

Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix-Marseille III

## **Faculté de droit et de science politique**

Institut de Recherches et d'Etudes en Droit de l'Information et de la  
Communication

# **LA PLACE DES MINORITÉS À LA TELEVISION FRANÇAISE**

*LA QUESTION DE LA REPRESENTATION DES MINORITES VISIBLES*

Mémoire réalisé par Magali Boissin sous la direction de Guy Drouot

DEA de Droit des médias

Aix en Provence

2002/2003



Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix-Marseille III

## **Faculté de droit et de science politique**

Institut de Recherches et d'Etudes en Droit de l'Information et de la  
Communication

# **LA PLACE DES MINORITÉS À LA TELEVISION FRANÇAISE**

*LA QUESTION DE LA REPRESENTATION DES MINORITES VISIBLES*

Mémoire réalisé par Magali Boissin sous la direction de Guy Drouot

DEA de Droit des médias

Aix en Provence

2002/2003

# **SOMMAIRE**

## **Partie I : La quête de reconnaissance des minorités visibles à travers les médias**

**Titre Un : Une demande concrète d'existence à travers les médias**

**Titre Deux : La télévision, objet central de considération et de socialisation**

## **Partie II : Vers une prise en compte des minorités visibles à la télévision française**

**Titre Un : L'étude du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel**

**Titre Deux : Les diverses politiques envisageables de prise en compte des minorités**

# INTRODUCTION

1998 : la création du Collectif Egalité par quelques personnalités comme Calixthe Beyala, romancière, Dieudonné, humoriste ou bien Manu Dibango, musicien, marque le point de départ d'une action très médiatique pour ouvrir le débat sur la place des minorités à la télévision française. Le sujet est peu ou prou encore tabou, et l'on n'ose pas vraiment jusque là s'interroger sur un éventuel dysfonctionnement du petit écran, qui aurait oublié de représenter, par mégarde ou volontairement, une partie de la nation française. Il faut dire que le fond du problème est fort fâcheux : le peuple de la République française est un et indivisible, et le principe d'égalité entre ses membres est à considérer avec beaucoup de sérieux. L'article 1<sup>er</sup> de la Constitution de 1958 énonce ainsi que « La France est une République indivisible, laïque, démocratique et sociale. Elle assure l'égalité devant la loi de tous les citoyens, sans distinction d'origine, de race ou de religion ». La République se doit alors de répondre à l'aspiration démocratique d'une « société de citoyens libres et égaux »<sup>1</sup> du philosophe libéral John Rawls. La politique française tendrait à vouloir y parvenir en prônant parfois moins le pluralisme que l'égalitarisme.

Les médias n'ont pas échappé à cette règle, si l'on écarte les émissions religieuses des principaux cultes imposées au service public, mais réduites à une peau de chagrin le dimanche matin, et l'accès à l'antenne prévu pour différents syndicats représentatifs et partis politiques. Ces quelques exceptions ne sont point satisfaisantes pour les minorités. La réflexion de Jamil Ouaj, responsable du projet *More Colour in the Media* pour l'Institut Européen des Médias, financé par la Commission Européenne, semble sensée : « Aussi noble que paraît être le point de départ de la philosophie française, elle s'avère loin de la réalité. Partir du principe que tous sont égaux et donc laisser de côté le sujet, cela revient à ignorer les groupes de minorités ethniques comme la communauté maghrébine, qui sont socialement désavantagés et n'ont aucun accès aux médias. Une population importante d'origine africaine ou asiatique doit immanquablement abandonner sa représentation dans les médias audiovisuels français à la majorité »<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> RAWLS J., *A Theory of Justice*, Londres, Oxford University Press, 1971, p. 13.

Les difficultés sont en effet réelles, depuis longtemps. On peut se souvenir qu'un soir de 1984, « Michel Reinette présente son premier journal télévisé. Le premier - en France - piloté par un journaliste noir. Mais à l'antenne, il n'est pas tout seul. Son rédacteur en chef a tenu à l'accompagner pour le présenter aux téléspectateurs, leur expliquer que ce nouveau journaliste a suivi le même cursus universitaire que lui. Qu'un Blanc »<sup>3</sup>. L'anecdote peut apparaître datée, dépassée par l'évolution des mentalités. Mais rien n'est plus certain... David Delos, né de parents martiniquais et présentateur du journal de Bloomberg TV, évoque les obstacles rencontrés depuis dix ans au sein des chaînes françaises : « Là où j'ai vu le plus de réticences, sans forcément parler de racisme, c'était en radio et en télé. J'ai souvent entendu des responsables me dire « c'est vraiment le métier que tu veux faire ? », comme s'il aurait mieux valu que je passe un concours de la Poste »<sup>4</sup>. Quels que soient les efforts entrepris, indéniables, par les entreprises médiatiques pour intégrer plus de diversité dans leurs programmes, un blocage persiste. Il est donc intéressant, cinq ans après la création du Collectif Egalité, de se pencher sur la place des minorités à la télévision française, et d'analyser plus précisément la question de la représentation des minorités visibles.

Le terme de minorités visibles est une clé primordiale de ce mémoire, s'appuyant en effet sur le lexique choisi par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) dans son étude<sup>5</sup>. Il est la reprise et la traduction directe de l'expression anglo-saxonne *visible minorities*, utilisée depuis de nombreuses années aux Etats-Unis et surtout au Canada, pays en pointe en ce qui concerne la recherche sur l'ethnicité ou le multiculturalisme. Cette désignation des « minorités ethniques d'origine non-européenne et dont l'aspect physique, différent de celui de la majorité française blanche, les rend visibles »<sup>6</sup>, présente le mérite d'être simple et facilement compréhensible, dans un domaine pointilleux, où les sensibilités peuvent facilement s'exacerber. Par ailleurs, il faut reconnaître que le terme de minorités en lui-même offre beaucoup d'acceptions et ne suffit pas à cadrer de manière assez rigoureuse et exacte un travail sur le sujet, car « de la même manière que chaque pays a sa propre histoire, chaque pays a ses propres minorités et met derrière ce vocable ses propres références. Minorités

---

<sup>2</sup> OUAJ J., « More Colour in the Media », The European Institute for the Media – The Bulletin, vol. 15, n°3, septembre 1998.

<sup>3</sup> DASQUE E., « La télé fait pâle figure. Les écrans résistent à l'intégration. Etat des lieux alors qu'un collectif réclame des quotas de gens de couleurs », Libération, 5 octobre 1999.

<sup>4</sup> BINET St., « La crise de l'intégration. Des écrans couleur encore trop pâles », Libération, 18 avril 2002.

<sup>5</sup> « Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française : une étude du CSA », La Lettre du CSA, n°129, juin 2000.

linguistiques, nationales, culturelles, ou minorités étrangères, religieuses, réfugiés, minorités issues des anciennes colonies, minorités ethniques... »<sup>7</sup>. Que choisir ? Les textes officiels européens ne sont pas toujours vraiment utiles, car si le Conseil de l'Europe s'est intéressé au sort des minorités, c'est en termes très larges. Il n'est pas dérisoire cependant de noter que la Convention-cadre pour la protection des minorités nationales prévoit qu'« une société pluraliste et véritablement démocratique doit non seulement respecter l'identité ethnique, culturelle, linguistique et religieuse de toute personne appartenant à un minorité nationale, mais également créer des conditions propres à permettre d'exprimer, de préserver et de développer cette identité »<sup>8</sup>. Une autre recommandation du Conseil de l'Europe s'attache quant à elle plutôt aux « minorités ethniques », faisant « partie intégrante de l'identité européenne »<sup>9</sup>.

En outre, comment définir une minorité en elle-même ? Elle semble appeler nécessairement un référent pour se situer, mais tous les auteurs ne s'accordent pas sur ce dernier. Léa Martel, directrice du département Education à la BRTN, télévision flamande, souligne que « le nombre doit être interprété en fonction de son pouvoir, de ses possibilités d'accès aux centres de décision et médias. Qui ne possède pas ce pouvoir, dit-elle, se trouve de fait relégué parmi les minorités, quel que soit son poids numérique »<sup>10</sup>. On peut citer en exemple le cas de l'Afrique du Sud, où une minorité blanche a tenu les rênes et imposé l'apartheid pendant des années alors qu'elle ne représentait qu'environ 20% de la population<sup>11</sup>. A l'opposé, la version la plus concise consiste à définir une minorité par rapport à une majorité numérique. Il suffit de savoir compter pour déterminer le champ d'étude. Mais cette méthode se révélerait trompeuse. Par habitude les minorités, d'origine africaine, asiatique, hispanique ou indienne (dans le cas des Etats-Unis) recouvrent les personnes de couleur. Statistiquement, pourtant, cette définition ne s'avère plus toujours vraie, en particulier en Amérique où l'immigration est un phénomène ancien. Les villes américaines qui

---

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> *Droits culturels, médias et minorités*, Ed. du Conseil de l'Europe, 1997, p. 14.

<sup>8</sup> Convention-cadre pour la protection des minorités nationales, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1<sup>er</sup> février 1995, [http://www.coe.int/T/f/Droits\\_de\\_l'Homme/minorites/2.\\_CONVENTION\\_CADRE\\_\(MONITORING\)/1.\\_Textes/H\(1995\)010%20F%20FCNM%20et%20Rapport%20explicatif.asp#TopOfPage](http://www.coe.int/T/f/Droits_de_l'Homme/minorites/2._CONVENTION_CADRE_(MONITORING)/1._Textes/H(1995)010%20F%20FCNM%20et%20Rapport%20explicatif.asp#TopOfPage)

<sup>9</sup> Recommandation 1277 relative aux migrants, aux minorités ethniques et aux médias, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 30 juin 1995,

<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta95/frec1277.htm>

<sup>10</sup> *Droits culturels, médias et minorités*, Ed. du Conseil de l'Europe, 1997, p. 15.

<sup>11</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 102.

accueillent des groupes considérés comme des minorités, constituant en fait plus de la moitié de la population, sont de moins en moins des cas isolés. En 1991, le maire de New-York David Dinkins a déclaré lors d'un congrès de l'association nationale des journalistes hispaniques que c'était «une ville dans laquelle aucun groupe ne peut revendiquer la majorité»<sup>12</sup>. De même au niveau national, le jour où les Blancs seront minoritaires aux Etats-Unis n'est peut-être pas si lointain... Le taux de croissance de la communauté blanche de 1980 à 1990 a été de 6%, tandis que la part d'Hispaniques dans la population est passée de 6.4% à 9%, soit un taux de croissance de 53%. La part des minorités ensemble (Blacks, Asians, Native Americans, Hispanics, Other Populations) se monte à 28.7% en 1990<sup>13</sup>. Les estimations anticipent qu'en 2025 les traditionnelles minorités seront majoritaires au Texas, à New-York et en Floride.

Le terme de minorités, utilisé seul, peut engendrer d'autres confusions. Il peut en effet parfaitement s'appliquer à des familles de rattachement identitaire, ou des groupes actifs. Notons à ce titre la communauté homosexuelle, qui pourrait certainement prétendre elle aussi à une meilleure représentation dans les médias et notamment à la télévision. Les stéréotypes ne l'ont pas épargné. Ces cas de figure n'appartiennent toutefois absolument pas à mes travaux de recherche sur la place des minorités à la télévision, m'étant attachée à respecter la méthodologie choisie par le CSA dans son étude sur les minorités visibles, qui correspond à de nombreux ouvrages anglo-saxons parus sur ce thème.

La reprise de l'expression *visible minorities* cerne donc de façon adroite le cadre du sujet. Le démographe Hervé Le Bras a en tout cas été séduit par l'idée, « bien plus intéressante que celle de minorité ethnique. Elle fait référence aux caractères humains qui dépassent simplement la couleur de la peau et qui peuvent être l'âge, le sexe ou la marque d'un handicap »<sup>14</sup>. Très optimiste, cette pensée tend à vouloir démontrer que le concept est plus riche qu'il n'y paraît, et qu'il ne s'arrête pas à une comptabilité des teintes de peau. Cela me semble outrepasser le sens de cette expression, et lui donner un format idéal qui n'est pas nécessaire. Il s'agit bien d'apparence, même si nous sommes réticents à l'admettre et que certains ont du mal à dépasser la connotation négative qui y est liée en évoquant

---

<sup>12</sup> Cité dans GUTERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, p. 19.

<sup>13</sup> *Ibid*, p. 8.

<sup>14</sup> TONNEAU Fr., « Les politiques ont sonné le réveil des consciences », *Le Parisien*, 28 mai 2000.



« photographie, image « avoir l'air », télévision: il faut promouvoir le symbole ou la représentation, il faut qu'on « les » voit, puisque la majorité « transparente » les ignore ou les méprise »<sup>15</sup>. La notion de minorités visibles ne fait ainsi pas l'unanimité. Des critiques se justifient d'ailleurs pleinement, et ne peuvent qu'aider à une meilleure compréhension des failles et des qualités de cet outil méthodologique. Comme le souligne Will Kymlicka, enseignant en philosophie à l'Université de Toronto, « des variations historiques considérables ont marqué la perception que les individus se font de qui est blanc et qui est noir. Par exemple, l'idée que tous les Européens sont blancs est relativement récente. [...] Une évolution similaire dans la perception des couleurs de la peau a permis à plusieurs minorités visibles d'obtenir une certaine égalité de traitement avec les blancs en Amérique du Nord. C'est même là une façon de mesurer le degré d'intégration d'un groupe: il s'agit d'étudier son évolution dans l'éventail des couleurs de la peau »<sup>16</sup>. Le terme générique de minorités visibles cache alors des réalités socioculturelles disparates entre les différents groupes ethniques. En particulier, si « notre société demeure divisée sur le plan racial », « le clivage fondamental actuel se présente moins comme une opposition entre blancs et non-blancs et plus comme une opposition entre blancs et noirs »<sup>17</sup>. Ce phénomène n'est pas à négliger.

Le questionnement sur la représentation des minorités visibles reste malgré tout pertinent et utile, car c'est une première approche nécessaire en France, pour déclencher ensuite un mouvement de recherches et de débats.

Le choix de la télévision s'est imposé car c'est le média le plus puissant en termes de pénétration des foyers et par conséquent le plus à même de transmettre un message, fût-il symbolique. Il concentre le pouvoir de l'image, liée étymologiquement avec notre imaginaire, et la manière dont nous concevons et percevons la société. S'il existe un tel désir, de si grandes revendications en France comme ailleurs pour faire apparaître à l'écran des représentants des minorités visibles, ce n'est pas pour répondre à une simple logique comptable de proportions. Un véritable besoin de sens, de se retrouver en autrui se profile derrière ces discours. La radio ou la presse, qui n'échappent heureusement pas aux pressions

---

<sup>15</sup> RUDDER V. (de), POIRET Chr., VOURC'H Fr., *Les enjeux politiques de lutte contre le racisme: discrimination justifiée, Affirmative action, discrimination positive, parle t-on de la même chose?*  
[http://www.uhb.fr/sc\\_humaines/ceriem/documents/ccPDF/CC7derud.pdf](http://www.uhb.fr/sc_humaines/ceriem/documents/ccPDF/CC7derud.pdf)

<sup>16</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 130.

<sup>17</sup> *Ibid*, p. 131.

pour diversifier leur recrutement, ne peuvent pas jouer ce rôle auprès des minorités. Elles peuvent informer sur des centres d'intérêts qui leur conviennent, mais elles ne peuvent pas leur permettre de se retrouver un modèle d'identification, presque palpable à travers la petite lucarne.

Il conviendra d'aborder ainsi dans une première partie la quête de reconnaissances des minorités à travers les médias, analysant ses raisons et les facettes concrètes de sa perpétuelle présence, et la prépondérance de la télévision comme moyen de se faire entendre ou plutôt voir. Nous nous pencherons ensuite dans une deuxième partie sur le chemin d'une prise en compte des minorités à la télévision française, avec l'étude menée par le CSA en 2000, et les diverses politiques que nous pourrions envisager pour remédier sur notre territoire à une sous-représentation des minorités visibles à la télévision.

# **PARTIE I : LA QUÊTE DE RECONNAISSANCE**

## **DES MINORITÉS VISIBLES À TRAVERS LES**

### **MÉDIAS**

Plusieurs combats peuvent être associés aux minorités : la bataille pour les droits civiques et politiques aux Etats-Unis dans la seconde moitié du siècle dernier, la lutte contre toutes les formes de discrimination, à l'embauche, au logement ou bien à l'entrée des discothèques. Citons aussi pour une partie le combat pour une régularisation des sans-papiers. Ces revendications, comme pouvoir louer une habitation sans distorsion de concurrence, peuvent être évidemment jugées plus essentielles, plus urgentes que l'accès aux médias des minorités visibles. Loisirs, informations, distractions... diversifier leur contenu peut-il vraiment changer leurs conditions de vie ? N'est-ce point une question d'ordre subalterne, qu'il conviendra de traiter plus tard, lorsque d'autres formes de racisme, plus évidentes, auront disparu ?

Raisonnement de cette manière revient à gravement sous-estimer l'importance psychologique et sociologique que revêt aujourd'hui le fait d'être représenté dans les médias, et particulièrement à l'écran, par un autre semblable à soi-même. Il est temps qu'« un nombre croissant d'hommes et de femmes dans les médias y voient un défi pour contribuer à forger la société plurielle »<sup>18</sup>. L'enjeu n'est pas insignifiant. Les débats récents sur la place des minorités visibles à la télévision, en France, aux Etats-Unis ou en Angleterre, révèlent une exigence, un besoin réel d'existence de ces minorités à travers les médias. Nous aborderons par conséquent dans un premier temps cette demande, et les évolutions tangibles qu'elle a entraînées. Dans un second temps nous étudierons la place centrale occupée par la télévision dans cette quête de reconnaissance des minorités visibles à travers les médias. Le petit écran continue de fasciner, et s'assimile de nos jours à un objet absolument central de considération et de socialisation.

---

<sup>18</sup> VAN DIJK T.-A., *Racisme et médias*,  
[http://www.unesco.org/webworld/wpdf/presskit\\_docs/teun\\_dijk\\_fr.rtf](http://www.unesco.org/webworld/wpdf/presskit_docs/teun_dijk_fr.rtf)

# TITRE UN : UNE DEMANDE CONCRÈTE D'EXISTENCE À TRAVERS LES MÉDIAS

« Les Blancs créent l'image dominante du monde et ne se rendent pas vraiment compte qu'ils construisent le monde à leur image »<sup>19</sup>. Cette citation de Richard Dyer, auteur par ailleurs d'un ouvrage sur le sujet<sup>20</sup>, insiste sur la suprématie d'une seule couleur omniprésente dans notre société et les instruments conçus pour en rendre compte. La télévision, dans ce cadre, a longtemps été ainsi « poudr[ée] au talc blanc »<sup>21</sup>. Etre non seulement relégué au second rang, mais aussi souvent complètement ignoré des programmeurs, rédacteurs en chef, producteurs, publicitaires, réalisateurs de téléfilms ou de séries a conduit à de nombreuses frustrations de la part des minorités visibles. Ne pas exister à la télévision, est-ce synonyme de néant ?

Sans sombrer dans un tel pessimisme, il faut admettre qu'une présence médiatique donnée à une minorité visible, surtout si elle fournie par la télévision, lui apporte une certaine légitimité, ce que nous verrons dans le premier chapitre. Nous détaillerons ensuite dans le deuxième chapitre les insatisfactions nées du portrait actuel des minorités visibles et des revendications qui s'ensuivent, en France comme aux Etats-Unis. Enfin, le troisième chapitre nous éclairera sur une tendance médiatique se dessinant de plus en plus, les médias ethniques, ou communautaires, tentant des minorités ne trouvant pas leur place dans les chaînes généralistes.

---

<sup>19</sup> *Les Blancs et leurs privilèges dans les médias*,

<http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/blancs/index.cfm>

<sup>20</sup> DYER R., *White*, Londres, Routledge, 1997.

<sup>21</sup> BARLET O., *La télé monochrome*,

[http://www.africultures.com/partenaires/evenements/images\\_sud/images\\_sud.htm](http://www.africultures.com/partenaires/evenements/images_sud/images_sud.htm)

# Chapitre 1 : La légitimation par les médias

S'accepter, et être accepté par les autres pour les minorités visibles, passe peut-être par une juste représentation à la télévision, ce que nous traiterons dans la première section. Les membres de ces minorités issus récemment de l'immigration accordent d'autant plus d'importance aux programmes, susceptibles de les informer à la fois sur leur nation d'origine et sur leur pays d'accueil. Etre assimilé par l'image... chemin qui fut très long pour l'industrie publicitaire, encore aujourd'hui réticente à faire confiance aux minorités pour représenter leurs produits, ce que nous verrons à titre d'exemple dans la seconde section.

## Section Un : Exister par et grâce à la télévision ?

Cette quête d'existence à travers la télévision porte en elle une forte aspiration symbolique à pouvoir se reconnaître dans un autre. Elle est également nécessaire pour les familles immigrantes, cherchant à s'adapter dans un nouveau milieu social et culturel.

### §1 : Une reconnaissance symbolique

L'étude du besoin de reconnaissance de l'être humain n'est pas récente. En 1755, Jean-Jacques Rousseau affirmait déjà qu'une fois les hommes réunis en société, « chacun commença à regarder les autres, et à vouloir être regardé soi-même. [...] Ce fut là le premier pas vers l'inégalité »<sup>22</sup>. Rousseau classe alors la reconnaissance parmi les « vrais besoins » de l'homme. Précurseur, le philosophe ne savait pas qu'aujourd'hui elle « ne souffre plus aucun délai, aucun report, aucune attente: le manque ou l'absence de reconnaissance et l'inégalité en matière de reconnaissance tendent ainsi de plus en plus à être considérés comme un déni, une injustice, et, au-delà comme la privation d'un droit fondamental »<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> ROUSSEAU J.-J., *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes* (1755), Paris, Garnier/ Flammarion, 1966, p. 154.

<sup>23</sup> HAROCHE Cl., « Les paradoxes de l'égalité: le cas du droit à la reconnaissance », in GUGLIELMI G. et KOUBI G.

Il n'est pas ici question d'affirmer qu'il n'y a point de salut hors la télévision pour les minorités visibles. Une intégration à la société française, canadienne ou américaine peut parfaitement réussir sans besoin vital de se référer à un modèle télévisuel. Néanmoins, il serait naïf de croire résolument que la sous-représentation effective des minorités visibles à l'écran n'a eu et n'a encore aucun impact. Sans doute, « l'étude des représentations médiatiques conclut inévitablement à la perception de l'importance que revêt pour nous tous, indépendamment du milieu culturel dans lequel nous vivons, le fait d'être représenté, le fait que l'on parle pour et en notre nom à un niveau plus général de la structure sociale. Beaucoup de groupes minoritaires ont en effet le sentiment que leur vie, leur culture et leurs intérêts sont sinon ignorés du moins largement sous-représentés dans les principaux systèmes symboliques des cultures dominantes »<sup>24</sup>. Comment se sentir parfaitement intégré face à une culture de la blancheur ? Le concept de *whiteness*<sup>25</sup>, développé par John Gabriel, professeur de sociologie, traduit cette conscience, que ce soit pour les minorités visibles ou pour les personnes blanches, d'une domination d'une seule communauté. Communauté qui ne se reconnaît et ne se conduit d'ailleurs pas en tant que telle, car il est par exemple « très difficile de faire admettre à des Anglais blancs qu'ils constituent juste un groupe ethnique comme un autre »<sup>26</sup>!

Pouvoir s'identifier à autrui est pourtant particulièrement important pour un enfant dans la construction de sa personnalité. Les images que lui renvoie la télévision, si elles tranchent complètement avec son univers, par exemple en ne montrant que des personnages blancs dans une série, alors que l'enfant est noir ou hispanique, peuvent le déstabiliser. N'a-t-il aucune place à se faire dans ce monde qui lui est présenté ? En psychanalyse lacanienne, c'est le stade du miroir<sup>27</sup> qui le mène à se reconnaître dans le réflecteur. La télévision peut-elle être apparentée à ce processus ? C'est l'hypothèse que fait Pierre Gandonnière, attaché de recherche à l'université de St-Etienne, qui estime que la télévision « s'apparente par certains aspects au dispositif décrit par Jacques Lacan dans le stade du miroir. [...] Le reflet permet au sujet de se représenter tel qu'il apparaît pour d'autres et donc de s'approprier ce soi pour

---

(dir.), *L'égalité des chances : Analyses, évolutions, perspectives*, Paris, La Découverte, 2000, p. 26.

<sup>24</sup> MASTERMAN L., « Education aux médias et droits de l'homme », dans *Droits culturels, médias et minorités*, Ed. du Conseil de l'Europe, 1997, p. 39.

<sup>25</sup> V. en ce sens GABRIEL J., *Whitewash : Racialized Politics and the Media*, Londres, Routledge, 1998.

<sup>26</sup> GABRIEL J., « Dreaming of a White... », in COTTLE S. (dir.), *Ethnic Minorities and the Media : Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press, 2000, p. 68.

<sup>27</sup> LACAN J., *Ecrits I*, Paris, Le Seuil, coll. « Points-Essais », 1966, p. 89.

d'autres. Il est convoqué à devenir ce qu'est le sujet pour lui-même »<sup>28</sup>. Ce transfert entre le miroir, la télévision, et le sujet sont compréhensibles, mais que se passe-t-il en cas d'échec, si l'enfant ne trouvait pas de reflet ? On sait que « dans le cas d'identifications malades, avortées ou perturbées, le reflet reste étranger au sujet. Je est un autre »<sup>29</sup>. On n'imagine pas certes des enfants ou adolescents maghrébins ou asiatiques sombrant dans des pathologies psychotiques parce que le petit écran ne leur a pas apporté d'aide pour construire leur personnalité. Ce manque en tout cas ne peut que les défavoriser face aux jeunes blancs, profitant d'une télévision encore soumise au diktat du *whiteness*.

## §2 :L'intégration des familles immigrantes

Une étude sociologique<sup>30</sup> menée au Canada dans les années 90 s'est souciée du rôle joué par la télévision dans l'intégration et la « reconstruction identitaire » des familles immigrantes. Par le biais d'enquêtes sur le comportement et les habitudes de consommation de télévision, quelques points intéressants se sont dégagés.

