



RÉSEAU ÉDUCATION MÉDIAS

www.education-medias.ca

Année scolaire : 3^e à 5^e
secondaire

À propos de l'auteure

Jane Tallim est la directrice
du programme éducatif du
Réseau.

Cette activité pédagogique a
été créée avec l'aide
financière de Patrimoine
Canadien, Programme du
multiculturalisme.

Déroulement suggéré

Discussion

- Comment définiriez-vous la diversité dans la société?
- Quelles formes de diversité identifiez-vous? (*Les élèves devraient identifier la diversité basée sur l'orientation sexuelle, le sexe, la religion, la culture, l'origine géographique, le statut économique et la race.*)
- Croyez-vous que la diversité qu'on peut retrouver dans la société est bien décrite par les médias?

Expliquez à vos élèves que la leçon portera sur la diversité raciale et les médias, c'est-à-dire comment les autochtones et les minorités visibles sont dépeints par la télévision, la publicité et dans les nouvelles. Posez les questions suivantes :

- Pouvez-vous nommer des émissions de télévision qui reflètent la diversité existant au sein de la société? (*Donnez un peu de temps à vos élèves afin qu'ils puissent dresser une liste de ces émissions et écrivez leurs réponses au tableau.*)
- Quelle émission offre une image réaliste de la diversité culturelle ou raciale?

Activité pédagogique

L'écran blanc. Les voix invisibles des médias.

Durée : S'étale sur plusieurs jours

Sujet : Représentations des minorités

Aperçu

Cette activité vise à sensibiliser les élèves à la manière dont les autochtones et des personnes appartenant à des minorités sont dépeints dans les médias.

Intentions

- Prendre conscience de la manière dont les autochtones et des personnes appartenant à des minorités visibles sont dépeintes dans les médias.
- Comprendre les enjeux de la sous-représentation, des stéréotypes sur les personnes qui ne sont pas de race blanche ainsi que des perceptions et des attitudes de la société envers elles.

- Quelle émission présente une image négative, artificielle ou stéréotypée de la diversité culturelle ou raciale?
- Êtes-vous en accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant : les autochtones et les minorités visibles sont sous-représentés dans les messages publicitaires. Pourquoi?
- Pouvez-vous penser à des publicités mettant en scène des autochtones ou des minorités visibles? Dans ces publicités, sont-ils présentés comme des gens ordinaires ou exploite-t-on le thème de la race et de l'ethnicité?
- La marginalisation et les stéréotypes entourant les personnages qui ne sont pas de race blanche dans les films et les émissions de télévision ont été dénoncés par divers groupes antiracistes.
- Quel message les téléspectateurs reçoivent-ils lorsque la majorité des personnages vus à la télévision sont des hommes blancs?
- Existe-t-il un genre d'émission de télévision où les minorités visibles sont représentées? Est-ce que ce sont des images réalistes ou positives?
- Quels dangers voyez-vous à l'utilisation de stéréotypes dans les émissions de télévision?
- Quelles sont les conséquences de la sous-représentation des minorités visibles et des autochtones dans le monde médiatique, en tant que journalistes, rédacteurs et producteurs?
- Pensez-vous qu'il existe un biais dans la manière dont les minorités visibles et les autochtones sont perçus à travers les nouvelles?
- Quelles perceptions sont créées par les nouvelles concernant les minorités visibles et les autochtones? Quels stéréotypes cela renforce-t-il?

Prolongement de la discussion

Dans son article sur la marginalisation des autochtones et des minorités visibles dans les médias intitulé « Veuillez ajuster votre téléviseur » (*Please adjust your set*), Augie Fleras conclut : « Ce qui n'est pas dit dans les médias est aussi important que ce qui y est articulé. » Répondez à cette conclusion. Quelles sont les conséquences de l'absence de voix autochtones ou provenant de minorités visibles dans les médias?

Travail d'équipe

Divisez la classe en équipes. Chaque équipe présentera ses conclusions à la classe.

