

**LA REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES
AU SEIN DES MEDIA**

BILAN DES CONNAISSANCES

Rapport final

Marché d'études Appel d'offres du FASILD
n° 2004 28 DED 04
Lot n°1



Juin 2006

Auteurs

Reynald BLION, Institut Panos Paris

Claire FRACHON, Institut Panos Paris

Alec G. HARGREAVES, Winthrop-King Institute for Contemporary French and Francophone Studies, Florida State University

Catherine HUMBLLOT, journaliste

Isabelle RIGONI, Minoritymedia – Migrinter, Université de Poitiers

Contributeurs

Myria Georgiou, Institute of Communications Studies, Leeds University

Sirin Dilli, Université de Paris III / Minoritymedia – MigrInter, Université de Poitiers

SOMMAIRE

GLOSSAIRE	p. 7
MEDIA / IMMIGRES, RELATIONS & REPRESENTATIONS...	p. 9
REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES : UN PREMIER ETAT SYNOPTIQUE DES PRODUCTIONS	p. 11
Des productions qui croissent et qui se diversifient...	
Premières observations chronologiques	p. 12
<i>Une thématique fortement négligée en France jusqu'au début des années 80</i>	p. 12
<i>Les années 80 ; les productions prennent leur envol, toutefois à basse altitude...</i>	p. 13
<i>1990, un tournant s'opère ; les productions deviennent régulières et se diversifient</i>	p. 14
<i>2000 – 2005 – La représentativité des immigrés au sein des media ; un thème devenu central</i>	p. 15
Un regard venu d'ailleurs...	p. 16
<i>Les Etats-Unis, un Etat pionnier ?</i>	p. 16
<i>L'Allemagne, une relation media /migration en pleine évolution</i>	p. 16
<i>La Grande-Bretagne, le multiculturalisme en étendard</i>	p. 19
REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES AU SEIN DES MEDIA ; INSTITUTIONS PUBLIQUES ET SOCIETE CIVILE A L'INITIATIVE	p. 21
Acteurs institutionnels et société civile en France ; pratiques anciennes pour prise de conscience récente !	p. 21
<i>Le FASILD, un acteur majeur, même si peu visible, pour une meilleure représentativité.</i>	p. 21
<i>Premiers investissements du FASILD ; les émissions spécifiques lancent le débat...</i>	p. 22

*Un premier changement pour le FASILD, le diffuseur s'implique
Financièrement* p. 24

*Nouvelle évolution, le FASILD comme partenaire financier d'une
production créée par d'autres* p. 25

*Le FASILD généralise ses partenariats financiers et de soutien à
la production* p. 26

*Le FASILD, un acteur plus discret de la production
radiophonique* p. 27

*Des émissions spécifiques aux partenariats multiples, le FASILD
précurseur d'actions, aujourd'hui, indispensables* p. 28

***Les organisations de la société civile, aiguillons
complémentaires du débat « media / immigrés »*** p. 29

*Après le FASILD, de nouveaux acteurs entrent en scène, les
organisations de la société civile* p. 29

*Le Collectif Egalité ; spectacles et provocations, le débat devient
incontournable...* p. 30

Le Collectif ; un agitateur trop visible ou un acteur trop efficace? p. 30

De nouveaux clubs pour une action plus en profondeur ? p. 31

***Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, réguler pour mieux
représenter*** p. 33

*Le CSA, un acteur récent en faveur d'une meilleure
représentativité des immigrés à l'écran* p. 33

Les premières initiatives du CSA portent sur la télévision p. 33

Nouvelles interpellations du CSA, nouveaux engagements p. 34

***Le Haut Conseil à l'Intégration, un nouveau soutien pour une
meilleure représentation des minorités...*** p. 36

*A l'initiative d'un de ses membres, le Haut Conseil à l'intégration
s'immisce enfin dans le débat...* p. 36

*Un premier avis du HCI sur la diversité culturelle dans
l'audiovisuel* p. 37

Le pouvoir politique, une implication contrastée au fil du temps p. 38

*Le pouvoir politique, un premier temps très impliqué sur les
émissions spécifiques* p. 38

<i>Une évolution contrastée de l'implication du pouvoir politique</i>	p. 39
<i>Début 2000, le pouvoir public en réaction aux initiatives prises d'autres</i>	p. 39
<i>Le pouvoir politique propulsé sur le devant de la scène, des actions sont devenues inévitables...</i>	p. 40
Acteurs institutionnels et société civile ; autres modèles, autres pratiques venus d'ailleurs	p. 42
<i>L'Europe, espace de débats et d'échanges longtemps déserté par la France !</i>	p. 42
<i>Le Royaume-Uni, un modèle différent pour des résultats très contrastés</i>	p. 44
<i>Inclusion versus intégration, un modèle britannique bien différent...</i>	p. 44
<i>Des institutions, acteurs des politiques publiques volontaristes aux pouvoirs peu contraignants</i>	p. 44
<i>L'OFCEM, nouvelle agence, nouvelles formes de régulation</i>	p. 46
<i>Outre-atlantique, acteurs institutionnels et société civile aux pouvoirs limités par le marché</i>	p. 46
<i>Une agence de régulation aux pouvoirs très relatifs, des jugements contradictoires et peu de résultats</i>	p. 47
<i>Les organisations de la société civile américaine ; lobby pour une meilleure représentation...</i>	p. 48
<i>La fragmentation du marché, une menace à l'influence des organisations de la société civile</i>	p. 49
MEDIA & REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES ; PRATIQUES ET REALITES D'UNE RELATION AUX MULTIPLES ENJEUX	p. 51
Les media en France, un double rôle. Débattre, pour beaucoup ; Agir enfin, pour certains...	p. 51
<i>Représentativité des immigrés ; la télévision française, objet du débat, la presse écrite, acteur du débat...</i>	p. 51

<i>Une première période marquée par les émissions spécifiques et l'ouverture progressive du débat au sein des media</i>	p. 52
<i>1999 - ... Multiplication des débats et des thèmes abordés au sein des media</i>	p. 54
<i>Représentativité des immigrés au sein des media ; la télévision française, principale actrice de changement ?</i>	p. 56
<i>TF1, effet d'annonce pour changement de fond ?</i>	p. 57
<i>France Télévisions, changement en profondeur pour visibilité limitée ?</i>	p. 58
<u><i>Des émissions spécifiques, des nominations et enfin un plan d'action global</i></u>	p. 59
<u><i>Un plan d'action positive pour l'intégration ; très volontaire mais peu visible ?</i></u>	p. 60
<u><i>Au-delà des effets d'annonce, 2 exemples d'action à France Télévisions dans le domaine de l'information</i></u>	p. 61
<i>Pour Canal +, nul besoin de décret et pourtant...</i>	p. 63
<i>M6, la petite chaîne qui ne monte pas dans le train de la diversité ?</i>	p. 64
<i>Radio France, seul groupe radiophonique à s'engager en faveur de la diversité</i>	p. 64
Les media allemands : des émissions aux radios spécifiques...	p. 65
<i>Des émissions spécifiques aux objectifs multiples...</i>	p. 65
<i>Des émissions aux stations spécifiques, une évolution non généralisée</i>	p. 66
<i>Emissions, radios spécifiques et modèle d'intégration...</i>	p. 67
Les media britanniques – des pratiques souvent citées en exemple...	p. 69
<i>La presse britannique se sent, aussi, peu concernée...</i>	p. 69
<i>L'autorégulation, comme valeur centrale d'une gestion libérale de l'audiovisuel</i>	p. 70
<i>Un réseau des principaux opérateurs pour une autorégulation des questions de représentations des minorités</i>	p. 70
<i>Compter la diversité suffit – il ?</i>	p. 71

Les media américains, diversité et intérêts commerciaux p. 74

D'HIER A AUJOURD'HUI, QUELLE REPRESENTATIVITE POUR QUELLE REPRESENTATION DES MINORITES A L'ECRAN ? p. 76

Le Royaume-Uni, un exemple, aujourd'hui, à suivre ? p. 77

Le déclin de la programmation multiculturelle britannique p. 78

Initiatives importantes des media / visibilité moindre des minorités, le paradoxe britannique ? p. 79

Le point de vue des producteurs p. 80

Le point de vue du public, des publics... p. 81

Quelle représentation, aujourd'hui, des minorités visibles au sein des media britanniques ? p. 83

Les Etats-Unis ; un marché très morcelé, une visibilité des minorités limitée p. 83

Représentativité des immigrés au sein des media allemands, le débat évolue lentement p. 85

Autorités publiques et gouvernements régionaux en question p. 85

Media / Immigrés, une représentation encore très marquée par la stigmatisation p. 85

Quelle représentativité pour quelle représentation des immigrés au sein des media français ? p. 86

Représentativité / Représentation des immigrés, un sujet récent centré sur la télévision en France p. 86

Représentativité / Représentation des immigrés au sein des media, quelques thèmes marquants p. 87

Des «banlieues» aux «quartiers» p. 87

L'insécurité p. 89

L'islam p. 90

<i>De l'anti-racisme à la lutte contre les discriminations</i>	p. 92
<i>Passé colonial, immigration postcoloniale et communautarisme</i>	p. 93
<i>Les minorités, visibles et invisibles</i>	p. 95

ET DEMAIN ? QUE FAIRE... **p. 97**

Continuer et élargir l'observation et l'action des media, de tous les media...	p. 97
<i>S'intéresser à la presse, à l'Internet, sans oublier la radio...</i>	p. 97
<i>Télévisions ; priorité à la fiction et à l'évaluation</i>	p. 98
<i>Les media minoritaires, communautaires, ethniques... Les media des diversités, un intérêt récent à approfondir</i>	p. 99
<i>Les media transnationaux, notamment satellitaires, restent, aussi, méconnus...</i>	p. 101
Prendre en compte l'opinion publique, les minorités visibles	p. 101
<i>Multiplier les études d'audience et de réception envers une opinion publique, aujourd'hui, très absente du débat</i>	p.102
<i>Envers les minorités visibles, encore inaudibles en France</i>	p. 102
<i>Et les professionnels des media issus des minorités visibles...</i>	p. 103
D'autres thèmes sont aussi à explorer...	p. 104
<i>La publicité</i>	p. 104
<i>Les rapports de genre</i>	p. 105

