

Journalistes et métiers des médias, nous travaillons tous les jours à rendre compte de l'actualité à travers des mots et des images, des lieux et des personnes mises en avant. Ces choix éditoriaux contribuent à façonner la perception du monde dans lequel nous vivons. Nos manières de travailler ensemble, dans le respect des équipes, aussi. En réfléchissant davantage aux représentations que nos productions véhiculent, nous avons la possibilité de lutter contre les stéréotypes, le racisme, l'antisémitisme et les discriminations. Pour une information de qualité, complète et plurielle, voici 10 principes à respecter :

Ne pas considérer que l'origine d'une personne est sa seule caractéristique

Offrir à toutes et tous le même traitement, la même complexité de caractéristiques, la même finesse d'identité. Comme toute personne, les personnes racisées ou non-blanches, doivent être désignées par leur prénom et nom (et non par leur prénom uniquement). Par exemple : éviter les formulations du type « le Chinois » lorsqu'on peut plutôt dire « le travailleur chinois ».

Par ailleurs, il convient de toujours s'interroger sur la pertinence ou non d'indiquer l'origine d'une personne non-blanche ou sa religion (à l'instar des faits divers où nombre de journalistes précisent l'origine de l'auteur présumé d'un délit sans qu'il n'y ait le moindre rapport avec les faits incriminés). Il convient également d'éviter l'essentialisation des personnes, notamment par leur religion supposée ou le vêtement religieux qu'elles portent. Par exemple : au lieu de « femme voilée », préférer l'expression « femme musulmane portant le voile » ou « femme portant le foulard ».

Donner la voix aux personnes concernées

À l'expertise distanciée, penser à ajouter l'expérience vécue en invitant les concerné·es. Par exemple : sur un sujet concernant le voile, inviter une femme musulmane portant le voile à témoigner — et pas uniquement un commentateur extérieur qui devisera d'une réalité qui n'est pas la sienne. À l'inverse, avoir des origines ne présage pas d'une connaissance pointue d'un environnement (exemple : un député noir rapporte être régulièrement sollicité par les plateaux télé pour parler de banlieues parisiennes... alors qu'il a été adopté et vit en Bretagne). Essentialiser les interlocuteurs en fonction de préjugés sociaux et/ou ethniques est un biais raciste.

Veiller à l'inclusivité des interlocuteurs et interlocutrices, des personnes interviewées dans un article, du panel d'invité·es sur un plateau télé...

S'éloigner de la tentation de n'inviter que des profils-types. Par exemple : ne pas inviter des jeunes hommes racisés uniquement pour parler de rap ou de football mais être capable également de recueillir leur avis sur l'entrepreneuriat ou les pistes cyclables à Paris.

Fuir les clichés, plaisanteries de mauvais goût et jeux de mots douteux

Ces prétendus « traits d'humour » relèvent de l'humiliation quotidienne et alimentent le racisme. Par exemple : la Une du Courrier Picard, à propos du « Péril Jaune » pour évoquer la pandémie du Covid-19. Se méfier également des allusions qui nourrissent tout type de clichés associés à des communautés de personnes. Pour les personnes juives par exemple, on retrouve souvent les idées caricaturales de puissance ou de prédation, d'argent ou d'omniprésence médiatique.

Au sein des rédactions, défendre l'égalité entre les collaborateurs collaboratrices et promouvoir la diversité des profils

Une rédaction représentative de la diversité de la société française, c'est une rédaction capable de proposer une offre riche et variée, fruit d'une pluralité de vécus et de regards. Veiller à l'égalité de l'ensemble des salarié·es, c'est aussi lutter contre le racisme au sein de l'entreprise pour s'assurer que les journalistes racisé·es aient envie d'y faire leur carrière. Cela passe également par la nécessité d'avoir une diversité de profils dans la chaîne de commandement d'une rédaction aux postes de décisions type « rédacteurs en chef », « chefs de service » et direction.