Il apparaît ainsi que « pour une majorité d'immigrants, les messages de la télé constitueront un matériau symbolique qui sera utilisé dans leur acculturation à la société d'adoption et dans la reconstruction symbolique de leur nouvelle identité sociale »<sup>31</sup>. L'intérêt porté à ce média se dégage tout de suite. « Fenêtre d'accueil » sur le pays, il informe, divertit, instruit. Pourtant les minorités avouent ne pas toujours s'y retrouver, se révèlent déçues notamment par les informations et la présentation du pays d'origine. Un homme zaïrois de 54 ans se plaint que ses enfants « se posent réellement la question si en Afrique les gens sont comme ça. Parce ce qu'on présente dans les médias ici, c'est surtout le côté très négatif de l'Afrique ». Un adolescent reproche quant à lui à la télévision de le laisser de côté : « Il faudrait tenir compte qu'y a des immigrants aussi, qu'y a d'autres races, bien sûr que tu montres ton produit pour vendre aux majorités, mais faut pas oublier les minorités aussi parce que, eux aussi ils achètent quoi, ils font partie du peuple. Sans eux aussi, y aurait un trou, tu

---

<sup>28</sup> GANDONNIÈRE P., *Le vertige du miroir : comment la télévision piège le spectateur*,  
<http://commposite.org/2003.1/articles/gandon.pdf>

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> PROULX S., *La place de la télévision dans la reconstruction identitaire des familles immigrantes*,  
<http://grm.uqam.ca/textes/proulx-acfas94.htm>

<sup>31</sup> *Ibid.*

vois, faut pas oublier qu'ils sont là ». La télévision a donc une place importante dans la vie des immigrants issus pour la plupart de minorités visibles, mais elle n'est pas toujours à la hauteur, notamment en matière de publicité comme le constatait le jeune homme ci-dessus.

## **Section Deux : La publicité, un exemple de prise en compte progressive des minorités**

La publicité est un mode d'expression, à la télévision notamment, particulièrement révélateur des changements de mentalités. D'une réalité masquée, voilée, les minorités visibles s'approprient depuis peu une partie du territoire publicitaire.

### §1 : Une publicité tendance monochrome

Les slogans ont pu se montrer dans le passé franchement racistes. Ainsi à la fin du dix-neuvième siècle, « la Lessive de la ménagère est heureuse de montrer sur ses affiches un bon Noir à demi blanchi, vu que cette lessive, -Elle blanchirait un nègre- Un siècle plus tard, si les lessives se vantent de respecter toutes les couleurs, elles continuent, du moins en publicité, de laver plus blanc que blanc, en n'exhibant que des Blancs, surtout des Blanches d'ailleurs»<sup>32</sup>. Ce retard accusé par les lessiviers dans leurs réclames dévoile une frilosité incroyable, comme si des protagonistes noirs ou indiens pouvaient restreindre la clientèle, en la choquant ou simplement en ne l'attirant plus autant.

Les minorités visibles ont ainsi été longtemps superbement ignorées dans les publicités, à moins de se trouver cantonnées dans des personnages fortement stéréotypés tel le célèbre tirailleur sénégalais de Banania. Il fit certes les beaux jours de la marque de cacao, mais n'aida sûrement pas les minorités à se retrouver dans cette figure souriante mais inconsistante. La situation est alors grave pour Franck Tapirot, président de l'agence Hémisphère Droit, car « on fuit la réalité dans la pub. La pub doit faire rêver d'accord. Mais on est soi-disant dans la réalité à propos du produit et on reste dans le mensonge au niveau du

---

<sup>32</sup> MALLAVAL C., « Ne pas se couper de la clientèle. Le racisme supposé du public sert de cache-sexe à la pub », Libération, 9 octobre 1999.



casting »<sup>33</sup>. Il ajoute qu'on a « même osé lui demander, il y a sept ans, à propos de Naomi Campbell, si on pouvait avoir la même, mais en plus clair ! La plupart des annonceurs estiment qu'avoir un black ou un beur dans une pub va choquer la ménagère. Franchement, elle a bon dos la ménagère ! » Dans un esprit analogue, Elie Ohayon de l'agence Young & Rubicam ironise sur la publicité et son « monde idéal, avec papa, maman, l'enfant, la grand-mère et même la campagne ! Alors montrer un beur ! »<sup>34</sup> Même cas de figure aux Etats-Unis, où les « annonceurs exigeaient une forte part d'audience pour faire la publicité de leurs produits ; les médias s'adaptaient répondaient en adoptant des stratégies d'information et de divertissement qui attireraient le plus large public. Comme la plupart des gens aux Etats-Unis étaient blanc, les Blacks, les Latinos, les Indiens les Asiatiques et les autres personnes de couleur étaient traitées comme une audience marginale, pas assez importante numériquement pour imposer le contenu destiné à une audience de masse »<sup>35</sup>.

## §2 : Une colorisation progressive et difficile

En France, le changement intervient dans les années 80 et 90, avec comme pionnier en la matière Benetton. Malgré une pression des publicitaires sur leurs clients pour s'adapter et revenir à des publicités plus conformes à la réalité, tout n'est pas toujours facile. Une anecdote à propos de Franck Tapirot est symptomatique. « Chargé par le Service d'Information du Gouvernement en 1995 de la campagne pour le questionnaire Balladur, il s'est vu refuser son casting trop bariolé. Le type du SIG a hurlé : Qui m'a mis tous ces Blacks et tous ces bougnoules ? Tapirot n'a pas cédé. Ils ont reçu 4000 réponses au lieu des 2000 attendues »<sup>36</sup>. Aujourd'hui les choses semblent avoir changé, même si une journaliste observe qu' « on fait appel à ceux qui ressemblent davantage à des Blancs bronzés qu'à des Noirs pour vanter le parfum Allure »<sup>37</sup>. Ce dont se défend avec véhémence le publicitaire, qui précise que « c'est justement le contraire. Warris Dirie, sublime beauté éthiopienne, a la peau presque bleue [mais] cela ne se voit pas sur les photos en noir et blanc »<sup>38</sup>. Considérations esthétiques mises

---

<sup>33</sup> AMALOU Fl., « On m'a demandé Naomi Campbell en plus clair », *Le Monde*, 23 mai 2000.

<sup>34</sup> MALLAVAL C., « Ne pas se couper de la clientèle. Le racisme supposé du public sert de cache-sexe à la pub », *Libération*, 9 octobre 1999.

<sup>35</sup> GUTUERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, p. 41.

<sup>36</sup> ASSOULINE Fl., « Faut-il imposer des Blacks à l'écran ? », *L'Evénement du Jeudi*, 1<sup>er</sup>/7 juin 2000.

<sup>37</sup> AMALOU Fl., « La pub française fait l'impasse sur les minorités ethniques », *Le Monde*, 23 mai 2000.

<sup>38</sup> VIDAL Fr., « La pub doit être juste et sensible par rapport à une situation donnée », *CB News*, 29 mai 2000.

à part, il suffit de consacrer quelques minutes devant la télévision pour se rendre compte que l'évolution est certaine, et que les minorités visibles s'y fraient un chemin. Pourquoi maintenant ?

Les annonceurs ont enfin compris l'enjeu du marché économique qui se profile à l'horizon. Le pouvoir d'achat des minorités n'est pas négligeable, et jusqu'à présent presque personne ne s'y était intéressé. Peu de marchés présentent encore ces caractéristiques. D'après Dan Coleman, président d'un groupe de communication multiculturel, « les consommateurs ethniques [en Amérique] représentent aujourd'hui 1,176 trillions de dollars de pouvoir d'achat »<sup>39</sup>. Le moyen n'est peut-être pas glorieux, mais les minorités visibles ont gagné une légitimité grâce à la publicité et à la télévision, en apparaissant comme des consommateurs à part entière, à prendre en compte d'une façon identique aux autres cibles. La diversité et le pluralisme ethnique à l'écran, son efficacité en termes de parts de marché et d'incitation à l'acte d'achat, leur ont permis de commencer à conquérir l'égalité dans l'esprit des annonceurs.

Des différences persistent toutefois, et le fossé, s'il se réduit, mettra du temps à se combler. Par exemple, aux Etats-Unis, les deux émissions noires les plus regardées de la Warner Brother Télévision il y a deux ans étaient *The Steve Harvey Show* et *The Jamie Foxx Show*, attirant autant d'audience que *Félicity*, « une émission regardée essentiellement par des Blancs ». Le spot de trente secondes coûtait pourtant deux fois plus cher dans cette série<sup>40</sup>. Aucune raison valable à cet écart. Le mécontentement des minorités visibles s'appuie encore sur des divergences de traitement inacceptables.

## Chapitre 2 : Insatisfactions et revendications

Les représentations des minorités visibles à la télévision, en France comme aux Etats-Unis continuent de nourrir les insatisfactions, évaluées dans la première section, en ne rendant

---

<sup>39</sup> Cité dans FRIDAS R., « La publicité ethnique brasse le différentes cultures américaines », CB News, 29 mai 2000.

<sup>40</sup> *L'économie du racisme*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/economie\\_racisme.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/economie_racisme.cfm)

qu'une vision partielle de l'extérieur très négative, ou alors en montrant à l'extrême des exemples de réussite quasi caricaturales. Cette situation a conduit naturellement à des mouvements de revendications forts, exigeant une meilleure représentativité à l'écran, que nous verrons en seconde section.

## **Section Un : Le paradoxe de la représentation des minorités visibles**

Les stéréotypes ont la part belle à la télévision et décrivent indéniablement de façon très péjorative les minorités visibles. D'autres portraits existent toutefois à l'écran, sans qu'il soit certain qu'il soit possible de s'y identifier.

### §1 : Drogue, criminalité et lieux communs

« Si je veux vraiment voir des Noirs sur une grande chaîne, je regarde *Cops* [un *reality show* qui suit une brigade de police procédant à des arrestations de criminels souvent issus de minorités] » affirme Tony Pierce, habitant afro-américain de Los Angeles<sup>41</sup>. Ce témoignage illustre l'incapacité flagrante de la télévision, notamment aux Etats-Unis, à s'échapper des clichés. Les Noirs sont particulièrement frappés par cette présentation de criminels et de drogués comme s'ils résumaient la conduite des membres de cette minorité<sup>42</sup>. La population arabe n'est pas épargnée non plus. Un ouvrage de 1984 commentait déjà ce phénomène dans les années 70 et 80 de description stéréotypée<sup>43</sup>. Le nouveau millénaire n'a pas apporté beaucoup de changements, car « nous attendons encore un second regard, objectif, sur les Arabes. L'image prédominante est celle de terroristes fanatiques, conduits par une foi démente dans des causes irrationnelles »<sup>44</sup>.

---

<sup>41</sup> RICHARD E., « Les ghettos américains secouent les chaînes. Des associations civiques menacent de boycotter les quatre grands networks si les minorités ne sont pas mieux représentées à l'écran », *Libération*, 16 août 1999.

<sup>42</sup> V. en ce sens ADDIS A., « Hell Man, they Did Invent Us :The Mass Media, Law and African Americans », *Buffalo Law Review*, vol. 41, 1993.

<sup>43</sup> SHAHEEN J. G., *The TV Arab*, Bowling Green, Bowling Green State University Press, 1984.

<sup>44</sup> LITTLE Gr., « Representing Arabs : Reliance on the Past », in CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y.R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998, p. 261.

La façon de filmer et de présenter à l'écran les personnes joue un rôle notable dans la perception du téléspectateur. Dans une situation semblable, où Blancs comme Noirs sont dépeints en tant qu'auteurs de violences et de crimes, une étude poussée montre qu'il n'y a pas d'égalité de traitement. Les Noirs sont plus déshumanisés, car ils sont moins souvent exposés en mouvement que les Blancs (la mobilité exprime l'émotion, l'humanité). Ils sont également filmés de manière plus menaçante, car ils sont souvent moins bien habillés à l'écran, en uniformes de prison ou vêtements larges *street-wear*, et fréquemment physiquement aux mains de la police (on voit plus de Noirs menottés que de Blancs par exemple)<sup>45</sup>.

Les stéréotypes sont rarement innocents. C'est une évidence en matière de lieux communs sur la criminalité des minorités, c'est plus difficile à admettre pour certains en matière d'humour et de comédies. De nombreux sitcoms, dessins animés, téléfilms mettent en scène des personnages issus de minorités, au centre de gags et d'humour « ethnique ». Des réserves se font jour alors pour parler à cet égard de racisme, et c'est compréhensible. L'humour fait appel à la liberté d'expression dans son acception la plus large, et ne dit-on pas qu'il faut savoir rire de tout ? Certes, mais des frontières apparaissent à la lumière d'une analyse plus approfondie : « Si l'on peut rendre interchangeable Lassie, avec Gunga Din ou le loyal acolyte afro-américain, ou mexicain, ou asiatique (qui meurt souvent en sauvant le héros blanc), ou si l'on peut troquer un animal burlesque (*Alf* venu de l'espace) avec un jeune acteur comique issu d'une minorité (Webster, Arnold ou Urkel), on peut voir que les stéréotypes ne sont pas innocents, d'un humour neutre, mais qu'ils renforcent plutôt la perception que les membres de ces communautés sont inférieurs au groupe ethnique dominant »<sup>46</sup>.

Autre lieu commun à la télévision : les membres des minorités sont soit des criminels, soit des flics. Dans le paysage audiovisuel français, on compte par exemple Mouss Diouf dans *Julie Lescaut* et Jacques Martial dans *Navarro* sur TF1, Thierry Desroses dans *P.J.* sur France 2. Une avancée encore un peu hypocrite, car « c'est un peu la caution raciale du téléfilm, il fallait que l'on n'apparaisse pas trop franco-français, avoue Philippe Davin,

---

<sup>45</sup> V. en ce sens ENTMAN R. M., « Blacks in the news: Television, modern racism and cultural change », *Journalism Quarterly*, n°69(2), 1992, pp. 341-361.

<sup>46</sup> SPECTOR A., « Disney does diversity : The Social Context of Racial-Ethnic Imagery », in CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y.R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998, p. 39.

producteur exécutif de *Navarro*. Nous n'en sommes pas encore arrivés à confier des rôles principaux à des Noirs. Les chaînes ont encore la trouille »<sup>47</sup>. Pascal Légitimus, *profil* vedette de *Crimes en séries* sur France 2 instaure une exception, mais sa célébrité préexistante à la série permet de mieux le concevoir. Les artistes sont en effet bien conscients du décalage entre eux et leurs collègues blancs. « J'ai appris que j'étais noir quand j'ai commencé à être comédien, avant j'étais français » raconte Jacques Martial<sup>48</sup>. Les minorités ne peuvent donc que se juger insatisfaites devant la multiplication des clichés à la télévision, ou des améliorations bien maigres grâce à quelques personnages sortant du lot, mais limités à des rôles précis.

## §2 : Des réussites caricaturales

A l'inverse des clichés péjoratifs sur les minorités visibles, se rencontrent à la télévision des portraits de personnes des plus admirables ayant réussi, prouvant encore une fois que tout est possible en Amérique. Le merveilleux *American Dream*...

Pour mieux faire émerger le contraste entre ces deux pôles du système de représentation des minorités visibles, Christopher Campbell, professeur assistant en communication à l'Université Xavier de la Nouvelle Orléans, s'est penché sur deux histoires parues dans le *Times-Picayune* du 9 février 1995. Le média en jeu est ici un quotidien, mais l'attitude de la télévision en est très proche. Deux personnes noires font les gros titres du journal : Percy Hawthorne, jeune homme suspecté du meurtre d'un procureur, et Sybil Morial, mère de famille et épouse exemplaire de l'ancien maire de la ville de la Nouvelle Orléans. Par conséquent, « l'audience est confrontée à deux images conflictuelles. L'une est celle de Percy Hawthorne, sociopathe, et l'autre, celle de Sybil Morial, *superwoman*. Si l'Amérique est un endroit où un accès égalitaire est possible pour tous (comme le montre la nature commune de gens comme la famille Morial), alors une seule explication éclaire le comportement des Percy Hawthorne de ce pays, c'est-à-dire qu'ils manquent d'une façon ou d'une autre de valeurs, de sens de l'initiative ou d'intelligence pour saisir les nombreuses merveilleuses possibilités

---

<sup>47</sup> DASQUE E., « Les séries jouent la caution raciale. Blacks et beurs restent cantonnés dans des rôles stéréotypés », *Libération*, 9 octobre 1999.

<sup>48</sup> *Ibid.*

offertes dans ce pays d'opportunités »<sup>49</sup>. Evidemment, on n'expose pas la portée de facteurs comme « la négligence dans l'éducation, les problèmes politiques, le racisme, les disparités économiques (pour en nommer quelques uns), qui montrerait à l'audience que beaucoup de jeunes Afro-américains ne vivent pas dans un pays d'opportunités »<sup>50</sup>.

Toujours dans la même approche, l'auteur analyse la couverture médiatique du *King Day*, jour de commémoration de Martin Luther King Jr et du « triomphe de l'Amérique sur son passé raciste ». Un reportage d'une télévision locale donne le ton selon lui de l'approche sur ce thème. Il s'agit de la famille afro-américaine Pollard, financièrement et socialement bien établie, le père étant le doyen d'un collège d'une grande université. « La famille Pollard, comme la famille de fiction Huxtable [dans le *Cosby Show*], atteste de l'accessibilité du rêve américain. [...] Les Pollard représentent le mythe d'une société américaine ouverte, au sein de laquelle les rêves peuvent s'exaucer pour ceux qui détiennent des valeurs justes »<sup>51</sup>. Les personnes issues de minorités visibles ont donc le choix lorsqu'elles regardent la télévision entre être dépeintes en délinquants potentiels, ou sous les traits d'une *successful story*, avec le poids culpabilisant que cela peut entraîner. Car s'il est certes positif de voir des sujets de reportages ou des héros de fiction ayant dépassé leurs difficultés pour pénétrer le cercle de la société blanche américaine, les sous-entendus qui filtrent dans ces propos ne sont pas ceux d'une terre d'accueil compréhensive. Il serait plus adéquat de faire le point sur les obstacles à surmonter et de se rapprocher de la réalité, sans la caricaturer en bons et mauvais points, en tout noir ou tout blanc ! Cette incompréhension de leur vie quotidienne et de leur culture est durement ressentie par les minorités, comme en témoigne Farida de Birmingham : « Les personnages noirs sont toujours montrés de façon excessive. Une personne normale n'est jamais présentée. Ils produisent un drame asiatique [*Family Pride*] mais nul ne pourrait vivre de cette manière ou se rapprocher des protagonistes. A un extrême, il y a de riches familles très occidentalisées et leur style de vie est très éloigné de la réalité. Et puis à l'autre extrémité il y a les gens qui ne savent pas parler anglais correctement ou parlent toujours de mariages

---

<sup>49</sup> CAMPBELL Chr., « Beyond Employment Diversity : Racist New Representations », in CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y.R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998, p. 55.

<sup>50</sup> *Ibid.*

<sup>51</sup> CAMPBELL Chr., « Beyond Employment Diversity : Racist New Representations », in CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y.R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998, p. 56.

arrangés »<sup>52</sup>.

Notons que cette ambivalence est moins présente en France, même si les chaînes, particulièrement TF1, se sont fait durement critiquer en 2002 après les élections présidentielles de mai, pour avoir commencé à céder à la tentation de médiatiser de façon disproportionnée l'insécurité, la délinquance, notamment en banlieue où les images (choisies) montrent le plus souvent des jeunes issus de minorités visibles. Suite à cette polémique, la tendance semble avoir été légèrement redressée.

## **Section Deux : La montée en puissance des revendications**

A la même époque, 1999 et 2000, les voix des minorités visibles se sont fait plus fortes, aux Etats-Unis, comme en France, ce que nous découvrirons successivement, pour réclamer enfin plus de diversité ethnique à la télévision.

### §1 : Haro sur les networks

Les quotas ratios sont souvent associés dans notre esprit avec les Etats-Unis, ce pays très diversifié ethniquement. Il n'existe pourtant aucune mesure de la sorte en ce qui concerne les médias, et les grilles de programmation ne sont pas aussi colorées que ce que l'on pourrait croire. Les trois grands réseaux, ABC, CBS et NBC sont en effet loin d'être proche des attentes des minorités visibles en matière de programmation. Seules deux jeunes chaînes, UPN et WB, diffusent le soir cinq des dix émissions les plus regardées dans les foyers noirs<sup>53</sup>.

La fronde contre cette uniformité de la programmation des *networks* se déroule pendant l'été 1999. ABC, CBS, NBC et FOX dévoilent leur grille de rentrée, comprenant vingt-six nouvelles séries et sitcoms. Stupeur : aucun rôle principal n'est confié à un acteur issu d'une minorité visible, et les rôles secondaires se comptent sur les doigts d'une main. Le

---

<sup>52</sup> ROSS K., « In whose image ? TV Criticism and Black Minority Viewers », in COTTLE S. (dir.), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press, 2000, p. 141.

<sup>53</sup> MULARD Cl., « Les chaînes américaines sont attaquées pour manque de diversité ethnique », *Le Monde*, 3 août 1999.

Los Angeles Times titre alors que « Le monde est blanc, blanc sur les grilles d'automne »<sup>54</sup>.

Les réactions sont fortes et immédiates. Kweisi Mfume, président de la *National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP), achète cent actions des quatre chaînes citées plus haut pour pouvoir user de sa qualité d'actionnaire dans les assemblées générales et exprimer son mécontentement. Certaines minorités décident de faire appel au boycott des chaînes et de leurs annonceurs. La révolte semble assez solide pour durer et faire pression sur les propriétaires de ces entreprises médiatiques. Le président de CBS rencontre tout de même au mois de juillet le président de la NAACP, tandis que la Fox se dit prête à embaucher plus de minorités dans son personnel. Quelques « retouches de dernière minutes »<sup>55</sup> interviennent avant la rentrée pour ajouter de ci de là quelques personnages de couleur dans les séries.

Ces quelques concessions accordées aux associations de défense des minorités visibles risquaient de marquer le pas dans la politique engagée de diversité ethnique des chaînes, en se contentant en quelque sorte de cette preuve de bonne foi pour les années à venir. Des progrès ont pourtant encore été accomplis depuis, puisque le président de NBC et celui de la NAACP ont signé en janvier 2000 un accord qui stipule que « le réseau augmentera les acquisitions de fournisseurs de minorités, et qu'un auteur membre d'une minorité sera embauché pour chaque émission qui sera remise à l'horaire pour une seconde saison »<sup>56</sup>. L'ensemble des *networks* ont également dans l'année accepté de récompenser les cadres supérieurs qui favoriseraient l'embauche et la promotion de personnes issues de minorités, ce qu'a salué Kweisi Mfume en concluant que c'était « une des décisions les plus significatives des dernières années »<sup>57</sup>. La grille de rentrée des *networks* s'annonce enfin complètement différente pour l'automne 2000 : « dans la prochaine livraison du *Fugitif*, l'interminable feuilleton de CBS, le rôle du lieutenant Philip Gerard [est] confié à un acteur de couleur, pour la première fois depuis quarante ans. *DAG*, une série de NBC, [voit] la First Lady sous la protection rapprochée d'un agent du Secret Service à la peau noire »<sup>58</sup>. Enfin des héros de premier plan issus de minorités

---

<sup>54</sup> Cité dans MULARD Cl., « Les chaînes américaines sont attaquées pour manque de diversité ethnique », *Le Monde*, 3 août 1999.

<sup>55</sup> MULARD Cl., « Rentrée blanche à la télévision américaine », *Le Monde Télévision*, 18 octobre 1999.

<sup>56</sup> *Une entente pour accroître la présence des minorités dans l'industrie de la télévision*, [http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/articles/representations\\_minorites/entente\\_minorites.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/articles/representations_minorites/entente_minorites.cfm)

<sup>57</sup> MILLER F., « USA: encore du travail à faire... », *France-Soir*, 25 mai 2000.

<sup>58</sup> MEVEL J.-J., « Les télévisions américaines colorisent leurs programmes », *Le Figaro Economie*, 1<sup>er</sup> juin 2000.



visibles... Une soudaine prise de conscience des dirigeants des chaînes ? Pas seulement, puisque la raison officieuse de ce bouleversement des programmes se cacherait dans le boycott de 1999, « la grève de la télécommande » qui aurait fait « chuter l’Audimat au plus mauvais moment, celui où se négocient les rentrées publicitaires »<sup>59</sup>.

## §2 : Le Collectif Egalité se fait entendre

La France commence à remuer et se pencher sur la question vers la même époque, peu de temps après la création du Collectif Egalité en 1998, dont le leader s’affirme vite être Calixthe Beyala, écrivain qui n’hésite pas à user de franc-parler et à s’inviter sur les plateaux de télévision pour faire entendre sa cause. Dès 1999, elle se plaint de la discrimination raciale à la télévision, en affirmant que « la politique d’intégration a échoué en France. Les Noirs font partie de cette société depuis cinq siècles et on nous sert des fictions américaines avec des Noirs américains »<sup>60</sup>. Des quotas lui semblent déjà la meilleure solution, ce qu’elle fait savoir lors d’une audition devant le CSA le 5 octobre 1999<sup>61</sup>, ou à la cérémonie des Césars en février 2000 en compagnie de Luc Saint-Eloi. Un livre évoquera également la question<sup>62</sup>. Une Marche nationale des peuples noirs de France est organisée à Paris le 20 mai 2000 dans cette démarche, qui ne fait toutefois pas l’unanimité. « Associé à l’appel sans avoir été consulté, le Mouvement contre le racisme et pour l’amitié entre les peuples (MRAP) se refuse à tout commentaire, de même que SOS-Racisme », ce qui fait dire à une journaliste que le Collectif Egalité a jeté une « OPA sur le peuple noir »<sup>63</sup>.

Toutes les revendications en France ne sont en effet pas d’accord sur la méthode à utiliser pour assurer une meilleure représentation des minorités visibles à la télévision. Les quotas soulèvent maintes objections, « une réponse pire que le mal, estime Mouloud Aounit, président du MRAP. On n’agit pas contre le racisme au nom d’une minorité, mais au nom du droit et de la République »<sup>64</sup>. Par ailleurs, l’attitude pro-noire du Collectif Egalité, quitte à se

---

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> HARTMANN FL., « Il n’y a pas de Navarro ou de Julie Lescaut noirs », *Le Monde Télévision*, 11 octobre 1999.

<sup>61</sup> « Le Conseil supérieur de l’audiovisuel rencontre le Collectif Egalité », *La Correspondance de la presse*, 6 octobre 1999.

<sup>62</sup> BEYALA C., *Lettre d’une afro-française à ses compatriotes*, Paris, Mango, 2000.