VISIBILITE DES MINORITES ; LES FRANÇAIS SONT PARTAGES, LA DEMOCRATIE AVANCE **p. 106**

EXTRAITS BIBLIOGRAPHIQUES**p. 107**

Ouvrages, articles scientifiques et autres rapports**p. 107****Articles de presse****p. 122****Productions audiovisuelles****p. 124****Rencontres et autres colloques****p. 125****ANNEXES****p. 127**

Liste des personnes consultées**p. 128****Principaux centres ressources visités****p. 129**

GLOSSAIRE

ACTV	Amherst Community Television
ADAMI	Société de gestion collective des droits de propriété intellectuelle des artistes interprètes
ADEC	Association Dialogues entre les Cultures
ADRI	Agence pour le Développement des Relations Interculturelles
AFHIS	Association Faire de l'Histoire
ARA	Association des Rencontres Audiovisuelles
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland - Communauté de travail des établissements de radiodiffusion de droit public de la République Fédérale d'Allemagne
BBC	British Broadcasting Corporation
BET	Black Entertainment Television
BFI	British Film Institute
BSC	Broadcasting Standards Commission
BVP	Bureau de Vérification de la Publicité
CBS	Columbia Broadcasting System
CDN	Cultural Diversity Network
CIEMI	Centre d'Information et d'Etude sur les Migrations Internationales
CNC	Centre National de la Cinématographie
CNV	Centre National de la Ville
CRAN	Conseil Représentatif des Associations Noires
CRE	Commission for Racial Equality
CSA	Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
DPM	Direction de la Population et des Migrations
EPRA	Echanges et Productions Radiophoniques
FASILD	Fonds d'Action et de Soutien pour l'Intégration et la Lutte contre les Discriminations
FCC	Federal Communications Commission
FIJ	Fédération Internationale de Journalistes
GMTV	Good Morning Television
GRREM	Groupe de Recherche sur la Relation Enfants Médias
HCI	Haut Conseil à l'Intégration
HRT	Hrvatska Radio Televizija
ICEI	Information, Culture et Immigration
IFOP	Institut Français d'Opinion Publique

INA	Institut National de l'Audiovisuel
ITC	Independent Television Commission
ITN	Independent Television News
ITV	Independent Television
LCI	La Chaîne de l'Information
MRAP	Mouvement contre le Racisme et pour l'Amitié entre les Peuples
MT	Music Television
MTDP	National Telecommunications Development Programme
NAACP	National Association for the Advancement of Colored People
NAPALC	National Asian Pacific American Legal Consortium
NBC	National Broadcasting Company
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NLMC	National Latino Media Council
NTIA	National Telecommunications and Information Administration
NTIC	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
NUJ	National Union of Journalist
OBE	Original Black Entertainment
OFCOM	Office of Communications
ONPCI	Office National pour la Promotion Culturelle des Immigrés
ORB	Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg
PBME	Public Broadcasting for a Multicultural Europe
PBS	Public Broadcasting Service
PCC	Press Complaints Commission
RFI	Radio France International
RMC	Radio Monte Carlo
RTL	Radio Télévision Luxembourg
SFB	Sender Freies Berlin
SMG	Scottish Media Group
TF1	Télévision Française 1
UER	Union Européenne de Radiodiffusion
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation
UPN	United Paramount Network
WB	Warner Bross
WDR	West Deutsche Rundfunk
WLBT	Radio locale affiliée au réseau NBC (National Broadcasting Company)

MEDIA / IMMIGRES, RELATIONS & REPRESENTATIONS...

L'analyse de la relation entre « présence des immigrés », plus globalement des minorités visibles, au sein des media et « représentations de l'immigration » au sein de l'opinion publique constitue un préalable contextuel à la définition et à la mise en œuvre des politiques d'intégration et d'insertion des populations issues de l'immigration, de leur efficacité et pertinence. Interroger l'état de la recherche relative à la représentativité et la représentation des immigrés au sein des media peut contribuer à mieux définir les contours de ces mêmes politiques et les contenus des programmes les déclinant.

La représentativité (nombre et visibilité) et la représentation (contenus diffusés et mode de traitement) des personnes issues de l'immigration dans les media influencent l'opinion publique dans la construction de ses représentations, de ses stéréotypes et donc dans son acceptation des altérités constitutives de la société.

Inversement, les perceptions que l'opinion publique a des groupes issus de l'immigration vont, également, influencer les représentations échangées dans les productions médiatiques sur l'immigration et sur les personnes issues de l'immigration, parfois réalisées, voire diffusées, par elles-mêmes, et ce d'autant plus que les professionnels des media (producteurs, rédacteurs, éditeurs, journalistes, scénaristes, publicitaires...) sont des acteurs à part entière des sociétés dans lesquelles ils développent leur activité. Les contraintes économiques de rentabilité des groupes médiatiques semblent, parfois, pour ne pas dire souvent, façonner les choix éditoriaux et de production. En répondant à une demande (l'opinion publique) – et surtout à la perception qu'elle en a – l'offre (les media) peut contribuer à entretenir, voire renforcer, des représentations et des stéréotypes susceptibles de confirmer en retour les représentations de l'opinion publique relatives aux personnes issues de l'immigration.

Or le positionnement de l'opinion publique, en régime démocratique, est un élément déterminant dans la définition et la mise en œuvre des politiques publiques. Dans le champ de l'intégration et de la lutte contre les discriminations à l'égard des personnes issues de l'immigration, le positionnement de l'opinion publique peut être un facteur déterminant du volontarisme des politiques mises en œuvre. Ainsi, modifier la perception de l'opinion relative à l'immigration et aux minorités visibles peut être un élément positif contribuant à un accroissement de l'efficacité des politiques et dispositifs publics.

Parce que les media ont une double responsabilité en ce sens, que, d'une part, ils influent sur les préoccupations de l'opinion publique, en déterminant l'agenda (ce à quoi il faut penser) et, d'autre part, ils contribuent à façonner la perception de la réalité par cette même opinion publique (ce qu'il faut penser), toute politique, toute action volontariste dans le domaine de l'intégration et de la lutte contre les discriminations doit pouvoir comprendre un volet en direction des media. Autrement dit, les media constituent un des groupes d'acteurs sur lesquels peut se fonder une amélioration de l'insertion et de l'intégration des personnes issues de l'immigration, et donc de l'acceptation de leur altérité, comme composante de la société.

Pour les groupes issus de l'immigration, les représentations diffusées par les media, et donc la perception qu'ils auront d'eux-mêmes dans ces productions médiatiques, peuvent contribuer à forger des modes de comportement sociaux propres. Se reconnaître dans sa société est une des toutes premières étapes de l'insertion sociale. Or cette reconnaissance passe également par l'image renvoyée par les media, témoins des dynamiques sociales contemporaines. Les productions médiatiques doivent alors pouvoir être en mesure d'être le reflet de la diversité constitutive de la société, si l'objectif est l'inclusion et l'insertion de cette diversité dans une même communauté.

Ainsi, non seulement les media influent sur l'acceptation de l'altérité propre à chaque société mais ils influent aussi sur la capacité et les possibilités d'insertion des diversités dans un ensemble commun. Partant de ces différents constats, l'analyse de l'impact des productions médiatiques – sous le prisme de la représentativité et de la représentation des personnes issues de l'immigration – doit permettre de mieux comprendre les mécanismes de positionnement, et donc d'évolution, de l'opinion publique et ainsi autoriser une meilleure définition des politiques publiques dans le domaine de l'intégration et de la lutte contre les discriminations. Mais elle doit aussi permettre de mieux comprendre les mécanismes de positionnement et d'intégration des personnes issues de l'immigration à l'égard de la société. Compte tenu du caractère relativement récent de la recherche mais aussi de la production médiatique en France sur la représentation et la représentativité des immigrés au sein des media, l'analyse et la compréhension de ces mécanismes et dynamiques se trouveront enrichies d'un regard sur les pratiques observées au sein d'autres sociétés, notamment européennes (Royaume-Uni, Allemagne) et nord-américaine (Etats-Unis).

En effet, dans ces différents pays, la longue expérience de la recherche scientifique sur les media, notamment concernant la représentation des groupes issus de l'immigration, mais aussi les pratiques d'actions positives en Grande-Bretagne, visant à atteindre des objectifs, ou encore de discriminations positives aux Etats-Unis, fondés sur l'idée de quotas, mises en place au sein des groupes médiatiques, notamment publics, constituent un éclairage complémentaire indispensable à une meilleure compréhension des dynamiques en cours et de leur impact. De plus, si les media issus des migrations font preuve d'un réel dynamisme dans ces mêmes pays comme en France, la recherche scientifique, qui leur est consacrée, y est beaucoup plus forte qu'en France. Ainsi, les productions scientifiques et médiatiques sur les media réalisés par et pour les personnes issues de l'immigration contribueront également à poursuivre la réflexion sur l'amélioration de la représentativité et son impact sur les processus sociaux d'insertion et d'intégration.

A partir d'un état des lieux de la connaissance en France, complété par un aperçu de cette même connaissance dans différents pays européens ou nord-américains, l'étude interrogera les différentes politiques voulues ou choisies, d'une part, par les pouvoirs publics français et, d'autre part, par les groupes médiatiques. Partant de ces différents constats auxquels s'ajouteront différentes observations venues du Royaume-Uni, des Etats-Unis ou encore de l'Allemagne, sera proposé un premier regard sur l'impact des diverses initiatives en faveur d'une meilleure représentation des immigrés au sein des media. Enfin, alors que l'étude tentera de donner un bilan de la situation, aujourd'hui, de la représentativité des immigrés au sein des media, elle finira par s'interroger sur les pistes futures possibles pouvant contribuer à renforcer l'expression, tant en terme de visibilité que de contenu, de la diversité des composantes de la société au sein des media en France.

REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES : UN PREMIER ETAT SYNOPTIQUE DES PRODUCTIONS

Au terme du recensement effectué, ce sont plus de 1100 références¹ (productions scientifiques, produits médiatiques, colloques et conférences...), traitant de la représentation et la représentativité des immigrés au sein des media, qui ont été identifiées, et ce quel que soit le pays de référence. Pour celles consacrées uniquement au cas de la France, elles représentent plus de 600 références, 609 exactement. Même si ce recensement ne peut être considéré comme exhaustif, il représente une base non négligeable d'analyse des différentes productions sur la thématique de l'étude.

