Journalistes de presse
- Journalistes de magazines
- Éditeurs

L'information est le cœur et l'âme du journalisme. Les futurs enseignants doivent être en mesure d'engager les élèves dans des activités à l'intérieur et à l'extérieur de la classe qui mettent à l'épreuve leurs compétences en matière de collecte et de traitement d'informations pour produire des articles journalistiques tels que des articles, des photojournaux, des actualités radiophoniques et des reportages. Les enseignants peuvent facilement jumeler les élèves en classe pour les amener à pratiquer leurs techniques d'entretien, en les notant en fonction de leurs questions d'ouverture et d'approfondissement, ainsi que de la qualité de leurs notes.

Alors que le développement de contenu est un objectif principal, l'évolution du paysage médiatique présente également de nouveaux défis juridiques et éthiques. Les futurs enseignants – et dans ce cas l'expérience que les journalistes apportent deviennent essentielles – doivent démontrer une compréhension approfondie des questions juridiques et éthiques, principes du journalisme, y compris les lois et règlements qui évoluent avec l'évolution de la technologie. Avec l'avènement des médias sociaux, des liseuses électroniques et d'autres technologies numériques, les

frontières juridiques et éthiques peuvent facilement s'estomper. Le contenu numérique protégé par le droit d'auteur peut être intentionnellement ou par inadvertance retiré de son auteur original et utilisé pour construire une histoire, exposant un journaliste à des allégations de plagiat intentionnel ou non et de violation du droit d'auteur, entre autres risques .

De même, les nouvelles plateformes numériques offrent des moyens plus efficaces d'atteindre un public plus large. Dans le même temps, les journalistes doivent faire attention à la manière dont ils se réfèrent ou citent un individu ou un représentant d'une organisation dans le domaine public. L'utilisation des médias sociaux et d'autres plateformes peut exposer un journaliste à des poursuites potentielles pour violation de diverses réglementations sur les technologies numériques. Les enseignants titulaires d'une licence doivent se tenir au courant des évolutions technologiques en journalisme par le biais d'ateliers de formation continue et de recherches sur leur temps libre afin d'être en mesure d'expliquer aux étudiants leur impact sur les obligations légales et déontologiques du journaliste. Les journalistes agissant en tant qu'enseignants apprennent à développer des programmes et des activités qui guident les étudiants à travers le remue-méninges, le questionnement, le reportage, la collecte et la synthèse d'informations, la rédaction, l'édition et l'évaluation des produits médiatiques.

Par exemple, un professeur de journalisme peut s'impliquer dans des publications gérées par des étudiants, comme un journal scolaire ou un magazine en ligne, pour fournir des leçons pratiques sur le processus journalistique. En utilisant des publications populaires telles que des journaux bien connus et largement diffusés comme modèles, les enseignants peuvent structurer le personnel étudiant pour refléter une salle de rédaction, avec un rédacteur en chef, des rédacteurs et des spécialistes de la mise en page. Les étudiants déterminent les processus de développement de contenu et de publication, les délais, se familiarisent avec les domaines interfonctionnels des opérations de presse et peuvent compter sur l'enseignant en tant que consultant pour atteindre leurs objectifs.

Les journalistes agissant en tant qu'enseignants peuvent avoir un impact considérable sur les futures carrières des aspirants journalistes. Apprendre les bases des principes et pratiques journalistiques permet aux étudiants d'explorer leurs ambitions créatives, qu'ils enquêtent sur la corruption, photographient des villes en décomposition ou interviewent des célébrités. Quel que soit le parcours, tout commence au début avec le temps passé en classe avec son professeur.

2.2.4 Journalisme citoyen : des journalistes soutenus par les citoyens

La dernière version de l'approche de gestion inclusive adaptée à l'industrie des médias de masse est représentée par le journalisme citoyen (également renommé journalisme open source, journalisme de rue, journalisme de terrain, journalisme participatif et journalisme démocratique). Le dernier

la version est parfaitement cohérente avec la définition originale de la gestion inclusive comme un processus où le besoin d'une diversité de perspectives émerge pour promouvoir la découverte civique et la capacité du public à participer au processus politique.

Le journalisme citoyen est basé sur des citoyens publics "jouant un rôle actif dans le processus de collecte, de reportage, d'analyse et de diffusion des nouvelles et des informations" [13] . De même, Courtney C. Radsch définit le journalisme citoyen « comme une forme alternative et militante de collecte d'informations et de reportage qui opère en dehors des institutions médiatiques traditionnelles, souvent en réponse à des lacunes dans le domaine du journalisme professionnel, qui utilise des pratiques journalistiques similaires, mais qui est motivée par différents objectifs. et idéaux et s'appuie sur des sources de légitimité alternatives au journalisme traditionnel ou grand public »[14] . Jay Rosen propose une définition plus simple : « Lorsque des personnes précédemment connues comme public utilisent les outils médiatiques qu'elles ont en leur possession pour s'informer mutuellement » [15] .

Le principe de base du journalisme citoyen est que des personnes ordinaires, et non des journalistes professionnels, peuvent être les principaux créateurs et distributeurs de nouvelles. Le journalisme citoyen ne doit pas être confondu avec : le journalisme communautaire ou le journalisme civique, tous deux pratiqués par des journalistes professionnels ; le journalisme collaboratif, qui est la pratique de journalistes professionnels et non professionnels travaillant ensemble ; et le journalisme social, qui désigne une publication numérique avec un hybride de journalisme professionnel et non professionnel.

Le journalisme citoyen est une forme spécifique de médias citoyens et de contenu généré par les utilisateurs (UGC). En juxtaposant le terme « citoyen », avec ses qualités de civisme et de responsabilité sociale, avec celui de « journalisme », qui fait référence à une profession particulière, Courtney C. Radsch affirme que « ce terme décrit le mieux cette forme particulière de le journalisme numérique d'amateur, car il met l'accent sur le lien entre la pratique du journalisme et son rapport avec la sphère politique et publique »[16] .

L'avènement d'Internet, des nouvelles technologies, des plateformes sociales et des médias grand public a annoncé un changement significatif dans la collecte, la diffusion et l'échange d'informations. Le journalisme citoyen peut être considéré comme le successeur de cette évolution – une forme alternative de collecte et de reportage de l'information, qui se déroule en dehors des structures médiatiques traditionnelles et qui peut impliquer n'importe qui. La naissance du journalisme citoyen est souvent attribuée à la Corée du Sud, où la première plateforme d'information générée par des amateurs, OhMyNews, a été créée. Le principe était simple : n'importe qui peut participer au processus de création de l'information, comme l'implique la notion de journalisme citoyen. De lecteur à participant, le citoyen est désormais passé de simple destinataire de l'information à fournisseur. Cependant, ce n'est pas nécessairement nouveau. Quand Abraham Zapruder a pris sa caméra amateur et a décidé d'aller enregistrer le rassemblement de John F. Kennedy à Dallas, il a capturé par inadvertance des images de son assassinat qui pourraient être considérées comme une proto-forme de journalisme citoyen [17]. ,

car ce qui le définit vraiment, c'est sa nature inexpérimentée. Zapruder a fourni son film aux services secrets pour les aider dans leur enquête. Bien que ce ne soit pas le seul film de l'événement, c'était le plus complet.