<sup>63</sup> MARIAGE S., « OPA sur le peuple noir », *L’Express*, 18 mai 2000.

<sup>64</sup> ZAPPI S., « Gouvernement et associations rejettent l’exigence de quotas », *Le Monde*, 22 mai 2000.

désintéresser du sort des autres minorités visibles, irrite manifestement et de façon compréhensible les associations antiracistes. Le coup médiatique mené par Calixthe Beyala ne se révélera pourtant pas inutile, puisqu'il influera sans conteste la décision du CSA d'ordonner une enquête sur la place des minorités visibles à la télévision et l'attitude favorable de Catherine Tasca, Ministre de la Culture et de la Communication en 2000, à concrétiser les résultats de cette étude.

### **Chapitre 3 : La tentation des médias communautaires**

Décues par l'attitude des chaînes de télévision généralistes, les minorités visibles se tournent de plus en plus vers les médias ethniques ou communautaires, susceptibles de leur apporter une information et des programmes plus proches de leurs attentes et de leur quotidien. Les radios furent pionnières sur ce marché, et l'on peut écouter par exemple en France Beur FM ou Radio Gazelle. Les télévisions ethniques durent attendre le développement du câble et du satellite pour se développer, mais leur nombre ne fait que s'accroître depuis quelques années. L'avènement de la télévision numérique terrestre et des chaînes locales en France devrait leur donner encore plus de poids. Nous exposerons donc ce phénomène en pleine croissance dans une première section, avant de s'interroger dans une seconde section sur le risque de repli communautaire que cela pourrait entraîner.

## Section Un : Le boom des télévisions ethniques

Les chaînes de télévision installées sur le marché de niche des groupes ethniques ou minorités visibles remportent un franc succès auprès d'elles à l'étranger, et pourraient inspirer les télévisions françaises. Leurs programmes en viennent même à concurrencer sérieusement les réseaux généralistes aux Etats-Unis.

### §1 : Une carence enfin satisfaite

Si les télévisions ethniques ne sont pas encore légion en France (Khalifa TV a lamentablement raté cette expérience, et dans un sens communautaire plus large seules quelques chaînes religieuses sur le satellite tentent de trouver leur public comme KTO et TFJ – Télévision Française Juive -), leur modèle pourrait bien rapidement s'implanter dans le paysage audiovisuel français. Il est certain que dans les dossiers de candidature pour les télévisions locales se trouveront dans des temps proches des projets de chaînes ethniques ou multiculturalistes. Ce sera une occasion idéale pour observer si ces entreprises peuvent recevoir un accueil aussi favorable qu'en Amérique du Nord.

Plus de 600 télévisions émettent ainsi en arabe, en grec, en vietnamien, en chinois, en espagnol et bien d'autres langues aux Etats-Unis. « Leur public ? Les 30 millions d'immigrés qui ne parlent pas anglais à la maison »<sup>65</sup>. Ou qui ne se retrouvent plus dans les programmes des *networks* généralistes. A San Francisco, KTSF « ne couvre pas toute la baie mais vise essentiellement les 550 000 Chinois, les 450 000 Philippins et les 150 000 Japonais et Coréens de San Francisco intra muros. Le numéro de la chaîne, 8, n'a pas été choisi au hasard : dans la symbolique chinoise, il est synonyme de joie et de prospérité »<sup>66</sup>. En Californie, le succès des médias ethniques se résume à la formule : « vingt-quatre en 1996, quatre cents aujourd'hui »<sup>67</sup>. Limpide. Au Canada, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) autorise régulièrement de nouvelles stations à

---

<sup>65</sup> PASCAL-MOUSSELAD O., « Melting poste », *Télérama*, n°2623, 19 avril 2000, p. 82.

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> UZAN R., « Les minorités, nouvelle frontière des médias américains », *Stratégies*, 25 octobre 2002, p. 22.

caractère ethnique. Le CRTC a par exemple accordé un permis d'exploitation en 1999 à Aboriginal Peoples Television Network<sup>68</sup>, et en 2002 à CFMT Too, destinée aux « communautés de souche asiatique et africaine [...] ciblant au moins 22 groupes ethnoculturels dans au moins 18 langues différentes »<sup>69</sup>

Les clés de cette réussite résident surtout dans la forte identification des minorités à ces chaînes, et l'occasion de s'informer en fin différemment, et peut-être plus intelligemment sur leur communauté. Selon Sandy Close, directrice exécutive de *New California Media* (NCM), une organisation de promotion de ces supports, « seuls les médias ethniques peuvent atteindre les populations d'immigrants que les médias grand public anglophones sont incapables de toucher »<sup>70</sup>.

Pourquoi une telle confiance ? Ces médias entretiennent une relation solide avec leur communauté, et s'attachent à leur fournir des informations intéressantes, qui les touchent directement. « Nous n'avons pas besoin de nous battre pour percer le marché, explique Mei Ling Sze, présentatrice du journal cantonnais de KTSF. Ce public a été ignoré pendant tellement longtemps par les grands réseaux »<sup>71</sup>. Des informations sur Hong-Kong, Taïwan et la Chine parsèment son édition du soir. Autre exemple de divergence dans le traitement des *news* entre *networks* et télévisions ethniques : le journal de 18 heures à Los Angeles. Une étude comparative menée entre ABC et KMEX, station hispanique locale d'Univision, est éloquent : « Les deux chaînes ouvrent leur journal sur le même sujet : le crash, la veille, d'un hélicoptère de la Fox qui filmait l'arrivée des stars aux Oscars. Ensuite chaque chaîne fait son marché dans le florilège de viols, meurtres, attaques à main armée et autres batailles rangées d'une journée pourtant plutôt calme à Los Angeles. Mais la deuxième partie du journal fait la différence. Alors qu'ABC poursuit sa litanie de crimes à gogo, Univision consacre un long reportage au traitement des sans-papiers en Californie »<sup>72</sup>. Il est vrai qu'il faut reconnaître qu'il est plus facile pour ces télévisions ethniques de se concentrer sur les besoins et désirs d'une communauté, tandis que les chaînes généralistes cherchent à séduire le plus grand nombre de

---

<sup>68</sup> *Médias ethniques au Canada*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/medias\\_ethniques.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/medias_ethniques.cfm)

<sup>69</sup> *Le CRTC autorise deux nouvelles stations de télévision à Toronto et à Hamilton*,

<http://www.crtc.gc.ca/frn/news/release/2002/r020408.htm>

<sup>70</sup> Citée dans UZAN R., « Les minorités, nouvelle frontière des médias américains », *Stratégies*, 25 octobre 2002, p. 22.

<sup>71</sup> Citée dans PASCAL-MOUSSELAD O., « Melting poste », *Télérama*, n°2623, 19 avril 2000, p. 82.

télespectateurs. Cette stratégie ne doit pourtant pas être la bonne, puisqu'elles perdent des parts de marché dans plusieurs villes et états du pays au profit des groupes propriétaires des télévisions ethniques.

## §2 : Une concurrence sérieuse pour les grands réseaux

En termes d'audience d'abord, les chaînes ethniques représentent un danger à ne pas minimiser pour les télévisions généralistes. Certes ce sont le plus souvent des stations locales, et nous ne pouvons donc pas mesurer leur impact avec des statistiques nationales. Mais c'est une donnée incluse volontairement dans la stratégie de ces « petites » chaînes par rapport aux networks, qui cherchent à s'implanter durablement dans un lieu très délimité, cernant au mieux les attentes d'une population cible. Les efforts pour se faire connaître sont aussi moindres dans un paysage audiovisuel mité, rendu inintelligible par les centaines de chaînes présentes sur le câble et le satellite. L'exemple sera peut-être à suivre pour les télévisions locales françaises...

Grâce à cette tactique, le taux de pénétration dans les foyers américains latinos, asiatiques ou noirs est considérable. « Quand un immigré débarque à San Francisco, il est pris en charge par la communauté. Celle-ci va l'aider à s'intégrer en douceur, et ses amis vont sans doute le planter dès le soir de son arrivée devant le journal de KTSF, commente Mike Sherman, le directeur de KTSF »<sup>73</sup>. Par conséquent on estime que 86% des Chinois de la ville regardent au moins quelques minutes les journaux du soir de KTSF. Le même phénomène se reproduit dans d'autres Etats : la dernière mesure d'audience sur le marché de Los Angeles classe la chaîne hispanique KMEX du réseau Univision en troisième position, derrière ABC et NBC, mais devant CBS<sup>74</sup> ! Le mélange d'Univision de programmes produits en Amérique latine (notamment des *telenovelas*, *soap operas* très prisés de la population hispanique) et de *talk-shows*, journaux d'informations et magazines en espagnol semble se révéler payante.

D'autres concurrents cherchent d'ailleurs à se placer sur ce marché, comme Telemundo, racheté par Sony et Liberty Media. Plus récente qu'Univision, le réseau a tenté

---

<sup>72</sup> PASCAL-MOUSSELAD O., « Melting poste », *Télérama*, n°2623, 19 avril 2000, p. 84.

<sup>73</sup> Cité dans PASCAL-MOUSSELAD O., « Melting poste », *Télérama*, n°2623, 19 avril 2000, p. 84.

d'innover en transposant en espagnol des séries américaines pour se positionner à un niveau semblable à celui d'Univision. Peine perdue : *Angeles* (ex-*Charlie's Angels*) et *Reyes y Rey* (ex-*Starsky et Hutch*) ne semblent pas vraiment percer. Rien ne vaut un bon *telenovela*... Ce demi-échec montre néanmoins qu'on ne s'aventure pas si aisément sur ce marché prometteur, et qu'il est nécessaire de bien connaître les goûts et attentes du public.

Enfin, la concurrence commence à se faire sentir également dans le domaine publicitaire. Les préjugés sont difficiles à se faire oublier et la bataille pour gagner des annonceurs est plus dure pour les chaînes ethniques que pour gagner des téléspectateurs. Cependant à l'avenir l'appât du gain pourrait se trouver plus fort que les idées préconçues, et les grandes firmes ne s'y trompent pas. En effet, « Colgate-Palmolive achète régulièrement des spots sur KTSF et McDonald's fait doubler ses écrans publicitaires en cantonais »<sup>75</sup>. Une riche inspiration, qui pourrait rapporter beaucoup à ces marques, car 63% des personnes issues de minorités visibles, selon une étude de NCM, disent accorder plus d'attention à une publicité présente dans leur média<sup>76</sup>.

## **Section Deux : Le péril du repli communautaire**

La démarche consistant à proposer un produit spécifique aux minorités visibles, différent de celui de la majorité blanche est assez mal perçue en général en France. On craint tout de suite une sorte de ghettoïsation, de séparation irrémédiable entre communautés si elles ne partagent plus les mêmes offres culturelles, les mêmes informations, les mêmes émissions qui pourraient rassembler les Français, sans distinction, devant l'écran. Le Premier ministre Lionel Jospin a ainsi pu dire qu'il fallait « éviter la dérive communautariste à l'américaine »<sup>77</sup>.

Ce raisonnement est fondé en partie. Aux Etats-Unis, l'éclatement des habitudes télévisuelles est réel. Plus de point commun, c'est plutôt « à chacun sa série. Désormais, l'émission préférée des Afro-américains, le *Steve Harvey Show*, arrive au 127<sup>ème</sup> rang des

---

<sup>74</sup> MULARD Cl., « Aux Etats-Unis, le boom latino gagne la télévision », *Le Monde*, 7 avril 2000.

<sup>75</sup> PASCAL-MOUSSELAD O., « Melting poste », *Télérama*, n°2623, 19 avril 2000, p. 84.

<sup>76</sup> UZAN R., « Les minorités, nouvelle frontière des médias américains », *Stratégies*, 25 octobre 2002, p. 22.

<sup>77</sup> ZAPPI S., « Gouvernement et associations rejettent l'exigence de quotas », *Le Monde*, 22 mai 2000.

émissions favorites des téléspectateurs blancs, selon une étude de TN Media. *Urgences*, le feuilleton numéro 1 des Blancs, est 15<sup>ème</sup> chez les Noirs, 6<sup>ème</sup> chez les Latinos, tandis que la sitcom *Friends*, deuxième programme préféré des Blancs, est 88<sup>ème</sup> chez les Noirs et 7<sup>ème</sup> dans le classement des Latinos. Le seul programme en commun parmi le top 10 des trois ethnies est l'émission du lundi soir consacrée au football américain »<sup>78</sup>.

Faut-il pour autant s'inquiéter de cet éclatement de la télévision ? Pour Robert Thompson, directeur du centre d'études de la télévision populaire à l'université de Syracuse dans l'Etat de New-York, cette « balkanisation » n'est pas si alarmante, et reste finalement « un progrès tant que les gens ne se retranchent pas dans leur propre culture. Il faut trouver un équilibre entre un tronc commun culturel et l'idée du melting-pot, et espérer que le câble pourra intégrer tout le monde dans une communauté cohésive »<sup>79</sup>. Le déchirement de la société ne devrait donc pas naître de cette tendance actuelle aux médias ethniques, et s'il y a repli communautaire, les raisons sont peut-être plus à trouver dans la discrimination au quotidien plutôt qu'à la télévision.

---

<sup>78</sup> RICHARD E., « Les ghettos américains secouent les chaînes. Des associations civiques menacent de boycotter les quatre grands networks si les minorités ne sont pas mieux représentées à l'écran », *Libération*, 16 août 1999.

<sup>79</sup> *Ibid.*

## TITRE DEUX : LA TÉLÉVISION, OBJET CENTRAL DE CONSIDÉRATION ET DE SOCIALISATION

De tous les médias, la télévision reste le centre des revendications contemporaines de prise en compte des minorités visibles. Les autres médias ne sont pas entièrement occultés, mais les discours, notamment de personnalités comme Calixthe Beyala, donnent nettement à penser que le recrutement de minorités au sein de rédactions des quotidiens et hebdomadaires, ou des radios, sans parler d'Internet, ne sont pas prioritaires. La fascination de l'image est obstinément à l'ordre du jour. Elle pourrait pervertir les mentalités, convaincre les plus irréductibles, bouleverser insidieusement l'ordre social, moral et politique... Beaucoup de pouvoir a été attribué à la télévision, dès son apparition dans les foyers, par les premiers chercheurs comme par l'homme de la rue. Aujourd'hui encore, les personnes issues de minorités visibles sont largement persuadées que leur potentielle socialisation, ou à l'inverse leur rejet, provient en grande partie de la télévision : « La télévision renforce leurs préjugés. Ils ont intégré l'idée que les personnes noires étaient inférieures, moins intelligentes. Ils ne devraient pas influencer la majorité blanche contre nous, mais c'est ce qu'ils font » regrette Sam de Londres, tandis que Mary de Nottingham avoue que « lorsqu'il arrive quelque de terrible au journal, une attaque ou un viol, j'écoute seulement de quelle couleur est l'agresseur. S'il est noir je pense, oh non. S'il est blanc je soupire de soulagement. Je crois que nous le faisons tous »<sup>80</sup>.

Le premier chapitre nous donnera donc l'occasion de rappeler quelques grandes théories de la communication et de sociologie des médias, pour comprendre les bases doctrinales du débat sur l'influence de la télévision. Le second chapitre s'interrogera ensuite sur le comment de la socialisation. Si la télévision est source de considération, doit-on alors la concevoir comme un objet reflétant parfaitement les composantes de la société, ou plutôt comme un faux miroir, représentant et mettant en scène la réalité ?

---

<sup>80</sup> ROSS K., « In whose image ? TV Criticism and Black Minority Viewers », in COTTLE S. (dir.), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press, 2000, p. 145.



# Chapitre 1 : L'influence des médias dans les théories de la communication

Les théories sur les effets des médias sont apparues au début du siècle précédent. La télévision ne pouvait évidemment alors pas être prise en compte, mais les remarques et critiques formées à l'égard de la radiodiffusion et de la presse sont tout aussi valables pour la télévision. Il semble acquis que si un chercheur pensait que le fait de s'exprimer sur les ondes pouvait influencer un public, le petit écran aurait été sujet à la même remarque. Nous étudierons donc dans une première section quelques auteurs importants parmi les premiers théoriciens de la communication. La seconde section permettra d'appréhender des auteurs plus récents, ayant considéré la télévision dans leur étude. La liste n'est pas exhaustive, mais vise à faire découvrir les pistes de recherches développées en science de la communication à propos des médias.

## Section Un : De l'écologie humaine au *People's choice*

Quel que soit l'objectif de ces premiers théoriciens, dénoncer l'industrie culturelle capitaliste ou observer de manière neutre et mathématique les effets des médias, la problématique initiale reste la suivante : les médias possèdent-ils des effets, et si oui sont-ils directs ou limités ?

### §1 : Le précurseur, Robert E. Park

Robert Ezra Park (1864-1944) fait partie des fondateurs de l'école de Chicago, dominante jusqu'aux années quarante dans les théories de la communication. Elle appréhende en termes microanalytiques l'organisation sociale. Le phénomène social n'est effectivement plus perçu comme un ensemble de faits sociaux, dictant aux hommes leur conduite, mais comme le résultat d'interactions individuelles et volontaires, de libre choix d'appartenance à

un public. On ne s'intéresse plus à la foule<sup>81</sup>, mais aux hommes.

Robert E. Park, « reporter rompu aux grandes enquêtes journalistiques, militant de la cause noire »<sup>82</sup>, n'intègre l'Université en 1913 qu'après avoir exercé sa profession pendant quelques années. Sans doute en tire-t-il son goût prononcé pour les médias. Ainsi lorsqu'il étudie l'organisation de la ville en tant que laboratoire social, lieu de recherche privilégié de l'école de Chicago, il fait tout naturellement le lien avec mes médias – en l'occurrence la presse – et leur impact sur cet environnement.

Ses recherches se divisent en effet en deux points principaux. Il forme sa problématique dans un premier temps autour du concept d'une « écologie humaine ». Il reprend ici le terme d'écologie, formé en 1859 par Ernest Haeckel, signifiant « la science des relations de l'organisme avec l'environnement comprenant au sens large toutes les conditions d'existence »<sup>83</sup>. Robert E. Park applique alors ce concept aux êtres humains, notamment organisés en communautés, à savoir des populations organisées sur un territoire, plus ou moins présentes dans le temps et dont les membres sont interdépendants. Notons que le terme de communauté ne revêt pas ici forcément un sens ethnique. L'idée en est néanmoins proche dans l'esprit de Robert E. Park, puisque son second apport principal en théories de la communication réside dans son analyse des liens entre l'intégration des immigrants dans la société américaine et les journaux<sup>84</sup>.

La presse, représentative des médias, appartient selon lui pleinement au processus d'assimilation d'une communauté à une nouvelle culture. Les publications étrangères, notamment (aujourd'hui il s'agirait des chaînes ethniques) fournissent des informations utiles, différentes fondamentalement de la « propagande sociale » ou municipale. Leur objectif n'est pas d'élever les peuples les uns contre les autres, mais au contraire de créer des liens de sociabilité nécessaires à une vie multiculturelle. Attendu que Robert E. Park considère que les médias influent sur la vie sociale, il attribue donc des effets, sans déterminer s'ils sont directs ou limités.

---

<sup>81</sup> V. en ce sens LE BON G., *Psychologie des foules* (1895), Paris, PUF, 1988.

<sup>82</sup> MATTELART A. et M., *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte, coll. « Repères, 1995, p. 14.

<sup>83</sup> *Ibid*, p. 15.

<sup>84</sup> PARK R. E., *The Immigrant Press and its Control*, New York, Harper, 1922.

## §2 : L'école de Francfort

L'objectif de l'école de Francfort, née à l'origine de Theodor Adorno et Max Horkheimer, est de dénoncer dans les années quarante la puissance des médias de masse, reflétant l'idéologie dominante, à savoir capitaliste. Leurs travaux déplorent ainsi la disparition de la culture laissant la place à une industrie culturelle standardisée, imposée à tous par les modèles renvoyés par les médias<sup>85</sup>. Notons que « les francfortiens ne combattent pas la culture de masse par simple nostalgie d'une culture d'élite ou traditionnelle, ni par mépris de la masse. Au contraire, ils s'y opposent parce qu'elle ne donne aucune prise sur le réel et ne permet aucune transformation social. Bref, ils récuse la culture de masse parce qu'elle est antidémocratique »<sup>86</sup>.

La puissance des médias provient de leur « séduction permanente, car ils soulagent, détendent, font rêver et espérer. Les stéréotypes qu'ils véhiculent réduisent la complexité du monde et plaisent par leur monotonie rassurante. Les modèles d'identification qu'ils proposent ne sont que des dérivatifs dérisoires, des moyens de rester enfermés dans un état de passivité sans fin »<sup>87</sup>. Cette analyse ne vise pas a priori les stéréotypes raciaux, mais elle pourrait parfaitement s'y appliquer. Les « modèles d'identification » existent aussi de nos jours, et leur « monocouleur » enferment eux aussi certains téléspectateurs dans des préjugés qui les confortent.

Pour mieux le comprendre, il faut connaître les fondements idéologiques de l'école de Francfort. Theodor Adorno et Max Horkheimer prolongent « les idées de Marx sur l'exploitation économique en projetant dans le monde de la culture l'idée de domination économique et sociale (en reprenant la formule marxiste -assez vague- selon laquelle les pensées dominantes sont les pensées de la classe dominante) »<sup>88</sup>. Dans l'idée de ces auteurs, les médias ne sont qu'un outil de renforcement du pouvoir et de ses opinions. Ils influent clairement de manière directe sur les perceptions et les comportements du public. Ce phénomène est favorisé par le fait que la télévision, la radio correspondent avec un « modèle

---

<sup>85</sup> V. notamment ADORNO Th. et HORKHEIMER A., *La Dialectique de la raison* (1947), Paris, Gallimard, 1974.

<sup>86</sup> ATTALLAH P., *Théories de la communication : sens, sujets, savoirs*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, coll. « Communication et Société », 1992, p. 197.

<sup>87</sup> MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 67.

de diffusion [qui] favorise le contact vertical de chaque individu pris isolément avec l'administration centrale, mais pas le contact latéral de tous les individus entre eux »<sup>89</sup>. Impossible pour eux donc de prendre du recul, et de limiter l'influence des médias comme le pensent d'autres auteurs<sup>90</sup>.

Nous pourrions ainsi étendre la critique francfortienne au rôle de la télévision, qui fournit elle aussi un modèle dominant blanc, reflétant la supériorité économique réelle de ce groupe sur les minorités visibles. L'écran contribuerait à prolonger cette situation, en reconnaissant et en homologuant quasi officiellement l'écart de traitement entre groupes ethniques, à l'image comme dans la vie.

### §3 : La théorie lazarsfeldienne des effets limités

Paul Lazarsfeld se place dans le courant empiriste en sociologie des médias. Lassé des présupposés et des études partiales et subjectives, il tient à analyser mathématiquement et quantitativement les effets de médias. Il se détache notamment de Robert E. Park, qui voyait dans la presse un moyen de mener la société vers plus de démocratie et de compréhension entre communautés. Il se détache de « l'engagement social »<sup>91</sup> des premiers penseurs de l'école de Chicago. Une méthode plus objective se situe par exemple dans une recette statistique, se dénommant la « machine des profils », qui mesure en termes de goût, de dégoût ou d'indifférence. L'auditeur exprime sa satisfaction ou son mécontentement en appuyant, ou pas s'il est indifférent, sur des boutons verts ou rouges. Élémentaire, mais cela n'avait apparemment pas été créé auparavant.

Un de ses travaux les plus connus est publié en 1944 en collaboration avec deux autres auteurs à l'occasion de la campagne électorale présidentielle aux Etats-Unis en 1940<sup>92</sup>. 600 électeurs dans l'Ohio sont sondés pour mesurer l'influence des médias sur l'expérience de

---

<sup>88</sup> *Ibid.*

<sup>89</sup> ATTALLAH P., *Théories de la communication : sens, sujets, savoirs*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, coll. « Communication et Société », 1992, p. 202.

<sup>90</sup> V. *Infra.*

<sup>91</sup> MATTELART A. et M., *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 1995, p. 23.

vote. Cela ne concerne pas directement notre recherche, mais quelques résultats peuvent nous intéresser néanmoins. Paul Lazarsfeld conclut ainsi que « l'exposition sélective aux médias et aux programmes » est fonction « de l'intérêt social et personnel que nous leur conférons », et que le « renforcement des opinions préexistantes se manifeste par une attention forte qui vont dans le sens de nos opinions et par une attention faible aux autres »<sup>93</sup>.

Les médias n'influencent pas alors directement sur nos opinions. L'inverse se vérifie plutôt ; le public choisit les messages les plus à même de lui convenir, et lorsque ce n'est pas le cas, il est capable de l'interpréter à sa façon, pour ne pas sortir de son cadre habituel de réflexion. C'est ce que montre une étude de la série américaine *All in the Family* faite pendant les années soixante-dix. Elle met en scène deux personnages principaux, Archie Bunker, bigot un peu vieux-jeu ayant tendance à prononcer des plaisanteries racistes, et son gendre Mike, diplômé et ouvert d'esprit. Les ambitions et les thèmes de promotion affichés par CBS, qui programmait la série, étaient de mettre en avant le jeune homme face à son beau-père dépassé par l'évolution des mœurs et la modernité. Une étude publiée en 1974, menée par deux psychologues auprès de 237 étudiants américains et 168 adultes canadiens, renverse ce bel argumentaire. Elle révèle que 60% des personnes interrogées aiment ou admirent plus Archie que Mike, que 40% pensent qu'Archie sera le vainqueur à la fin de la série, et 35% ne voient pas de mal dans l'utilisation par Archie d'argot racial<sup>94</sup>. L'effet des médias serait donc alors assez limité et ne changerait pas vraiment les jugements préexistants des personnes.

## **Section Deux : Les théories de l'opinion publique**

Un temps écartées, les théories des effets des médias font leur retour dans les années soixante-dix avec les théories de formation de l'opinion publique. Pensées au départ pour expliquer les interactions entre médias et vie politique, nous verrons que l'*agenda setting* et la spirale du silence sont pertinentes également pour commenter l'influence des représentations

---

<sup>92</sup> BERELSON B., GAUDET H. et LAZARSFELD P., *The People's choice, How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University Press, 2<sup>nd</sup> éd., 1948.

<sup>93</sup> MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 78.

<sup>94</sup> GUTUERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, p. 51.

des minorités visibles sur l'opinion.