Une ou des équipes, dépendamment du nombre d'élèves, visionneront les bulletins de nouvelles et les émissions d'affaires publiques pendant une semaine et prendront en note :

- le nombre de lecteurs de nouvelles et de journalistes non blancs;
- le nombre de nouvelles traitant de minorités visibles et d'autochtones;

- les types de nouvelles qui sont diffusés;
- le rôle que ces personnes ont dans ces nouvelles (victimes, agresseurs, sources, experts);
- s'il y a une différence dans la façon dont les personnes appartenant à des minorités visibles sont représentées sur les chaînes canadiennes et américaines.

D'autres équipes étudieront le contenu de sept magazines différents et prendront en note :

- le nombre de messages publicitaires mettant en vedette des mannequins qui ne sont pas de race blanche dans chaque magazine en comparaison avec le nombre de publicités utilisant des mannequins de race blanche;
- le type de produits dont la promotion est faite par des autochtones ou des minorités visibles;
- l'image projetée par ces personnes dans les publicités (positive, négative, réaliste, stéréotypée).

Finalement, des équipes étudieront les téléromans, émissions dramatiques ou les comédies qui incluent des personnages d'une race autre que blanche et prendront en note :

- l'image projetée par des personnages de races autres que blanche (le rôle de leur personnage, leur métier et leur statut socio-économique);
- leur importance dans l'émission (personnage principal ou de soutien);
- la manière dont ces personnages sont dépeints dans ces émissions (positive, négative, réaliste, stéréotypée);
- la relation existant entre les personnages blancs et les personnages qui ne sont pas de race blanche dans chaque émission.

Prolongement

Première activité

- Visitez la section *Réglementation canadienne de la radiodiffusion concernant la diversité culturelle* du site Web du Réseau et la section consacrée à la diversité culturelle du site Internet du CRTC. Résumez ensuite les politiques et les initiatives concernant la représentation de la diversité culturelle dans l'industrie de la radiodiffusion.

Deuxième activité

- Contactez les radiodiffuseurs régionaux et nationaux pour découvrir s'ils ont ou non des politiques concernant la représentation des autochtones et des minorités visibles dans leur programmation et dans leurs politiques d'embauche. Si possible, trouvez le pourcentage d'employés autochtones et d'employés appartenant à une minorité visible.

Troisième activité

- Si vous étiez un radiodiffuseur devant respecter les politiques concernant la représentation et la diversité culturelle, quel plan d'action créeriez-vous pour votre compagnie? Concevez un plan qui inclut un préambule affirmant pourquoi la diversité culturelle est importante pour vous, en tant que radiodiffuseur, puis mettez en évidence les façons par lesquelles la diversité culturelle sera valorisée dans votre organisation. (*Ce plan doit inclure un large éventail d'éléments à considérer et ne doit pas se limiter à la programmation en ondes. Les élèves créent un plan qui favorise la diversité culturelle dans toute l'organisation.*)

Quatrième activité

- Les vidéoclips constituent un médium visuel signifiant pour les adolescents. Demandez aux élèves de mesurer la diversité culturelle dans leurs vidéoclips préférés. Ils peuvent étudier une grande variété de genres musicaux : hip-hop, rap, rock, rock alternatif, « top dix », etc., puis comparer la représentation à l'intérieur de chacun de ces genres.

Cinquième activité

- Demandez aux élèves de lire l'essai *Représentation des minorités ethniques et visibles dans les nouvelles* sur le site Web du Réseau et d'écrire un texte d'opinion en réponse aux enjeux soulevés.

Suggestion

Même si cette leçon traite de la race et de l'origine ethnique, ces activités peuvent aussi être utilisées pour l'étude d'autres composantes de la diversité dans les médias telles que l'orientation sexuelle, le sexe, la religion, l'origine géographique, la culture ou le statut économique.

Réglementation canadienne de la radiodiffusion concernant la diversité culturelle

La plus récente *Loi sur la radiodiffusion* du gouvernement canadien date de 1991. Elle définit les grandes lignes d'un engagement formel à refléter les diversités culturelles et raciales dans les programmations radiophoniques et télévisuelles. Elle précise en outre que l'industrie doit refléter cette même diversité dans ses politiques d'emploi.