De ces protoformes de journalisme citoyen aux derniers développements de ce phénomène, les nouvelles technologies médiatiques telles que les réseaux sociaux et les sites Web de partage de médias, en plus de la prévalence croissante des téléphones portables, ont rendu la citoyenneté journalistique plus accessible aux personnes du monde entier. Les progrès récents des nouveaux médias ont commencé à avoir un profond impact politique. Grâce à la disponibilité de la technologie, les citoyens peuvent souvent rapporter les dernières nouvelles plus rapidement que les journalistes des médias traditionnels. Des exemples notables de journalisme citoyen couvrant les grands événements mondiaux sont : le tremblement de terre de 2010 en Haïti, le printemps arabe, le mouvement Occupy Wall Street, les manifestations de 2013 en Turquie, les événements de l'Euromaïdan en Ukraine et la guerre civile syrienne, les troubles de Ferguson en 2014 et Le mouvement Black Lives Matter.

Les médias d'information traditionnels, alors qu'ils luttent contre la baisse du lectorat et de l'audience, se sont lancés dans la mêlée avec leurs propres sites Web et blogs par leurs propres journalistes, et de nombreux journaux ont invité les lecteurs à contribuer aux nouvelles de la communauté sur le site - leurs pages Web. Certains groupes ont lancé leurs propres sites d'information en ligne « hyperlocaux » pour couvrir des événements dans leur quartier ou des sujets d'intérêt spécialisés non couverts par les grands médias.

Mais si le reportage citoyen a remodelé l'action et la mobilisation collectives, il peut aussi être un nouvel espace de contrôle et d'ingérence du gouvernement. Lorsque le reportage citoyen a fleuri à Hong-Kong lors des manifestations pro-démocratie l'an dernier, le gouvernement chinois a intimidé les blogueurs en les menaçant de 3 ans de prison. À Istanbul, le gouvernement de Recep Tayyip Erdogan a accru la censure d'Internet et est allé jusqu'à bloquer temporairement l'accès à certaines plateformes

sociales, comme Twitter et YouTube, utilisées par les jeunes Turcs pour critiquer et dénoncer les politiciens et se rassembler pour manifester. En Iran, des systèmes de filtrage intelligents permettent aux autorités de contrôler certains contenus en ligne à d'autres endroits ; Le journalisme citoyen est resté un moyen de contourner les protocoles de censure dans les médias grand public.

L'histoire a montré la capacité des gouvernements à contrôler la production et la diffusion de l'information. Les artistes ont longtemps été chargés de représenter des moments historiquement significatifs, même si bien sûr beaucoup ont été commandés par des vainqueurs avec une histoire à préserver. Les artistes de guerre à travers l'histoire ont été officiellement sanctionnés par les gouvernements pour enregistrer fidèlement les conflits et les batailles, mais que savons-nous des éléments qui ont été laissés de côté ? Les reportages peuvent-ils jamais être vraiment impartiaux ? Les journalistes citoyens ne sont certainement pas sans agenda. Comment, alors, être à la fois acteur et reporter peut-il permettre l'objectivité et la neutralité journalistiques ?

Étant donné que le journalisme citoyen n'a pas encore développé de cadre conceptuel et de principes directeurs, il peut être fortement opiniâtre et subjectif, ce qui le rend plus complémentaire que primordial dans la formation de l'opinion publique. Les détracteurs du phénomène, y compris les journalistes professionnels et les agences de presse, soutiennent que le journalisme citoyen est non réglementé, amateur et aléatoire en termes de qualité et de couverture. En outre, les journalistes citoyens, en raison de leur manque d'affiliation professionnelle, sont considérés comme manquant de ressources et se concentrant sur la meilleure façon de servir le public. Il est maintenant important que le potentiel et les limites de ce nouveau type de journalisme soient mis en évidence et reconnus.

2.2. Inclusion et diversité

Un enseignement diversifié et inclusif conduit à des résultats innovants. Cependant, le domaine est toujours aux prises avec la diversité et l'inclusion, omettant souvent de soulever les problèmes d'inclusion à l'école.

Pour les organisations qui cherchent à façonner leurs programmes et politiques de diversité et d'inclusion, le changement peut être difficile et gratifiant.

La plupart des établissements de formation mettent en œuvre des changements pour ajouter de la valeur aux compétences, et nombre de ceux qui lancent des initiatives de diversité et d'inclusion citent des recherches montrant que les formations qui incluent les défis de la diversité sont mieux notées par les étudiants.

La recherche montre que même la simple présence de résultats de diversité physique peut entraîner une augmentation supplémentaire des performances peut être très motivante pour les étudiants. C'est aussi le fait que les entreprises recherchent de plus en plus ces compétences de la diversité, considérant la Gestion de la Diversité comme l'une des clés d'une gestion innovante des Ressources Humaines. Comme le montrent les recherches de McKinsey en 2018, une main-d'œuvre plus diversifiée se traduit par une plus grande rentabilité et une création de valeur. Il en va de même au niveau de la direction, car McKinsey a trouvé une corrélation statistiquement significative entre un leadership diversifié et de meilleures performances. Les entreprises du quartile supérieur pour la diversité ethnique des dirigeants sont 33 % plus susceptibles d'avoir une rentabilité supérieure à la moyenne que les entreprises du quartile inférieur. En ce qui concerne la diversité des genres, les entreprises du quartile supérieur sont 21 % plus susceptibles d'avoir une rentabilité supérieure à la moyenne que les entreprises du quartile inférieur, selon une étude de McKinsey.

Les embauches actuelles et les embauches potentielles augmentent également les enjeux, déclare Jeff Weber, vice-président principal des personnes et des lieux chez Instructure. "De plus en plus, lors des entretiens, les candidats demandent ce que nous faisons en matière de diversité et d'inclusion."

Conformément à cette tendance de nos sociétés, l'école doit s'adapter pour répondre adéquatement au défi.

Les consultants en diversité et inclusion citent les huit meilleures pratiques suivantes :

1. Établir un sentiment d'appartenance pour chacun

Pour que chaque individu donne le meilleur de lui-même, un sentiment d'appartenance doit d'abord être établi. Avoir un lien avec une organisation ou un groupe de personnes qui vous donne l'impression que vous pouvez être vous-même ne se traduit pas seulement par un plus grand engagement et une plus grande créativité au travail, c'est un besoin psychologique.

Mais ces changements prennent du temps et ne sont pas toujours linéaires. La création et la diversité de la culture prennent du temps. Il ne s'agit pas non plus d'une approche unique, c'est pourquoi il est si important de partager les meilleures pratiques et d'être ouvert à l'idée d'essayer de nouvelles choses. La bonne chose est que lorsque vous travaillez sur la diversité, vous pouvez également travailler sur l'inclusion et vice versa. Tout est interconnecté.

2. L'approche empathique est essentielle

La diversité et l'inclusion sont souvent traitées comme une seule initiative. Mais pour qu'un véritable changement se produise, chaque stratégie de formation doit remettre en question la valeur de l'appartenance, à la fois intellectuellement et émotionnellement.