## §1 : L'effet d'agenda

L'*agenda setting*, de Maxwell McCombs et Donald Shaw<sup>95</sup>, reste une théorie inscrite dans les théories des effets limités des médias, car quel que soit son impact, les relations et les autres sources indirectes d'information du public lui permettent normalement de s'en détacher en partie. Selon Eric Maigret, sociologue et maître de conférence à l'Université de Paris III Sorbonne Nouvelle, l'agenda est « un outil original pour identifier et comparer les opinions véhiculées par les médias et celles des citoyens, afin d'en établir les liens »<sup>96</sup>.

L'agenda dans le cadre de cette théorie revêt la même signification que son sens habituel. C'est en effet « une hiérarchie de priorités, une liste d'enjeux classés par importance croissante »<sup>97</sup>, et imposée comme telle par les médias. Nous retrouvons ainsi statistiquement régulièrement des sujets identiques, généralement d'abord à la télévision puis dans la presse. L'exemple le plus flagrant ces derniers temps est le temps d'antenne ainsi que les articles accordés à la sécurité routière. Le terme « chauffard » a ainsi connu une certaine vogue, un peu exagérée. Mais la priorité accordée dans l'agenda à ce thème permet de multiples répétitions avant que l'effet de lassitude n'intervienne.

Ce tri dans les informations que nous percevons nous permet d'aborder sous un autre angle l'influence des médias et notamment de la télévision. Ce n'est pas tant ce qu'elle programme qui est important, comme dans les théories plus anciennes de l'école de Francfort d'effet direct des médias, que ce qu'elle ne programme pas. Les médias jouent alors en quelque sorte le rôle d'un « maître de cérémonie, ou encore d'un tableau d'affichage sur lequel viendraient s'inscrire les problèmes qui doivent faire l'objet du débat dans une société »<sup>98</sup>. En clair, les médias ne nous disent plus ce qu'il faut penser, mais à quoi il faut penser. Pas assez informés sur des données qui nous échappent, absentes de nos écrans comme des quotidiens et radios, notre réflexion ne peut plus porter que sur ce que nous

---

<sup>95</sup> MCCOMBS M. et SHAW D., « The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, n°36, 1972, pp. 176-187.

<sup>96</sup> MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 198.

<sup>97</sup> *Ibid.*

<sup>98</sup> MATTELART A. et M., *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte, coll. « Repères, 1995, p. 87.

connaissons. En résumé, « si rien ne détermine les opinions, positives, négatives ou indifférentes à l'égard d'un événement, tout pousse à produire des opinions sur cet événement, donc à éliminer des possibles »<sup>99</sup>. L'intérêt de la théorie de l'*agenda setting* est enfin de porter notre regard sur les effets des médias sur les perceptions des individus et pas seulement sur leurs attitudes<sup>100</sup>.

Dans le cadre de la représentation des minorités visibles, l'inscription plus que fréquente à l'agenda d'informations négatives et violentes mettant en cause des personnes issues de ces minorités nous pousserait à nous questionner sur le sujet, et insidieusement à nous excéder sur le long terme. Sans contrepoids, c'est-à-dire sans présence de reportages, de magazines ou de fictions rapportant des faits distincts, par exemple des sujets culturels ou traitant même de violence s'ils prennent la peine d'essayer d'en expliquer le contexte et sa problématique, nous ne pouvons nous faire une idée que sur un seule face de médaille. Malheureusement la plupart du temps nous n'en connaissons que l'envers.

## §2 : La spirale du silence

La théorie de la spirale du silence proposée par Elisabeth Noelle-Neumann en 1974, corrigée par elle dix ans plus tard<sup>101</sup>, analyse également le processus de formation de l'opinion publique. Elle repose sur le principe d'un effet boule de neige de l'opinion, dit « *bandwagon* (prendre le train en marche) » et de retrait du débat des dissidents, « éternels dragons de mer des sciences politiques »<sup>102</sup>.

Les hypothèses qui fondent son raisonnement retiennent particulièrement notre intérêt pour appréhender comment les gens se laissent influencer par les messages médiatiques, qu'ils soient de nature sociale et culturelle (par exemple l'importance des minorités visibles), ou politique comme le suppose Elisabeth Noelle-Neumann au départ.

---

<sup>99</sup> MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 198.

<sup>100</sup> *Le rôle des médias dans les processus liés à l'immigration*  
<http://ibelgique.ifrance.com/sociomedia/sociomigrations.htm>

<sup>101</sup> NOELLE-NEUMANN E., *The Spiral of Silence – Public Opinion Our Social Skin*, Chicago, University of Chicago Press, 1984.

<sup>102</sup> MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 199.

Premièrement les individus craignent l'isolement dans nos sociétés contemporaines, ce qui les conduit à tenter d'évaluer en permanence les opinions présentes dans son environnement pour se calquer sur elles. Ayant peu de contacts avec autrui, ils sont deuxièmement fortement dépendants des sources d'informations qui peuvent lui présenter les positions dominantes, comme la télévision. Les médias sont au cœur de ce processus. Le texte révisé de 1984, se rapprochant de la sorte de l'*agenda setting*, tient particulièrement compte « des discours tenus par les leaders d'opinions, de la télévision ou de la radio, les journalistes et les personnalités de premier plan »<sup>103</sup>. Par imitations successives, un nombre croissant de personnes ne vont plus exprimer leur véritable avis, et nous assistons à une perte du « sens critique des individus qui se retirent des débats en entrant dans une spirale du silence, instaurant une opinion dominante ; les médias nous disent ce qu'il ne faut pas penser »<sup>104</sup>. Cette spirale du silence demeurerait le seul moyen pour ne pas encourir de sanction, à savoir l'isolement social. Une seule chose peut enrayer sa course : une minorité convaincue de sa domination future consentira à prendre le risque de s'exprimer face à une majorité qui commence à douter de sa suprématie. La spirale alors s'inverse, mais garde le même fonctionnement.

Nous pouvons tirer de cette étude synoptique la certitude que les médias, en particulier la télévision, influent bien sur l'idée que se font les gens du monde qui les entoure. Certes il s'agit d'un « effet complexe, modéré par l'état d'esprit psychologique de chacun, son statut social, son âge, et comment l'individu se sert du média. [...]Car la communication, à la différence de la chimie ou de la biologie, est un processus comportemental. Le rôle et l'effet des médias ne sont pas aussi prévisibles que le résultat lorsque deux produits chimiques sont mélangés à une certaine température dans un laboratoire »<sup>105</sup>. L'être humain est terriblement subtil, et son activité inconsciente encore plus. Ses interactions avec la télévision ne sont pas neutres, mais ne rentrent pas dans le schéma basique de cause à effet. L'écran ressemble plutôt à une sorte de fenêtre sur le monde, mais quel genre de miroir est-il ?

---

<sup>103</sup> MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 199.

<sup>104</sup> *Ibid.*

<sup>105</sup> GUTUERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, p. 56.



## **Chapitre 2 : Télévision, reflet ou représentation de la société ?**

Les images peuvent défiler pendant des heures, et sans cesse la beauté et les horreurs du monde s'offrent à nous, souvent dans la nudité la plus totale. Pas de discontinuité, pas de pause pour accepter et s'imprégner de ce spectacle qui jamais ne se lasse. La réalité est là, à notre portée, et pourtant un léger tremblement de l'image, une rupture éphémère du son nous rappellent que cette transmission n'est que fabriquée, et que des hommes et des femmes, derrière cet écran, ont choisi de nous présenter leur reconstruction de la vérité. La réalité semble ainsi biaisée par cet intermédiaire. Nous examinerons donc dans une première section si la télévision répond bien à ses prétentions de reflet presque exact de notre milieu, puis dans une seconde section si elle n'est plutôt pas un objet de représentation du réel.

### **Section Un : La télévision – reflet ou la logique du miroir**

Proportions et diversité sont le sésame d'une télévision désirant refléter un instantané de la population et des actualités. Mais l'envers du miroir peut nous révéler une toute autre figure...

#### **§1 : Question de proportions**

Reflet et quotas vont de pair avec cette optique de la télévision, qui serait un miroir fidèle de notre quotidien. Pas question de privilégier l'un plutôt que l'autre (ce qui peut apparaître paradoxal lorsqu'on évoque des quotas), on s'en tient à des comptes exacts, mathématiques, de juste représentation des différents groupes ethniques en fonction de leur quantité dans le pays. Ce n'est pas joli à énoncer, mais c'est d'une pure logique comptable. Des mesures de faveur ne peuvent être accordées que temporairement, pour remédier à un déséquilibre. On juge alors comme une journaliste que « la télé devrait être un photomaton de

la société »<sup>106</sup>, car « quand on se balade dans la rue, on ne voit pas que des Poivre d'Arvor » souligne David Delos, présentateur à Bloomberg TV<sup>107</sup>.

En quoi cette juste représentation se justifie t-elle autant ? En politique par exemple nous sommes représentés par des élus qui ne partagent pas forcément nos caractéristiques personnelles : âge, sexe, race, statut social... Néanmoins, cet exemple est révélateur, car la loi sur la parité, promulguée pour corriger le manque cruel de femmes dans les assemblées, montre que l'on ne considère plus nos représentants de la même façon selon leur sexe. Pourquoi n'appliquerait-on pas la même logique et ne réclamerait-on pas alors des représentants, symboliques, des minorités visibles à la télévision ?

En effet, dans cette perspective miroir, « une assemblée n'est représentative de la population en général que dans la mesure où elle en reflète parfaitement les caractéristiques ethniques, sexuelles et socioéconomiques »<sup>108</sup>. Seuls des individus partageant certaines caractéristiques peuvent se comprendre et se porter de l'intérêt : « nul effort de réflexion ou d'empathie, peu importe le sérieux ou la sincérité dont il est empreint, ne peut permettre de franchir les barrières de l'expérience »<sup>109</sup>. Cette observation n'est pas dénuée de sens, car force est de reconnaître que « notre capacité d'empathie, c'est-à-dire l'aptitude à se mettre dans la peau des autres, est limitée [...] sans compter que la plupart d'entre nous ne sont pas tellement enclins à essayer »<sup>110</sup>. Difficile de se sentir proche ? Peut-être, mais ce raisonnement présente des limites qu'il faut tout de suite poser. Ce n'est pas parce que la couleur de peau est différente que nous sommes complètement des étrangers l'un à l'autre, incapables de se parler, de se comprendre, d'évoquer des histoires en commun. Il y a évidemment des divergences d'expérience, comme entre un homme et une femme, mais les barrières que l'on pourrait imaginer et placer n'ont aucune raison d'être.

Réclamer plus de diversité ethnique à la télévision est une chose, sans aucun doute importante, mais il ne faudrait pas en venir par ce biais à séparer complètement les communautés. Sinon ce serait également un excellent argument pour ceux souhaitant se

---

<sup>106</sup> VIRIEU H. (de), « Unique color of télévision », *France-Soir*, 25 mai 2000.

<sup>107</sup> Cité dans VIRIEU H. (de), « Unique color of télévision », *France-Soir*, 25 mai 2000.

<sup>108</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 176.

<sup>109</sup> PHILLIPS A., « Dealing with Difference: A Politics of Ideas or a Politics of Presence », *Constellations*, vol. 1, n°1, 1994, p. 76.

désintéresser du sort de ceux qui ne lui ressemblent pas trait pour trait : puisqu'ils ne les représente pas, pourquoi s'en préoccuper ? A l'extrême, pousser trop loin le principe de représentation miroir pourrait anéantir les chances d'une meilleure représentation des minorités visibles. En effet, « tous les groupes ont des sous-groupes qui possèdent leurs expériences propres. Si les hommes ne sont pas aptes à représenter les femmes, alors les femmes blanches peuvent-elles représenter les femmes non blanches ? Et chez les femmes non blanches, les Asiatiques peuvent-elles représenter les Antillaises ? De même, les femmes asiatiques hétérosexuelles de la classe moyenne et en bonne santé peuvent-elles représenter les femmes asiatiques pauvres, lesbiennes ou handicapées ? »<sup>111</sup>

L'exemple est assurément volontairement exagéré, mais lorsqu'on évoque ces questions sensibles politiquement et socialement, il vaut mieux déterminer tout de suite où des revendications communautaristes d'une représentation miroir poussées à leurs limites peuvent nous mener.

## §2 : Un miroir en trompe-l'œil

Une analyse du mécanisme de la télévision nous fait rapidement comprendre que quelles que soient les ambitions du petit écran, il ne sera jamais le miroir parfait de la réalité. Cet instrument n'a pas été pensé pour cela.

Pourtant aujourd'hui nombreuses sont les chaînes ou les producteurs à prétendre le contraire, à essayer de montrer le plus possible de vérité à travers des émissions de télé-réalité, comme si elles devaient se faire valoir d'une certaine authenticité. Pierre Gandonnière nous apprend qu'en termes psychanalytiques, « l'image télévisuelle se fait passer pour le reflet du réel. L'image ne vaut que parce qu'elle est donnée comme trace indicielle du réel. [...] Comme dans le dispositif lacanien, le dispositif télévisuel voudrait instaurer une symétrie entre le monde du spectateur et le monde des images, par des interpellations directes du téléspectateur – merci de nous recevoir chez vous –, par le regard caméra »<sup>112</sup>. C'est comme

---

<sup>110</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 178.

<sup>111</sup> *Ibid.*

<sup>112</sup> GANDONNIÈRE P., *Le vertige du miroir : comment la télévision piège le spectateur*, <http://commposite.org/2003.1/articles/gandon.pdf>

si la télévision perdait de sa justification si elle avouait parfois ne pas rendre compte en permanence de la réalité.

Si l'on met à jour cette couverture, on se rend compte que la télévision a indubitablement certaines des qualités d'un miroir, mais tendrait plutôt à se positionner comme « un miroir dont la fonction ne serait pas de réfléchir le monde, mais d'induire une vision du monde. La télévision n'est pas un appareil simple [...] Elle est une machine à communiquer, une machine complexe, une machine-miroir »<sup>113</sup>. Une véritable construction en trompe l'œil, donnant l'illusion du réel aux téléspectateurs.

Prenons le cas des journaux informations de 13 et 20 heures. S'il fallait déterminer les émissions les plus proches de ce qui se passe dans le monde, ils seraient parfaitement représentatifs. L'opinion de Pierre Gandonnière sur le sujet est toutefois divergente en faisant remarquer que « comme un regard panoramique pris dans un miroir convexe, l'écran prétend refléter une vision globalisante du monde, tout ce qu'on peut savoir des événements du jour. Mais il la condense en quelques traits simplificateurs, quelques images symboliques, quelques séquences significatives. Il ne montre pas les événements du monde, encore bien moins le monde des faits bruts. Ce serait à la fois impréhensible et incompréhensible. L'écran montre la seule totalité possible, celle des images produites par le média, des récits filmiques placés sur les flux de diffusion »<sup>114</sup>. Même l'essentiel de l'actualité ne peut prétendre à refléter parfaitement le monde. Ce n'est absolument pas à mon sens une critique du journalisme et de la façon dont les événements sont traités à la télévision. Encore une fois ce n'est pas son rôle de filmer les faits bruts ; le journaliste doit au contraire accompagner le téléspectateur dans sa découverte et sa compréhension du monde. Il ne peut pas le laisser sans commentaire ni explication ; si cela est réalisé quelquefois, c'est avec une intention bien particulière de choquer ou de « laisser parler » les images d'elles-mêmes. Trier les informations est au fondement de la responsabilité éditoriale, qui décide de la hiérarchie des sujets et de ceux qui ne passeront pas à l'antenne.

La télévision ne donne qu'un aperçu, et il doit être bien sûr le meilleur possible. Elle

---

<sup>113</sup> GANDONNIÈRE P., *Le vertige du miroir : comment la télévision piège le spectateur*, <http://composite.org/2003.1/articles/gandon.pdf>

<sup>114</sup> *Ibid.*

donne une véritable représentation, au sens scénique, du réel. Naturellement le problème provient du fait que les chaînes persistent à refuser cet état. Car si « le monde n'a de cohérence que celle que lui invente le média [...] le média nie qu'il s'agisse d'une représentation, il prétend que c'est la vision du monde en direct. Bref, il essaie de faire passer sa carte pour le territoire »<sup>115</sup>.

## **Section Deux : La télévision – représentation ou la logique du théâtre**

La représentation se joue donc tous les jours sur notre petit écran. Les minorités visibles cherchent tout naturellement à obtenir de meilleurs rôles, car le spectacle donné influera sur les perceptions des téléspectateurs. Cette représentation est en effet à double tranchant : soit son jeu est faussé, et entraînera des conséquences graves, soit la télévision accepte de remplir son emploi de « metteur en scène », et la responsabilité sociale qui en découle.

### §1 : Les dangers d'une représentation altérée

Une représentation entachée de préjugés est un instrument terrible contre les minorités visibles. La télévision se fait alors complice d'une reconstruction déformée de la réalité, et dans ce cas « les médias ne font pas que rapporter passivement les faits, pas plus qu'ils ne reflètent le consensus ethnocentrique ; ils contribuent à le construire et à le reproduire. Ils grossissent les attitudes de la minorité dominante, réinterprètent et diffusent cette idéologie à ceux qui ne détiennent pas le pouvoir, mais qui néanmoins sont les membres du groupe dominant : celui des Blancs »<sup>116</sup>.

Il est typique notamment du théâtre de vouloir mettre en avant des personnages caricaturaux, retenant facilement l'attention des spectateurs, créant ainsi un univers avec des

---

<sup>115</sup> GANDONNIÈRE P., *Le vertige du miroir : comment la télévision piège le spectateur*, <http://commposite.org/2003.1/articles/gandon.pdf>

<sup>116</sup> MCANDREW M. et POTVIN M., *Le racisme dans les médias*, [http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents\\_de\\_recherche/racisme\\_dans\\_medias\\_1.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents_de_recherche/racisme_dans_medias_1.cfm)

repères francs et nets. Le rôle des médias dans le passé dans la transmission et la persistance des clichés est évident : « Quand [les cultures et les traditions] étaient évoquées, c'était souvent à travers des rôles stéréotypés, comme la grand-mère noire, la poupée indienne, le *latin lover* ou un sinistre guerrier venu d'Asie. Les caractéristiques des minorités étaient largement basées sur les perceptions et les préjugés de personnes extérieures aux groupes. [...] Les images étaient vues à travers des yeux anglais »<sup>117</sup>. La mise en scène, dans ce cas, au lieu de recréer le monde de façon symbolique, accentue ses défauts, ce qui ne devrait pas être le but recherché. Pire : elle peut ne pas s'intéresser du tout aux acteurs, et leur attribue alors des rôles qui lui semblent a priori convenir, sans se renseigner plus sur leurs intérêts. Certes comme nous l'avons vu la télévision est un lieu de représentation perpétuel, donnant une vision du monde ; encore faut-il qu'elle ne soit pas complètement aux antipodes de la réalité. Ce ne serait plus alors une représentation, mais de la fiction.

Ce risque d'une télévision de plus en plus spectacle se fait souvent au détriment des minorités visibles. Nous l'avons vu par exemple avec une émission comme *Cops* aux Etats-Unis, montrant des policiers en pleine action, et n'arrêtant quasiment toujours que des personnes de couleur. Une autre criminalité existe pourtant, mais peut-être ferait-elle moins d'audience.

Un cas récent a retenu particulièrement l'attention de nombreuses études américaines sur les liens entre minorités ethniques et médias : le procès d'O.J. Simpson, filmé intégralement par la télévision aux Etats-Unis. Son ex-femme, blanche, Nicole Brown-Simpson, et son amant, sont trouvés morts assassinés dans la maison de la première, à Los Angeles, le 13 juin 1994. Immédiatement, la culpabilité d'O.J. Simpson est mise en avant par la police, bien qu'il clame son innocence. Le procès qui s'ensuivit passionna les foules et les médias.

Sans s'interroger sur la culpabilité ou l'innocence de ce célèbre footballeur afro-américain (qui fut en définitive acquitté au terme de son procès), des chercheurs ont personnellement et scrupuleusement suivi les péripéties de cette affaire devenue spectacle télévisé. Son traitement par les médias dépeint les risques d'une mise en scène un peu trop

---

<sup>117</sup> GUTIERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, p. 42.

accentuée. Pour John Fiske, professeur en communication à l'Université de Wisconsin-Madison, « la femme blanche symbolise non seulement la beauté, mais aussi la vulnérabilité de l'ordre social blanc, et le mâle noir une menace sexuelle pour celui-ci. Si le cas O.J. Simpson fascina autant l'Amérique blanche, c'est en partie parce que cela confirmait en réalité ce postulat blanc. Comparativement, le peu d'événements qui peuvent être utilisés pour prouver la vérité de ce savoir blanc sont élevés de façon disproportionnée à un haut niveau de signifiante et de visibilité, alors que la plupart des événements et des expériences quotidiennes qui pourraient le contredire sont relégués dans le royaume de l'insignifiante et de l'invisibilité »<sup>118</sup>.

Ce procès est très caractéristique du goût parfois trop poussé de la télévision pour le spectacle. La représentation devient alors un art grandiose et crée l'événement pour les téléspectateurs : « l'affaire de meurtre fut l'histoire la plus couverte par les programmes d'informations des networks américains pendant presque toute l'année 1995. [...] Finalement, lorsque le verdict fut énoncé, 91% des postes allumés étaient branchés sur son compte-rendu ; seuls les premiers pas sur la lune et les funérailles de John F. Kennedy obtinrent une plus large part d'audience »<sup>119</sup>.

Tous les ingrédients d'une bonne histoire sont présents : célébrité, tragédie, argent (O.J. Simpson engagea une équipe d'avocats pour le défendre, surnommée la « dream team »), mystère, sexe et scandale, spectacle (le footballeur est arrêté à la suite d'une course poursuite en voiture) et évidemment suspense durant le procès. Ces éléments n'ont assurément pas été inventés de toutes pièces par les médias, mais leur « allure n'émergea pas simplement d'un vacuum, cela fut construit à partir des préoccupations, peurs, croyances et attentes associées à des contextes sociaux particuliers »<sup>120</sup>.

Outre la couverture du procès, de nombreux magazines et émissions spéciales furent consacrés à ce double meurtre sordide, affichant pour la plupart un parti pris : coupable. Une image s'est ainsi peu à peu construite dans l'esprit du public blanc, celle d'un homme

---

<sup>118</sup> FISKE J., « White Watch », in COTTLE S. (dir.), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press, 2000, p. 54.

<sup>119</sup> MONTEZ HUNT D., « O. J. Live : Raced Ways of Seeing Innocence and Guilt », in CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y. R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998, p. 186.

« enragé, jaloux, sociopathe commettant l'acte final d'un agresseur de femmes, obsédé, en tuant son ex-femme et son ami »<sup>121</sup>. L'étude d'un *prime-time* d'ABC<sup>122</sup> en mars 1995, révélant un enregistrement d'un appel au 911 de Nicole Brown-Simpson quelques mois avant sa mort, montre par exemple que seule sa peur de son ex-mari, ou les réactions des officiers de police annonçant que cela se terminera mal, sont mises en avant. L'information selon laquelle elle déclare à la police qu'il ne l'a jamais frappée n'est pas reprise par les journalistes d'ABC.

Ce procès fut très mal vécu par la communauté noire aux Etats-Unis, s'identifiant complètement à O.J. Simpson, comme un bouc-émissaire de la société. L'acquittement final apaisa légèrement les esprits, mais cette histoire sulfureuse contribua à nourrir « une paranoïa du type théorie de la conspiration »<sup>123</sup> chez certaines personnes issues de minorités visibles.

Une représentation déformée, choisissant peut-être parfois délibérément d'obscurcir la réalité, n'est donc pas sans conséquence pour tous les téléspectateurs. A l'inverse, les chaînes de télévision pourraient utiliser ce média pour assurer une représentation plus juste, en responsabilisant son emploi.

## §2 : La responsabilité sociale de la télévision

Le fait que le petit écran soit instrument de représentation n'est pas forcément une mauvaise chose en soi. Sans s'éloigner de la réalité, nous pourrions parfaitement imaginer des programmes télévisés –information, fiction, variétés – mettant en scène plus de personnages issus de minorités visibles, sans pour autant aboutir à une logique comptable de représentativité. Le plus important pour que les minorités visibles se sentent mieux prises en compte ne se situe peut-être pas dans le « combien », mais dans le « comment ».

Des rôles phares, symboliques agiraient peut-être autant socialement pour les minorités qu'une répartition soigneusement réfléchie et comptée. Si la télévision représente le réel, les

---

<sup>120</sup> *Ibid*, p. 185.

<sup>121</sup> MONTEZ HUNT D., « O. J. Live : Raced Ways of Seeing Innocence and Guilt », in CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y. R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998, p. 187.

<sup>122</sup> *Ibid*, pp. 188-199.



personnes symboliquement mises en valeur à l'écran influenceront sur les rapports intercommunautaires « dans la vie ». Dans un tout autre domaine, rappelons nous de l'euphorie de la Coupe du Monde en 1998. La composition multiethnique de l'équipe de France n'a peut-être pas changé intrinsèquement la situation sociale des minorités visibles, mais elle lui a déjà fourni des héros. Pourquoi ne pas être optimiste et penser comme Christian Blachas, notamment producteur et présentateur de *Culture Pub* sur M6, que « ce qui pourra aider véritablement à l'intégration et à cette harmonieuse pluralité ethnique et culturelle que tout le monde souhaite, c'est la mode, c'est la pub, c'est l'image, ce sont les héros sur lesquels les gamins se projettent. Zidane a beaucoup plus fait pour la communauté des Beurs en France que n'importe quelle loi ou n'importe quel quota, comme Noah, MC Solar et Thuram pour les Blacks »<sup>124</sup>.

Davantage de pluralisme à la télévision ne signifierait alors pas nécessairement nuire au principe d'égalité, mais simplement construire la représentation en prenant mieux en compte les attentes des minorités visibles et l'impact potentiel sur la majorité blanche. C'est une réponse composée que d'envisager que « les médias ne sont ni des producteurs de racisme, ni des miroirs de la société, mais qu'ils ne maîtrisent finalement pas les usages de leur message. [...] Il faut enrichir le message et prendre clairement l'option de la construction d'une éthique des médias qui aurait à intégrer les connaissances acquises en matière de réaction du public »<sup>125</sup>.

Après cette réflexion sur la quête de reconnaissance des minorités visibles à travers les médias, phénomène international, la France retiendra notre attention dans la seconde partie, afin d'examiner la progressive prise en compte des minorités visibles à la télévision.