Toutefois, aucune comparaison ne peut être établie avec les identifications menées en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis puisque, dans le cas de ces trois pays, la pertinence des productions identifiées était privilégiée à l'exhaustivité.

Pour les productions portant sur la France, publiées sur le territoire national pour plus de 90% d'entre elles, ont été dénombrées 244 références dans le domaine de la production médiatique (émission TV et radio, presse écrite...), 306 dans le domaine de la production scientifique (ouvrages, articles de revues scientifiques...) et plus de 40 colloques et autres rencontres (conférences, séminaires...).

Il est à remarquer, également, que si la première production scientifique est publiée en 1971 (Birnholz, Callovi 1971), il faudra attendre la fin des années 80 et le début des années 90 pour que le thème de la représentativité des immigrés au sein des media fasse régulièrement l'objet de publications scientifiques ou médiatiques ; environ une trentaine de références par an sera ainsi publiée ou diffusée à partir de 1989.

Enfin, la régularité des productions scientifiques a effectivement été antérieure à celle des productions médiatiques. En effet, si à partir de 1990, la production scientifique s'accélère et devient régulière, il faudra attendre le milieu des années 90 (1996) pour qu'il en soit de même au sein de la production médiatique ; la presse, écrite ou audiovisuelle, semblant ainsi se faire le relais d'un débat déjà fortement nourri au sein du monde scientifique.

Autrement dit, le monde scientifique – principalement de la sociologie – s'intéresse à la question de la représentation et représentativité des immigrés au sein des media, bien avant les media eux-mêmes, à tout le moins avec une antériorité de 5 ans. Par ailleurs, si la production scientifique augmente fortement au début des années 90, elle va se stabiliser rapidement à une moyenne de 15 productions (ouvrages, articles...) par an. Et ce à la différence des productions médiatiques qui, elles, commencent à croître à partir de 1996 et vont continuer à augmenter pour atteindre le niveau record de plus de 47 productions (articles, reportages, émissions radio ou TV) en 2004.

¹ Pour des raisons de commodités et de lecture simplifiée, les références citées le seront selon la méthode américaine mentionnant le nom de l'auteur ou de l'organisation responsable de la production et l'année de publication ou de diffusion. Ces références sont ensuite répertoriées dans l'extrait bibliographique joint à ce rapport et classé selon le type de productions puis par ordre alphabétique.

Ainsi, il semble bien que les media vont devenir, à partir du milieu des années 90, une véritable caisse de résonance des réflexions et analyses produites par le monde scientifique. Toutefois, d'autres facteurs expliquent également cet « emballement » médiatique, notamment les interventions du Collectif Egalité à la fin des années 90 ou encore le lancement du Plan d'Action Positive pour l'Intégration (PAPI) de France Télévisions au début 2004.

2004 restera une année exceptionnelle que cela soit pour les productions médiatiques ou audiovisuelles ; à elle seule, elle représente plus de 10% de l'ensemble des productions identifiées en France. La fin de l'année 2005 et les six premiers mois 2006 semblent poursuivre la tendance engagée précédemment ; et ce suite aux émeutes urbaines de novembre 2005, à l'intervention du Président Chirac et, enfin, à la nomination de Harry Roselmack au journal de 20H de TF1.

Même si quelques réserves peuvent être émises quant à cette observation, l'écrit, sous forme d'articles de presse ou de revues scientifiques, est de loin préféré à toute autre forme de production ; il représente à lui seul plus de la moitié des productions identifiées sur la France concernant le thème de la représentativité des immigrés au sein des media.

Des productions qui croissent et qui se diversifient... Premières observations chronologiques

Une thématique fortement négligée en France jusqu'au début des années 1980

Les productions scientifiques sur le thème de la représentation des immigrés dans les media n'apparaissent que tardivement en France, notamment au regard de la littérature anglo-saxonne. Pourtant, la France témoigne d'une longue tradition tant en matière d'immigration que de production médiatique.

1881 peut être avancée comme une date symbole. C'est l'année du recensement où le cap du million d'immigrants en France est franchi, entraînant au cours des décennies à venir des crispations d'ordre sécuritaire proches de celles connues actuellement. 1881 est aussi l'année de l'adoption du texte de loi sur la liberté de la presse marquant l'entrée dans une nouvelle ère, permettant à une presse modernisée et innovante de connaître son expansion. A la veille de la Première Guerre mondiale, cette presse est devenue l'une des plus puissantes et des plus prospères du monde.

Devant de tels bouleversements, les sciences sociales en France restent muettes sur la problématique media et immigration, tandis qu'au début du XXe siècle, aux Etats-Unis, l'Ecole de Chicago produit ses premières recherches sur ce thème (Ezra Park 1922). A quelques exceptions près (Pau-Langevin 1975), les premiers travaux en France sur la question semblent plutôt refléter l'initiative de jeunes chercheurs qui y consacrent leurs mémoires ou thèses universitaires (Birnholz et Callovi 1971, Ducoli et Martynow-Remiche 1979, Seguret 1981, Iberakken 1981).

De même, à partir d'un premier inventaire des événements (festivals, rencontres, colloques...), des réalisations audiovisuelles et des publications de presse écrite et au regard des thèmes développés au sein des productions médiatiques, un même constat s'impose : celui du retard de la France sur la Grande-Bretagne et les Etats-Unis concernant la problématique de la représentation de l'immigration et des minorités ethniques dans les media. A ce retard s'ajoutent une approche et une méthode de traitement spécifiques à la France ; le modèle républicain imprégnant les discours, les modes de penser, y compris le vocabulaire utilisé.

1980 ; les productions prennent leur envol, toutefois à basse altitude...

Si le rapport de Françoise Gaspard (1982), concernant l'information et l'expression culturelle des communautés immigrées en France, a fait date et a initié un débat repris par la presse écrite, notamment *Le Monde*, ce dernier s'est, toutefois, concentré sur la question des émissions spécifiques à destination des immigrés (*Le Monde*, 2/11/82 et 23-24/12/84). Au cours de cette période et incitées par les institutions européennes qui, dès le début des années 1970, consacrent des événements à la thématique media et migrations, les institutions françaises vont alors prendre peu à peu conscience de l'enjeu des différentes questions soulevées et commandent quelques recherches (INA 1985 ; IFOP 1989, 1990), notamment à la demande de l'association des rencontres audiovisuelles (ARA).

La revue *Migrations Société* suit attentivement ce dossier dont la presse se fait également l'écho (*Le Monde*, 8-9 janvier 1987, 11-12 octobre 1987, 23-24 juillet 1989, 17-18 septembre 1989, 9-10 septembre 1990, *Le Figaro*, 28 juillet 1989). Plusieurs colloques ou séminaires vont aussi être consacrés à la question (CIEMI 1986, Conseil de l'Europe 1988, ARA 1990...).

Malgré un intérêt nouvellement marqué, il n'en reste pas moins que les études ou les analyses réalisées se concentrent toutes, exclusivement, sur les émissions produites et diffusées à l'attention des populations immigrées à la radio (Radio France Internationale, RFI) et à la télévision (France 3), et ce jusqu'au début des années 90 ; la question essentielle étant alors de savoir si ces émissions, comme *Mosaïque* ou *Rencontres*, répondent aux besoins et attentes des populations immigrées installées sur le territoire. Certaines questions subsidiaires reviennent alors de manière récurrente concernant la qualité de ces émissions, leur poursuite, leur mode de financement ou encore le contrôle de l'Etat.

A partir de 1988 et venus de Grande-Bretagne, plus globalement d'Europe et des Etats-Unis, différents ouvrages apparaissent et abordent de nouvelles thématiques comme celles relatives à la presse immigrée, aux radios communautaires ou encore à la place des métis dans la publicité. La France reste, à cette période, à l'écart de ces nouveaux débats.

1990, un tournant s'opère ; les productions deviennent régulières et se diversifient

A la charnière des années 1980/90, la thématique de l'image et de la représentation des immigrés dans les media continue de s'évoluer et le nombre de productions s'accroît, notamment dans la littérature scientifique.

Le CIEMI, en plus du traitement régulier de cette problématique dans sa revue *Migrations Société* (1989), réalise, en 1991, à la demande de l'ARA, la première enquête qui porte non plus sur les émissions spécifiques destinées aux immigrés, mais sur la présence et la représentation des minorités ethniques à la télévision française. Il s'agit d'une analyse plutôt quantitative portant sur les journaux télévisés, les documentaires, les fictions et les jeux.

A l'instar du CIEMI (*Migrations Société*, 1989, 1992, 1994, 1995), des revues spécialisées consacrent des dossiers et des numéros spéciaux, tous publiés dans la première moitié des années 1990 (*Migrants-Formation* 1990, *MediaScope* 1993). Les recherches sont majoritairement sociologiques (Lorreyte 1988, Bonnafous 1990, Bosséno 1990, Dewitte 1990, Boubeker, Perotti 1991, Bourdon 1991, Battegay et Boubeker 1993, Bensalah 1997, Hargreaves 1993, 1997) ou historiques (Giraud 1993, Gastaut 1997, Georges-Picot 2001, Mills-Affif 2004). Certaines publications sont issues de colloques (Frachon, Vargaftig 1993). D'autres, enfin, prennent la forme de rapports (Le Van 1989, RSF 1992).

L'accélération remarquée du côté des publications scientifiques va s'étendre tant aux productions médiatiques qu'aux rencontres et autres manifestations, scientifiques ou non (Chevilly-La-Rue 1991, ADEC 1992, Conseil de l'Europe 1995).

La presse, principalement *Le Monde*, *Libération* ou encore *Le Nouvel Observateur*, ainsi que la radio, notamment France Culture, et la télévision, que cela soit France 2 ou France 3 (principalement à travers leurs magazines), se font le relais des questions posées sur l'intégration, sur la représentation des immigrés à la télévision, sur la banlieue, sur la réception satellitaire...

Si 1990 est l'année charnière de l'envolée de la production scientifique, 1995 sera celle de la production médiatique. A partir de cette date, la production d'articles de presse devient continue et régulière ; celle-ci s'accompagnant d'une diversification remarquable des thèmes et des approches que les chercheurs continuent, par ailleurs, d'enrichir.