Vous devez vous assurer que les élèves sont équipés pour s'approprier l'histoire, la ressentir en eux-mêmes et être capables d'expliquer pourquoi ils s'en soucient ; pourquoi c'est important et pourquoi cela devrait être important pour leurs subalternes directs.

Une partie de ce processus nécessite de se mettre à l'écoute de l'empathie ; chaque personne se souvient d'un moment où elle a été exclue, honteuse, interrompue, etc., afin de pouvoir appliquer ces leçons vers l'extérieur. Les étudiants doivent ressentir cela en eux-mêmes ; ils peuvent alors identifier la relation avec le fait de se sentir exclu ou de faire en sorte que les autres se sentent exclus. C'est un point de départ critique.

3. Une approche descendante ne suffit pas

Les approches descendantes conduisent à la conformité, pas à l'engagement. Des cadres supérieurs aux employés de première ligne, chaque individu doit voir et comprendre son rôle dans la culture de l'entreprise. Cela signifie identifier les différences d'expérience et de valeurs des employés au sein de l'organisation afin que le changement puisse être pertinent pour chaque personne, et savoir qu'un changement durable doit activer différentes parties du système - du haut vers le bas, du bas vers le haut et au milieu - en différentes manières.

4. Les quotas n'automatisent pas l'inclusion

Les objectifs d'embauche peuvent augmenter les chiffres de la diversité, mais cela ne créera pas automatiquement une culture inclusive. Trop souvent, les éducateurs concentrent leurs efforts sur la diversité et l'inclusion de manière disproportionnée, mais l'expérience étudiante se poursuit bien au-delà d'une lettre d'offre. Pour retenir et développer les meilleurs talents, il est essentiel d'examiner honnêtement l'expérience des employés de bout en bout, en veillant à créer les conditions qui favorisent l'inclusion au quotidien et à concevoir des moyens de mesurer l'impact.

L'accent change tout. De la recherche et du recrutement à l'embauche, en passant par l'intégration, les aspects quotidiens du travail, la constitution d'équipes, la culture, les succès et les échecs, les évaluations de performance, la planification de la relève, le mentorat - tout. Les organisations doivent adapter leurs processus pour mettre à l'échelle des comportements diversifiés et inclusifs.

"Vous devez tout regarder à travers l'objectif de" Avons-nous créé des conditions où chaque personne peut contribuer à sa manière unique et significative et se sentir en

sécurité en le faisant?" et si vous trouvez des endroits où ce n'est pas le cas, avoir le courage de l'admettre et travailler pour le changer.

Cela signifie également comprendre comment vos équipes fonctionnent le mieux et quand la tension et la discorde sont réellement bénéfiques. Reconnaissez que parfois la méthode simple et rapide n'est pas nécessairement la bonne, et que parfois les équipes fonctionnent mieux lorsqu'il y a un peu de tension, de désaccord, de va-et-vient. Évidemment, vous ne pouvez pas laisser les choses se transformer en attaques personnelles, mais vous connaissez la différence entre un échange d'idées sain et stimulant de la part de chacun et une situation où l'on manque de respect aux autres à cause de qui est l'autre.

5. L'inclusion est un processus continu, pas une formation ponctuelle

Il ne suffit pas d'enseigner aux élèves ce que signifie être inclusif. Comme toute forme de changement de comportement, l'inclusion nécessite que les individus identifient des moments clés pour construire de nouvelles habitudes ou "micro-comportements" (actions quotidiennes qui peuvent être pratiquées et mesurées). Et lorsque ces habitudes sont mises en pratique dans un environnement qui favorise des conversations honnêtes et une tension saine, un véritable changement devient possible.

Une façon d'y parvenir est d'identifier les cohortes de changement au sein des classes. Ensuite, vous les dotez des compétences et des informations nécessaires pour les aider à accompagner le changement au sein des équipes, des groupes de travail. C'est beaucoup plus efficace que des séances d'entraînement ponctuelles qui ne bougent pas l'aiguille ; vous voulez que les gens intègrent ces idées et croyances dans leur vie quotidienne.

6. Maximisez la joie et la connexion, minimisez la peur

Les gens sont câblés pour réagir avec peur et méfiance lorsque leurs croyances sont remises en question. Bien que la peur puisse être un puissant facteur de motivation, elle encourage également les gens à restreindre leur perspective, l'effet inverse souhaité de la création d'un lieu plus inclusif. Trouver des moyens

d'encadrer les défis à travers une perspective de possibilités - et tirer parti du pouvoir des expériences partagées et de la narration pour ce faire - crée un plus grand potentiel de changement positif.

Ensuite, vous pouvez vous concentrer sur la création de moments qui prolongent l'élan. Vous devez non seulement indiquer où il y a place à amélioration, mais mettre en évidence et célébrer les moments de réussite. Nous pouvons utiliser un « arbre d'engagement » : chaque élève a écrit son engagement personnel et individuel envers la diversité et l'inclusion et les a mis dans un lieu très public afin qu'il puisse voir les signes de ses progrès et les célébrer.

7. Oubliez le "matching" et concentrez-vous sur le fait d'aider les gens à aller de l'avant

Les normes, les structures de pouvoir et les inégalités dans la société peuvent facilement s'intégrer dans une organisation - en optimisant pour embaucher, former et récompenser les personnes qui « correspondent ». Créer une culture où chaque individu peut contribuer à son plein potentiel nécessite d'enquêter sur les systèmes et les processus de votre organisation pour découvrir les points faibles et les points morts, puis de trouver des moyens de les réimaginer. "Fit" peut être dangereux car il peut exclure.

8. Envisagez une stratégie culturelle

Pour des approches plus inclusives, il est important de considérer la relation entre ce qui se passe à l'intérieur et à l'extérieur de votre école. Que dit votre institution de qui vous êtes en tant que culture ? En quoi votre base d'employés n'est-elle pas en adéquation avec votre clientèle ? Quelles expériences sont manquées ou mal comprises ?

Travailler avec la diversité et l'inclusion n'est pas seulement une initiative ou un programme ; elle nécessite un investissement de toute l'équipe de formation et nécessite un réel changement de comportement. Il s'agit du fonctionnement de l'ensemble de l'institution et des manières individuelles de travailler, de communiquer, de contribuer et même d'être au monde.

3

Chapitre 3 - Enseigner l'inclusion dans les cours de médias

3.1 Exercice

BIEN COMMUN ET PRATIQUES DE CO-CONSTRUCTION

3.1.1 – Cadre conceptuel

Les biens communs sont les ressources culturelles et naturelles accessibles à tous les membres d'une société, y compris les matériaux naturels tels que l'air, l'eau et une terre habitable. Ces ressources sont partagées et non privées. Les biens communs peuvent également être compris comme des ressources naturelles que des groupes de personnes (communautés, groupes d'utilisateurs) gèrent pour leur bénéfice individuel et collectif. De manière caractéristique, cela implique une variété de normes et de valeurs informelles (pratique sociale) utilisées pour un mécanisme de gouvernance. Les biens communs peuvent également être définis comme une pratique sociale de gouvernance d'une ressource non pas par l'État ou le marché, mais par une communauté d'utilisateurs qui gèrent eux-mêmes la ressource à travers les institutions qu'ils créent.

La Bibliothèque numérique des communs définit les « communs » comme « un terme général désignant des ressources partagées dans lesquelles chaque partie prenante a un intérêt égal ».