---

<sup>123</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 133.

<sup>124</sup> BLACHAS Chr., « Des quotas pour les ethnies ? Que nenni ! », *CB News*, 29 mai 2000.

<sup>125</sup> MCANDREW M. et POTVIN M., *Le racisme dans les médias*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents\\_de\\_recherche/racisme\\_dans\\_medias\\_1.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents_de_recherche/racisme_dans_medias_1.cfm)

## **PARTIE II : VERS UNE PRISE EN COMPTE DES**

### **MINORITÉS VISIBLES À LA TELEVISION**

#### **FRANÇAISE**

La montée des pressions des associations antiracistes, alliées à la visibilité médiatique de personnalités comme Calixthe Beyala ou Dieudonné, faisant passer leur message dans des émissions à forte audience comme *Tout le monde en parle* de Thierry Ardisson le samedi en deuxième partie de soirée, dévoilent publiquement à compter de 1998 et les années suivantes le manque de représentation des minorités visibles à la télévision en France. Faisant la « sourde oreille » depuis trop longtemps à leurs revendications, les chaînes comme le CSA ne peuvent plus ignorer le phénomène. L'observation des programmes révèle un déséquilibre flagrant dans le traitement des minorités, mais aucun chiffre ou étude officielle ne peut venir l'étayer.

Le CSA, qui désire se positionner en tant qu'interlocuteur inévitable sur le sujet (nous pouvions envisager des négociations avec les chaînes sans intermédiaire), estime qu'il ne peut pas répondre correctement aux attentes des minorités visibles sans avoir au préalable étudié rigoureusement les sources et les manifestations de ce manque de représentation. Il désire jouer « un rôle moteur »<sup>126</sup>, mais se passer de la tradition nationale des rapports et études préliminaires est inenvisageable. Par ailleurs, le Collectif Egalité réclame lui aussi une intervention de l'Etat puisqu'il en appelle à la mise en place de quotas. Le chemin d'une prise en compte des minorités visibles à la télévision française passe ainsi d'abord par l'étude du CSA effectuée par une jeune étudiante de l'Institut français de presse, Marie-France Malonga, que nous examinerons dans un premier temps. Nous étudierons ensuite dans un second temps les diverses politiques envisageables en France pour réduire cette discrimination, en s'inspirant notamment des politiques menées en la matière au Canada, en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis.

---

<sup>126</sup> « Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française : une étude du CSA », *La Lettre du CSA*, n°129, juin 2000.

# **TITRE UN : L'ÉTUDE DU CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL**

L'étude de Marie-France Malonga pour le compte de CSA est plus qu'essentielle lorsqu'on se penche aujourd'hui sur la place des minorités à la télévision française. Il s'agit d'abord de la première grande étude menée officiellement par l'Etat, même si c'est dans le cadre d'une autorité administrative indépendante, sur le sujet. Il me semble cependant révélateur que ce soit une étudiante, quelles que soient ses qualités de recherche, de synthèse et de rédaction, qui ait piloté ces travaux, et non directement des employés du CSA. Il a apparemment toutefois été plus pratique pour cette autorité de confier cette recherche à une personne extérieure, plutôt que de s'en charger directement. Marie-France Malonga a sans conteste été la tête pensante de ce projet, et il est regrettable que peu de journalistes aient mentionné son nom lorsque l'étude a été publiée par le CSA. Sans doute n'avaient-ils pas saisi toute l'importance du travail réalisé en peu de temps, en effectif restreint.

Nous comprendrons mieux cette situation en se penchant dans un premier chapitre sur la méthodologie de l'étude et les difficultés rencontrées par Marie-France Malonga et son équipe pour la mener à bout. Un second chapitre nous apportera les conclusions de cette exercice, ainsi que les premières réactions, très polémiques, à sa parution.

# Chapitre 1: Déroulement de l'étude

La réalisation de l'étude pour le compte du CSA sur la présence et la représentation des minorités visibles à la télévision française s'est déroulée pendant le premier semestre 2000. Ces six mois ont été nécessaires à Marie-France Malonga pour recruter une équipe, définir les formes de la recherche et surmonter les nombreuses difficultés rencontrées en si peu de temps. La description de la méthodologie choisie occupera ainsi la première section, puis nous nous pencherons dans une seconde section sur les problèmes structurels qui ont gêné la réalisation de cette analyse dans de bonnes conditions de travail

## Section Un: Méthodologie de l'étude

Une méthodologie rigoureuse et des règles strictes d'observation se sont révélés absolument nécessaires pour ne pas commettre d'impair dans l'observation des minorités visibles à la télévision. Le premier pas fut donc de définir explicitement ce que l'on entendait par minorités, puis de coder l'examen de la présence de celles-ci par des grilles d'analyses.

### §1: Définition des minorités

Comme nous l'avons déjà mentionné en introduction, le terme anglo-saxon de *visible minorities* est repris par le CSA, car il permet de s'inscrire dans la logique des travaux de recherche déjà entrepris à l'étranger, et de s'accorder sur une terminologie sans équivoque. Rappelons qu'il désigne « les minorités ethniques d'origine non-européenne et dont l'aspect physique, différent de celui de la majorité française blanche, les rend visibles »<sup>127</sup>. Pour Marie-France Malonga, le concept est « parfait dans le cadre d'une étude sur l'image, car il ne tient pas compte de la nationalité des personnes concernées »<sup>128</sup>. La perfection est plus

---

<sup>127</sup> « Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française : une étude du CSA », *La Lettre du CSA*, n°129, juin 2000.

<sup>128</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 9.

souvent une finalité qu'un état de fait, mais s'attacher aux minorités visibles permet de mettre en lumière la forme prédominante de discrimination basée sur la couleur des personnes et non pas sur leur nationalité. Comme l'explique l'auteur de l'étude, « cette situation s'explique par le fait que la différence physique et ethnique fait peur et engendre souvent des réactions racistes, même à l'égard de personnes totalement intégrées et françaises autant dans leur culture que dans leur éducation. Le racisme n'est pas une question de nationalité mais d'apparences avec tous les fantasmes qui en découlent »<sup>129</sup>. Baser une étude sur les différences physiques n'est donc pas une question de sens pratique ou de simplification de la problématique de la présence des minorités à l'écran; la visibilité est au contraire l'essence du manque de représentation.

Une fois le terme de minorités visibles retenu comme critère, il restait à l'appliquer concrètement aux personnages aperçus à la télévision. Trois grandes catégories ont été ainsi utilisées: Noirs, Asiatiques et Arabes. Le premier ensemble regroupe toutes les personnes de couleur noire ou à la peau mate, quelles que soient leurs origines. Y entrent les Africains, les personnes issues des DOM-TOM, les métis, les Noirs d'Amérique Latine et certains aborigènes d'Australie ou d'autres pays. Dans le deuxième ensemble, sont comprises toutes les personnes originaires du continent asiatique, comme par exemple les Chinois, les Japonais, les Vietnamiens, les Thaïlandais, les Indonésiens, les Indiens et les Pakistanais. Enfin pour le dernier groupe toutes les personnes de type arabe et maghrébin ont été prises en compte. Marie-France Malonga souligne néanmoins que les Arabes peuvent avoir « un type très méditerranéen, faisant qu'il est possible parfois de les confondre avec des Européens du Sud, comme les Espagnols [...] Il est donc nécessaire de bien comprendre que tous les chiffres de l'étude, surtout ceux concernant les Maghrébins, sont à prendre avec une certaine précaution du fait qu'ils détiennent une certaine marge d'erreur »<sup>130</sup>.

La jeune chercheuse est donc consciente des faiblesses éventuelles que pourrait présenter le résultat de son travail. Mais prévenant son lecteur, elle s'assure de se protéger des critiques. Toute méthodologie présente après tout quelques imperfections. Elle note également que « les chiffres de l'étude concernant les minorités visibles ne prétendent donc pas être exacts, d'autant qu'ils constituent le résultat d'un repérage subjectif. Pour éviter toutes les

---

<sup>129</sup> *Ibid.*

<sup>130</sup> *Ibid.*, p. 11.

erreurs de repérage possible, en cas de doute, les minorités visibles repérées par les observateurs n'ont pas été comptabilisées et tous les repérages ont été vérifiés deux fois »<sup>131</sup>. Des précautions importantes ont donc été prises afin d'éviter les distorsions qu'auraient pu entraîner des regards différents, portant toujours l'empreinte d'une certaine subjectivité, sur la couleur d'une personne. Les divergences de perception entre les observateurs impliqués dans l'étude n'ont par conséquent pas dû jouer, ce qui crédibilise et donne encore un peu plus d'intérêt à cette étude.

## §2: Les grilles d'observations et d'analyse

L'étude du CSA porte sur une semaine de programmes, celle du lundi 11 au dimanche 17 octobre 1999. Choisie au hasard, cette période présente l'avantage « d'être à peu près neutre dans le sens où aucun événement socio-politique majeur en rapport avec l'immigration ne s'est produit dans l'actualité nationale comme internationale »<sup>132</sup>. La semaine peut donc être considérée comme représentative, sans généraliser. Elle doit être vue comme « une sorte d'instantané, comme une sorte de photo prise de la télévision française, pouvant révéler un certain nombre d'éléments et ouvrir des champs de réflexion »<sup>133</sup>. Enfin, seule la tranche horaire 17h-24h est analysée au cours de cette semaine, moment de la journée où les chaînes hertziennes rassemblent le plus d'audience. Marie-France Malonga précise ainsi qu'il est « intéressant de constater que le journaliste Rachid Arhab présente le journal de 13 heures et non celui de 20 heures »<sup>134</sup>.

Notons que seules les chaînes hertziennes en effet sont concernées par l'étude. Dans un paysage audiovisuel de plus en plus éclaté, élargi par le poids croissant du câble et du satellite dans les foyers, et peut-être bientôt intégrant des chaînes diffusées par la télévision numérique terrestre, les résultats de l'étude du CSA sont à relativiser. Toutefois, en termes d'audience et de parts de marché, il est certain que ce sont les chaînes hertziennes qui dominent, ce qui donne une bonne représentativité des images perçues par la plupart des

---

<sup>131</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 11.

<sup>132</sup> *Ibid*, p. 13.

<sup>133</sup> *Ibid*, p. 14.

<sup>134</sup> *Ibid*, p. 13.

Français à l'écran. L'analyse porte ainsi sur TF1, France 2, France 3, Canal + et M6. La Cinquième n'a pas été prise en compte car sa programmation se termine à 19 heures, et il n'a pas été jugé pertinent et juste de disséquer uniquement deux heures de diffusion (la tranche étudiée dure de 17 à 24 heures). Quant à Arte, chaîne culturelle dont on pourrait supposer qu'elle s'attache à représenter les minorités visibles, elle échappe elle aussi aux observateurs pour deux raisons. D'abord sa programmation ne débute qu'à 19 heures, et pose ainsi le même problème que La Cinquième. Ensuite, le CSA n'a apparemment pas estimé nécessaire d'examiner « la programmation d'une chaîne qui n'est pas assujettie au contrôle du CSA en raison de son statut franco-allemand »<sup>135</sup>. Cela se comprend car quels que soient les résultats, le CSA n'aurait pas pu intervenir en modifiant le cahier des charges, mais il aurait été intéressant de les connaître comparativement aux autres chaînes hertziennes.,.

Les programmes se divisent en huit grandes rubriques: journaux télévisés, jeux, divertissements, magazines d'information-culture-société, sport, fiction, vidéo-clips et publicité. Le visionnage s'effectue à l'aide de grilles d'observation et de manuels de codage<sup>136</sup> qui s'inspirent de la méthode utilisée en 1994 pour l'étude sur la représentation de la violence à la télévision, qui précéda la mise en place de la signalétique. Il s'agit de noter minutieusement la présence de toutes les minorités visibles à l'écran, quelle que soit leur position et leur importance dans le plan (présentateurs, journalistes, acteurs principaux et secondaires, figurants...). Cette méthode permet de mesurer précisément sur cette semaine si les minorités visibles apparaissent plus souvent à l'arrière-plan des images ou s'approprient quelques premiers rôles. Les observateurs codent leurs notes à l'intérieur des grilles et peuvent y ajouter des remarques personnelles de façon libre. Deux mois ont été nécessaires pour concevoir et adapter ces grilles à l'étude de la présence des minorités visibles. Trois mois de visionnage ont suivi pour « décortiquer » la semaine-test, avant de rassembler les données et de procéder à une analyse statistique. Au total, les observateurs scrutèrent dans les moindres détails 803 émissions, soit une durée totale de 252 heures et 50 minutes de programmes.

Ces choix et méthodes d'observation ne se firent cependant pas dans une liberté de manoeuvre et de pensée totales. Des pressions, de toute sorte, influèrent sur la conduite de

---

<sup>135</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 14.

<sup>136</sup> V. en annexe p. 83.

cette étude.

## **Section Deux: Les difficultés structurelles rencontrées au cours de l'étude**

Deux obstacles majeurs durent être surmontés pour mener à bien l'étude sur la présence et la représentation des minorités visibles. Malgré l'enjeu et l'intérêt de cette analyse, le manque de financement et la réalisation dans des conditions d'urgence pesèrent sur les observateurs.

### §1: Le manque de moyens financiers

Décidée très rapidement, rien n'avait été prévu pour cette étude. Marie-France Malonga avoue qu'elle comprit très rapidement que le CSA « n'avait ni les moyens ni les structures adéquates à une étude de cette ampleur »<sup>137</sup>. Pour mieux saisir le décalage entre les objectifs premiers de cette mission et les moyens mis en oeuvre, il suffit de noter que le CSA demanda initialement à la jeune étudiante de visionner seule un mois de programmation des six chaînes hertziennes, de 8h à 24h! A l'évidence la charge de travail était démesurée par rapport aux possibilités d'un seul individu, même si cette solution était moins coûteuse pour l'institution.

Marie-France Malonga obtint donc de pouvoir recruter trois étudiants pour remplir le rôle d'observateurs pendant une période d'un mois. Ils restèrent finalement en janvier puis en février 2000 pour visionner sept des genres télévisuels: journaux télévisés, jeux, magazines d'information-culture-société, divertissements, vidéo-clips et publicité. La maître d'œuvre de cette étude remarque qu'elle a « dû littéralement [se] battre contre l'administration »<sup>138</sup> pour avoir les reconductions des contrats. Cela restait malgré tout insuffisant, car les observateurs du CSA ne peuvent travailler plus de quatre heures par jour, ce qui ralentissait considérablement le rythme! Un second trio d'étudiants fut embauché alors en mars pour se

---

<sup>137</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 19.



pencher sur le genre majeur: la fiction.

Le terrain d'observation dut être réduit à une semaine au lieu d'un mois, une seule semaine pouvant se révéler suffisante pour un état des lieux de la présence des minorités visibles à la télévision. Enfin, cinq chaînes seulement furent retenues, dans la tranche horaire de 17-24h.

Plus incroyable, il semble que même des moyens matériels et technologiques indispensables à la réalisation d'une telle étude tels que des bureaux, des ordinateurs, des téléviseurs et des magnétoscopes ne furent pas mis à disposition immédiatement. Dans ces conditions, on comprend que tout un semestre fut nécessaire pour mener à bout l'étude. Pourtant, la présidence du CSA aurait vivement souhaité qu'elle aboutisse plus rapidement.

## §2: Le manque de temps

Après les promesses concédées lors de la première rencontre du 5 octobre 1999 avec le Collectif Egalité, le CSA n'a pas d'autre choix que d'ouvrir immédiatement le dossier de la représentation des minorités visibles à la télévision française. Il annonce le lancement de trois chantiers: « une analyse détaillée de la programmation des chaînes hertziennes, permettant de dresser un état des lieux objectif de la place réservée aux différentes composantes de la communauté nationale; une étude comparative des différentes législations et des pratiques des pays européens, et des pays d'Amérique du Nord en matière d'intégration audiovisuelle; enfin une étude juridique qui permettra au Conseil supérieur de l'audiovisuel d'avancer des solutions novatrices, à la fois respectueuses de la Constitution républicaine, et ouvertes à la diversité ethnique et culturelle qui est aujourd'hui la réalité de la population française »<sup>139</sup>. De beaux projets en perspective, dont on ne trouve trace que du premier aujourd'hui avec l'étude de Marie-France Malonga.

Le CSA désire que l'étude soit réalisée au plus vite; il tient à son rôle en matière

---

<sup>138</sup> *Ibid*, p. 20.

<sup>139</sup> « Le Conseil supérieur de l'audiovisuel rencontre le Collectif Egalité », *La Correspondance de la presse*, 6 octobre 1999.

d'éthique audiovisuelle. L'institution doit par conséquent rapidement fournir des résultats pour satisfaire à la fois les associations et le gouvernement qui commence à s'intéresser aussi à la question après l'arrivée rue de Valois de Catherine Tasca en remplacement de Catherine Trautmann au poste de Ministre de la Culture et de la Communication.

Les pressions sur Marie-France Malonga sont alors fortes dès le commencement de son étude afin que celle-ci ne s'éternise pas. C'est une volonté toute naturelle, mais une analyse sérieuse de la place des minorités visibles à la télévision ne peut pas non plus se faire en un mois. Il apparaît pourtant qu'il a été « très difficile de faire comprendre à la direction du CSA que l'analyse quantitative d'une semaine de programmes, avec très peu d'observateurs et un seul maître d'œuvre, demandait beaucoup de temps. L'enquête a réussi à s'étaler sur huit mois avec les plus grandes difficultés car à peine l'élaboration des manuels de codage et des grilles d'observation achevée, à la fin décembre 1999, la présidence du CSA demandait déjà les résultats pour janvier 2000 »<sup>140</sup>. De délai en délai, la date de remise de l'étude fut sans cesse repoussée. Se soumettre aux pressions signifiait sacrifier une grande partie de l'intérêt de l'étude. Les conclusions de l'enquête furent finalement rendues publiques le 23 mai 2000, lors de la réunion mensuelle du CSA. Hervé Bourges, alors président de l'institution, put enfin aborder après un bilan de la signalétique jeunesse, « un sujet qui lui tenait plus à cœur: la représentation des minorités visibles à la télévision »<sup>141</sup>. La polémique était de nouveau relancée.

Le manque de temps pour approfondir l'étude a donc fortement pesé sur ses résultats. Marie-France Malonga regrette que ce travail dans l'urgence permanente l'ait « empêché d'avoir le recul nécessaire à une bonne analyse ». Elle ajoute que cette « insuffisance de temps explique aussi pourquoi cette enquête n'a pu être complétée par une analyse qualitative qui aurait pu être très intéressante pour avoir une meilleure perception de l'image donnée par la télévision des personnes d'origine extra-européenne »<sup>142</sup>.

Il est donc enrichissant de remarquer que dans le cadre du CSA, la recherche

---

<sup>140</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 20.

<sup>141</sup> VIRIEU H. (de), « Le CSA contre les quotas mais pour les minorités », *France-Soir*, 24 mai 2000.

<sup>142</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 21.

scientifique et universitaire souhaitée par la jeune étudiante a été difficilement applicable. Selon celle-ci, le CSA « voulait répondre à la demande du Collectif Egalité qui se faisait très pressant en menaçant à tout moment le CSA d’inefficacité. Le CSA était donc intéressé par une démarche pragmatique [...] Le but était de commander une enquête rapide qui puisse prouver la sous-représentation des minorités ethniques à la télévision et qui justifierait ainsi un changement des cahiers des charges des chaînes hertziennes »<sup>143</sup>. Les conclusions de l’étude ont-elles suivi le souhait du CSA?

## **Chapitre 2: Conclusions de l’étude et premières réactions**

Les résultats observés sont donc essentiellement quantitatifs et non qualitatifs, mis à part une analyse à titre d’exemple, d’un jeu télévisé. Le manque de temps et de moyens l’expliquent en grande partie. Par conséquent nous ne pouvons trouver trace d’une synthèse générale de la situation des minorités visibles à la télévision française dans l’étude, qui brosserait un tableau récapitulatif des grandes caractéristiques de leur sous-représentation. Nous suivrons la méthode de classification de Marie-France Malonga en abordant dans une première section les résultats concernant les émissions de plateaux (journaux télévisés, jeux, divertissement, sport et magazines d’information-culture-société) puis dans une deuxième section ceux des émissions scénarisées (vidéo clips, publicité et fiction). Enfin dans une troisième section nous rapporterons les premières réactions consécutives à la publication du rapport.

### **Section Un: Les émissions de plateaux**

Pour assurer une vue d’ensemble de la représentation des minorités visibles à la télévision, deux types d’apparitions ont été prises en compte: la présence sur les plateaux<sup>144</sup>, et

---

<sup>143</sup> *Ibid.*

<sup>144</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à*

le contenu des reportages éventuellement diffusés<sup>145</sup>.

### §1: Les personnes présentes sur les plateaux

Parmi ces personnes figurant sur les plateaux de télévision, nous pouvons effectuer trois catégories: les professionnels (journalistes, animateurs, accompagnateurs, c'est-à-dire « toutes les personnes chargées d'accompagner les animateurs principaux dans le déroulement de l'émission mais dont le rôle est secondaire. C'est le cas des Gafettes, qui accompagnent [dans le] *Bigdil* Lagaf [...] »<sup>146</sup>, les invités et participants, puis le public.

Pour ce qui est de la première catégorie, au cours de la semaine, 265 professionnels de la télévision ont été comptabilisés. Parmi eux, 15 personnes provenaient des minorités visibles, soit 6%. La plupart a été vue dans les jeux (5) et dans les émissions de divertissement (7). Il a été ainsi repéré sur TF1 sept professionnels issus de minorités visibles: trois Gafettes du *Bigdil* (deux noires et une maghrébine), l'animatrice maghrébine Ness, le journaliste maghrébin Kader Bengriba et deux choristes noires des *Années tubes*. Sur France 2, deux accompagnateurs noirs (Pépita et un Pépit'boy) et une journaliste d'origine camerounaise, Elisabeth Tchoungui, ont été comptabilisés. France 3 ne peut revendiquer que le journaliste maghrébin Zinedine Boudaoud et la chroniqueuse noire Fabienne Kanor dans une émission régionale. Enfin Canal + a montré trois professionnels issus des minorités visibles: l'accompagnateur noir Omar dans *Nulle part ailleurs*, le journaliste sportif maghrébin Bouaza Tifri au cours du *Journal du Sport*, et l'animateur d'origine égyptienne Nagui présentateur de *Nulle part ailleurs*.

Les professionnels issus de minorités visibles sont donc en majorité noirs, à 60%, suivis de ceux d'origine maghrébine à 40%. Aucun d'origine asiatique n'a pu être repéré à l'écran. Par ailleurs, seuls deux d'entre eux occupent des positions de premier plan (Bouaza Tifri qui co-anime le *Journal du Sport* et Nagui qui présente *Nulle part ailleurs*), sept

---

*l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, pp. 28-31.

<sup>145</sup> *Ibid*, pp. 31- 42.

<sup>146</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 28.

personnes des rôles secondaire et six ne font que des apparitions très limitées (comme les choristes des *Années Tubes*).

En ce qui concerne les invités et participants, 60 personnes issues des minorités visibles sur 549 ont été aperçues, soit 11%. La majorité est noire à 55%. 28% et 17% sont respectivement d'origine maghrébine et asiatique .

Enfin, 6% de la composition du public est estimée appartenir à une minorité visible, en majorité dans les émissions de divertissement. Une certaine marge d'erreur persiste dans ce cas, car la somme totale des membre du public a été comptabilisée avec approximation.

## §2: Le contenu des reportages

Au cours de la semaine, 920 reportages ont été diffusés, la plupart d'entre eux dans les journaux télévisés (60%) puis dans les divertissements et magazines (30%). 39% des reportages, soit une proportion assez élevée, illustrent des personnes issues de minorités visibles. Les reportages tiennent ainsi bien plus compte de la diversité ethnique dans la réalité que les plateaux de télévision. Parmi ces reportages, 78% représentent des Noirs, 30% des Arabes et 30% des Asiatiques<sup>147</sup>.

Pour analyser un peu plus la représentation des minorités visibles, une distinction entre protagonistes et personnages secondaires a été effectuée. Parmi les premiers, 18% appartiennent à des minorités visibles. 51% des personnes parmi ceux-ci sont noires, 35% d'origine maghrébine et 14% d'origine asiatique. Quant aux personnages secondaires, 67% représentent des Noirs, 20% des Arabes et 14% des Asiatiques. Une nette prédominance de la minorité visible noire sur les autres s'affirme donc à travers ces statistiques.

## **Section Deux: Les émissions scénarisées**

---

<sup>147</sup> L'addition des trois pourcentages est supérieure à 100% car dans certains reportages figuraient simultanément des Noirs, des Arabes et des Asiatiques.

Les émissions appartenant au genre publicitaire ou des vidéo clips<sup>148</sup>, comme la fiction<sup>149</sup>, présentent le point commun d'être une oeuvre de l'esprit. Elles sont scénarisées et mises en scène du début à la fin, et la présence des minorités visibles n'y est jamais le fruit du hasard.

## §1: Vidéo Clips et Publicité

Les vidéo clips constituent un genre particulier. Seule l'émission *M comme Musique* de M6 en programme une fois par jour; seuls 37 vidéo clips de la semaine ont été ainsi visionnés. 68%, soit 25 vidéo clips illustrent des minorités visibles, mais presque la moitié de ces mini-émissions sont étrangères. Enfin, il faut souligner que les personnes issues de minorités visibles sont noires à 97%.

En ce qui concerne la publicité, 4365 spots ont été comptabilisés durant la semaine, et 18% mettent en scène des minorités visibles. Néanmoins beaucoup de spots sont diffusés plusieurs fois, ce qui fait tomber le nombre de publicités distinctes à 522. La proportion de minorités visibles passe alors à 19,5%. Parmi ces spots, 73,5% illustrent des Noirs, 58,4% des Asiatiques et 15, 7% des Arabes. Dans la publicité également, les personnes d'origine maghrébine ou asiatique sont encore moins représentées que les Noirs.

## §2: La fiction

Au cours de la semaine étudiée, 123 fictions ont été visionnées, mais seules 84 sont distinctes (en évitant les diffusions des mêmes séries chaque soir). Les séries en constituent 38%, tandis que les films, les téléfilms et les dessins animés atteignent respectivement une proportion d'environ 20%. Notons que la majorité écrasante de fictions est d'origine étrangère (72,6%), et principalement américaine (60,7%). Un nombre important, soit 81%, illustre des personnes issues de minorités visibles.