Ne pas cantonner les journalistes à des spécialités qu'ils et elles n'ont pas choisies

Au quotidien, il faut permettre à tout-es de s'exprimer et de proposer des sujets proches de leurs sensibilités sans pour autant les y cantonner. Avoir des origines ne présume pas de préférences pour telle rubrique, tout le monde peut être intéressé par la politique, l'économie ou la musique.

Chercher à s'adresser à un public pluriel

Pour cela, varier les sujets d'enquête et de reportage ; chercher à produire des contenus dignes d'intéresser la société française dans toute sa diversité. C'est plein de nouveaux angles d'articles à explorer... Dans l'iconographie et sur les couvertures, penser à représenter la France dans sa diversité, avec des personnes de diverses origines ethniques.

Veiller au respect du contradictoire

Pour éviter les enquêtes biaisées, bâties sur des préjugés de départ, s'assurer de recueillir des propos contradictoires. Cela aurait permis, par exemple, d'éviter le sujet très orienté de France 2 sur le café prétendument « interdit aux femmes » de Sevran, dont une contre-enquête du Bondy Blog a montré les nombreuses failles.

** « Le terme “migrant” doit être utilisé avec précaution, car il n'est dénué ni d'idéologie, ni d'ambiguïté. Il arrive qu'il serve à opérer un tri entre les personnes qui quittent leur pays selon les causes supposées de leur départ. Les “migrants” feraient ce choix pour des raisons économiques, quand les réfugiés ou les demandeurs d'asile y seraient forcés pour des motifs politiques. (...) La distinction est généralement arbitraire », rappelle la Cimade. Pour faire la distinction entre les expressions « migrant international », « travailleur migrant », « réfugié », « demandeur d'asile », « migrant environnemental », « déplacé interne », « clandestins » ou encore « sans-papiers », voir ici : www.lacimade.org/faq/qu-est-ce-qu-un-migrant/ Attention, le terme « migrant » a aussi été détourné et utilisé à toutes les sauces par le Front national pour faire la distinction entre les « expatriés » des métiers de cadres et les « mauvais immigrés ».

Savoir de quoi on parle : faire attention à l'iconographie et au vocabulaire utilisés

Niqab, hidjab, burqa* : nombreux sont les médias à confondre les types de voiles portés par certaines femmes musulmanes dans les propos ou illustrations de leurs articles. Ceux-ci sont pourtant bien porteurs de symboles différents. Des choix iconographiques confus alimentent l'ignorance et les amalgames. Idem pour migrants**, clandestins ou encore sans-papiers. Il existe plusieurs mots pour définir les personnes qui se déplacent de leur pays vers un autre. Il convient de comprendre dans quels contextes on emploie les uns et les autres.

Garder en tête que le racisme est un délit, pas une opinion

Chaque média est responsable des propos dont il se fait le porte-voix — même lorsque des propos diffamatoires, discriminants et racistes sont signés par des chroniqueur-euses. Par ailleurs, le racisme est plus qu'un « dérapage » (comme on l'entend souvent), c'est un délit. Selon les articles 24, 33 et 34 de la loi sur la Liberté de la presse de 1881, l'injure « en raison de l'origine ou de l'appartenance ou la non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée » est punie de 6 mois d'emprisonnement et de 22 500 euros d'amende. Et apprendre à s'excuser ! Après une remarque raciste envers un collègue ou une titraillle critiquée par les pairs et les personnes concernées, il est préférable de reconnaître ses erreurs. Se corriger, c'est aussi lutter contre le racisme et les stéréotypes.

* Le « hijab » ou « hidjab » est le voile le plus porté par les femmes musulmanes en France, il couvre la tête mais laisse le visage apparent. Son port est encadré par la loi sur le port ostentatoire de signes religieux à l'école de 2004. Le « niqab » est le voile intégral couvrant le visage et laissant apparaître les yeux. Issue des traditions afghanes et pakistanaïses, la « burqa » est un voile intégral avec une grille qui masque les yeux. Ceux-là tombent sous le joug de la loi de 2010 interdisant la dissimulation du visage dans l'espace public.