L'utilisation de la notion de « biens communs » pour les ressources naturelles trouve ses racines dans l'histoire intellectuelle européenne, où elle faisait référence à des champs agricoles, des pâturages et des forêts communs qui ont été, pendant plusieurs centaines d'années, clôturés, revendiqués comme propriété privée pour utiliser en privé. Dans les textes politiques européens, la richesse commune était la

totalité des richesses matérielles du monde, telles que l'air, l'eau, le sol et les semences, toutes les bontés de la nature considérées comme le patrimoine de l'humanité tout entière, à partager ensemble. Dans ce contexte, on peut remonter plus loin à la catégorie juridique romaine *res communis*, appliquée aux choses communes à tous pour l'usage et dont tous jouissent, par opposition à *res publica*, appliquée aux biens publics administrés par le gouvernement.

Aujourd'hui, les biens communs s'entendent aussi dans la sphère culturelle. Ces biens communs comprennent la littérature, la musique, les arts, le design, le cinéma, la vidéo, la télévision, la radio, l'information, les logiciels et les sites patrimoniaux. Wikipédia est un exemple de production et de maintenance de biens communs par une communauté de contributeurs sous la forme d'un savoir encyclopédique librement accessible à toute personne sans autorité centrale.

En 2007, Elinor Ostrom, avec sa collègue Charlotte Hess, a réussi à étendre le débat sur les communs à la connaissance, abordant la connaissance comme un écosystème complexe qui fonctionne comme un bien commun - une ressource partagée soumise à des dilemmes sociaux.

L'accent a été mis ici sur la disponibilité rapide des formes numériques de connaissances et les possibilités associées de les stocker, d'y accéder et de les partager comme un bien commun.

Co-construction. En apprentissage, la co-construction est une approche particulière où l'accent est mis sur le travail collaboratif ou en partenariat. Cependant, il comprend également des processus plus interactifs tels que la coopération et la coordination.

La co-construction est un concept que nous pouvons utiliser pour voir comment nous apprenons des autres et élargir nos connaissances partagées. Non seulement la co-construction entre les apprenants les aide à se développer dans de nombreux domaines, comme la résolution de problèmes ensemble, mais ils apprennent également à nouer des relations avec leurs pairs et leurs dirigeants. La capacité

d'accepter et de recevoir des commentaires est une partie importante du processus d'apprentissage pour l'approche de co-construction.

Théorie de la co-construction. La co-construction s'appuie sur des auteurs qui décrivent des aspects de la petite enfance, comme Lev Vygotsky et Jean Piaget. Le travail de Vygotsky était basé sur l'idéologie selon laquelle "... le développement cognitif découle d'interactions sociales dans l'apprentissage dirigé dans la zone de développement proximal, alors que les enfants et leur partenaire co-construisent des connaissances". Vygotsky croyait en l'idéologie que nous connaissons comme l'attitude de co-construction ou la construction d'un environnement dans lequel les enfants interagissent les uns avec les autres à divers niveaux et apprennent à travers ces interactions. Pour créer une atmosphère d'interaction de qualité, nous devons être préparés à des situations telles que l'apprentissage collaboratif et une culture du dialogue.

L'importance de la co-construction. La co-construction est importante pour développer des partenariats créatifs au sein des organisations où la coopération et la collaboration sont très importantes. Il peut nous apprendre à communiquer efficacement avec les autres pour résoudre des problèmes. Aussi pour avoir des interactions sociales et améliorer le travail créatif.

Organisme de formation.

C'est une organisation qui acquiert des connaissances et innove assez rapidement pour survivre et prospérer dans un environnement en évolution rapide. Les organisations apprenantes : (1) créent une culture qui encourage et soutient l'apprentissage continu des employés, la pensée critique et la prise de risques avec de nouvelles idées, (2) permettent les erreurs et valorisent les commentaires des employés, (3) apprennent de l'expérience et de l'expérimentation, et (4) diffuse de nouvelles connaissances dans toute l'organisation pour les intégrer dans les activités quotidiennes.*Care sunt cele cinci discipline ale organizațiilor formatoare (cf. Peter SENGE)?*

1. Construire une vision commune



Dans les organismes de formation, la vision doit être créée par l'interaction avec les employés de l'entreprise. De nombreux dirigeants ont des visions personnelles qui ne se traduisent pas par une vision partagée. La seule façon de créer une vision partagée est de compromettre les visions de l'organisation et de l'individu.

Les personnes qui ne partagent pas la même vision peuvent ne pas contribuer autant à l'organisation. L'effet du partage d'une vision commune est que les employés accomplissent des tâches parce qu'ils veulent les faire, plutôt que de se faire dire de les faire. Elle modifie la relation à l'entreprise et fait de sa performance un mécanisme d'apprentissage.

2. Pensée systémique

Au lieu de se concentrer sur des problèmes individuels, la pensée systémique reflète le processus d'observation d'un système entier. Les managers doivent comprendre que chaque action et conséquence est corrélée à une autre. Il arrive souvent que les managers se concentrent sur des actions individuelles et oublient donc de voir la situation dans son ensemble. Lorsque la corrélation est comprise, elle nous permet de voir les interrelations et les schémas de changement dans certaines situations. Les gestionnaires seront en mesure de déterminer la cause et l'effet.

3. Modèles mentaux

Les employés doivent identifier les valeurs de l'entreprise et ce qu'est l'entreprise. Une bonne compréhension de qui nous sommes nous permettra de visualiser où aller et comment nous développer davantage. L'organisation doit faire preuve de souplesse pour accepter les évolutions vers de nouveaux modèles mentaux et une nouvelle image de l'entreprise. Les entreprises les plus performantes sont celles qui peuvent apprendre et s'adapter à de nouveaux modèles pour devenir plus rapides que leurs concurrents.

4. Apprentissage en équipe

Pour atteindre une grande dynamique d'équipe fonctionnelle, l'apprentissage en équipe est primordial. C'est la discipline par laquelle la maîtrise personnelle et la

vision partagée sont réunies. Il est essentiel que le personnel considère ses collègues comme des membres de l'équipe et non comme des rivaux. C'est la première étape pour établir des dialogues où les gens osent être vulnérables et expriment leur vraie personnalité. L'environnement de travail doit être sûr, où les erreurs honnêtes sont pardonnées. Sinon, aucun apprentissage ne peut être expérimenté.

5. Confiance personnelle

La confiance personnelle se produit lorsqu'un individu a une vision claire d'un objectif combinée à une perception précise de la réalité, l'écart entre vision et réalité amène l'employé à pratiquer toutes les activités connexes nécessaires à la réalisation de la vision. Cette tension créatrice dépend d'une compréhension claire de la réalité actuelle. Pour cette raison, pour la maîtrise personnelle et la discipline d'une vision partagée, voir et partager la vérité est un fondamental fondamental. Cependant, les employés peuvent croire qu'ils n'ont pas les compétences nécessaires pour atteindre leurs objectifs. Un cercle vicieux aurait pu s'installer et être difficile à briser. Selon Peter Senge, nous devrions entraîner notre subconscient car il peut résoudre des problèmes plus complexes plus rapidement que notre conscience. Lorsque les gens croient en leur propre impuissance, cela les empêche de réaliser leur vision. Pour cette raison, nous devons entraîner le subconscient à gérer le stress et les problèmes de la réalité.