Ainsi qu'ils soient de presse écrite, de radio ou encore de télévision, ces media évoquent le magazine *Saga-Cités* sur France 3 (*Le Monde* en 1996, 1998, 2000), le festival de Douarnenez (*Le Monde* 1996, *France Culture* 1996), le traitement de la banlieue (*Le Monde* 1997, *Saga-Cités* 1998, *France Culture* 1998) ou encore des minorités aux Etats-Unis (*Le Monde* 1996, 1997 ; *Le Figaro* 2000) et au Canada (*Le Monde* 2000), la conférence de presse du Collectif Egalité portant sur la discrimination faite aux minorités visibles et aux noirs à la télévision française (*Le Monde*, 1999, 2000 ; *Libération* 1999, 2000 ; *France 5* 2000, *Envoyé Spécial* 2000...), la politique audiovisuelle du gouvernement et la question des quotas (*Le Monde* 2000, *Le Figaro* 1999).

Différentes études viennent alors compléter cette production, notamment celle réalisée pour le compte du CSA sur la présence et la représentation des minorités visibles à la télévision française (Malonga 2000).

Mais plus généralement, le thème de l'immigration dans l'espace radiophonique est souvent abordé dans des recherches plus générales sur les radios (Cazenave 1980, Tievant 1986, Valérien 1989, Karsenti 1991, Brunquell 1992, Génériques 1995, Melas *et alii* 2004). Enfin, il faut souvent attendre le milieu des années 1990 pour lire quelques recherches similaires relatives à la presse écrite (Bonnafous 1991, Lavergne et Siblot 1993, Charon *et alii* 1993, Charon et Mercier 1996).

Au cours de cette période, parmi les thèmes marquants abordés figure, notamment, celui des banlieues (CIEMI 1987, Garnier 1997, Bachman 1989, CNV 1992, Derville 1997, Lochard *et alii* 1998, 1999 ; Hargreaves 1999, Amorim 2002). Les recherches sur media et immigration sont alors le reflet des travaux produits à la même époque dans le champ plus vaste des migrations et qui, pour beaucoup, portent sur ce thème, alors devenu, d'actualité : les cités.

2000 – 2005 – La représentativité des immigrés au sein des media ; un thème devenu central

La contribution du monde scientifique se poursuit. Parmi ces contributions figurent, notamment, l'important travail, précédemment cité, de Edouard Mills Affif (2004) sur les représentations audiovisuelles de l'immigration à la télévision française entre 1960 et 1986 ou encore de Jonathan Mildenhall (2002) sur les minorités ethniques dans la publicité.

Face à l'étude du discours négatif et parfois ambigu des media sur les personnes issues de l'immigration – ou désignées en fonction de leur altérité – de nouvelles recherches sont consacrées à une vision plus positive ou, à tout le moins, s'inscrivant dans une démarche volontariste de lutte contre le racisme (Ouali 1997, Bourges 2000), les stigmatisations (Michel 1998, Abdallah 2000) et les discriminations (Conseil de l'Europe 2000).

A partir de 2000, les colloques et autres rencontres sur le thème de la représentation et la représentativité des immigrés au sein des media continuent également de se multiplier en France ; colloques et rencontres organisés dorénavant, pour la plupart, par ou avec l'aide de l'Etat français et/ou d'organismes publics (ADAMI 2001, GRREM 2003, ARTE 2004, FASILD / HCI / CSA 2004, IISMM-EHESS 2005...).

Alors que le décryptage des images des actualités filmées via les archives voit le jour dans les productions (Dinnemartin, Noiriel 2002), l'EPRA, la banque de programmes radiophoniques et relais de nombreuses radios associatives, met l'accent dans ses productions, et ce dès 2000, sur la lutte contre le racisme et les discriminations et sur le rôle et la responsabilité des media. Par ailleurs, après le regard porté sur le possible ou non possible modèle britannique, via les Etats-Unis arrive la thématique de la discrimination positive.

Un regard venu d'ailleurs...

Les Etats-Unis, un Etat pionnier ?

Aux Etats-Unis, l'analyse de la représentativité des immigrés au sein des media, pour être pertinente, doit se focaliser essentiellement sur le secteur privé. Si les intérêts commerciaux (calculés en termes d'audiences et de recettes publicitaires) sont fondamentaux pour les media américains, leur traitement des minorités ethniques a été influencé par au moins quatre autres facteurs : la législation fédérale, les organismes publics chargés de réguler les media, le système judiciaire et les organisations associatives et militantes.

La plupart de ces études sont effectuées par des universitaires ou à l'initiative d'organisations associatives.

Les études portant sur la représentation des minorités ont généralement deux objectifs : d'une part, de quantifier la présence des différents groupes ethniques à l'antenne et, d'autre part, de qualifier les traits dominants (positifs ou négatifs) apparents dans la caractérisation de ces groupes. Les premières études de ce genre ont privilégié les *Afro-américains* qui, jusqu'à ces dernières années, constituaient de loin la plus importante minorité aux Etats-Unis.

L'essor démographique des Hispaniques ou Latinos (termes généralement interchangeables dans le contexte américain) - qui, au recensement de 2000, ont officiellement dépassé en nombre les Afro-américains - a suscité des études similaires qui leur seront exclusivement consacrées (Rodriguez 1997, Hoffman 2003).

Les autres groupes classés officiellement comme minorités raciales ou ethniques - essentiellement les Amérindiens, les Asiatiques et les Hawaïens - beaucoup moins importants sur le plan démographique, commencent à attirer à leur tour des études de ce genre (NAPALC 2005) ; certaines études englobant la représentation de l'ensemble des minorités (Kamalipour et Carilli 1998).

L'Allemagne, une relation media /migration en pleine évolution

Les toutes premières recherches engagées en Allemagne sur le thème media / immigrés commencent dans les années 1950-60, période des premières fortes vagues d'immigrations en direction du territoire allemand ; mais celles-ci ne feront pas date.

Au cours de cette période, les travaux vont se concentrer, d'une part, sur la consommation médiatique des étrangers résidant en Allemagne, et, d'autre part, sur l'image de ces étrangers diffusée dans les media. Cette période est également caractérisée par la volonté

des autorités publiques fédérales de diffuser de meilleures informations sur les étrangers, et ce en direction de l'opinion publique allemande.

La première analyse importante sur les media et les immigrés en Allemagne date de 1983 (Agi et *alii* 1983). Au cours de cette période, les productions scientifiques allemandes s'intéressent aux téléspectateurs immigrés et à leur consommation médiatique. Jusqu'à présent et pendant de nombreuses années, le gouvernement allemand, tout comme l'opinion publique, considérait que les migrants vivaient dans leur propre *Media-Ghetto* (Hafez 2000); sentiment renforcé par l'arrivée des télévisions produites et diffusées à partir des pays d'origine via les satellites.

A partir du milieu des années 80, les recherches engagées vont contrarier cette conception « intuitive » de la consommation médiatique des personnes issues de l'immigration installées sur le territoire allemand. Notamment, elles vont montrer que les personnes issues de l'immigration « consomment » également les media allemands.

Ainsi, une enquête réalisée en 1985 sous l'autorité du ministère allemand du travail et des affaires sociales (Darkow et *alii*, 1985) va observer que les "étrangers" (les travailleurs invités / *Gastarbeiter*) lisent tout autant les quotidiens allemands que les quotidiens en langue d'origine. Toujours selon cette enquête, les « étrangers » familiers de la langue allemande vont alors fixer leur consommation de media au regard de leur représentation et de leur représentativité médiatique.

Beaucoup plus tard, dans une étude menée par la société d'études de la consommation (Weiß 2001), mettant en relation « *consommation médiatique des migrants turcs et bonne volonté d'intégration* », il ressort que moins d'un tiers des migrants turcs a recours exclusivement aux media d'Allemagne et moins d'un cinquième exclusivement aux media en provenance de Turquie. De plus, le recours aux media en provenance du pays d'origine est inversement proportionnel à l'âge de l'utilisateur. La télévision allemande a la préférence de 70% des personnes interrogées ; et ce dans le cadre d'une consommation régulière. Autrement dit, plus des deux tiers regardent une émission de la télévision allemande au moins 4 fois par semaine ; les chaînes préférées étant celles du réseau privé comme RTL, ProSieben ou encore Sat 1.

La première étude portant sur l'image des immigrés dans les media grand public en Allemagne date, elle, de 1986. Ordonnée par le commissaire du gouvernement aux affaires étrangères, cette étude réalisée par *Merten et alii* (1986) a analysé l'image de l'Étranger dans la presse écrite allemande en utilisant à la fois une méthode quantitative et une méthode qualitative. Le but était de comparer la représentation des travailleurs immigrés/invités au courant des années 60 à celle d'autres étrangers dans la presse à travers les quotidiens, les tabloïds, les hebdomadaires et les magazines (Ruhmann, Kollbeck, Möltgen 1995).

Cette première étude a été le déclencheur d'une production régulière de recherches sur le thème de la représentativité des immigrés au sein des media. Parmi celles-ci figure une publication qui fera date et regroupera diverses études qualitatives et quantitatives

consacrées exclusivement à la thématique de la représentation et représentativité des immigrés. Cette publication a fait suite à une des premières conférences d'importance sur le thème ; conférence ayant réuni les groupes de travail *Deutsche Vereinigung für Politische Wissenschaft* (l'association allemande pour les sciences politiques) et *Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft* (DGPuK, la société allemande pour les media et les sciences de la communication).

Editée par Schatz, Holtz-Bacha et Nieland (2000), cette publication *Medien und Migranten* (Media et migrants) regroupe quelques conclusions majeures issues de différentes études empiriques sur la couverture médiatique de l'immigration, du racisme et de la xénophobie. Elle reste une des principales références pour de nombreuses recherches engagées aujourd'hui.