La loi soutient que la radiodiffusion canadienne doit « servir les aspirations des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne, ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones ».

L'application de cette loi est confiée au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui a élaboré les lignes directrices que doit suivre l'industrie en ce qui concerne la diversité culturelle. Le respect de ces directives est volontaire. Toutefois, puisque le CRTC délivre les licences d'exploitation, il peut en refuser l'octroi ou le renouvellement aux stations qui ne sont pas conformes aux provisions de la loi.

En 1999, le CRTC a révisé sa politique sur la radiodiffusion canadienne et recommandé la formation d'un groupe de travail ayant pour tâche d'examiner la représentation de la diversité culturelle à la télévision. Après consultation des radiodiffuseurs, producteurs et membres des communautés culturelles, le rôle du groupe de travail est d'identifier les meilleures pratiques, « d'aider à définir les enjeux et de proposer des solutions à l'industrie ». En août 2001, le CRTC a demandé à l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) de coordonner ce groupe de travail, en tant que représentante des services de télévision privés conventionnels, des canaux spécialisés et de la télévision payante.

L'ACR a soumis au CRTC en 2002 un plan d'action concernant la diversité culturelle. On y retrouve, entre autres, une stratégie d'évaluation quantitative du degré de diversité culturelle dans les émissions, accompagnée d'une analyse qualitative de la perception par les téléspectateurs de l'importance et des caractéristiques des minorités ethniques, y compris autochtones.

Dans ce rapport, l'industrie s'engage également à établir une liste de « pratiques exemplaires » dans le portrait des minorités, à la communiquer à l'ensemble de ses membres et à contrôler son application dans le pays tout entier.

Représentation des minorités ethniques et visibles dans les nouvelles

Selon une étude réalisée par Florian Sauvageau et David Pritchard en 2000, la plupart des journalistes ont la conviction que leur rôle est de couvrir l'actualité de manière objective, indépendante et équilibrée. Au quotidien, cependant, l'idéal journalistique semble rarement atteint. Plusieurs études révèlent en effet que la couverture médiatique des minorités ethniques et visibles est insuffisante et stéréotypée.

En 1991, dans une étude marquante sur les médias canadiens, Charles Ungerleider, professeur de sociologie à l'Université de la Colombie-Britannique, a voulu comprendre les raisons de ce fossé entre l'idéal d'objectivité du journalisme et l'image généralement déformée des minorités dans les médias. Il affirme que le journalisme est avant tout l'art de raconter une bonne histoire et consiste en bonne partie à mettre en scène des bons, des méchants et des victimes.

En ignorant les minorités ethniques ou en leur attribuant le rôle des méchants, les journalistes nous enseignent implicitement qui est important dans notre société, à qui nous pouvons nous fier et de qui nous devons nous méfier. À force d'être répétées dans les médias, ces histoires deviennent « des vérités acceptées par tous ceux pour qui une autre interprétation n'est pas évidente ».

Le code de couleurs dans les nouvelles

En réalité, les immigrants enfreignent moins souvent la loi que leurs concitoyens nés au Canada. Une recherche fédérale sur les crimes graves commis en 1989 et 1991 a montré que, proportionnellement à leur importance dans la population, les citoyens nés hors du Canada étaient « remarquablement sous-représentés » dans les prisons canadiennes. (De plus, selon Statistique Canada, ils ont souvent un plus haut niveau de scolarité et de stabilité sociale.) Cela ne les empêche pas de continuer à être sur-représentés dans les reportages canadiens et américains touchant au crime.

Les minorités visibles occupent seulement 4,4 % des rôles d'experts ou d'invités dans les émissions de nouvelles de langue anglaise et 0,7 % dans les nouvelles de langue française.