Esprit critique

Traditionnellement, la pensée critique a été diversement définie comme suit :

- "Le processus de conceptualisation, d'application, d'analyse, de synthèse et d'évaluation active et habile des informations pour arriver à une réponse ou à une conclusion"
- "Réflexion disciplinée, claire, rationnelle, ouverte d'esprit et fondée sur des preuves"
- "Le jugement intentionnel et autorégulateur qui aboutit à l'interprétation, l'analyse, l'évaluation et l'inférence, ainsi que l'explication des considérations probantes, conceptuelles, méthodologiques, critérielles ou contextuelles sur lesquelles ce jugement est fondé"

- "Cela inclut un engagement à utiliser la raison dans la formulation de nos croyances"
- Capacité et tendance à s'engager dans une activité avec scepticisme réflexif (McPeck, 1981)
- Réfléchir à sa propre pensée d'une manière conçue pour organiser et clarifier, augmente l'efficacité et reconnaît les erreurs et les préjugés dans sa propre pensée. La pensée critique n'est pas une pensée "dure", ni orientée vers la résolution de problèmes (autrement que "l'amélioration" de sa propre pensée). La pensée critique est dirigée vers l'intérieur avec l'intention de maximiser la rationalité du penseur. On n'utilise pas la pensée critique pour résoudre des problèmes - on utilise la pensée critique pour améliorer son processus de réflexion.
- "Une évaluation basée sur une évaluation analytique minutieuse"

Les chercheurs contemporains en pensée critique ont élargi ces définitions traditionnelles pour inclure des qualités, des concepts et des processus tels que la créativité, l'imagination, la découverte, la réflexion, l'empathie, les connaissances connexionnistes, la théorie féministe, la subjectivité, l'ambiguïté et l'absence de conclusion. Certaines définitions de la pensée critique excluent ces pratiques subjectives.

3.1.2 - Déroulement du parcours

Temps	La description	Actions	Remarques/ évaluation/ Critère
<i>Séquence 1</i> <i>0,5 heures</i> <i>Cours</i>	Définir le cadre conceptuel : organisation apprenante, apprentissage informel,	Vidéos + Documents à consulter par les étudiants avant le cours	Examen de la compréhension des concepts

<i>théorique</i>	communs, co-construction	(2 min./concept + mots clés) Groupes de 3 élèves pour trouver des exemples	
<i>Séquence 2</i> <i>0,5 heures</i> Création de cartes mentales	Retour au cadre conceptuel	Présentation des cartes mentales Travail en groupes de 3 élèves (cartes mentales manuelles ou informatiques)	Concepts de questionnement Concevoir des liens logiques
<i>Séquence 3</i> <i>0,5 heures</i> <i>Présentation de la carte mentale</i>		Présentation orale des cartes mentales réalisées en groupe Stratégie Discussions	Apprendre à synthétiser Capacité à argumenter
<i>Séquence 4</i> <i>0,25 heures</i> <i>Simulation de cas : Faciliter une réunion collaborative</i>	Cadrage général de l'exercice : situation, thème, rôles	Établir la situation / Photos, schémas, explications	Comprendre les processus de la dynamique de groupe Se placer dans une situation et dans un rôle Capacités d'observation

<p><i>Séquence 5</i></p> <p><i>0,75 heures</i></p> <p><i>Tenir la réunion participative</i></p>	<p>Discussions, échanges, débats en situation de rencontre</p>	<p>Exercer des pratiques de co-construction des savoirs et de co-apprentissage en situation de rencontre / Enseignant = modérateur-observateur /</p> <p>Images, fiches techniques, schémas, dessins, explications / Prise de notes collaborative (quel outil)</p> <p>Cartes de couleur pour exprimer les sentiments/émotions lors des débats</p>	<p>Utilisation opérationnelle des concepts</p> <p>Méthodes de construction participatives</p> <p>Partage des représentations</p> <p>Gérer les émotions</p> <p>Organisme</p>
<p><i>Séquence 6</i></p> <p><i>0,5 heures</i></p> <p><i>Retour sur l'exercice</i></p>	<p>Évaluation de la formation</p>	<p>Discussion libre et analyse des résultats de la prise de notes collaborative / Évaluation individuelle basée sur une grille de questions.</p>	<p>Capacité de réflexion individuelle</p> <p>Capacité à partager et à construire un consensus</p>

3.2. Exercer

Journalisme citoyen, médias sociaux et diversité culturelle. Utiliser les outils journalistiques pour sensibiliser à la diversité culturelle

3.2.1 – Cadre conceptuel

La diversité culturelle est un sujet qui ne peut et ne doit plus être ignoré. Qu'elle soit abordée sous l'angle managérial, sous l'angle des ressources humaines ou sous l'angle de la communication, la thématique de la diversité culturelle est devenue l'un des enjeux les plus importants que nous devons intégrer dans notre vision du monde dans lequel nous vivons et travaillons. est un sujet brûlant qui intéresse de nombreuses personnes, mais en même temps il est aussi sensible et controversé, la diversité culturelle doit être l'une des préoccupations des responsables de la communication des grandes organisations.

Pour mieux aborder la question, nous devons créer une nouvelle génération de journalistes qui soient sensibilisés aux concepts de diversité culturelle et qui puissent les intégrer dans leurs actions de communication. De plus, nous devons créer des plans de communication spécifiques qui traitent des sujets de la diversité culturelle, ce qui signifie former nos responsables de la communication à l'utilisation des techniques journalistiques pour maximiser leurs efforts et s'assurer que leurs messages atteignent un public plus large et plus diversifié.

Ce cours enseigne certaines techniques journalistiques de base que les responsables des communications peuvent appliquer chaque fois qu'ils souhaitent écrire, parler ou communiquer d'une autre manière sur la diversité culturelle au sein de leur organisation. Il fournit également des outils spécifiques et fournit des exemples de différents articles journalistiques qui aident à mieux transmettre les messages de diversité culturelle. Bien qu'il offre également une perspective théorique, le cours a une forte approche pratique qui aidera les étudiants à acquérir de nouvelles compétences et à améliorer leurs techniques d'écriture et leurs techniques de collecte d'informations ou leurs techniques d'entretien, etc.

1. Pourquoi l'utilisation des techniques journalistiques améliore-t-elle la communication avec tous les types de publics ?

Ce cours ne traite pas de la communication en soi et n'inclura donc pas de cours sur les différents publics d'une organisation ou sur la manière dont un responsable de la communication doit planifier et mettre en œuvre des activités de communication pour atteindre ce public. Cependant, pour entrer dans la discussion des techniques journalistiques, il est évident que nous devons nous mettre d'accord sur un point de départ. Nous suggérons que ce point de départ devrait être l'appréciation que toutes les organisations ont un ou plusieurs publics internes et plusieurs publics externes, et que la communication avec ces types de publics est évidemment différente pour chaque catégorie spécifique.