---

<sup>148</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, pp. 43-45.

<sup>149</sup> *Ibid*, pp. 45-58.

Concernant la fiction française (24 émissions), huit d'entre elles, soit 33,3%, mettent en scène des minorités visibles. On dénombre ainsi la présence de 9 Noirs, 9 Arabes et 16 Asiatiques. Cependant les trois quarts de ces personnages appartiennent à l'univers des dessins animés, comme *Achille Talon* ou *Tintin*. Si l'on ne prend pas en compte les dessins animés, on ne repère à l'écran que 10 personnes issues de minorités visibles, ce qui représente environ 2% du nombre total de personnages de fiction. Encore ne dénote-t-on qu'un rôle principal, cinq rôles secondaires et quatre rôles très secondaires, joués par 8 Noirs et 2 Arabes.

L'unique rôle principal revient à l'acteur antillais Thierry Desroses, qui occupe le poste d'inspecteur dans la série policière *P.J.*, diffusée le vendredi soir sur France 2. Cette fiction est considérée comme « quasiment exemplaire dans la mesure où aucune allusion n'est faite quant aux origines ethniques du personnage. Celui-ci joue avant tout un rôle d'inspecteur français et non un rôle de « Noir », sa couleur de peau ne présentant d'ailleurs aucune espèce d'importance »<sup>150</sup>. Selon Marie-France Malonga, « cette série contribue à donner une image de la France plurielle et reste empreinte d'une certaine réalité »<sup>151</sup>. L'acteur Thierry Desroses avoue lui-même de la fierté à propos d'une série où « ce n'est pas [sa] couleur qui est mise en avant, mais [son] rôle. Et ça, c'est une nouveauté »<sup>152</sup>.

Mis à part ce point très positif, se dégagent de la plupart des autres rôles inventoriés, confiés à des personnes issues de minorités ethniques, quatre caractéristiques communes au cours de la semaine étudiée.

Premièrement, les personnages s'apparentent à des individus « indisciplinés et magouilleurs »<sup>153</sup>. C'est le cas par exemple de l'élève Jackson dans le film *Le Maître d'Ecole* avec Coluche, qui triche avec sa calculatrice pour les exercices de calcul mental. Justin Gombolo dans *Avocats et associés* essaie de proposer un arrangement à l'avocat pour que sa fille ne soit pas poursuivie, tandis qu'un chauffeur de taxi africain dans *P.J.* veut échanger son

---

<sup>150</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 48.

<sup>151</sup> *Ibid.*

<sup>152</sup> DASQUE E., « Les séries jouent la caution raciale. Blacks et beurs restent cantonnés dans des rôles stéréotypés », *Libération*, 9 octobre 1999.

<sup>153</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 49.

témoignage contre des procès-verbaux qui « sautent ».

Deuxièmement, l'image de minorités visibles joyeuses, « jusqu'à parfois même sembler simple d'esprit »<sup>154</sup> se retrouve dans plusieurs personnages. L'un des médecins du *Maître d'école* est noir, mais le rôle qu'il incarne transmet le message d'un homme ayant toujours le sourire, dragueur et jouant du tam-tam. Par contre ses capacités de docteur ne sont pas vraiment soulignées. Dans le même esprit, la jeune Camille Gombolo dans *Avocats et associés* donne l'image « d'une personne un peu simple d'esprit, immature, qui trouve le moyen de rire, ne semblant pas se rendre compte de l'accusation [de meurtre] qui lui est portée »<sup>155</sup>.

Troisièmement les personnages confiés à des minorités visibles apparaissent souvent comme des étrangers, encore peu intégrés au sein de la société française. Prenons encore l'exemple de Camille et Justin Gombolo dans *Avocats et associés*, dont la famille est installée en France depuis 32 ans. La jeune fille ne quitte pourtant pas son grigri, et son père, marabout, se vêt en tenue traditionnelle sénégalaise et parle le français avec accent. Il affirme à son avocat que « la loi, c'est [lui], c'est pas comme ici ». Cela donne l'image d'un homme étranger aux mœurs françaises, et fonctionnant selon les règles de son pays d'origine. Enfin, la quatrième caractéristique se situe dans la pauvreté inhérente à beaucoup de personnages issus de minorités visibles.

Concernant la fiction américaine, elle se subdivise en trois catégories: fictions totalement blanches (*Melrose Place, Beverly Hills*), fictions multiraciales (*Urgences, Le flic de Shangai*) ou communautaristes (*Moesha*). Regroupées, on retrouve 162 personnages issus de minorités visibles (132 Noirs et 30 Asiatiques) sur un total de 1058, soit 15,3%. Les fictions américaines font donc beaucoup mieux que leurs consœurs françaises, d'autant plus que parmi ces personnages figurent 28 rôles principaux. Par contre elles témoignent d'une discrimination bien particulière: on n'aperçoit aucun personnage d'origine arabe. La peur de l'étranger se focalise considérablement sur cette minorité visible aux Etats-Unis, et ce bien avant les attentas terroristes de septembre 2001.

---

<sup>154</sup> *Ibid*, p. 51.

<sup>155</sup> *Ibid*, p. 53.



### Section Trois: Premières réactions

La publication des conclusions du rapport de Marie-France Malonga mené pour le compte du CSA sur le présence et la représentation des minorités visibles à la télévision française entraîna de vives réactions, celle du Collectif Egalité d'abord, puis ensuite des médias.

#### §1: L'ire du Collectif Egalité

Les revendications prioritaires, fondant le mouvement du Collectif créé en 1998, faisaient état d'une sous-représentation des Noirs en particulier à la télévision française. Leur démarche s'ancrait autour de cette supposée discrimination, plus forte que pour les autres minorités visibles, et la Marche du peuple noir le 20 mai 2000 à Paris s'inscrit dans la même optique. L'échec de cette manifestation qui réunit environ un millier de personnes révélait déjà un décalage du Collectif avec les attentes des minorités visibles. Des associations comme SOS-Racisme et le Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples (MRAP) l'avaient d'ailleurs condamné.

Les résultats du CSA révélés quelques jours plus tard ne vont évidemment pas dans le sens des desiderata du Collectif Egalité. Si toutes les minorités visibles souffrent de sous-représentation à la télévision française, y compris les Noirs, ce sont néanmoins eux qui la subissent le moins. La remarque de Will Kymlicka, que nous avons déjà étudiée en introduction, selon laquelle « le clivage fondamental actuel se présente moins comme une opposition entre blancs et non-blancs et plus comme une opposition entre blancs et noirs »<sup>156</sup> ne paraît pas pouvoir s'appliquer à la télévision française.

Le Collectif Egalité ne supporta naturellement pas de voir s'écrouler les bases de ses revendications et accusa la jeune étudiante auteur de l'étude de trucage, partialité, voire même d'avoir été manipulée par le CSA pour saper leur mouvement. Comme se défend Marie-France Malonga, « ils devaient sûrement ignorer le fait que le CSA découvrit les chiffres de

---

<sup>156</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 130.

[son] étude pratiquement en même temps que les journalistes invités à la conférence de presse, étant donné [qu'elle] n'avait bénéficié d'aucun encadrement et d'aucune directive dans la réalisation de cette étude. Représentant le CSA dans les médias et colloques, [elle] ne pouvait malheureusement pas avouer ce genre de déclarations »<sup>157</sup>. Cela aurait été du plus mauvais effet pour l'institution régulatrice de l'audiovisuel.

Les chiffres furent donc contestés, sans forcément tenir compte de l'avertissement préalable de Marie-France Malonga selon lequel il ne fallait absolument pas généraliser les résultats de l'étude, mais la prendre plutôt comme un test représentatif de la présence des minorités visibles à l'écran. Le manque d'analyse qualitative (qui s'explique par les conditions d'urgence des observations) se prêta également aux critiques du Collectif Egalité. Notons toutefois que si en 2000 la jeune étudiante observait que malgré leur flagrant désaveu, le Collectif persistait dans sa défense des Noirs, plus victimes de discriminations que les autres, et ses revendications (notamment l'instauration de quotas à la télévision française), en 2003 l'association a mise son action en sourdine.

## §2: Le débat médiatique

Le sujet de l'étude du CSA passionna les journalistes dans les mois qui suivirent la conférence de presse du 23 mai 2000. Quelques uns saisirent son intérêt et soulignèrent l'effort de compréhension d'une situation de discrimination difficile à appréhender. C'est le cas d'un « papier » de CB News, qui note que « ce qui frappe à la lecture de l'étude [...], c'est d'abord que la représentation brute globale des visages non pâles n'est pas faible en soi.[...] C'est donc moins dans leur représentation que dans leur représentativité, c'est-à-dire la fonction sociale qui leur est dévolue, que les minorités ethniques sont victimes de la télévision [...] Le principal enseignement de l'étude est donc probablement que si les minorités ethniques ne sont pas absentes de la lucarne, elles ne sont que très rarement dans un rôle d'acteur »<sup>158</sup>. L'éditorialiste du *Nouvel Observateur*, Jean Daniel, note lui aussi qu'il est capital pour la télévision de rattraper son retard, et qu'il faut « préconiser en conséquence que désormais, les personnages des fictions soient plus proches des différentes composantes de la

---

<sup>157</sup> MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 61.

société française telle qu'elle est devenue; contribuer ainsi à ce que les téléspectateurs intègrent -appelons un chat un chat - des Arabes, des Noirs et des Jaunes dans leur paysage familial et, par l'intermédiaire du petit écran, les fassent vivre ensemble chez eux »<sup>159</sup>.

L'étude ne fut pas aussi bien accueillie par toute la presse. Même Jean Daniel s'inquiète de perdre «un combat contre le nôtre pour la citoyenneté unique»<sup>160</sup>. Les observations et le compte-rendu des différentes minorités visibles à l'écran met mal à l'aise certains journalistes, qui craignent une forme masquée de discrimination, ou l'apparition d'un certain communautarisme dangereux. Les mots peuvent alors devenir très durs, comme lorsque l'Express affirme que «le repérage communautaire est une activité en pleine essor. Renaud Camus s'interroge sur le quota de Juifs à France Culture et le Conseil supérieur de l'Audiovisuel se met à comptabiliser les minorités visibles à la télévision. Si les motivations divergent, la méthode et l'état d'esprit restent similaires: faire prévaloir une supposée appartenance ethnique sur les identités individuelles »<sup>161</sup>. Les résultats pour le journaliste ne présentent aucun intérêt, puisqu'il estime qu'ils montrent, « au travers d'un charabia gêné, à quelles impasses peut aboutir une comptabilité en termes de faciès »<sup>162</sup>. L'auteur de l'article n'hésite pas à tenter d'humilier Marie-France Malonga, en ajoutant que « plusieurs membres du CSA contestent en privé le principe et la méthodologie, que l'on n'accepterait pas d'un étudiant de première année, de cette enquête »<sup>163</sup>. A l'automne 2000, une émission d'*Envoyé Spécial* reviendra sur cette polémique en critiquant encore une fois une certaine incohérence que présenterait l'étude. Pourtant, un magazine comme Marianne, dont on ne peut pas dire qu'il soit consensuel, remarque que « c'est un travail qui tombe à pic » et qu'il « serait bien d'en tirer au plus vite les conséquences qui s'imposent »<sup>164</sup>.

Faire progresser la recherche sur la place et la représentation des minorités visibles à la télévision française ne se fait donc pas dans une belle unanimité. Les mots continuent de choquer, même s'ils sont nécessaires pour dresser un état des lieux et ensuite remédier aux discriminations constatées. L'étude du CSA a ainsi eu le mérite d'introduire en France une

---

<sup>158</sup> KERSSENBROCK F. et ROCHEGONDE A. (de), « Tasca veut une télé black-jaune-beur », *CB News*, 29 mai 2000.

<sup>159</sup> DANIEL J., « Cette France communautaire... », *Le Nouvel Observateur*, n°1855, 25/31 mai 2000.

<sup>160</sup> *Ibid.*

<sup>161</sup> CONAN E., « Minorités : la bavure du CSA », *L'Express*, 22 juin 2000.

<sup>162</sup> *Ibid.*

<sup>163</sup> *Ibid.*

<sup>164</sup> P.M.O., « Décidément, la télé aime les Blancs », *Marianne*, 29 mai 2000.

réflexion sur le sujet, et de décider les pouvoirs publics à ne pas rester inertes devant la sous-représentation des minorités visibles. Il restait ensuite à déterminer les moyens d'action à employer.

## **TITRE DEUX : LES DIVERSES POLITIQUES ENVISAGEABLES DE PRISE EN COMPTE DES MINORITÉS**

La présence de la sous-représentation des minorités visibles à la télévision française dans l'agenda médiatique oblige les pouvoirs publics à la fin du printemps de l'année 2000 à s'approprier une partie du sujet. Catherine Tasca, nouvelle Ministre de la Culture et de la Communication, hisse cette question dans ses dossiers prioritaires à traiter. Elle ne peut convenablement se satisfaire d'une enquête du CSA, sous peine de froisser une partie de l'opinion publique par son inactivité. C'est également un bon moyen de se faire connaître en se positionnant de manière plutôt consensuelle. Le gouvernement doit donc réagir aux conclusions très nettes de l'étude sur le manque de personnages issus de minorités visibles à l'écran.

Plusieurs options s'offrent alors au gouvernement, comme au CSA d'ailleurs. Etablir une déclaration de principe ne suffirait certainement pas, ni aux yeux des minorités, ni à ceux des journalistes s'étant intéressé au dossier. Légiférer s'avère particulièrement délicat en la matière. Dans les diverses politiques envisageables pour mieux prendre en compte les minorités visibles, deux directions s'affirment. La France pouvait d'une part s'inspirer d'exemples de pays étrangers et opter pour un interventionnisme direct étatique, comme nous le verrons au cours du premier chapitre. D'autre part une réflexion plus souple, en concertation avec les différents acteurs du sujet (associations, chaînes de télévision, CSA...) était possible. Nous observerons ainsi que la France s'oriente dans ce sens dans le second chapitre.

## **Chapitre 1: Un interventionnisme direct étatique**

La solution très directe d'une politique interventionniste de l'Etat présentait de nombreux attraits qui auraient pu tenter la France, pays traditionnellement interventionniste dans de nombreux domaines: fiscalité, paix sociale, écologie, industrie... Pourquoi ne pas s'imposer un peu plus dans le domaine des médias? S'immiscer dans la gestion de la représentation des minorités visibles à la télévision permettait à l'Etat de garder une certaine emprise sur les chaînes, notamment privées. Les exemples étrangers devenaient alors des exemples et des sources d'inspiration pour la France. L'hésitation aurait certainement porté entre le modèle multiculturaliste, choisi par le Canada, que nous verrons dans la première section, et la discrimination positive, plus américaine, étudiée dans la seconde section.

### **Section Un: La voie du multiculturalisme**

Le multiculturalisme n'est pas un vain mot au Canada. Il s'agit d'une politique officielle menée dans le pays depuis de nombreuses années pour mieux intégrer les immigrants. Si elle n'est pas exempte de critiques, elle assure un statut très net qui reconnaît les minorités visibles. Elle ne résout toutefois pas tous les problèmes des minorités, dont leur sous-représentation à la télévision.

#### **§1: Définition et critiques du multiculturalisme**

Le choix du multiculturalisme date au Canada de 1971. Selon Pierre Trudeau, Premier ministre de l'époque, cette politique répond à quatre objectifs: « appuyer le développement culturel des groupes ethnoculturels, aider les membres de ces groupes à surmonter les obstacles les empêchant de participer pleinement à la société canadienne, favoriser tant les rencontres axées sur la créativité que les rapports entre tous les groupes ethnoculturels, et

enfin, assister les nouveaux Canadiens dans l'acquisition d'au moins une des deux langues officielles »<sup>165</sup>.

La loi du 21 juillet 1988 sur le multiculturalisme canadien consacre définitivement ce choix de société. Elle énonce notamment que la politique du gouvernement fédéral en la matière consiste à

- « a) reconnaître le fait que le multiculturalisme reflète la diversité culturelle et raciale de la société canadienne et se traduit par la liberté, pour tous ses membres, de maintenir, de valoriser et de partager leur patrimoine culturel, ainsi qu'à sensibiliser la population à ce fait;
- b) à reconnaître le fait que le multiculturalisme est une caractéristique fondamentale de l'identité et du patrimoine canadiens et constitue une ressource inestimable pour l'avenir du pays;
- c) à promouvoir la participation entière et équitable des individus et des collectivités de toutes origines à l'évolution de la nation et au façonnement de tous les secteurs de la société, et les aider à éliminer tout obstacle à une telle participation; [...]
- f) à encourager et aider les institutions sociales, culturelles, économiques et politiques canadiennes à prendre en compte le caractère multiculturel du Canada; »<sup>166</sup>.

On comprend que la conception canadienne de sa population se trouve à l'opposé de la tradition républicaine et fondée sur l'égalité en France, au sein de laquelle il n'y a qu'un seul peuple. Le multiculturalisme épouse parfaitement les contours des différents groupes ethniques vivant au Canada, et leur offre des instruments pour se faire voir et entendre. Il n'y a pas de politique de quotas, d'obligations qui pèsent sur les industries, notamment les médias. Mais des paragraphes comme c) et f) de la loi de 1988 peuvent concerner directement les chaînes de télévision. Il leur est vivement conseillé de prendre en compte les minorités visibles, et l'on peut absolument envisager que si le cas se présentait, l'Etat pourrait essayer d'aider les minorités visibles « à éliminer tout obstacle à une telle participation ». La loi fournit la méthodologie et l'état d'esprit qui doivent présider par exemple à la programmation du petit écran.

Un débat s'est récemment instauré en remettant en cause le bien-fondé du

---

<sup>165</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 27.

<sup>166</sup> *Ibid*, pp. 300-301.

multiculturalisme. Pour Neil Bissoondath, il mène à une « indéniable ghettoïisation »<sup>167</sup> des minorités visibles, en accordant plus de valeur à la culture et la patrie d'origine que celle d'adoption. Une thèse très proche affirme que « le multiculturalisme officiel encourage l'apartheid, ou, pour utiliser un euphémisme, le ghettoïsme »<sup>168</sup>. Will Kymlicka quant à lui admet que les remises en question d'un modèle sont toujours utiles et nécessaires, mais regrette « l'atmosphère de quasi-délire dans laquelle se déroule ce débat »<sup>169</sup> et juge que « les opposants au multiculturalisme ne savent tout simplement rien des effets réels de cette politique »<sup>170</sup>.

Selon lui en effet, de nombreuses observations et données statistiques révèlent une certaine réussite du modèle canadien. Le taux de naturalisation a augmenté depuis 1971, les personnes issues de minorités visibles participeraient plus à la vie politique, et une multiplication des mariages interethniques tendraient à démontrer que les groupes ethniques sont loin de vivre en marge de la société. Par ailleurs, ce choix de société reste particulièrement populaire: en 2002 un sondage a demandé aux Canadiens si, selon eux, le gouvernement devait protéger et encourager le multiculturalisme. 82% des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative. Le multiculturalisme semble donc plutôt contribuer à l'intégration qu'à la séparation des groupes.

## §2: Des minorités visibles reconnues

La politique multiculturaliste canadienne a levé toutes les inhibitions concernant l'établissement de statistiques sur les minorités visibles. Elles sont reconnues officiellement par l'Etat, et depuis 1996 la question 19 du recensement national demande aux répondants s'ils appartiennent à l'un des groupes des minorités visibles<sup>171</sup>.

Cela nous permet de savoir ainsi que 11, 2% de la population se dit membre d'un des

---

<sup>167</sup> BISSOONDATH N., *Le marché aux illusions : la méprise du multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal/ Liber, 1994, p. 111.

<sup>168</sup> GWYN R., *Nationalism Without Walls: The Unbearable Lightness of Being Canadian*, Toronto, McClelland and Stewart, 1995, p. 274.

<sup>169</sup> KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003, p. 12.

<sup>170</sup> *Ibid*, p. 28.

<sup>171</sup> *Plus de trois millions de membres des minorités visibles vivent maintenant au Canada*,



groupe des minorités visibles indiqués dans le recensement de 1996 ( chinois, asiatique du Sud, noir, arabe/asiatique occidental, philippin, latino-américain, asiatique du Sud-Est, japonais, coréen). Cet éventail nous permet de constater tout de suite que les distinctions des neuf différentes minorités visibles divergent d'un pays à l'autre, et que le Canada peut se vanter d'être précis. 3 197 480 personnes sont ainsi membres de minorités visibles, ce qui représente une augmentation par rapport à 1991 (2 500 000 personnes).

Les Chinois, les Sud-Asiatiques et les Noirs forment les plus importants groupes des minorités visibles, en constituant respectivement 26,9%, 20,9% et 17,9% de celles-ci. Suivent ensuite les Arabes/Asiatiques occidentaux, avec 7,65%, proches des Philippines (7, 32%). Un peu plus loin nous trouvons les Latino-Américains à 5, 53% puis les Asiatiques du Sud-Est (5,40%). La proportion des Japonais et des Coréens restent minimales au sein des minorités visibles (2,13 et 2,02%)<sup>172</sup>.

Ces chiffres doivent être mis en lumière par d'autres informations pour saisir la composition multiculturelle du Canada: la part d'immigrants et de non-immigrants au sein de chaque minorité visible. Ainsi, 80% des personnes d'origine arabe ou asiatique occidentale, 75% des Chinois, 70% des Sud-Asiatiques proviennent directement de l'immigration. A l'inverse, 65% des personnes d'origine japonaise et 42% des personnes noires sont nées au Canada. Ces statistiques montrent que ce pays ne ment pas sur sa réputation de terre d'accueil. Les vagues d'immigration successives l'ont rendu complexe, mais riche d'une diversité ethnique et culturelle qu'il tient à conserver grâce à sa politique officielle de multiculturalisme. Concernant la représentation de ses membres à la télévision, des efforts semblent pourtant encore nécessaires.

### §3: La sous-représentation persistante des minorités visibles à l'écran

La télévision canadienne a été l'objet de plusieurs études sur son contenu et la représentation des minorités visibles. En 1994, un rapport intitulé *Les médias québécois et les*

---

[http://www.pch.gc.ca/progs/multi/assets/pdfs/multidem\\_f.pdf](http://www.pch.gc.ca/progs/multi/assets/pdfs/multidem_f.pdf)

<sup>172</sup> Pourcentages réalisés à partir des données disponibles sur le site

*Plus de trois millions de membres des minorités visibles vivent maintenant au Canada,*

[http://www.pch.gc.ca/progs/multi/assets/pdfs/multidem\\_f.pdf](http://www.pch.gc.ca/progs/multi/assets/pdfs/multidem_f.pdf)

*communautés ethnoculturelles* souligne le fait que « les personnages issus des minorités culturelles présents dans les fictions québécoises sont le plus souvent des personnages secondaires exerçant des emplois peu rémunérés et aux prises avec des situations conjugales précaires »<sup>173</sup>. Plus récemment, en 2002, une étude aboutit à la conclusion que 12% des personnages étudiés sont issus de minorités visibles. C'est un très bon résultat, bien meilleur qu'en France, reflétant les 11,2% de minorités visibles au sein de la population canadienne. Malheureusement cela cache une autre réalité. « Ce qui nous est montré ne reflète qu'un niveau d'intégration très superficiel, dit Shane Halasz, un des responsables de l'étude. Les rôles interprétés sont rarement au centre de l'intrigue et le milieu de travail constitue souvent un endroit où il est facile d'inclure une personne de couleur si l'on veut sauver les apparences, sans avoir à s'intéresser à sa culture ou à sa vie personnelle »<sup>174</sup>.

Les téléspectateurs issus de minorités visibles ne sont alors pas vraiment satisfaits de leur image à l'écran. Ils souhaiteraient que les personnages reflètent mieux les difficultés auxquelles sont soumises les communautés, et que les stéréotypes « d'ethnique de service »<sup>175</sup> disparaissent des écrans de télévision. Le multiculturalisme n'a par conséquent pas permis à la télévision canadienne d'échapper à la sous-représentation persistante des minorités visibles à l'écran.

## **Section Deux: La discrimination positive**

Le concept de discrimination positive s'articule autour de deux notions: *l'affirmative action* et les quotas. La première est née aux Etats-Unis, mais ne s'applique pas aux médias. Les seconds furent maintes fois en 2000 évoqués en France à l'occasion du débat sur la représentation des minorités visibles à la télévision, mais ne furent jamais mis en application.

### *§1: L'affirmative action*

---

<sup>173</sup> *Représentation des minorités ethniques et visibles dans l'industrie du divertissement*, [http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/minorites\\_divertissement.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/minorites_divertissement.cfm)

<sup>174</sup> *Ibid.*

<sup>175</sup> *Ibid.*

Le terme d'*affirmative action* est employé pour la première fois aux Etats-Unis dans les années cinquante et soixante lorsque l'égalité et la question raciale deviennent prioritaires. On le retrouve ainsi dans le décret présidentiel 1925 signé par le Président John F. Kennedy le 6 mars 1961, mais il ne renvoie alors « à aucun référent déterminé: l'expression lexicalisée *to take affirmative action*, qui signifie prendre des mesures concrètes, évoque simplement une démarche volontariste, une intervention dont l'effectivité serait avérée par opposition aux initiatives d'ordre strictement déclaratoire ou à la passivité pure et simple »<sup>176</sup>. Il s'agit enfin de ne plus se contenter des mots et de prendre conscience des dramatiques inégalités frappant les minorités visibles, en particulier la communauté noire à cette époque. Sans consigne ayant force coercitive, la politique d'*affirmative action* enclenche un processus d'engagement en faveur des minorités, à tous les niveaux.

L'*affirmative action*, commencement de la discrimination positive, n'est pas et ne se réduit donc certainement pas aux quotas. Certains pensent même que « les seconds sont une perversion des premières »<sup>177</sup>. Historiquement en matière de groupes ethniques les quotas sont effectivement venus ensuite, au cours des années soixante-dix, octroyant « aux membres de certains groupes définis en fonction d'une identité assignée, les Noirs, les Hispaniques, les femmes, les descendants des populations autochtones (Native Americans) et dans certains cas, les Asiatiques, et ayant été soumis dans le passé à un régime juridique discriminatoire d'ampleur variable, un traitement préférentiel dans la répartition de certaines ressources rares »<sup>178</sup>. La question des femmes est hors de notre propos. La logique de la discrimination positive conduit alors à privilégier plutôt une personne de couleur, théoriquement à compétence égale, en matière d'emploi, de promotion ou d'admission dans le système scolaire supérieur.