Source : Groupe de travail sur la diversité culturelle à la télévision, À l'image des canadiens – Pratiques exemplaires pour la diversité culturelle à la télévision privée, juillet 2004

En 1997, Frances Henry, de l'University York, a examiné durant quatre mois les articles des trois plus grands journaux de Toronto. Elle a découvert que 54 % des articles du *Toronto Sun* contenant le mot « Jamaïcain » relataient des activités criminelles. De la même façon, 46 % des reportages sur les trafics de drogue, parus dans les trois journaux, faisaient référence à des « mafias » vietnamiennes ou extrême-orientales.

Certains universitaires sont convaincus que ce type de reportage peut avoir un impact sur les politiques sociales. En 2000, dans une étude intitulée *Discours raciste dans la presse écrite d'expression anglaise au Canada*, Frances Henry et Carol Tator concluaient que la presse crée un état de « panique morale », en présentant « des incidents de violence isolés comme le signe d'une profonde crise sociale mettant la nation en danger ».

Des 16 000 nouvelles diffusées en soirée par les grands réseaux américains ABS, CBS, CNN et NBC en 2002, seulement 0,75 % parlent des Latinos ou de questions les concernant. Et, quand elles le font, c'est 64 % du temps pour parler de criminalité, de terrorisme ou d'immigration illégale.

Source : National Association of Hispanic Journalists, Network Brownout 2003: The Portrayal of Latinos in Network Television News, 2002

L'association des minorités avec la criminalité est loin de constituer la seule façon dont celles-ci sont stéréotypées. Selon le Canadian Nation of Immigrants Project, on retrouve la même sur-représentation des immigrants dans les articles de journaux qui portent sur le monde du sport ou du spectacle, mais une sous-représentation manifeste en ce qui concerne la politique et les affaires.

Par ailleurs, les hommes blancs font figure d'autorité dans la plupart des médias populaires, alors que l'expertise des membres des minorités est marginalisée. Environ 90 % des experts interrogés dans les reportages de nouvelles américains sont blancs et les rares fois où l'on fait appel à des experts issus des minorités, c'est pour leur demander leur opinion sur des questions concernant les communautés culturelles, notamment les problèmes de drogue ou les activités criminelles.

Couverture médiatique : le point de vue des minorités

Les études montrent que les Blancs canadiens ont tendance à considérer comme juste et à peu près équitable la couverture que les médias font des minorités. Les minorités ont cependant une perception très différente.

En 1995, l'Association canadienne des journaux a mené une enquête auprès de lecteurs issus des minorités. L'étude a révélé que les membres des minorités ethniques et visibles avaient « une vision positive du Canada et de leurs propres communautés » et « un grand sens patriotique ». Par contre, ils pensaient pour la plupart que les journaux canadiens les traitaient comme des étrangers, associaient injustement crime, race et religion et ne donnaient pas une couverture équilibrée de leurs communautés.

C'est aussi l'avis du journaliste canadien Haroon Siddiqui :

L'immigration, l'intégration, l'égalité d'accès au travail et aux services sociaux, les relations interraciales, le multiculturalisme, la compréhension entre cultures et la double identité sont autant de questions qui intéressent les minorités, comme la plupart des autres Canadiens d'ailleurs, mais les médias ne leur accordent que peu d'importance. Et quand ils en traitent, c'est souvent comme on le faisait il y a

50 ans, de manière hostile, primaire, ou les deux à la fois.

Présence des minorités dans les salles de nouvelles et politique d'emploi

L'Association canadienne des journaux a entrepris en 1993 de mesurer la diversité ethnique et raciale au sein de l'industrie. Elle a donc envoyé des questionnaires à 82 des plus importants journaux au pays. Les 41 qui ont répondu employaient au total 2 620 journalistes, réviseurs, photographes, illustrateurs et superviseurs. De ce nombre, seulement 67 étaient membres de minorités ethniques ou raciales. Plus de la moitié des journaux concernés ne considéraient pas l'augmentation du nombre de journalistes non-blancs comme une priorité immédiate et « le respect de la diversité dans la couverture des événements comme dans les politiques d'emploi » figurait presque en bas de liste des préoccupations de leurs éditeurs.