Cependant, nous pouvons trouver des traits communs et des choses que nous devons appliquer dans toute communication et l'une de ces choses est l'utilisation de techniques journalistiques. Parce que parfois, penser à votre public en tant que public et le traiter comme tel bénéficiera grandement au processus et vous aidera à transmettre vos messages plus rapidement, avec plus de succès et avec moins d'efforts (ce qui peut se traduire par du temps ou d'autres ressources).

Alors pourquoi utiliser des techniques journalistiques pour communiquer avec votre public ? Principalement parce que personne ne le dit mieux que vous, mais vous devez le dire comme les médias le disaient : de manière claire et objective, avec équilibre et arguments, en utilisant des formats qui ont fait leurs preuves au fil des ans.

Faut-il toujours communiquer comme un journaliste ? Bien sûr que non. Parfois, le professionnel des relations publiques doit intervenir et faire les choses à sa façon. Cependant, il y a quelques choses que vous pouvez emprunter aux professionnels des médias et c'est comment communiquer plus vite et mieux, et adapter leurs techniques à vos besoins pour mieux raconter les histoires de votre organisation.

Par conséquent, nous continuerons dans cet effort, convenant que ce que ce cours nous apprend nous aidera, que notre tâche de communication actuelle

soit destinée à un public interne ou externe. Et dans un souci de fluidité et de clarté, nous conviendrons qu'il y a un aspect dans lequel nous pouvons traiter tous les publics comme des publics externes : celui que nous pouvons améliorer en utilisant des outils journalistiques pour améliorer notre communication avec eux. Parce que l'utilisation de ces outils permettra de mieux communiquer avec tous types de publics : internes ou externes.

2. Le flux d'informations entre l'organisation et son public

Cela étant dit, comment l'information circule-t-elle de l'organisation à son public ? Aujourd'hui, deux types de communication prédominent dans la pratique quotidienne : la communication médiatisée qui va de l'organisation aux journalistes, puis des médias au public, et la communication directe que toutes les organisations peuvent utiliser à l'aide de la technologie et des médias sociaux.

Pour diffuser l'information, nous devons d'abord recueillir les informations au sein de notre propre entreprise, puis les mettre sous une forme facilement reconnaissable par le public, et cette forme est généralement soit journalistique (articles, etc.) soit journalistique (articles , etc.) un média social (posts, blogs, tweets, etc.). Pour réaliser le modèle auquel notre public est habitué, nous devons utiliser des outils standardisés qui sont en place depuis des décennies.

3. Exemples d'outils journalistiques qui sont plus souvent utilisés dans les relations publiques - des messages écrits aux nouveaux médias, au contenu vidéo et audio et aux réseaux sociaux

Il existe de nombreuses formes que l'information peut prendre de manière journalistique, mais avec ce cours, nous proposons une poignée de formats médiatiques que les communicateurs devraient utiliser pour mieux raconter des histoires sur la diversité culturelle au sein de leurs organisations :

- Actualités (avec le pendant RP classique - communiqués de presse)

- Entretiens
- Caractéristiques
- Portraits

Bien sûr, tous ces éléments peuvent être utilisés dans les médias traditionnels ou la présence de l'organisation sur les réseaux sociaux. Les nouvelles technologies nous ont permis d'ajouter du contenu vidéo et audio à ces outils classiques, mais l'accent de ce cours sera mis sur les techniques d'écriture de base qui pourront ensuite être adaptées pour répondre à tous les besoins : ceux de la presse écrite traditionnelle, ceux des nouveaux réseaux sociaux. média, ou même comme source pour la scénarisation de nouveaux contenus audio-vidéo.

4. Notions théoriques sur les genres journalistiques les plus fréquemment utilisés pour la communication de la diversité culturelle

a. Nouvelles/Communiqué de presse

- Les journalistes utilisent les nouvelles comme leur principal produit de base. C'est le moyen le plus simple d'informer les gens, c'est le produit médiatique le plus court et il est standardisé au maximum pour assurer la rapidité. Les journalistes pensent à l'actualité en schémas, ils savent comment une histoire doit être encadrée, et au fur et à mesure qu'ils rassemblent des informations, ils "écrivent" déjà l'article dans leur esprit, organisant les informations dans la pyramide inversée qui est devenue une marque de fabrique classique des médias. et combler les trous dans les histoires avec plus d'informations pour s'assurer que le produit final répond à toutes les normes.
- De l'autre côté de la clôture, les communicants rédigent des communiqués de presse chaque fois qu'ils ont des informations dignes d'intérêt. Même maintenant,

lorsque les institutions ont une communication directe et non filtrée avec leur public via les médias sociaux, chaque responsable des relations publiques décent dans ce monde rédigera également un communiqué de presse chaque fois que quelque chose d'important se produit au sein de leur organisation et se référera à la liste de diffusion appropriée, qui est remplie de journalistes. des médias locaux, nationaux ou même internationaux.

- Alors pourquoi traitons-nous les communiqués de presse et les actualités comme s'ils étaient identiques ? Fondamentalement, parce qu'il devrait l'être, ne serait-ce que du point de vue des techniques d'écriture. Bien sûr, nous n'avons pas l'audace de dire que les communiqués de presse doivent avoir la même objectivité ou tenter d'apporter le même équilibre dans la manière dont ils présentent les histoires. Ce que nous disons, c'est que les communicants devraient essayer de rédiger des communiqués de presse comme le font les journalistes, pour plusieurs raisons :

C'est mieux si vous pouvez raconter l'histoire avec vos propres mots, mais pour ce faire, vous devez trouver les mots justes qu'un journaliste se sentirait à l'aise d'imprimer.

□ Les journalistes sont surpeuplés et surchargés de travail, et les informations affluent partout autour d'eux : sur leurs téléphones, dans les e-mails, sur les écrans de télévision qui recouvrent les murs de leurs salles de rédaction. Il reçoit quotidiennement des milliers d'informations, toutes potentiellement dignes d'intérêt, donc la façon dont l'information lui est présentée pourrait faire la différence entre faire l'actualité ou non.

Cela dit, si vous voulez avoir une meilleure chance de voir votre histoire reprise par un journaliste occupé, vous devez commencer à penser comme tel. Et vous devez commencer à écrire comme tel. Et cela commence par le produit de base qu'il peut fournir : une information qui est transformée en un communiqué de presse qui, espérons-le, finira par devenir une histoire.

Quelles sont les nouvelles?

Premièrement : les communiqués de presse doivent toujours inclure des informations dignes d'intérêt. Ne vous embêtez pas à envoyer des informations qui n'intéressent pas votre auditoire, ou si vous voulez qu'elles soient dites différemment, essayez de trouver la bonne façon de dire quelque chose pour que votre auditoire soit intéressé. Il existe plusieurs critères qui font la valeur des informations, et les chercheurs en parlent depuis des siècles. Littéralement. La plupart du temps, les scientifiques vous donneront sept facteurs qui, combinés, vous donneront de la valeur pour les nouvelles : actualité, impact, proximité, rareté, intérêt humain, conflit et importance.

L'actualité fait référence à l'ancienneté de l'information. Plus tôt vous le diffusez, mieux c'est, en particulier dans un monde moderne où notre public est déjà habitué à faire la une des actualités avec des événements majeurs et à regarder des messages en direct et des médias sociaux, répondant en direct à la plupart des informations dignes d'intérêt. .