Après cette publication majeure, les travaux vont se poursuivre en Allemagne autour de la question de la représentativité des immigrés dans les media. En 2002, dans une recherche faite pour le compte de l'Office allemand de l'Information et de la Presse (Hafez 2002), il est montré que se forment et se développent de nouvelles formes transnationales de consommation médiatique au sein des populations issues de l'immigration. Ces nouvelles consommations médiatiques se font via les nouvelles technologies de l'information et de la communication grâce aux satellites, aux chaînes câblées et à l'Internet. Cette étude montre, par ailleurs, que ces nouvelles consommations tendent à compenser, pour les personnes issues de l'immigration, un réel déficit de prise en compte par les media grand public allemands de la diversité de leurs usagers / de leurs clients dans la conception de leurs programmes. Cette situation est d'autant plus paradoxale que, même si l'offre satellitaire explose, les jeunes nés de parents immigrés et résidant en Allemagne n'ont pas, toujours selon cette même étude, le vocabulaire nécessaire pour suivre ces chaînes venues des pays d'origine de leurs parents.

Par ailleurs, cette étude revient également sur la question de la construction de l'identité des « citoyens étrangers » en Allemagne et la relation maintenue avec le pays d'origine. Cette question participe d'un débat houleux en Allemagne, notamment au niveau des Länder. En effet, la plupart des gouvernements régionaux considèrent que la consommation de chaînes satellitaires et de media « communautaires » est le signe d'une intégration non réussie dans la société allemande. L'étude de Hafez en 2002 tend à infirmer cette approche rappelant que les différentes communautés installées sur le territoire allemand - yougoslave, turque ou asiatique... - sont loin de constituer des groupes homogènes et se subdivisent en diverses entités selon les groupes ethniques, religieux, idéologiques ou encore générationnels. A cette hétérogénéité des communautés correspond une variété de comportements en terme de consommation médiatique ; le seul point commun de ces comportements étant de tenter de répondre à une insuffisante prise en compte de ces groupes de populations dans les media grand public allemands.

Il n'en reste pas moins que le résultat majeur de ces différentes études reste d'avoir battu en brèche nombre de croyances de la population allemande mais aussi des autorités publiques quant aux consommations médiatiques des personnes issues de l'immigration, notamment à l'égard des media allemands.

La Grande-Bretagne, le multiculturalisme en étendard

La Grande-Bretagne est considérée comme l'un des pays européens les plus attentifs à la double question du multiculturalisme et de l'intégration (Parekh 1997, Blommesteijn, Entzinger 1999, Husband, Beattie, Markelin 2000) ; ce qui ne signifie nullement qu'il n'y ait pas de discrimination, de racisme ou de phénomènes d'exclusion des minorités.

La société britannique, comme beaucoup de sociétés en Europe, est, de fait multiethnique. Mais elle a aussi ses propres caractéristiques et sa propre histoire. Le caractère multiethnique de la Grande-Bretagne s'est constitué initialement quand les populations de l'empire colonial sont arrivées en métropole pour rechercher du travail et nourrir les besoins de main-d'œuvre au moment du développement industriel du pays. La période d'immigration la plus importante couvre les années allant de 1950 à 1965. Le recensement de 1991 dénombre environ trois millions de personnes appartenant à des minorités ethniques sur une population de 58 millions d'habitants (Modood, Berthoud, Smith, 1997). Une autre caractéristique des minorités ethniques installées sur le territoire britannique consiste en une moyenne d'âge moins élevée que l'ensemble de la population.

A cause de son histoire relative à son passé colonial, la Grande-Bretagne est très sensible aux accusations de racisme (Husband, Beattie, Markelin, 2000). D'aucuns voient dans cette affirmation une explication à la longévité des débats au Royaume-Uni autour des questions de « race » (race talk) mais aussi à la reconnaissance des questions de relations interethniques comme enjeu majeur de politique publique. Depuis le début des années 1960, le débat politique a été traversé par les questions de racisme et d'assimilation des minorités pendant que la recherche scientifique a adopté une approche clairement anti-raciste en faisant la promotion d'une résistance active à toute forme explicite ou implicite de racisme. Dans les années 70 et 80, l'émergence de mouvements racistes – à l'instar de la croissance, et plus tard de sa chute, du *National Front* – a été déterminante dans la création et le renforcement d'un pôle opposé et de promotion de politique anti-raciste.

Ainsi, aujourd'hui la Grande-Bretagne est considérée comme l'une des sociétés les plus multiculturelles d'Europe et Londres, sa capitale, la ville la plus cosmopolite du monde. A cette longue histoire de l'immigration en Grande-Bretagne mais aussi à cette diversité culturelle s'ajoute une tradition multiculturelle distincte de celles connues par divers pays européens. Le multiculturalisme britannique reconnaît depuis plusieurs décennies la diversité comme un élément positif et un facteur dynamique pour la société britannique. Partant de cette reconnaissance, se sont développées diverses pratiques mais aussi une tradition culturelle où les origines et les représentations des différentes communautés ethniques et diasporiques semblent avoir toute leur place et expression. Ainsi, l'Etat britannique a soutenu le développement de projets et d'espaces culturels propres aux minorités résidant sur son territoire ; ces projets et ces espaces étant conçus comme devant être le reflet de l'approche officielle de l'inclusion de la différence.

Cette spécificité britannique, notamment par rapport au cas français, va également avoir une influence sur les politiques de régulation de la communication audiovisuelle et l'industrie médiatique anglaise ; industrie marquée par la puissance et la très longue histoire de son service public de l'audiovisuel. Résultat de l'affirmation de la diversité comme élément positif

pour la société britannique mais aussi du mode de régulation du service public, sera initié, à partir du milieu des années 50, un projet culturel majeur visant à ce que toute l'industrie audiovisuelle s'engage à représenter équitablement tous les groupes constitutifs de la société britannique. La BBC, et plus récemment Channel 4, mettent en œuvre des politiques internes et développent diverses initiatives visant à mieux prendre en compte la diversité des populations installées en Grande-Bretagne.

Si des similitudes historiques peuvent être trouvées entre l'histoire française et britannique, notamment en ce qui concerne la question coloniale et celle de l'immigration, il n'en reste pas moins que les deux modèles sont radicalement différents ; ces différences pouvant contribuer à mieux comprendre certaines dissensions ou différenciations dans la mise en œuvre d'une meilleure visibilité des minorités ethniques au sein des media. Et ce même si les deux modèles, français et britanniques, sont l'un et l'autre générateurs de fortes exclusions et discriminations.

A partir de ces premiers constats tirés des productions médiatiques et scientifiques, quel bilan tirer des évolutions constatées, tant du point de vue des pouvoirs publics que des media, dans les initiatives successives engagées pour assurer une meilleure représentativité des personnes issues de l'immigration au sein du petit écran ? Désormais va être abordé le rôle de divers acteurs impliqués directement ou indirectement dans la définition et la mise en œuvre de ces politiques et programmes d'action. Un regard sera également porté sur les « organisations de la société civile » qui ont pu agir sur ce débat. En s'intéressant ainsi aux acteurs, il s'agit de voir comment les initiatives des uns et des autres, ou les non-initiatives, ont contribué à engager et faire évoluer le débat sur les pratiques en matière de représentation et de représentativité des immigrés.

REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES AU SEIN DES MEDIA ; INSTITUTIONS PUBLIQUES ET SOCIETE CIVILE A L'INITIATIVE

Acteurs institutionnels et société civile en France ; pratiques anciennes pour prise de conscience récente !

La politique des pouvoirs publics sur le plan audiovisuel concernant les immigrés et les minorités a bien sûr dépendu des choix et priorités des différents gouvernements en place mais aussi (et surtout ?) des demandes ou pressions de ces groupes et/ou celles de la société civile, contribuant à un débat qui est devenu de plus en plus vif au fur et à mesure que les revendications identitaires se sont cristallisées, jusqu'à devenir un enjeu national pour la République, dont les media se sont fait de plus en plus l'écho (amplificateur) au cours de ces dernières années. C'est aussi cette relation dialectique entre les différents acteurs qu'on va tenter d'éclairer en regardant de plus près la politique et les pratiques des uns et des autres ; certains ayant été, conformément à leur rôle, de véritables rampes de lancement, d'autres se sentant, jusqu'ici, peu concernés par le débat, et ce malgré leur statut et mission.

Des politiques volontaristes visant à une meilleure prise en compte des populations d'origine immigrée au sein des media existent en France depuis une trentaine d'années. Initialement, elles sont essentiellement le fait du Fonds d'Action Sociale (FAS). Plus récemment, d'autres organismes publics, notamment le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) ou le Haut Conseil à l'Intégration (HCI), sont intervenus aussi dans ce domaine ; et ce bien souvent après avoir subi différentes pressions venues des organisations de la société civile.

Le FASILD, un acteur majeur, même si peu visible, pour une meilleure représentativité des immigrés.

Créé en 1958 pour apporter une aide sociale et familiale aux salariés français musulmans travaillant en France métropolitaine, le Fonds d'Action Sociale (FAS² devenu par la suite FASILD) a vu son action s'étendre progressivement à l'ensemble des travailleurs étrangers installés sur le territoire français « à titre permanent », puis à ceux venant occuper un emploi « à titre temporaire » pour, enfin, développer divers programmes dans le domaine de l'immigration et l'intégration.

Etablissement public sous tutelle du ministère des Affaires sociales, notamment de la Direction de la Population et des Migrations (DPM), ce fonds est alimenté, initialement, par une subvention gouvernementale et la caisse des allocations familiales des travailleurs immigrés dont les enfants sont restés dans le pays d'origine. D'autres ministères ont

² A partir de 2001, le Fonds d'Action Sociale pour les travailleurs immigrés et leur famille – plus connu sous la dénomination FAS – devient le Fonds d'Action et de Soutien pour l'Intégration et la Lutte contre les Discriminations – FASILD. Par commodité, sera retenue la seule appellation FASILD même si les événements relevés se réfèrent à une période antérieure à 2001.

contribué temporairement à son financement, notamment celui des Affaires étrangères, ainsi que les sept pays avec lesquels la France a signé des accords de main d'œuvre. A partir de 2001, le FASILD (précédemment dénommé FAS) voit ses missions s'étendre à l'ensemble des populations issues de l'immigration et intègre dans son champ d'action la lutte contre les discriminations ; son financement est alors assuré directement par le budget de l'Etat.

Premiers investissements du FASILD ; les émissions spécifiques lancent le débat...

Si au fil des années, la mission du FASILD s'est progressivement étendue et son champ d'action élargi, c'est fin 1975 que cet organisme va prendre en charge pour la première fois l'existence d'un magazine spécifique à destination des immigrés à la télévision, « Immigrés parmi nous », une émission de 30 minutes ; qui a, finalement, eu peu d'échos.