Sept ans plus tard, une enquête menée par Florian Sauvageau et David Pritchard, a révélé que 97,7 % des journalistes canadiens, tous médias confondus, étaient blancs. La faible progression du dossier de l'équité dans les médias serait ainsi en partie attribuable à un manque d'intérêt de la part des journaux et diffuseurs. Un rapport du Centre de recherche-action sur les relations raciales (CRARR) publié en 1993 et intitulé *Les médias québécois et les communautés ethnoculturelles* montre que les réseaux de télévision se préoccupent peu d'équité, et ce même si la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* les y oblige. Malgré le fait qu'ils « reconnaissent que leur main-d'oeuvre interne ne reflète pas la diversité actuelle de la métropole » les grands réseaux de télévision québécois, hormis la Société Radio-Canada, ne possèdent aucun programme d'équité en emploi.

Selon cette même étude, la rareté des journalistes issus des minorités ethniques ne signifie pas que les dirigeants des réseaux de télévision et de quotidiens sont racistes. Cela montre cependant qu'il existe des barrières institutionnelles parfois inconscientes et automatiques qui empêchent une meilleure représentation des minorités au sein de l'industrie. Selon le CRARR, les patrons « veulent travailler avec des gens qui leur ressemblent culturellement et qui pensent de la même façon » ce qui exclu souvent les journalistes issus de minorités ethniques. L'absence de discussions sérieuses sur le racisme au Canada et la ghettoïsation des journalistes issus des minorités constituent d'autres barrières.

Les salles de nouvelles américaines n'ont pas été plus rapides à faire de la diversité culturelle une de leurs priorités. D'après une enquête de L'American Society of Newspaper Editors (ASNE) réalisée en 2004, les minorités visibles ne représentaient encore que 12,94 % du personnel des salles de nouvelles, alors que leur proportion est de 31,7 % dans la population américaine en général. Vingt six ans après que l'organisme se soit engagé à promouvoir la diversité, 88 pour cent du personnel des salles de nouvelles était toujours Blanc. D'ailleurs, selon le Center for Media and Public Affairs, en 2001, 88 % des nouvelles diffusées par ABC, CBS et NBC dans les bulletins de soirée étaient rapportées par des Blancs.

Pour la promotion d'un personnel multiculturel

Au Canada, depuis 1990, le gouvernement, les écoles de journalisme et les associations professionnelles se sont concertés et ont entrepris des actions pour améliorer le nombre de journalistes issus des minorités. La Société Radio-Canada a instauré une « politique d'intégration comportant des programmes d'insertion et de sensibilisation » qui a permis d'élever à 5 % le nombre des employés membres de minorités visibles et à 1,2 % la proportion des employés

autochtones pour l'an 2002. Des progrès qui sont toutefois loin de l'objectif d'une représentation équitable puisque ces groupes représentent 16,7 % de la population. On a constaté également des gains dans les salles de nouvelles des autres réseaux canadiens, sans qu'il n'existe cependant de données officielles.

Plusieurs organisations comme l'Association canadienne des journaux ou l'Association canadienne des radiodiffuseurs se sont engagées à promouvoir une plus grande diversité culturelle dans leurs rangs. Et des progrès ont été accomplis.

Cependant, comme le souligne l'éditeur Nicolas Hirst, le problème n'est pas simple. Quand son journal, le *Winnipeg Free Press*, a fondé une bourse d'études en journalisme pour les étudiants autochtones ou issus de minorités ethniques au Red River College, aucun candidat ne s'est présenté. On a fait savoir à Hirst que les étudiants « ne désiraient pas entrer dans une compétition où ils ne seraient choisis que parce qu'ils faisaient partie de minorités visibles ».

L'industrie ne pourra s'assurer d'une diversité suffisante dans son personnel qu'en réexaminant constamment ses propres préjugés et en faisant des efforts concrets et constants pour s'ouvrir à la diversité.