L'impact fait référence au nombre de personnes qui sont influencées par l'histoire. Si vos informations changent la vie de deux personnes, elles ne sont pas vraiment dignes d'intérêt (à moins que d'autres facteurs d'intérêt ne prédominent dans cette situation, comme, par exemple, la notoriété). Si, toutefois, cette information change la vie de milliers de personnes, elle gravit soudainement les échelons.

La proximité peut faire référence à une proximité géographique avec l'histoire (nous avons tendance à être plus intéressés par les nouvelles qui se passent dans notre ville, notre pays, etc. que partout ailleurs) ou même à une proximité culturelle (nous avons tendance à être plus intéressés par les nouvelles des cultures/sociétés). nous avons plus en commun avec).

La rareté concerne la fréquence à laquelle cette chose se produit. Si c'est quelque chose auquel nous sommes déjà habitués, nous avons tendance à l'ignorer. Les choses qui sortent de l'ordinaire sont ce qui nous intéresse et plus elles sont inhabituelles, plus elles attireront rapidement l'attention d'un journaliste et se retrouveront dans un média pour que le public les lise.

L'intérêt humain concerne les histoires qui nous concernent. Ou des gens comme nous. Plus ça peut m'arriver, plus ça m'intéresse. En regardant les

informations, les gens essaient de s'identifier aux histoires, de voir s'ils pourraient y être impliqués, affectés par elles, etc. Donc, leur apporter des nouvelles sur des gens comme eux est le moyen le plus sûr d'attirer leur attention.

Le conflit porte sur l'appétit de l'humanité pour le scandale, pour les mauvaises nouvelles, pour le drame. Cela signifie que chaque fois qu'il y a un résultat négatif potentiel d'une situation, il y a aussi un potentiel pour un plus grand journal que dans d'autres scénarios de fin heureuse.

La proéminence fait référence aux personnages impliqués dans l'histoire racontée par les nouvelles. Les personnes déjà célèbres donnent de meilleures nouvelles que les personnes dont nous n'avons jamais entendu parler. C'est pourquoi les journaux et les sites Web regorgent d'histoires sur des célébrités, des acteurs, des chanteurs, des politiciens, etc. Parce que la visibilité est l'un des critères les plus importants pour décider qu'une information a ce qu'il faut pour devenir une nouvelle.

Certains chercheurs ajoutent un autre facteur à cela : la monnaie. Cela fait référence au fait que nous avons tendance à être plus intéressés par les histoires qui traitent d'informations qui figurent déjà sur notre liste de visibilité et d'intérêt. Le changement climatique n'est qu'un exemple d'un sujet qui apporte de la valeur à l'information parce qu'il est tellement d'actualité dans notre monde aujourd'hui.

3.2.2 - Déroulement du parcours

Séquence	La description	Actions	Remarques/ évaluation/ Critère
-----------------	-----------------------	----------------	---

<p><i>Séquence 1</i></p> <p><i>Durée : 30 mn.</i></p> <p><i>Analyse d'études de cas</i></p>	<p>Analyser un communiqué de presse pour un sujet sur la diversité culturelle au sein d'une organisation donnée</p>	<p>Identifier le sujet du communiqué de presse</p> <p>Discutez du format</p> <p>Identifier les éléments clés du matériel donné (par exemple, le titre, le corps, les paragraphes de contexte, etc.)</p> <p>Identifier les éventuelles erreurs et les corriger</p>	<p>Exigences minimales</p> <p>Connaissance de la théorie</p> <p>La capacité d'appliquer des connaissances théoriques dans une situation pratique</p> <p>Perspective éditoriale (correction d'erreurs)</p>
<p><i>Séquence 2</i></p> <p><i>Temps : 1 heure</i></p> <p><i>Techniques d'écriture</i></p>	<p>Rédigez un communiqué de presse sur un sujet portant sur la diversité culturelle au sein de votre organisation</p>	<p>Identifier un sujet digne d'intérêt</p> <p>Rassemblez les informations</p> <p>Rédiger le communiqué de presse</p>	<p>Exigences minimales:</p> <p>Suivez le format du communiqué de presse</p> <p>Sélectionner les informations en fonction de critères d'actualité</p> <p>Ecrire correctement et couramment</p>

<p><i>Séquence 3</i></p> <p><i>Durée : 45 minutes</i></p> <p><i>Analyse d'études de cas</i></p>	<p>Comparez un communiqué de presse avec des reportages publiés par les médias après avoir reçu ce communiqué de presse</p>	<p>Lire les deux documents (communiqué de presse et nouvelles)</p> <p>Identifier les similitudes et les différences</p> <p>Discuter de la façon dont le texte change sous l'influence journalistique</p> <p>Suggérer des leçons à tirer par l'équipe de relations publiques qui a rédigé le communiqué de presse</p>	
<p><i>Séquence 4</i></p> <p><i>Durée : 30 minutes</i></p> <p><i>édition</i></p>	<p>Relire/éditer une histoire qui traite de la diversité culturelle d'un point de vue journalistique</p>	<p>Lire le matériel choisi par l'enseignant</p> <p>Identifiez les erreurs</p> <p>Corrige les erreurs</p> <p>Suggérer des améliorations au rédacteur</p>	

<p><i>Séquence 5</i></p> <p><i>Durée : 50 minutes</i></p> <p><i>Réflexion</i></p>	<p>Sujets de brainstorming pour l'actualité de la diversité culturelle</p>	<p>Trouvez autant d'idées que possible de reportages qui contiennent des histoires sur la diversité culturelle qui pourraient intéresser le public de votre organisation.</p> <p>Discuter des idées avec des collègues</p> <p>Décidez quelles idées sont réalisables et lesquelles ne le sont pas, et expliquez pourquoi</p>	<p>Exigences minimales:</p> <p>Connaissance des critères du journal</p> <p>Connaissance de l'organisation et de son public</p>
<p><i>Séquence 6</i></p> <p><i>Durée : 1h30 minimum</i></p> <p><i>Techniques d'écriture</i></p>	<p>Rédigez une entrevue sur un sujet lié à la diversité culturelle au sein de votre organisation</p>	<p>Identifier le sujet et la personne interrogée</p> <p>Faire votre recherche</p> <p>Écrivez vos questions</p> <p>Mener l'entretien proprement dit</p> <p>Écrivez et éditez votre piste</p>	<p>Exigences minimales:</p> <p>Connaissance de la théorie</p> <p>La capacité d'appliquer des connaissances théoriques dans une situation pratique</p>

<p><i>Séquence 7</i></p> <p><i>Durée : 1h30 minimum</i></p> <p><i>Techniques d'écriture</i></p>	<p>Rédigez un portrait sur un sujet lié à la diversité culturelle au sein de votre organisation</p>	<p>Identifier le thème et le héros</p> <p>Faire votre recherche</p> <p>Écrivez et éditez votre piste</p>	<p>Exigences minimales:</p> <p>Connaissance de la théorie</p> <p>La capacité d'appliquer des connaissances théoriques dans une situation pratique</p>
---	---	--	---

3.3 Etude de cas : Sociologie de la mixité. Les couples interculturels dans le cinéma européen

1. Titre/Thème

La sociologie du mélange. Les couples interculturels dans le cinéma européen

2. Horaires et forme d'enseignement (cours théorique et étude de cas et/ou exercice pratique)

Remarque : Pour l'étude de cas et l'exercice pratique, reportez-vous aux formats ci-dessous

2.1 Durée totale : 9.

2.1 durée du cours théorique : 2.