L'émission *Mosaïque*, qui remplace un an plus tard ce premier magazine, va faire date. Créée en décembre 1976, l'émission *Mosaïque* entend répondre aux demandes de plus en plus fortes émanant des associations immigrées. *Mosaïque* a trois missions : faire connaître la culture des étrangers vivant en France, permettre aux immigrés de garder des liens avec leur culture d'origine et, enfin, être le point de rencontre de toutes les communautés. Elle est définie comme une émission de service et de divertissement, ouverte à tous les publics, français et immigrés, à qui elle s'adresse en français et en langues d'origine.

Le succès est immédiat, quelques journaux et revues en font état. En 1978, *Le Film Français* évalue à 6 millions le nombre de téléspectateurs, chiffre considéré comme exagéré : un sondage réalisé par la télévision en mai-juin 1977 donne le chiffre jugé plus probable, mais déjà considérable, de 4,5 millions de téléspectateurs (*Le Monde*, 12-13 mars 1978).

Malgré ce succès indéniable, des tensions vont, pourtant, très vite se manifester. Ces tensions se focalisent sur la structure de financement de l'émission ; structure qui fera l'objet de débats vifs au sein des media, notamment de presse écrite.

En effet, même si *Mosaïque* est diffusée par une chaîne de télévision, France 3³ (ex-FR3), cette dernière ne contribue en rien à la production de l'émission *Mosaïque* ; France 3 ne fait que permettre sa diffusion. *Mosaïque* est quasi intégralement financée par le FASILD. Sa production est confiée à une association successivement appelée ONPCI (Office national pour la promotion culturelle des immigrés, créé par le secrétaire d'état Paul Dijoud dans le cadre de sa politique culturelle envers les immigrés), puis ICEI (Information, culture et immigration) suite à des remaniements politico-administratifs conduits par Lionel Stoléro en 1977) et, enfin, ADRI (Agence pour le développement des relations interculturelles) après 1981 et l'arrivée de la gauche au pouvoir.

³ En 1992, la troisième chaîne publique FR3 devient France 3, à l'instar de sa consœur Antenne 2 qui devient alors France 2. Pour des raisons de commodité, ne seront utilisées que les dénominations France 2 et France 3, et ce même si les événements référencés interviennent avant le changement de dénomination.

Marquant l'entrée dans l'ère des émissions spécifiques, *Mosaïque* va focaliser, pendant plus de dix ans, l'attention du monde politique, associatif, notamment issu de l'immigration. Seule émission créée spécifiquement pour les immigrés, et bien que très populaire, *Mosaïque* a, dès le début de sa programmation, fait l'objet de polémiques, qui iront en s'amplifiant, même si ces dernières resteront finalement confinées à un milieu très réservé. La presse écrite, notamment *Le Monde*, va suivre avec beaucoup d'attention l'histoire et l'évolution de cette émission.

Mosaïque va déclencher en réalité les premiers débats sur la question de la représentation et de la représentativité des immigrés au sein des media. Ces débats se déclenchent-ils malgré l'émission ou faisaient-ils partie des objectifs implicites de cette dernière ? Cette question reste ouverte.

Un des points centraux de ces débats porte sur la particularité de la structure de financement et de production de l'émission où la chaîne, qui la diffuse, France 3 ne s'engage, en effet, absolument pas financièrement, et ce malgré son statut de télévision de service public. Bien au contraire, elle loue même son temps d'antenne pour sa diffusion, à la différence d'autres chaînes publiques européennes diffusant également des émissions spécifiques.

Ce mode de production, que seule la France pratique en Europe, va poser continuellement question, et ce d'autant plus que le ministère de tutelle contrôle, parfois de près, le contenu de l'émission, comme en témoigne *Le Monde* du 12-13 mars 1978 au cours d'une enquête publiée sous la forme d'un article d'une page entière.

A partir de 1983, le conseil d'administration du FASILD, qui, entre temps, s'est enrichi de nouveaux membres, décide de mettre en place différents groupes de travail chargés de faire évoluer *Mosaïque*. A l'occasion du 10^e anniversaire de l'émission, le *Monde* daté 8-9 février 1987 relate la péripétie des consultations, réunions, améliorations effectivement apportées à *Mosaïque* ainsi que les résultats d'un sondage Infométrie réalisé début 1986 montrant que si l'émission répond à un besoin très fort des populations issues de l'immigration, celle-ci serait de moins en moins regardée, et ce à cause, notamment, de la sur-représentation de certaines communautés au détriment d'autres.

Progressivement, les critiques vont porter, de plus en plus, sur le fond ; l'émission ne s'ouvrant qu'insuffisamment aux nouvelles immigrations, sous-représentation remarquée des Africains et absence quasi-totale d'autres cultures et des nouvelles immigrations qui arrivent de l'Est, de l'Asie. De même, les besoins des « nouvelles générations » – dénomination impropre pour parler des enfants nés de parents immigrés – ne seraient également pas pris en compte par l'émission.

Si ces questions font partie des débats internes au FASILD, elles sont aussi relayées à l'extérieur, comme en témoignent de nombreux textes, sondages, analyses et interventions dans différents colloques et autres séminaires. Participent au débat public le séminaire « *Media et immigration* », organisé par le CIEMI, Centre d'information et d'études sur les migrations internationales, les 10-11 décembre 1987 à Paris, ou encore celui intitulé

« *Migrants, media et diversité culturelle* », organisé par le Conseil de l'Europe, les 29 novembre-1^{er} décembre 1988 à La Haye. Outre les journaux de presse écrite, des revues spécialisées comme *Migrations société, Hommes et Migration*, vont aussi s'emparer du débat.

Parallèlement, en 1986, et suite à un débat avec le ministère de tutelle et au regard des enjeux posés par les opérateurs du câble, le FASILD ne rebondira pas sur le projet *TV Mondes* ; projet de chaîne multiculturelle qui aurait pu jouer un rôle dynamique par rapport à l'idée d'intégration et à la lutte contre les communautarismes (*Le Monde*, 9-10 novembre 1986).

Malgré le travail de réflexion opéré au sein du FASILD comme de l'ADRI pour faire évoluer *Mosaïque*, le magazine est brusquement arrêté en octobre 1987 pour faire place à une nouvelle émission intitulée *Ensemble aujourd'hui*. Ce magazine a pour objet de s'adresser « aux Français et aux étrangers » et doit s'attacher davantage à intégrer ces derniers à la société française qu'à explorer leurs identités et différences. Cette nouvelle émission aura une durée de vie plus que limitée.

Toujours financée par le FASILD et diffusée par France 3, via la location de son antenne, *Ensemble aujourd'hui* ouvre une ère d'instabilité au regard de la longévité de *Mosaïque*. Entre 1987-1994, le FASILD, sous l'impulsion des pouvoirs publics, expérimente différents magazines autour des questions d'intégration et des populations issues de l'immigration. *Ensemble aujourd'hui*, lancé en 1987, est arrêté en décembre 1988 pour faire place à *Rencontres* en 1989. Toutes ces émissions se succèdent les unes aux autres mais conservent la particularité de *Mosaïque*, à savoir être financées par le FASILD et diffusées par France 3, sans autre engagement ni financier, ni de production de la chaîne de service public. *Migrations Société* (CIEMI, août 1989) retrace sous le titre « *Les émissions spécifiques, de 'Mosaïque' à 'Rencontres'* », l'historique de ces changements.

Un premier changement pour le FASILD, le diffuseur s'implique financièrement

Il faut noter cependant qu'avec *Rencontres* est apparue une modification dans le mode de production de l'émission. En effet, le FASILD retire la responsabilité de la fabrication de l'émission *Rencontres* à l'ADRI pour la confier à une nouvelle structure ; l'Association Rencontres Audiovisuelles (ARA), et ce pour une durée de trois ans. L'ARA, après avoir lancé un appel d'offres auprès d'une quarantaine de producteurs privés et publics, sélectionne deux sociétés ; *Les Films du Sabre*, pour son savoir faire et sa maîtrise audiovisuelle et *l'Agence IM'Média*, pour son lien avec le terrain et ses connaissances des « nouvelles générations ». L'ARA a la responsabilité entière du contenu. Le Figaro du 28 janvier 1989 consacre un article à son démarrage. *Rencontres* apparaît comme un magazine à feuilleter (*Le Monde*, 24 juillet 1989) avec ses rubriques, ses chroniques de sport, de société, de musique, ses conseils juridiques, ses portraits et son grand invité, souvent un homme politique. Les séquences sont rapides, le style moderne, adapté au paysage audiovisuel concurrentiel; le contenu est aussi résolument ouvert à la seconde génération et aux immigrations récentes (Vietnam, Chine, Pakistan, Liban). *Rencontres* intègre le souci de la valorisation des communautés par les portraits qu'elle propose.

En complément de *Rencontres*, via un financement du FASILD, la société de production ANABASE, avec l'ARA et l'association Faire de l'Histoire (AFHIS) crée l'émission *Racines*, proposée par l'historien Gérard Noiriel. Cette série documentaire a pour objectif de raconter l'histoire de l'intégration en France des populations étrangères à travers la généalogie de familles sur plusieurs générations. Vient s'y ajouter une autre émission, destinée aux enfants, *Relais*, de plus petit format (4 minutes), à caractère pédagogique, qui valorise les apports de l'immigration au patrimoine français ; elle est co-produite avec le Centre national de documentation pédagogique.

Rencontres inaugure une nouvelle ère dans les rapports entre le FASILD et France 3. En effet, dès le lancement de l'émission, l'ARA engage des négociations avec France 3 et obtient, en septembre 1990, que la chaîne s'investisse financièrement. Les deux organismes signent une convention de coproduction portant sur 15 heures, aboutissant à ce que la chaîne accepte, pour la première fois, de prendre en charge les coûts de diffusion à l'antenne.

Si à leur lancement, les émissions *Rencontres*, *Racines* et *Relais* étaient diffusées à la suite l'une de l'autre, progressivement, France 3 va faire le choix de les essaimer dans sa grille, à des jours et horaires différents, ce qui va contribuer, indéniablement, à leur faire perdre une grande partie de leur visibilité. *Rencontres* sera supprimée à l'été 1991, par décision du ministre des Affaires sociales, Jean-Louis Bianco qui fermera un peu plus tard aussi l'ARA.