Les conséquences de cette politique ont malheureusement parfois été détournées. Maintes personnes se sont mises à considérer que des postes, dans le cadre d'une entreprise comme d'une université, obtenus grâce à des quotas, ne donnait qu'une fausse idée de la

---

<sup>176</sup> SABBAGH D., « L'*affirmative action*: effets symboliques et stratégies de présentation », in GUGLIELMI G. et KOUBI G. (dir.), *L'égalité des chances : Analyses, évolutions, perspectives*, Paris, La Découverte, 2000, p. 157.

<sup>177</sup> *Pour ou contre la discrimination positive*,

[http://www.cidem.org/cidem/themes/racisme/rac\\_debats/pour\\_ou\\_contre/rac\\_g001.pdf](http://www.cidem.org/cidem/themes/racisme/rac_debats/pour_ou_contre/rac_g001.pdf)

<sup>178</sup> SABBAGH D., « L'*affirmative action*: effets symboliques et stratégies de présentation », in GUGLIELMI G. et

compétence de leurs titulaires. La réussite se faisait « au rabais ». Nous pouvons comprendre en effet que « dans la mesure où l'*affirmative action* aurait en définitive pour objet de modifier les représentations des acteurs sociaux, la perception éventuelle par ces derniers qu'une démarche volontariste est engagée à cette fin par les autorités gouvernementales devient elle-même une variable déterminante pour le succès de l'entreprise [...] pour atteindre son objectif de réduction des stéréotypes négatifs attachés à l'appartenance au groupe des Noirs via l'accélération de l'ascension sociale de ses membres, l'*affirmative action* en tant que mécanisme dérogatoire à dimension antiméritocratique devrait idéalement pouvoir passer inaperçue »<sup>179</sup>. Ce n'est évidemment pas le cas.

La perception de la discrimination positive peut alors plus nuire qu'être bénéfique. Dans le domaine de l'entreprise par exemple, on évoque souvent le « plafond de verre pour décrire la situation dans laquelle se trouvent les minoritaires lorsqu'ils aperçoivent les postes d'autorité les plus élevés, sans jamais pouvoir les atteindre, du fait des pratiques discriminatoires. Les *affirmative actions* auraient pour conséquence indirecte de renforcer ce plafond de verre. Le doute qui plane sur les compétences des bénéficiaires constitue une barrière supplémentaire au franchissement du plafond. Les personnes ayant le pouvoir de promouvoir tel ou tel candidat, sous-évalueront toujours les membres d'une minorité »<sup>180</sup>.

L'exemple de l'*affirmative action* aux Etats-Unis montrent que ce n'est pas toujours le meilleur remède pour améliorer la condition des minorités. Dans le cadre des médias, la France ne pouvait pas s'inspirer d'une application concrète américaine, car il n'existe pas vraiment de politique officielle de quotas au sein des chaînes de télévision pour mieux représenter les minorités visibles. Officieusement, depuis le mouvement de protestations des associations de défense des minorités en 1999 et 2000 contre la carence de présence des minorités visibles sur les écrans, les *networks* bouleversent leur politique de recrutement. Si « le droit du travail américain n'exige pas des médias et grands *networks* d'embaucher un quota de minorités visibles, [...] la porte s'ouvre chaque jour davantage »<sup>181</sup>.

---

KOUBI G. (dir.), *L'égalité des chances : Analyses, évolutions, perspectives*, Paris, La Découverte, 2000, p. 157.

<sup>179</sup> SABBAGH D., « L'*affirmative action*: effets symboliques et stratégies de présentation », in GUGLIELMI G. et KOUBI G. (dir.), *L'égalité des chances : Analyses, évolutions, perspectives*, Paris, La Découverte, 2000, p. 160.

<sup>180</sup> PETIT B., *Les discriminations positives en droit social français, communautaire et américain*, Mémoire de DEA de Droit Social, Faculté de droit, d'Economie et de Sciences Politiques, Université d'Aix-Marseille III, 2001, p. 71.

<sup>181</sup> MILLER F., « USA: encore du travail à faire... », *France-Soir*, 25 mai 2000.

Dans l'ensemble du pays, les médias affichent aujourd'hui un pourcentage de minorités visibles dans leurs rédactions (sans évoquer la présence à l'écran), aux alentours de 10%. C'est encore bien peu par rapport aux 28,7% de minorités visibles au sein de la population des Etats-Unis<sup>182</sup>. La situation devrait néanmoins s'améliorer; ce sont les promesses des dirigeants des *networks*, dont NBC, qui a signé un accord dans ce sens avec une association de représentation des minorités<sup>183</sup>.

## §2: La question des quotas en France

L'instauration de quotas en France, pour faire progresser la représentation des minorités visibles à la télévision, est complètement impossible en l'état actuel de la Constitution. Comme le note Benoît Jorion, maître de conférences à l'université de Cergy-Pontoise, « le principe d'égalité est remarquablement bien ancré en droit public français »<sup>184</sup>. On le retrouve dans la déclaration de défense des droits de l'homme et du citoyen de 1789 avec l'égalité de droit consacrée dans le premier article, le préambule de 1946, mais surtout en ce qui nous concerne dans l'article 1<sup>er</sup> de la Constitution de 1958 énonçant l'égalité devant la loi de tous les citoyens sans distinction d'origine, de race ou de religion.

Le Conseil Constitutionnel applique strictement ce principe d'égalité, comme l'illustre sa décision du 9 mai 1991 sur la Corse, déclarant non conforme à la Constitution la mention « peuple corse, composante du peuple français », au motif que « cette mention [...] est contraire à la Constitution, laquelle ne connaît que le peuple français, composé de tous les citoyens français sans distinction d'origine, de race ou de religion »<sup>185</sup>. On imagine mal alors un texte de loi s'inspirant du multiculturalisme canadien ou de la discrimination positive américaine affirmer les différentes minorités visibles, composantes de la société française, pour faire pression sur les chaînes de télévision. Il aurait fort peu de chances d'être

---

<sup>182</sup> GUTUERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, p. 8.

<sup>183</sup> *Une entente pour accroître la présence des minorités dans l'industrie de la télévision*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/articles/representations\\_minorites/entente\\_minorites.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/articles/representations_minorites/entente_minorites.cfm)

<sup>184</sup> JORION B., « Egalité et non-discrimination en droit public français », in GUGLIELMI G. et KOUBI G. (dir.), *L'égalité des chances : Analyses, évolutions, perspectives*, Paris, La Découverte, 2000, p. 141.

<sup>185</sup> Conseil Const., 9 mai 1991, *Statut de la Corse*, déc. n°91-290 DC, *Rec.*, p. 50.

promulgué.

Par ailleurs, une impossibilité technique stopperait net toute tentative de mise en place de quotas dans ce pays. Il n'existe aucune donnée ou statistique officielle sur les proportions des minorités visibles en France. C'est ce qui fait dire à Michèle Tribalat, démographe: « Les quotas, je n'y crois pas. Si on voulait avoir des quotas, on aurait des instruments. On ne peut imaginer des quotas sans savoir ce qu'il faut représenter »<sup>186</sup>. Vu d'outre-atlantique, notre refus systématique d'évoquer la question raciale est en partie politique: « Comme la plupart des partis condamnent les propos anti-immigrants du Front National d'extrême droite, ils évitent de débattre sur les questions de race et d'immigration »<sup>187</sup>.

Enfin un dernier frein, non négligeable, empêche l'instauration de quotas: l'opposition farouche de maintes personnes impliquées par ce sujet. Il n'y a guère que le Collectif Egalité pour en réclamer. A l'opposé, Hervé Bourges, président du CSA, juge ce système « anticonstitutionnel, antirépublicain et facteur de médiocrité »<sup>188</sup>. En ce qui concerne les autres associations de défense des minorités, Malek Boutih, président de SOS-Racisme, s'insurge contre une politique de quotas, « un dispositif colonial, c'est-à-dire qu'il recrée un double traitement à l'égard d'une population. D'un côté, une élite à qui on va garantir et on va même soutenir son insertion dans la société pour écraser la majorité: c'est le bilan de la population noire aux Etats-Unis »<sup>189</sup>. Nasser Ramdane, vice-président national de la même association, dénonce lui aussi les quotas et estime que « la République se bâtit sur des passés différents, mais qui forment ensemble une communauté de destin.[...] Notre place doit être celle de citoyens engagés à faire que chacun vive mieux ensemble, sans ségrégations, ni discriminations »<sup>190</sup>. Dans la même optique, Zaïr Kedadouche, président de l'association Intégration France, comprend « la démarche qui consiste à rechercher des solutions novatrices afin que chacun ait plus sa chance », mais refuse « un système qui sélectionnerait l'ascension sociale en fonction des origines. [...] Ce différentialisme en fonction du sexe, de l'origine ou

---

<sup>186</sup> Citée dans MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 69.

<sup>187</sup> BARRETT A., « French TV lacks color », *The Wall Street Journal Europe*, 13 juillet 2000.

<sup>188</sup> Cité dans VIRIEU H. (de), « Unique color of télévision », *France-Soir*, 25 mai 2000.

<sup>189</sup> Cité dans MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000, p. 70.

<sup>190</sup> RAMDANE N., « Ni discrimination, ni communautarisme », *Libération*, 30 mai 2000.

de la race [... fait] voler en éclats les piliers du consensus républicain »<sup>191</sup>. Quant à Mouloud Aounit, secrétaire général du MRAP, il s'avoue « farouchement opposé » aux quotas, estimant que cela créerait des emplois de « Beur ou Black de service »<sup>192</sup>.

Un discours identique se tient auprès des chaînes de télévision. Yves Bigot, directeur des divertissements de France 2, s'oppose à cette pratique, car « y arriver reviendrait à constater un échec de notre système d'intégration »<sup>193</sup>. Ronald Blunden, directeur de la communication de TF1, trouve dangereux de « comptabiliser les gens selon leur couleur »<sup>194</sup>

Même si, d'une façon générale, Nicolas Sarkozy a pu affirmer que pour « rétablir l'égalité des chances, la discrimination positive est une nécessité » et que pour que « chacun ait les mêmes droits, il faut accepter d'aider davantage les uns que les autres »<sup>195</sup>, les quotas ne sont pas prêts de faire recette en France. Les modèles canadien et américains ne sont pas vraiment adaptés à notre pays. Les pouvoirs publics se sont finalement tournés vers une solution intermédiaire, dans un esprit de conciliation.

## **Chapitre 2: Une réflexion concertée avec les différents acteurs**

Se tourner vers une solution de concertation entre les différents acteurs du débat sur la représentation des minorités visibles à la télévision (chaînes de télévision, associations antiracistes, pouvoirs publics, CSA) s'est traduit concrètement de deux façons. Très rapidement, le gouvernement, en accord avec le CSA a décidé de modifier peu à peu les cahiers des charges et conventions des chaînes de télévision. Une longue période de négociations et de discussions a ensuite débuté, dans une logique de dialogue et d'intégration.

### **Section Un: La modification des cahiers des charges et des conventions**

---

<sup>191</sup> KEDADOUCHE Z., « Aussi bien à la télévision qu'à l'Assemblée, l'instauration en fonction de l'origine, du sexe ou de la religion est contraire à la République », *Libération*, 15 novembre 1999.

<sup>192</sup> Cité dans BELAID L., « Rendez-nous en noir et blanc », *L'Événement du Jeudi*, 1<sup>er</sup>/7 juin 2000.

<sup>193</sup> *Ibid.*

<sup>194</sup> *Ibid.*

Avant même la conférence de presse du CSA du 23 mai 2000 rendant publics les résultats de l'enquête de Marie-France Malonga sur la présence et la représentation des minorités visibles à la télévision, le gouvernement, par le biais de Catherine Tasca, soumettait le 16 mai au CSA, pour avis, un projet de décret modifiant les cahiers des missions et des charges des télévisions publiques<sup>196</sup>. L'institution régulatrice de l'audiovisuel n'ayant pas soulevé d'objection particulière, la modification fut rapidement effectuée. Les sociétés nationales de programme ont dû désormais prendre en compte ce nouvel objectif, « promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République, et veiller à ce que leur offre de programmes « témoigne de la richesse et de la diversité des origines et des cultures constitutives de la société française »<sup>197</sup>.

Par ailleurs, il est consigné dans cette modification de 2000 que « ces programmes ont notamment pour objectif de faciliter l'accès des jeunes à la citoyenneté et de contribuer à la lutte contre les discriminations et les exclusions dont ce public peut être victime en raison notamment de son origine, de sa religion, de sa culture, de sa condition sociale ou de son lieu d'habitation »<sup>198</sup>.

L'assignation de nouvelles missions n'est pas cantonnée aux chaînes publiques de télévision très longtemps. Le CSA, qui se veut « attentif » sur la question des minorités visibles à l'écran, s'est attaché « à prolonger cette évolution sur les chaînes commerciales, dont l'analyse montre que leur plus grande ouverture aux fictions américaines notamment leur permet déjà de mieux rendre compte de la réalité du tissu social contemporain »<sup>199</sup>.

Comme nous l'avons vu, se contenter d'importer des émissions étrangères est loin d'être une solution satisfaisante pour les minorités visibles. La réalité sociale d'un pays à l'autre peut diverger notablement, comme l'humour ou le traitement des situations. En outre, ce serait une solution de facilité pour les chaînes privées d'acheter en masse des fictions et des

---

<sup>195</sup> SARKOZY N., « Vers une nouvelle citoyenneté française », *Le Monde*, 2 mai 2003.

<sup>196</sup> « Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française : une étude du CSA », *La Lettre du CSA*, n°129, juin 2000.

<sup>197</sup> CHIROT Fr., « La télévision publique devra mieux refléter la diversité de la population », *Le Monde*, 22 mai 2000.

<sup>198</sup> *Ibid.*

<sup>199</sup> « Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française : une étude du CSA », *La Lettre du*



séries américaines mettant en scène des personnages issus de minorités visibles, sans s'intéresser à inclure cette demande dans leurs coproductions françaises. Il suffit que TF1 et M6 imposent cette clause de diversité dans leur carnet de commandes pour que les choses évoluent considérablement.

Les chaînes commerciales sont en tout cas concernées par l'action du CSA et des pouvoirs publics en 2000. Canal +, dont le renouvellement de convention se déroulait justement au printemps de cette année-là, inclut dans sa nouvelle convention signée le 29 mai le principe de « représentation à l'antenne, [de] la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale »<sup>200</sup>.

En mai 2003, une conférence de Béatrice Jacomet, directrice des opérateurs audiovisuels au sein du CSA, dans le cadre de l'Institut de recherches en droit de l'information et de la communication à Aix-en-Provence, nous a permis de savoir que les toutes les conventions et tous les cahiers des charges des chaînes hertziennes contenaient à présent une telle clause. L'article 2-3-3 de la convention type est ainsi rédigé:

« L'éditeur veille dans son programme:

- à ne pas inciter à des pratiques ou comportements de délinquance ou inciviques
- à respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses du public\*
- à ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion

[...]

- à prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale »

L'article est évidemment écrit en termes assez généraux, mais peut être négocié au gré de chaque renouvellement de convention, ou de modification des cahiers des charges des chaînes publiques. Cette politique de dialogue avec les médias a nettement permis une évolution positive de la situation des minorités visibles à la télévision française.

---

CSA, n°129, juin 2000.

<sup>200</sup> *Ibid.*

## Section Deux: Une progression du dialogue entre chaînes, CSA et gouvernement

Plus que la modification des cahiers des charges et des conventions des chaînes hertziennes, l'étude du CSA en 2000 a permis d'ouvrir la voie à une prise de conscience de ces dernières. Le dialogue entre l'institution et les chaînes a permis de déboucher sur des solutions assez simples pour améliorer la situation de la représentation des minorités visibles à l'écran.

TF1, qui recrute chaque année de jeunes journalistes par l'intermédiaire du concours Francis Bouygues, a ainsi écrit aux écoles reconnues de journalisme pour leur exprimer son souhait qu'à compétence égale émergent des talents de ces minorités<sup>201</sup>. L'exemple le plus cité se nomme Christine Kelly, ancienne journaliste d'origine antillaise à RFO, embauchée de façon expresse à LCI en février 2000. Son recrutement a eu donc lieu avant le rendu des conclusions de l'enquête du CSA, mais déjà dans la mouvance des revendications du Collectif Égalité. « Moins d'une semaine après mon arrivée, j'étais à l'antenne » témoigne la jeune journaliste<sup>202</sup>. L'arrivée de Sébastien Folin, d'origine réunionnaise, pour présenter le bulletin météo sur la première chaîne a également contribué à diversifier un peu plus son contenu. La direction explique aussi qu'elle a « lancé des appels aux producteurs pour des émissions où les premier ou second rôles seraient tenus par des minorités » et qu'elle veut « sensibiliser les agences de casting à ce problème »<sup>203</sup>. TF1 semble donc faire office de bon élève depuis quelques années.

Ce n'est pas vraiment le cas des chaînes publiques, dont la programmation n'a pas nettement évolué depuis le changement de son cahier des charges et de missions en 2000. Geneviève Guicheney, médiatrice des programmes pour France 2 et France 3, avance l'argument de « l'inertie des paquebots audiovisuels »<sup>204</sup> pour expliquer ce manque de changement, et reconnaît que le service public a « sans doute pris du retard par rapport à

---

<sup>201</sup> BELAID L., « Rendez-vous en noir et blanc », *L'Événement du Jeudi*, 1<sup>er</sup>/7 juin 2000.

<sup>202</sup> Citée dans DUTHEIL Gu. et VALO M., « La France multiethnique devient plus visible à la télévision », *Le Monde*, 9 octobre 2002.

<sup>203</sup> CHIROT Fr., « La télévision publique devra mieux refléter la diversité de la population », *Le Monde*, 22 mai 2000.

<sup>204</sup> Citée dans DUTHEIL Gu. et VALO M., « La France multiethnique devient plus visible à la télévision », *Le Monde*, 9 octobre 2002.

l'évolution de notre société. Il est vrai que lorsqu'on regarde une fiction qui se déroule dans une école et un reportage sur le même lieu, on a un peu l'impression de ne pas être à la même époque »<sup>205</sup>. Le doute plane toutefois sur la réelle volonté des chaînes publiques de faire apparaître plus de minorités visibles dans leurs programmes. RFO, tenant à promouvoir ses employés, n'a pas hésité en 2000 au moment le plus tendu pour le service public à lui proposer ses propres présentateurs et journalistes. L'initiative, pourtant bonne, n'a pas remporté un franc succès, et les téléspectateurs de France 2 et France 3 notamment n'ont pas perçu la différence avant et après l'étude du CSA sur la présence et les représentation des minorités visibles à la télévision française.

La situation française est donc encore loin de rejoindre celle de la Grande-Bretagne, où le présentateur vedette du journal le plus regardé dans le pays, celui de 18h30 sur ITV Evening News, est noir et s'appelle Trevor McDonald. Beaucoup moins de complexes semblent donc entraver les dirigeants des chaînes britanniques par rapports à leurs confrères français. Tout n'est cependant pas rose, comme en témoigne le présentateur: « Il y a un petit peu de complaisance dans mon cas, on dit toujours regardez, il y a McDonald, parfois je me demande si j'ai rendu service à ma communauté »<sup>206</sup>. Les Britanniques paraissent malgré tout faire plus de cas des minorités visibles à l'écran que les Français, puisque la BBC, institution au moins aussi ancienne et « lourde » que les chaînes publiques françaises, a su se moderniser et emploie aujourd'hui environ 8% de personnel issus des minorités ethniques (pourcentage qui dépasse les 5,5% de d'Anglais de couleur)<sup>207</sup>.

Les efforts qui restent donc à entreprendre pour améliorer la situation des minorités visibles et approfondir le dialogue entre les différents acteurs de ce sujet s'inscrivent parfaitement dans la démarche conseillée par le Conseil de l'Europe en 1995 dans sa recommandation relative aux migrants, aux minorités ethniques et aux médias. Le Conseil invite ainsi les Etats membres à « promouvoir l'éducation et l'accès au marché du travail des personnes appartenant aux milieux d'immigration ou aux minorités ethniques [...] à encourager les médias tant privés que publics à jouer un rôle responsable dans la lutte contre

---

<sup>205</sup> Citée dans CHIROT Fr., « La télévision publique devra mieux refléter la diversité de la population », *Le Monde*, 22 mai 2000.

<sup>206</sup> SERGENT Fr., « Les Anglais affichent les couleurs. Le présentateur le plus populaire de Grande-Bretagne est noir », *Libération*, 5 octobre 1999.

<sup>207</sup> *Ibid.*

le racisme et la xénophobie en couvrant d'une façon objective des sujets concernant les migrants et les minorités ethniques, et en créant des opportunités pour la participation équilibrée des représentants des migrants et des communautés ethniques dans les programmes de radio et de télévision de grande écoute »<sup>208</sup>.

Bien avant le débat médiatique de l'an 2000, la solution de responsabilisation des chaînes était donc là, disponible. Depuis 1995.

---

<sup>208</sup> Recommandation 1277 relative aux migrants, aux minorités ethniques et aux médias, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 30 juin 1995,  
<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta95/frec1277.htm>

## CONCLUSION

La représentation des minorités visibles à la télévision française commence doucement à s'améliorer. Des journalistes noirs, arabes ou asiatiques devraient de plus en plus à l'avenir conquérir le petit écran et démontrer qu'ils méritent comme les autres leur place à l'écran. Concernant les fictions, aucune nouvelle étude en France depuis trois ans n'a permis de mesurer si elles s'ouvraient à davantage de diversité, mais le processus risque d'être plus lent en ce domaine. Il implique en effet non seulement la direction des chaînes, mais aussi les producteurs, responsables de la répartition des rôles, acteurs...

Le mouvement me semble toutefois irréversible. La télévision n'a pas d'avenir si elle s'exclue totalement de la réalité, si les représentations qu'elle fournit s'éloignent trop du vécu personnel des millions de téléspectateurs. Il en va de sa crédibilité et de sa puissance au sein des foyers.

Par ailleurs, la part des minorités visibles dans la population, en France comme ailleurs, devrait sensiblement augmenter dans les années à venir. Socialement, culturellement et économiquement, leur influence va enrichir notre société, et l'ouvrir à plus de diversité. Les entreprises médiatiques, notamment les chaînes de télévision, qui ne comprennent pas ce phénomène, et refusent d'en tirer les conséquences en matière de programmation et de stratégie de conquête de l'audience, sont destinées à dépérir et disparaître. Soit les télévisions ethniques s'imposeront en premier dans le cœur des minorités visibles, soit les chaînes hertziennes généralistes réussissent à prendre le tournant de l'avenir et à pérenniser leur succès. Ces dernières ont une longueur d'avance; elles ont les moyens financiers et un public assez fidèle pour prendre le pari de la diversité et de la représentation de toutes les composantes du peuple français à l'écran. Il ne s'agit plus que d'agir avant que des petites chaînes concurrentes, sur le câble, le satellite ou grâce à la télévision numérique terrestre, ciblant précisément leur public, bouleversent le paysage audiovisuel français. Cela ne saurait manquer d'arriver.

Enfin, concernant le traitement informatif des événements impliquant des minorités, un seul point doit être précisé pour conclure. La sensibilisation de l'opinion et des chaînes ne

doit pas non plus nous entraîner vers un autre extrême, celui de la prudence excessive dès que l'on évoque des sujets ayant trait aux minorités visibles. Le risque du « politiquement correct » est bien réel, risquant de nuire au journalisme<sup>209</sup>. Réduire les discriminations ne doit pas nécessairement signifier éviter ou minimiser tout événement pouvant donner une mauvaise image des membres de minorités. L'équilibre et la juste représentation des minorités visibles à la télévision française reste donc à trouver.

---

<sup>209</sup> V. en ce sens MCGOWAN W., *Coloring the News, How political correctness has corrupted american journalism*, San Francisco, Encounter Books, 2002.