2.2 Durée de l'étude de cas : 1.

2.3 Durée de l'exercice pratique : 6.

3. Objectifs du cours

Le cours vise à :

1. la prise de conscience par les étudiants de la pertinence et de la complexité des

processus de brassage culturel dans les sociétés contemporaines, notamment dans les organisations professionnelles et les médias de masse ;

2. fournir une perspective actuelle et un vocabulaire spécialisé sur la culture, utile pour comprendre, analyser et décrire les questions culturelles et identitaires dans les sociétés, les familles et les organisations ;

3. pour que les étudiants comprennent le rôle joué par les médias dans les processus culturels ;

4. proposer des concepts et des méthodes d'analyse des représentations médiatiques et des stéréotypes ;

5. sensibiliser les élèves à la relativité des positions dans les conflits culturels ;

6. stimuler les discussions sur les implications politiques des processus de brassage culturel et identitaire ;

7. déterminer les élèves à expérimenter une écriture sociologique ;

4. Plan général du cours

1. cours théorique. Sociologie de la mixité

h.1.

Le mélange. Un concept fondamental pour l'étude de la culture dans les sociétés contemporaines

Vocabulaire du mélange.

h.2.

Les médias de masse : une fenêtre indispensable pour étudier la culture (et la mixité)

Couples mixtes : emblème du mélange

2. Étude de cas. Les couples interculturels dans le cinéma européen

h.3.

Étude de cas

Rappel théorique

Objectifs

Méthodologie

Résultats et exemples

3. Faites de l'exercice. Analyser le métissage Un métissage dans le cinéma européen

h.4 - activités de classe

- Attribution du thème

h.5- devoirs

- Recherche du texte en possession de toutes les exigences par les étudiants

h. 6-7 devoirs

- Regarder le film

h. 8-9 devoirs

- Analyse du film
- Rédaction du papier
 - Remettre les devoirs au professeur**

5. Connaissances et compétences spécifiques acquises :

- Culture et société

Connaître les différences d'assimilation/acculturation/intégration/inclusion

Compréhension interculturelle dans un contexte éducatif et médiatique/de communication

Connaissance (et capacité à utiliser) des théories de l'anthropologie culturelle, des sciences politiques et des sciences de la communication au niveau sociétal

Définir des concepts clés dans un contexte éducatif interdisciplinaire

Assumer une vision dynamique de la culture pour accueillir les immigrants et les minorités ethniques nationales

Développer une conscience critique et une réflexivité des asymétries sociales résultant de la diversité ethnique, religieuse et culturelle et de genre et des régimes et discours politiques qui les déterminent dans le service social, l'anthropologie, l'action politique et juridique, les médias, la police

La production d'un cadre pluridisciplinaire en contexte éducatif

Souligner les principes de réflexivité et l'importance de la conscience critique dans un contexte éducatif

Élargir la connaissance des multiples dimensions de la diversité dans les contextes de l'éducation, des médias et des politiques publiques

Communication et diversité culturelle

Analyse des médias de masse (presse écrite, télévision, radio)

Exprimer un point de vue sur la position des étudiants vis-à-vis des migrants/réfugiés

Rédaction d'articles professionnels sur les questions migratoires

6. Ressources bibliographiques

1. Appaduraj A. (1996). La modernité en général. Dimensions culturelles de la mondialisation. Minnesota : Presse de l'Université du Minnesota.
2. Aumont J., Marie M. (2015). L'analyse des films. Malakoff : Armand Colin.
3. Berghahn D., Sternberg C. (dir.) (2010). Le cinéma européen en marche. Film migrant et diasporique dans l'Europe contemporaine. Londres : Palgrave Macmillan.
4. Canclini, Nestor Garcia, Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Grialbo, 1990.
5. Denzin NK (2002). Screening Race : Hollywood et un cinéma de violence raciale, 1980-1995. Londres : Sauge.
6. Laplanitne, F., NoussA. (1997), Le Métissage, Paris, Flammarion
7. G. Peruzzi, R. Lombardi (2020). Les couples interculturels dans le cinéma européen. Une recherche sur les représentations visuelles du mélange, in Migrant Worlds, 2/2020, 141-157. ISBN 1972-4888.
8. Gabrielle Varro (2003), Sociologie de la mixité. De la mixité amoureuse aux mixités sociales et culturelles, Paris : Éditions Belin (col. « Perspectives sociologiques »).
9. Todd E. (1994). Ils sont souvent destinés à immigrer. **Assimilation et ségrégation dans les démocraties occidentales. Paris : Seuil.**

7. Évaluation

L'évaluation est basée sur un dossier final

Séquence	La description	Actions	Remarques/Evaluation/Criteries
----------	----------------	---------	--------------------------------

<p><i>Séquence</i> 1</p> <p><i>Lancement de l'exercice</i></p>	<p>Présentation de l'exercice en classe</p> <p>Présentation de l'étude de cas</p>	<p>Mission de l'enseignant : identifier un film sur les couples mixtes en Europe et l'analyser</p> <p>Illustration des directions</p> <p>Sondage d'opinion et commentaires des étudiants</p>	<p>Le texte de l'exercice est joint</p>
<p><i>Séquence</i> 2</p> <p><i>Analyse de films</i></p>	<p>Activité individuelle des élèves en classe + à la maison</p>	<p>Analyse du document cinématographique</p>	
<p><i>Séquence</i> 3</p> <p><i>formulation</i></p>	<p>Activité individuelle des étudiants</p>	<p>Analyse du film, selon les critères proposés dans le document joint</p> <p>Rédaction du papier</p> <p>Remise des devoirs au professeur</p>	

BIBLIOGRAPHIE

Bender, John; Davenport, Lucinda ; Drager, Michael ; Fedler, Fred (2015),
Rédaction et reportage pour les médias (11e édition), Oxford University Press

Chère Jennie ; Scott, Faren (2014), Le journaliste responsable. An
Introduction to News Reporting and Writing (1ère édition), Oxford University
Press

Feldman, M.S., A.M. Khademian et K.S. Rapide. 2009. "Modes de
connaissance, gestion inclusive et promotion de l'engagement démocratique",
Une introduction au numéro spécial. Revue internationale de gestion publique
12 (2): 123-13

Kovatch, Bill ; Rosenstiel, Tom (2001), Les éléments du journalisme: ce que
les journalistes doivent savoir et le public doit s'attendre , Crown

Megginson, Léon ; Mosley, Donald ; Pietri, Paul (1991) - Gestion : concepts et
applications, Harpercollins College Div ; Édition ultérieure

Rich, Carol (2015), Rédaction et reportage d'actualité : une méthode de
coaching (8e édition), Cengage Learning

The Missouri Group (2019), News Reporting and Writing (13e édition),
Bedford/St. Martin's

Woods, Michael "Les 7 piliers de l'inclusion",
<https://inclusivesportdesign.com/start-here/>



www.rtv-erasmusproject.eu

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein".