Aucune émission ne vient remplacer *Rencontres* pendant l'année 1992. Mettant fin à cette vacance, le FASILD décide de lancer lui-même directement un appel d'offres pour la réalisation d'un magazine quotidien de service. D'une durée de 30 minutes, et diffusé à 7 heures du matin sur France 3, ce magazine, intitulé *Premier service*, est réalisé par l'agence Point du jour. Il a pour mission de s'adresser à un public plus large, dans une optique plus fédératrice, et de favoriser les échanges entre le public français et immigré, ainsi qu'entre les immigrés eux-mêmes. La formule démarre en février 1993 ; elle est jugée très vivante, mais sérieusement pénalisée par l'horaire trop matinal (!) (*Le Monde*, 15 février 1993).

Remaniée dans son format, l'émission est reconduite en novembre 1994 puis finalement arrêtée peu après pour des raisons qui, selon certains, semblent tenir davantage de rivalités politico-administratives entre le FASILD et la DPM que d'une réflexion sur le contenu. *Premier service* sera la dernière émission prise en charge par le FASILD ; ouvrant ainsi une nouvelle ère dans la stratégie du Fonds en ce qui concerne sa politique audiovisuelle.

Nouvelle évolution, le FASILD comme partenaire financier d'une production créée par d'autres

A partir de 1991, le FASILD amorce un nouveau changement, au travers de sa participation au magazine *Saga-Cités* ; magazine créé et produit par France 3 Ile-de-France en partenariat avec diverses institutions. Il s'agit pour le FASILD du premier soutien qu'il apporte à un magazine traitant des questions de l'intégration et de l'immigration dont il n'est pas à l'initiative, directement ou indirectement, tant sur le plan de la création que de la production.

Depuis décembre 1991, France 3 Ile-de-France diffuse, en effet, un magazine hebdomadaire de 26 minutes, *Saga-Cités*, dont l'approche va intéresser le FASILD. Ce magazine veut rompre avec les stéréotypes habituels sur la banlieue et prône pour cela une démarche nouvelle. Axé sur la vie des jeunes dans les cités, le magazine, diffusé par la suite sur l'antenne nationale, se fait remarquer par son regard à contre-courant des images catastrophistes habituellement diffusées sur la banlieue. Coproduit par la délégation interministérielle de la ville (DIV), la Caisse des dépôts et consignation et le FASILD, *Saga-Cités* est, régulièrement, cité en exemple. Déplacé plusieurs fois dans la grille par la chaîne, il finit par perdre lui aussi peu à peu de sa visibilité et sera supprimé en juin 2002, malgré les remous provoqués, notamment au sein de la presse mais aussi du monde associatif, par cette décision. *Saga-Cités* sera le dernier magazine, et ce jusqu'à ce jour, à traiter régulièrement et se consacrer spécifiquement aux thématiques des banlieues, de l'immigration, de l'intégration, plus globalement du vivre ensemble.

L'amorce de changement, introduite par la participation du FASILD dans un magazine dont il n'est pas à l'initiative, se confirme et va mener progressivement à une politique de diversification touchant désormais tous les domaines.

Le FASILD généralise ses partenariats financiers et étend sa politique d'aide à la production...

Cette stratégie est liée aux constats établis en 1995 par Jean-Michel Belorgey (Belorgey, 1995), président du FASILD, qui, parmi les déficits en terme de représentation de l'immigration à la télévision, cite, entre autres, la présence insuffisante ou inadaptée des personnes issues de l'immigration dans les programmes ou encore le misérabilisme social dans lequel ces mêmes programmes sont souvent tentés de les emprisonner. Par ailleurs, la multiplication de l'offre télévisuelle – câble, satellite – au cours des années 1990, ou encore le fait que l'immigration et l'intégration soient devenues des faits de société traités plus régulièrement dans les magazines, les documentaires, les fictions, les séries ou encore sitcoms (par exemple, *Fruits et légumes* en 1994) ; tout cela conduit le FASILD à revoir et à adapter sa politique audiovisuelle.

L'axe principal de cette politique va de plus en plus vers une diversification des soutiens aux productions, et ce en visant tous les publics. D'où la politique d'aide, à partir de 1995, à tous les genres audiovisuels : documentaire, fiction, magazine, court-métrage, divertissement...

Dès 1991, le FASILD avait mis en place une « commission audiovisuelle », dont le budget – en baisse au cours des dernières années – est compensé par l'apport des chaînes engagées dans les productions et par celui du Centre National de la Cinématographie (CNC). Cette commission du FASILD va dès lors aider une centaine de productions par an, en privilégiant les œuvres qui traitent de l'histoire de l'immigration, de la banlieue, des jeunes, de la vieillesse ; les clandestins, les réfugiés ne font pas partie de ses priorités. Peu d'articles dans la presse font écho à cette politique innovante et dynamique du FASILD ; politique sans laquelle des documentaires importants, tels que « Mémoires d'immigrés » de Yamina Benguigui ou « D'où viennent les Français ? » (série documentaire), n'auraient pas vu le jour.

Dans la continuité de cette évolution, le FASILD et France 3 signent, après l'arrêt de Saga-Cités en septembre 2002, un accord-cadre sur trois ans (renouvelé en avril 2006) portant sur tous les genres télévisuels. Dans le cadre de cet accord, les deux partenaires s'engagent sur une collection de documentaires (notamment, « *Chez moi la France* »), diffusée une fois par mois en deuxième partie de soirée, sur la production d'au moins une fiction par an diffusée en première partie de soirée, sur diverses actions en lien avec les régions (série « Télécity », organisation de séminaires de réflexion), sur la programmation d'une « semaine de l'intégration » mobilisant l'ensemble de la grille des programmes. Dans le dossier de présentation de la « Semaine de la diversité » de mai 2006 remis à la presse, Patricia Sitruk, directrice générale du FASILD, déclare qu'il est essentiel de « *mettre à profit tous les moyens disponibles pour instiller davantage de diversité dans les médias et continuer à agir sur les représentations afin de rendre possible l'égalité des chances* ».

Le FASILD, après avoir bâti des rapports privilégiés avec France 3, dit vouloir aujourd'hui étendre ses actions en direction des autres chaînes. Si le FASILD ne souhaite pas accélérer les initiatives, il est de plus en plus convaincu que la fiction est un terrain d'action essentiel pour modifier les mentalités, les préjugés. De plus, le changement de nom de l'organisation, en 2001, s'accompagne d'une modification et d'un élargissement de ses missions, qui comprend, aujourd'hui, la reconnaissance de la diversité culturelle - d'où le soutien au colloque « Ecrans pâles », aux côtés du HCI et du CSA, d'avril 2004 - la valorisation de l'histoire et de la mémoire de l'immigration, les apports culturels des pays d'émigration, et bien évidemment, en premier lieu, la lutte contre les discriminations.

Le FASILD, un acteur plus discret de la production radiophonique

Parallèlement à la politique menée en direction de la télévision, le FASILD développe également une action dans le secteur radiophonique. Dans un premier temps, il contribue au financement d'émissions produites et diffusées par RFI en langues étrangères. Financement qui a fait l'objet de débats tant au sein du FASILD qu'à l'extérieur. En effet, évoquant l'agitation provoquée par la rumeur d'une possible disparition de ce financement (*Le Monde*, 23-24 décembre 1984), le journal s'étonne qu'en vingt ans il n'y ait pas eu d'enquête sérieuse pour évaluer l'impact réel de ce genre de financement, hormis le rapport Gaspard (Gaspard 1982) et un mémoire de maîtrise (De Oliveira 1984) soutenu à l'Institut français de presse. De ce dernier travail ressort un jugement partagé sur ces émissions tout en se demandant si, parmi les nouvelles radios associatives (appelées radios libres à l'époque), les radios communautaires ne rempliraient pas mieux les objectifs assignés à ces émissions. Cette question semble aussi se poser au sein du FASILD, mais elle n'aura que peu d'écho dans la presse. Ces financements - destinés à la production et diffusion d'émissions sur lesquelles le FASILD ne dispose d'aucun droit de regard - sont arrêtés à la fin des années 80.

Dès 1981, le FASILD va contribuer au développement de radios associatives, dites « communautaires », en leur apportant son soutien. De plus, tout en maintenant une aide directe aux radios - le FASILD soutient plus de 60 radios à ce jour - le FASILD va participer, en 1992, à la mise en place d'une banque d'échanges de programmes (EPRA) fédérant aujourd'hui 120 radios associatives.

L'EPRA - Echanges et Productions Radiophoniques - est un groupement d'intérêt public qui diffuse trois heures de programmes par jour ; programmes fournis par les radios membres qui, en retour, peuvent venir puiser, pour compléter leur programmation, dans les stocks de la banque. L'EPRA privilégie dans ses productions trois thématiques : intégration, lutte contre les discriminations et mémoire de l'immigration. Suite à une enquête réalisée par Ipsos Media (Ipsos Media 2005) auprès des 104 radios membres de l'EPRA, il ressort une demande très forte pour l'élargissement des thèmes abordés au sein de la production et pour la numérisation des émissions. Notamment, il est recommandé de traiter de l'immigration d'un point de vue plus global et historique et de s'ouvrir aux luttes contre les discriminations de toutes les minorités. A noter que cette diversification aboutira, dix ans plus tard, à également soutenir des magazines de la presse écrite de la diversité, comme *Respect Magazine*.

Des émissions spécifiques aux partenariats multiples, le FASILD précurseur d'actions, aujourd'hui, indispensables

Deux périodes majeures caractérisent donc l'évolution de la politique audiovisuelle du FASILD. Dans ses premières initiatives, le FASILD a privilégié le soutien à des émissions dites spécifiques, ciblant les immigrés et leurs familles, tout en espérant sensibiliser le grand public envers les nouveaux venus. *Mosaïque*, *Rencontres* ou encore *Premier service* sont emblématiques de cette première phase d'engagement du FASILD dans l'audiovisuel. En opérant ainsi, et ce quels que soient les objectifs de l'une ou l'autre de ces émissions, il est indéniable que le FASILD a joué un rôle déterminant dans le développement du débat sur la présence et la visibilité des populations issues de l'immigration dans les media, plus particulièrement sur le petit écran. Il suffit, pour s'en convaincre, de se souvenir des débats suscités (cf. partie suivante) par ces différentes émissions au sein de la presse écrite.