# ANNEXE

## Manuel de codage des jeux utilisé pour l'étude du CSA

### IDENTIFICATION

Nom du jeu

Chaîne

1. TF1
2. France 2
3. France 3
4. Canal +
5. M6

N° de cassette

Date de diffusion

1. lundi 11 oct. 99
2. mardi 12 oct. 99
3. mercredi 13 oct. 99
4. jeudi 14 oct. 99
5. vendredi 15 oct. 99
6. samedi 16 oct. 99
7. dimanche 17 oct. 99
8. autre (écrire la date)

Heure de début de diffusion (ex.: 17h22)

Heure de fin de diffusion (ex.: 20h30)

Durée (ex.: 1h42)

### ANIMATEURS

Nombre d'animateurs dans le jeu

Nombre d'animateurs minorités visibles (*noirs, maghrébins, asiatiques*)

Nombre d'animateurs issus d'une minorité européenne

Pour chaque animateur minorité visible (A1, A2...), préciser

- heure d'apparition (*heure, minutes, secondes*)
- nom/prénom
- sexe 1- féminin

- 2- masculin
  - rôle /position
    - 1- principal(e)
    - 2- secondaire
    - 3- autre (préciser)
    - 99- ne peut être codé
  - origine ethnique
    - 1- noir (préciser: africains, Dom-Tom...)
    - 2- maghrébin/arabe (préciser, si possible)
    - 3- asiatique (préciser, si possible)
    - 4- autre (préciser)
  - nationalité
    - 1- français
    - 2- étranger résidant en France
    - 3- européen (hors France. Préciser, si possible)
    - 4- américain du Nord (préciser, si possible)
    - 5- américain du Sud (préciser, si possible)
    - 6- asiatique (préciser, si possible)
    - 7- africain du Nord (préciser, si possible)
    - 8- noir africain (préciser, si possible)
    - 9- autre (préciser)
    - 99- ne peut être codé
- Remarques
- 1- oui (à rédiger en fin de fiche)
  - 2- non

## ACCOMPAGNATEURS

Nombre d'accompagnateurs

Nombre d'accompagnateurs minorités visibles (*noirs, maghrébins, asiatiques*)

Nombre d'accompagnateurs issus d'une minorité européenne

Pour chaque accompagnateur minorité visible (Ac1, Ac2...) repéré, préciser

- heure d'apparition (*heure, minutes, secondes*)
- nom/prénom
- sexe
  - 1- féminin
  - 2- masculin
- rôle /position
  - 1- principal(e)
  - 2- secondaire
  - 3- autre (préciser)
  - 99- ne peut être codé
- origine ethnique
  - 1- noir (préciser: africains, Dom-Tom...)
  - 2- maghrébin/arabe (préciser, si possible)
  - 3- asiatique (préciser, si possible)



- 4- autre (préciser)
- nationalité
  - 1- français
  - 2- étranger résidant en France
  - 3- européen (hors France. Préciser, si possible)
  - 4- américain du Nord (préciser, si possible)
  - 5- américain du Sud (préciser, si possible)
  - 6- asiatique (préciser, si possible)
  - 7- africain du Nord (préciser, si possible)
  - 8- noir africain (préciser, si possible)
  - 9- autre (préciser)
  - 99- ne peut être codé
- prise de parole
  - 1- parle
  - 2- ne parle pas
  - 3- autre

Remarques

- 1- oui (*à rédiger en fin de fiche*)
- 2- non

## INVITÉS

Nombre d'invités

Nombre d'invités minorités visibles (*noirs, maghrébins, asiatiques*)

Nombre d'invités issus d'une minorité européenne

Pour chaque invité minorité visible (I1, I2...) repéré, préciser

- heure d'apparition (*heure, minutes, secondes*)
- nom/prénom
- sexe
  - 1- féminin
  - 2- masculin
- rôle /position
  - 1- principal(e)
  - 2- secondaire
  - 3- autre (préciser)
  - 99- ne peut être codé
- origine ethnique
  - 1- noir (préciser: africains, Dom-Tom...)
  - 2- maghrébin/arabe (préciser, si possible)
  - 3- asiatique (préciser, si possible)
  - 4- autre (préciser)
- nationalité
  - 1- français
  - 2- étranger résidant en France
  - 3- européen (hors France. Préciser, si possible)
  - 4- américain du Nord (préciser, si possible)

- 5- américain du Sud (préciser, si possible)
  - 6- asiatique (préciser, si possible)
  - 7- africain du Nord (préciser, si possible)
  - 8- noir africain (préciser, si possible)
  - 9- autre (préciser)
  - 99- ne peut être codé
  - profession/activité (*en toutes lettres*)
  - statut socio-économique
    - 1- agriculteurs, exploitants
    - 2- artisans, commerçants et chefs d'entreprise
    - 3- cadres et professions intellectuelles supérieures
    - 4- professions intermédiaires
    - 5- employés
    - 6- ouvriers
    - 7- retraités
    - 8- autres personnes sans activité professionnelle
    - 9- non renseignés
    - 99- ne peut être codé
  - prise de parole
    - 1- parle
    - 2- ne parle pas
    - 3- autre
- Remarques
- 1- oui (*à rédiger en fin de fiche*)
  - 2- non

## PARTICIPANTS

Nombre de participants

Nombre de participants minorités visibles (*noirs, maghrébins, asiatiques*)

Nombre de participants issus d'une minorité européenne

Pour chaque participant minorité visible (Pa1, Pa2...) repéré, préciser

- heure d'apparition (*heure, minutes, secondes*)
- nom/prénom
- sexe 1- féminin
  - 2- masculin
- rôle /position
  - 1- principal(e)
  - 2- secondaire
  - 3- autre (préciser)
  - 99- ne peut être codé
- origine ethnique
  - 1- noir (préciser: africains, Dom-Tom...)
  - 2- maghrébin/arabe (préciser, si possible)
  - 3- asiatique (préciser, si possible)

- 4- autre (préciser)
- nationalité
  - 1- français
  - 2- étranger résidant en France
  - 3- européen (hors France. Préciser, si possible)
  - 4- américain du Nord (préciser, si possible)
  - 5- américain du Sud (préciser, si possible)
  - 6- asiatique (préciser, si possible)
  - 7- africain du Nord (préciser, si possible)
  - 8- noir africain (préciser, si possible)
  - 9- autre (préciser)
  - 99- ne peut être codé
- profession/activité (*en toutes lettres*)
- statut socio-économique
  - 1- agriculteurs, exploitants
  - 2- artisans, commerçants et chefs d'entreprise
  - 3- cadres et professions intellectuelles supérieures
  - 4- professions intermédiaires
  - 5- employés
  - 6- ouvriers
  - 7- retraités
  - 8- autres personnes sans activité professionnelle
  - 9- non renseignés
  - 99- ne peut être codé

Remarques

- 1- oui (*à rédiger en fin de fiche*)
- 2- non

## PUBLIC

Présence d'un public

- 1- oui
- 2- non

Nombre approximatif de personnes visibles dans le public  
(*coder 00 si cette information est impossible à donner*)

Nombre de minorités visibles dans le public  
(*noirs, maghrébins, asiatiques*)

Nombre de personnes issues d'une minorité européenne

Nombre de Noirs (*noter les heures d'apparition en Remarques*)

Nombre de Maghrébins/Arabes (*noter les heures d'apparition en Remarques*)

Nombre d'Asiatiques (*noter les heures d'apparition en Remarques*)

Nombre de personnes d'une autre origine non-européenne

*(noter les heures d'apparition en Remarques)*

Proportion de minorités visibles dans le public

- 1- nulle
- 2- très faible
- 3- faible, moindre
- 4- égale, moyenne
- 5- importante, majoritaire
- 99 - ne peut être codé

Remarques

- 1- oui (*à rédiger en fin de fiche*)
- 2- non

## REMARQUES

1- Numéroté les remarques.

2- Essayer d'écrire clairement et sans ratures.

3- Pour les remarques qui ne sont pas d'ordre général, précisez à chaque fois les références des personnes dont vous parlez (ex.: I1 ou Pa1).

4- Indiquer les heures d'apparition des minorités visibles repérées dans le public.

# BIBLIOGRAPHIE

## I. Ouvrages

*Droits culturels, médias et minorités*, Ed. du Conseil de l'Europe, 1997.

ADORNO Th. et HORKHEIMER A., *La Dialectique de la raison* (1947), Paris, Gallimard, 1974.

ATTALLAH P., *Théories de la communication : sens, sujets, savoirs*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université du Québec, coll. « Communication et Société », 1992.

BALLE Fr., *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien, 10<sup>ème</sup> éd., 2001.

BEYALA C., *Lettre d'une afro-française à ses compatriotes*, Paris, Mango, 2000.

BERELSON B., GAUDET H. et LAZARSELD P., *The People's choice, How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University Press, 2<sup>nde</sup> éd., 1948.

BISSOONDATH N., *Le marché aux illusions : la méprise du multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal/ Liber, 1994.

CARILLI Th. et KAMALIPOUR Y. R. (dir.), *Cultural diversity and the US media*, New York, State University of New York Press, 1998.

COTTLE S. (dir.), *Ethnic Minorities and the Media : Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press, 2000.

DYER R., *White*, Londres, Routledge, 1997.

FLERAS A. et LOCKKUNZ J., *Media and Minorities : Representing Diversity in a Multicultural Canada*, Toronto, Thompson Books, 2001.

FRACHON C. et VARGAFTIG M., *Télévision d'Europe et immigration*, Paris, La Documentation française, 1993.

GABRIEL J., *Whitewash: Racialized Politics and the Media*, Londres, Routledge, 1998.

GREVEN-BORDE H. et TOURNON J., *Identités en débat : Intégration ou Multiculturalisme*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques politiques », 2000.

GUGLIELMI G. et KOUBI G. (dir.), *L'égalité des chances : Analyses, évolutions, perspectives*, Paris, La Découverte, 2000.

GUTUERREZ F. et WILSON C. C., *Race, Multiculturalism and the Media, From Mass to Class Communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995.

- GWYN R., *Nationalism Without Walls: The Unbearable Lightness of Being Canadian*, Toronto, McClelland and Stewart, 1995.
- KYMLICKA W., *La voie canadienne, Repenser le multiculturalisme*, Montréal, Ed. du Boréal, 2003.
- LACAN J., *Ecrits I*, Paris, Le Seuil, coll. « Points-Essais », 1966.
- LE BON G., *Psychologie des foules* (1895), Paris, PUF, 1988.
- MAIGRET E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003.
- MATTELART A. et M., *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 1995.
- MCDONALD J.-F., *Blacks and White TV*, Chicago, Nelson-Hall, 1992.
- MCGOWAN W., *Coloring the News, How political correctness has corrupted american journalism*, San Francisco, Encounter Books, 2002.
- NOELLE-NEUMANN E., *The Spiral of Silence – Public Opinion Our Social Skin*, Chicago, University of Chicago Press, 1984.
- PARK R. E., *The Immigrant Press and its Control*, New York, Harper, 1922.
- RAWLS J., *A Theory of Justice*, Londres, Oxford University Press, 1971.
- ROUSSEAU J.-J., *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes* (1755), Paris, Garnier/ Flammarion, 1966.
- SHAHEEN J. G., *The TV Arab*, Bowling Green, Bowling Green State University Press, 1984.
- TORRES S., *Living Color: Race and Television in the United States*, Durham, Duke University Press, 1998.

## **II. Thèses et mémoires**

- MALONGA M.-Fr., *Télévision française et intégration : présence et représentation des minorités visibles à l'écran*, Mémoire de DEA de l'Institut Français de Presse, Université de Panthéon-Assas, Paris II, 2000.

PETIT B., *Les discriminations positives en droit social français, communautaire et américain*, Mémoire de DEA de Droit Social, Faculté de droit, d'Economie et de Sciences Politiques, Université d'Aix-Marseille III, 2001.

### **III. Jurisprudence et textes officiels**

Conseil Const., 9 mai 1991, *Statut de la Corse*, déc. n°91-290 DC, *Rec.*, p. 50.

Convention-cadre pour la protection des minorités nationales, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1<sup>er</sup> février 1995,

[http://www.coe.int/T/f/Droits\\_de\\_l'Homme/minorites/2.\\_CONVENTION\\_CADRE\\_\(MONITORING\)/1.\\_Textes/H\(1995\)010%20F%20FCNM%20et%20Rapport%20explicatif.asp#TopOfPage](http://www.coe.int/T/f/Droits_de_l'Homme/minorites/2._CONVENTION_CADRE_(MONITORING)/1._Textes/H(1995)010%20F%20FCNM%20et%20Rapport%20explicatif.asp#TopOfPage)

Recommandation 1277 relative aux migrants, aux minorités ethniques et aux médias, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 30 juin 1995,

<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta95/frec1277.htm>

### **IV. Articles et contributions**

« Le Conseil supérieur de l'audiovisuel rencontre le Collectif Egalité », *La Correspondance de la presse*, 6 octobre 1999.

« Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française : une étude du CSA », *La Lettre du CSA*, n°129, juin 2000.

ADDIS A., « Hell Man, they Did Invent Us: The Mass Media, Law and African Americans », *Buffalo Law Review*, vol. 41, 1993.

ATKIN Ch., GREENBERG B. et MCDERMOTT St., « Television and Race Role Socialization », *Journalism Quarterly*, vol. 60, n°3, 1983.

ENTMAN R. M., « Blacks in the news: Television, modern racism and cultural change », *Journalism Quarterly*, vol. 69, n°2, 1992.

FLERAS A., « Media and Minorities in a Post-Multicultural Society », dans BERRY J.-W. et LAPONCE J. (dir.), *Ethnicity and Culture in Canada : The Research Landscape*, Toronto, University of Toronto Press, 1994.

MCCOMBS M. et SHAW D., « The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, n°36, 1972.

OUAJ J., « More Colour in the Media », *The European Institute for the Media – The Bulletin*, vol. 15, n°3, septembre 1998.

PHILLIPS A., « Dealing with Difference: A Politics of Ideas or a Politics of Presence », *Constellations*, vol. 1, n°1, 1994.

## V. Articles de presse

AMALOU Fl., « La pub française fait l'impasse sur les minorités ethniques », *Le Monde*, 23 mai 2000.

AMALOU Fl., « On m'a demandé Naomi Campbell en plus clair », *Le Monde*, 23 mai 2000.

ASSOULINE Fl., « Faut-il imposer des Blacks à l'écran? », *L'Événement du Jeudi*, 1<sup>er</sup>/7 juin 2000.

BARRETT A., « French TV lacks color », *The Wall Street Journal Europe*, 13 juillet 2000.

BELAID L., « Rendez-nous en noir et blanc », *L'Événement du Jeudi*, 1<sup>er</sup>/7 juin 2000.

BINET St., « La crise de l'intégration. Des écrans couleur encore trop pâles », *Libération*, 18 avril 2002.

BLACHAS Chr., « Des quotas pour les ethnies ? Que nenni ! », *CB News*, 29 mai 2000.

BROSSAUD N., « Minorités: l'audiovisuel repousse les quotas », *Le Figaro Economie*, 1<sup>er</sup> juin 2000.

CLEMENT J., « La minorité visible comme alibi », *Libération*, 3 juillet 2000.

CHIROT Fr., « La télévision publique devra mieux refléter la diversité de la population », *Le Monde*, 22 mai 2000.

CONAN E., « Minorités : la bavure du CSA », *L'Express*, 22 juin 2000.

DANIEL J., « Cette France communautaire... », *Le Nouvel Observateur*, n°1855, 25/31 mai 2000.



DASQUE E., « La télé fait pâle figure. Les écrans résistent à l'intégration. Etat des lieux alors qu'un collectif réclame des quotas de gens de couleurs », *Libération*, 5 octobre 1999.

DASQUE E., « Les séries jouent la caution raciale. Blacks et beurs restent cantonnés dans des rôles stéréotypés », *Libération*, 9 octobre 1999.

DESMAREST Ph., « Minorités et quotas », *Le Monde*, 10 juin 2000.

DUTHEIL Gu. et VALO M., « La France multiethnique devient plus visible à la télévision », *Le Monde*, 9 octobre 2002.

FRIDAS R., « La publicité ethnique brasse le différentes cultures américaines », *CB News*, 29 mai 2000.

GONZALES P., « Le décompte des quotas en suspens », *Le Figaro Economie*, 30 mai 2000.

HARTMANN Fl., « Il n'y a pas de Navarro ou de Julie Lescaut noirs », *Le Monde Télévision*, 11 octobre 1999.

HORNER S., « Les goûts et les valeurs », *L'Humanité*, 23 janvier 2001.

JOURDAA Fr., « La télévision confrontée aux nouvelles couleurs de la France », *Le Parisien*, 28 mai 2000.

KEDADOUCHE Z., « Aussi bien à la télévision qu'à l'Assemblée, l'instauration en fonction de l'origine, du sexe ou de la religion est contraire à la République », *Libération*, 15 novembre 1999.

KERSSENBROCK F. et ROCHEGONDE A. (de), « Tasca veut une télé black-jaune-beur », *CB News*, 29 mai 2000.

LAMIEN E., « Minorités invisibles », *Le Monde des Livres*, 21 juillet 2000.

LEPOITTEVIN St., « Il s'agit de reconnaître les différences », *Le Parisien*, 28 mai 2000.

MAGNIEN N., « Quotas à l'anglaise », *France-Soir*, 25 mai 2000.

MALLAVAL C., « Ne pas se couper de la clientèle. Le racisme supposé du public sert de cache-sexe à la pub », *Libération*, 9 octobre 1999.

MARIAGE S., « OPA sur le peuple noir », *L'Express*, 18 mai 2000.

MEVEL J.-J., « Les télévisions américaines colorisent leurs programmes », *Le Figaro Economie*, 1<sup>er</sup> juin 2000.

MILLER F., « USA: encore du travail à faire... », *France-Soir*, 25 mai 2000.

MULARD Cl., « Aux Etats-Unis, le boom latino gagne la télévision », *Le Monde*, 7 avril 2000.

MULARD Cl., « Les chaînes américaines sont attaquées pour manque de diversité ethnique », *Le Monde*, 3 août 1999.

MULARD Cl., « Rentrée blanche à la télévision américaine », *Le Monde Télévision*, 18 octobre 1999.

PASCAL-MOUSSELAD O., « Melting poste », *Télérama*, n°2623, 19 avril 2000.

P.M.O., « Décidément, la télé aime les Blancs », *Marianne*, 29 mai 2000.

POIROT S., « Le CSA veut plus de couleurs à la télé », *Ouest France*, 25 mai 2000.

PSENNY D., « Black, Blanc, Beur... », *Le Monde Télévision*, 23 octobre 2000.

RAMDANE N., « Ni discrimination, ni communautarisme », *Libération*, 30 mai 2000.

RICHARD E., « Les ghettos américains secouent les chaînes. Des associations civiques menacent de boycotter les quatre grands networks si les minorités ne sont pas mieux représentées à l'écran », *Libération*, 16 août 1999.

SARKOZY N., « Vers une nouvelle citoyenneté française », *Le Monde*, 2 mai 2003.

SERGENT Fr., « Les Anglais affichent les couleurs. Le présentateur le plus populaire de Grande-Bretagne est noir », *Libération*, 5 octobre 1999.

TONNEAU Fr., « Le point de vue d'une animatrice et d'un comédien », *Le Parisien*, 28 mai 2000.

TONNEAU Fr., « Les politiques ont sonné le réveil des consciences », *Le Parisien*, 28 mai 2000.

UZAN R., « Les minorités, nouvelle frontière des médias américains », *Stratégies*, 25 octobre 2002.

VIDAL Fr., « La pub doit être juste et sensible par rapport à une situation donnée », *CB News*, 29 mai 2000.

VIRIEU H. (de), « Le CSA contre les quotas mais pour les minorités », *France-Soir*, 24 mai 2000.

VIRIEU H. (de), « Unique color of télévision », *France-Soir*, 25 mai 2000.

ZAPPI S., « Gouvernement et associations rejettent l'exigence de quotas », *Le Monde*, 22 mai 2000.

## VI. Documentation Internet

BARLET O., *La télé monochrome*,

[http://www.africultures.com/partenaires/evenements/images\\_sud/images\\_sud.htm](http://www.africultures.com/partenaires/evenements/images_sud/images_sud.htm)

BELLANGER D., *La télévision francophone, miroir d'une société pluriculturelle ? Perceptions, besoins et attentes des communautés en présence*,

[http://grm.uqam.ca/textes/db\\_rcrc.htm](http://grm.uqam.ca/textes/db_rcrc.htm)

COCHRAN B., *Diversity :Progress, Yet more Challenges*,

<http://www.rtnda.org/diversity/dpymc.shtml>

DITGEN A., *Blacks-Blancs-Beurs et Bleu Blanc Rouge*,

<http://www.unil.ch/penombre/23/06.htm>

DOHERTY Sh. et JOSEPH N., *Une lente évolution : les minorités à la télévision*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents\\_de\\_recherche/lente\\_evolution.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents_de_recherche/lente_evolution.cfm)

GANDONNIÈRE P., *Le vertige du miroir : comment la télévision piège le spectateur*,

<http://commposite.org/2003.1/articles/gandon.pdf>

MCANDREW M. et POTVIN M., *Le racisme dans les médias*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents\\_de\\_recherche/racisme\\_dans\\_medias\\_1.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/documents_de_recherche/racisme_dans_medias_1.cfm)

PROULX S., *La place de la télévision dans la reconstruction identitaire des familles immigrantes*,

<http://grm.uqam.ca/textes/proulx-acfas94.htm>

RUDDER V. (de), POIRET Chr., VOUREC'H Fr., *Les enjeux politiques de lutte contre le racisme: discrimination justifiée, Affirmative action, discrimination positive, parle t-on de la même chose?*

[http://www.uhb.fr/sc\\_humaines/ceriem/documents/ccPDF/CC7derud.pdf](http://www.uhb.fr/sc_humaines/ceriem/documents/ccPDF/CC7derud.pdf)

VAN DIJK T.-A., *Racisme et médias*,

[http://www.unesco.org/webworld/wpdf/presskit\\_docs/teun\\_dijk\\_fr.rtf](http://www.unesco.org/webworld/wpdf/presskit_docs/teun_dijk_fr.rtf)

*L'économie du racisme*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/economie\\_racisme.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/economie_racisme.cfm)

*La suprématie des Blancs dans les médias*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/blancs/suprematie\\_blancs.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/blancs/suprematie_blancs.cfm)

*Le CRTC autorise deux nouvelles stations de télévision à Toronto et à Hamilton*,

<http://www.crtc.gc.ca/frn/news/release/2002/r020408.htm>

*Le rôle des médias dans les processus liés à l'immigration*

<http://ibelgique.ifrance.com/sociomedia/sociomigrations.htm>

*Les Blancs et leurs privilèges dans les médias*,

<http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/blancs/index.cfm>

*Médias ethniques au Canada*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/medias\\_ethniques.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/medias_ethniques.cfm)

*Plus de trois millions de membres des minorités visibles vivent maintenant au Canada*,

[http://www.pch.gc.ca/progs/multi/assets/pdfs/multidem\\_f.pdf](http://www.pch.gc.ca/progs/multi/assets/pdfs/multidem_f.pdf)

*Pour ou contre la discrimination positive*,

[http://www.cidem.org/cidem/themes/racisme/rac\\_debats/pour\\_ou\\_contre/rac\\_g001.pdf](http://www.cidem.org/cidem/themes/racisme/rac_debats/pour_ou_contre/rac_g001.pdf)

*Réglementation canadienne de la radiodiffusion concernant la diversité culturelle*,

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/)

reglementation\_minorites.cfm

*Représentation des minorités ethniques et visibles dans l'industrie du divertissement,*

[http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites\\_ethniques/minorites\\_divertissement.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/minorites_ethniques/minorites_divertissement.cfm)

*The representation of minorities on television : a content analysis,* Broadcasting Standards Commission,

<http://www.bsc.org.uk/pdfs/research/briefing9.pdf>

*Une entente pour accroître la présence des minorités dans l'industrie de la télévision,*

[http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/articles/representations\\_minorites/entente\\_minorites.cfm](http://www.media-awareness.ca/francais/ressources/articles/representations_minorites/entente_minorites.cfm)

# TABLE DES MATIÈRES

<u>INTRODUCTION</u> .....	1
<b><u>PARTIE I : LA QUÊTE DE RECONNAISSANCE DES MINORITÉS VISIBLES À TRAVERS LES MÉDIAS</u></b> .....	<b>7</b>
<b><u>TITRE UN : UNE DEMANDE CONCRÈTE D’EXISTENCE À TRAVERS LES MÉDIAS</u></b> .....	<b>8</b>
<u>Chapitre 1 : La légitimation par les médias</u> .....	9
Section Un : Exister par et grâce à la télévision ?.....	9
§1 : Une reconnaissance symbolique .....	9
§2 : L’intégration des familles immigrantes .....	11
Section Deux : La publicité, un exemple de prise en compte progressive des minorités .....	12
§1 : Une publicité tendance monochrome .....	12
§2 : Une colorisation progressive et difficile .....	13
<u>Chapitre 2 : Insatisfactions et revendications</u> .....	14
Section Un : Le paradoxe de la représentation des minorités visibles .....	15
§1 : Drogue, criminalité et lieux communs .....	15
§2 : Des réussites caricaturales.....	17
Section Deux : La montée en puissance des revendications.....	19
§1 : Haro sur les networks.....	19
§2 : Le Collectif Egalité se fait entendre.....	21
<u>Chapitre 3 : La tentation des médias communautaires</u> .....	22
Section Un : Le boom des télévisions ethniques .....	23
§1 : Une carence enfin satisfaite.....	23
§2 : Une concurrence sérieuse pour les grands réseaux .....	25
Section Deux : Le péril du repli communautaire.....	26
<b><u>TITRE DEUX : LA TÉLÉVISION, OBJET CENTRAL DE CONSIDÉRATION ET DE SOCIALISATION</u></b> .....	<b>28</b>
<u>Chapitre 1 : L’influence des médias dans les théories de la communication</u> .....	29
Section Un : De l’écologie humaine au <i>People’s choice</i> .....	29
§1 : Le précurseur, Robert E. Park.....	29
§2 : L’école de Francfort.....	31
§3 : La théorie lazarsfeldienne des effets limités.....	32
Section Deux : Les théories de l’opinion publique .....	33
§1 : L’effet d’agenda.....	34
§2 : La spirale du silence.....	35

<b>Chapitre 2 : Télévision, reflet ou représentation de la société ?</b> .....	37
Section Un : La télévision – reflet ou la logique du miroir .....	37
§1 : Question de proportions .....	37
§2 : Un miroir en trompe-l'œil .....	39
Section Deux : La télévision – représentation ou la logique du théâtre .....	41
§1 : Les dangers d'une représentation altérée .....	41
§2 : La responsabilité sociale de la télévision .....	44

## **PARTIE II : VERS UNE PRISE EN COMPTE DES MINORITÉS VISIBLES À LA TELEVISION FRANÇAISE .....**

**46**

### **TITRE UN : L'ÉTUDE DU CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL .....**

**47**

<b>Chapitre 1: Déroulement de l'étude</b> .....	48
Section Un: Méthodologie de l'étude .....	48
§1: Définition des minorités .....	48
Section Deux: Les difficultés structurelles rencontrées au cours de l'étude .....	52
§1: Le manque de moyens financiers .....	52
§2: Le manque de temps .....	53

<b>Chapitre 2: Conclusions de l'étude et premières réactions</b> .....	55
Section Un: Les émissions de plateaux .....	55
§1: Les personnes présentes sur les plateaux .....	56
§2: Le contenu des reportages .....	57
Section Deux: Les émissions scénarisées .....	57
§1: Vidéo Clips et Publicité .....	58
§2: La fiction .....	58
Section Trois: Premières réactions .....	61
§1: L'ire du Collectif Egalité .....	61
§2: Le débat médiatique .....	62

### **TITRE DEUX : LES DIVERSES POLITIQUES ENVISAGEABLES DE PRISE EN COMPTE DES MINORITÉS .....**

**65**

<b>Chapitre 1: Un interventionnisme direct étatique</b> .....	66
Section Un: La voie du multiculturalisme .....	66
§1: Définition et critiques du multiculturalisme .....	66
§2: Des minorités visibles reconnues .....	68
Section Deux: La discrimination positive .....	70
§1: L'affirmative action .....	70
§2: La question des quotas en France .....	73

<b>Chapitre 2: Une réflexion concertée avec les différents acteurs</b> .....	75
Section Un: La modification des cahiers des charges et des conventions .....	75
Section Deux: Une progression du dialogue entre chaînes, CSA et gouvernement .....	78

<u>CONCLUSION</u> .....	81
<u>ANNEXE</u> .....	83
<u>BIBLIOGRAPHIE</u> .....	89
<u>TABLE DES MATIÈRES</u> .....	98