Il n'en reste pas moins que l'audience de ces émissions spécifiques s'est peu à peu effritée pour de multiples raisons : mauvais choix de programmation et d'horaires ou déficits dans la couverture de certains sujets. C'est aussi au cours de cette période que les media complémentaires prennent leur essor. Ceux-ci - diffusés par cassettes vidéo, câble ou encore satellite - permettent aux populations d'origine immigrée d'accéder à des produits médiatiques spécialisés sans avoir à passer par les chaînes de télévision hertziennes. La période des émissions spécifiques, financées par le FASILD, sera définitivement close au milieu des années 90.

La participation du FASILD au financement de l'émission *Saga-Cités*, entre 1991 et 2002, a ouvert, comme expliqué précédemment, une nouvelle ère stratégique pour sa politique télévisuelle. En effet, pour la première fois, le FASILD soutient une émission dont il n'est pas à l'initiative. Cette nouvelle stratégie va se confirmer et aboutira, 15 ans plus tard, à ce que le FASILD ne finance plus aucune émission spécifique ; le FASILD va, dorénavant, privilégier les émissions visant le grand public (téléfilms, documentaires, etc.) pour renforcer le rôle de sensibilisation que peuvent jouer celles-ci dans les relations entre les différentes composantes de la société. En faisant ainsi évoluer sa politique audiovisuelle, le FASILD va aussi amener sur son terrain les chaînes publiques, et notamment France 3, qui, d'acteur passif, du fait de la simple location de son antenne, devient progressivement créatrice et productrice directe d'émissions, avant d'être le partenaire privilégié de la politique audiovisuelle du FASILD.

Ainsi, le FASILD a-t-il été indéniablement le précurseur de moult initiatives qui, aujourd'hui, existent pour améliorer la visibilité et la représentativité des immigrés au sein des media. Toutefois, l'extension du débat sur la visibilité des personnes issues de l'immigration, notamment des minorités visibles, n'aurait pu se faire sans l'implication, même plus tardive, de nouveaux acteurs, dans un premier temps venus de la société civile, puis relayés par d'autres institutions publiques.

Les organisations de la société civile, aiguillons complémentaires du débat « media / immigrés »

Après le FASILD, de nouveaux acteurs entrent en scène, les organisations de la société civile

Même si ces organisations ne peuvent pas être définies comme des acteurs institutionnels, bien au contraire, leur rôle ayant été déterminant dans l'évolution et l'entrée en scène d'autres institutions de la république française, il est important de pouvoir relater ici leurs initiatives successives et l'impact de celles-ci. En effet, comme il est précisé ci-après, ces différentes organisations vont permettre d'impulser une prise de conscience auprès de différents acteurs institutionnels, bien au-delà du seul FASILD. Cette impulsion aura une double conséquence ; porter le débat sur la représentation des minorités visibles à l'écran sur la place publique, d'une part, et, d'autre part, amener de nouveaux acteurs – directement liés aux politiques publiques relatives à l'intégration ou aux media – à agir en faveur d'une représentation plus équilibrée des minorités visibles au sein des media.

S'il est bien souvent difficile de définir même dans son acception générale ce que recouvre le vocable « organisations de la société civile », tant se posent des questions relatives à leur légitimité ou représentativité, force est de reconnaître que celles-ci ont fortement contribué à faire entrer le débat sur la représentation de l'immigration, plus globalement des minorités visibles dans les media, dans l'arène politique, et ce à partir de 1999.

Même si l'émergence de mouvements associatifs, revendiquant spécifiquement une reconnaissance des minorités ethniques dans les media, est récente en France, leur rôle est déterminant. Relais souvent politisés et très médiatisés, leur action est allée de pair avec le déclin d'associations de téléspectateurs tels « Les Pieds dans le Paf ». Ces associations qui, dans les années 80, se mobilisaient pour la défense du service public, ne sont jamais arrivées à se faire entendre ou à être reçues par les responsables des chaînes, au contraire de ces nouveaux mouvements.

Profitant des brèches ouvertes par les différentes initiatives du FASILD et, surtout, des débats qu'elles ont initiées au sein du monde médiatique, les actions des organisations de la société civile vont prolonger et étendre la réflexion sur la représentativité des immigrés au sein des media. Elles auront pour principal effet d'impliquer ou de faire réagir de nouveaux acteurs, notamment de la sphère publique ; ces nouvelles implications ou réactions ayant, à leur tour, un impact sur la politique des pouvoirs publics et de leurs agences, notamment le FASILD, mais aussi des groupes audiovisuels.

Le Collectif Egalité ; spectacles et provocations, le débat devient incontournable...

Parmi les premières actions engagées par la société civile figure la conférence de presse, organisée en septembre 1999, par le Collectif Egalité ; collectif fondé par l'écrivaine Calixthe Beyala et regroupant principalement des artistes et intellectuels d'origine africaine et antillaise comme Manu Dibango, Dieudonné ou Luc Saint-Eloi... Le message de cette conférence est clair et sans ambiguïté ; il vise à dénoncer la sous représentation des noirs à la télévision.

Désignant les minorités par leur couleur de peau et exigeant des quotas pour remédier à la sous-représentation des Noirs à la télévision, à l'instar de ce qui se pratique aux Etats-Unis, le Collectif Egalité crée l'événement. Pour obtenir gain de cause, le Collectif n'hésite pas à multiplier les actions spectaculaires, voire provocatrices. En tout premier lieu, il menace de porter plainte contre l'Etat pour discrimination (*France-Soir*, 10 décembre 1998). Dans un second temps, il envisage de lancer un appel au boycott des téléphones portables de la marque *Bouygues*, cette dernière étant aussi propriétaire de la première chaîne privée de télévision, si celle-ci n'assure pas une meilleure représentation des minorités visibles à l'écran (*Le Monde*, 10-11 octobre 1999). Poursuivant ses coups d'éclat, Calixthe Beyala fait irruption brutalement, avec Luc Saint-Eloi, à la cérémonie des Césars du 19 février 2000, retransmise en direct sur Canal Plus ; plus tard, elle organise, le 20 mai 2000, la première manifestation à Paris revendiquant une politique des quotas en faveur des minorités visibles dans les media. Par ailleurs, Calixthe Beyala sera interviewée par *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur*, *France-Soir*, *Libération* ; de plus, en 1999 et 2000, elle sera omniprésente sur les plateaux de télévision et dans les magazines pour défendre la position du Collectif Egalité (*Rince ta baignoire* (22 septembre 1999, *France 2*), *Arrêt sur Image* (31 octobre 1999, *France 5*), *Ripostes* (28 mai 2000, *France 5*), *Envoyé Spécial* (26 octobre 2000, *France 2*)...).

Le Collectif ; un agitateur trop visible ou un acteur trop efficace ?

Toute cette agitation, dont l'objectif majeur est d'exiger des quotas pour remédier à la sous-représentation des Noirs à la télévision, a permis au Collectif d'être reçu, une première fois, le 5 octobre 1999 en assemblée plénière par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Les « sages » écoutent Calixthe Beyala, le metteur en scène Luc Saint-Eloi, l'humoriste Dieudonné et le musicien Manu Dibango dénoncer la non-représentation de la diversité ethnique française sur les écrans et réclamer une politique de quotas. Pour Hervé Bourges, président du CSA, cette première rencontre témoigne d'une « véritable prise de conscience ». A la suite de cette audition, le CSA demandera, dès novembre 1999, la modification du cahier des charges des chaînes afin de prévoir une plus juste représentation à l'antenne des différentes composantes de la communauté nationale. Il commandera, aussi, une étude sur la « présence et la représentation des minorités visibles à la télévision française », mots tabous jusqu'alors...

Fin 1999, le collectif sera, également, reçu par deux des principaux dirigeants de TF1, à savoir Etienne Maugeotte et Edouard Boccon-Gibod, respectivement directeur général et directeur de la communication de la chaîne. Selon ce dernier, les préoccupations exprimées par le collectif rejoignent celles de TF1 ; le collectif fait partager à la chaîne « l'idée que

devant la crise des institutions et de la société civile, la télévision a un rôle fondamental à jouer de reconstitution du lien social. » (Humblot, à paraître dans *Mediamorphoses*, 2006)

Toutefois, la presse écrite mais aussi différents acteurs, notamment du monde de la recherche, hésitent à reprendre le vocabulaire utilisé par le collectif et donc en débattent. Pour le monde scientifique, toute étude ou enquête sur la discrimination, a fortiori au sein des media, est rendue d'autant plus difficile que les critères "ethniques" ne peuvent être légalement "indexés". A noter que sept ans plus tard, le débat continue plus que jamais.

Le Collectif Egalité se heurte, par ailleurs, à l'ensemble de la classe politique et à différentes associations antiracistes. SOS Racisme, le Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples (MRAP), entre autres, tiennent à se démarquer de l'initiative du collectif. Pour le MRAP, « *Il (le collectif) pose les bonnes questions mais la réponse est pire que le mal. On n'agit pas contre le racisme au nom d'une minorité, mais au nom du droit de la République* » (*Le Monde*, 22 mai 2000). Ces affrontements se retrouvent dans différents colloques et magazines de télévision (*Rispostes* (28 mai 2000, France 5), ADAMI 2001...)

Le Collectif va disparaître de la scène publique en 2002 mais son rôle pionnier est toujours reconnu même si la revendication originelle des quotas qu'il a lancée, semble, aujourd'hui encore, rester minoritaire. Toutefois, le débat public est ouvert même s'il reste houleux !

De nouveaux clubs pour une action plus en profondeur ?

Parallèlement au Collectif Egalité, et le relayant par la suite, vont se manifester d'autres lieux de rassemblement et de revendications pour une meilleure représentation des minorités au sein des media. Au titre de ces organisations figure, en tout premier, *Le Club Avernois*. Celui-ci va jouer également, avec une toute autre approche, un rôle prioritaire pour la représentation des minorités à l'antenne. Créé en 1997 et présidé par Amirouche Laïdi, ce club rassemble des professionnels des media de toutes origines mais aussi des élus et des chefs d'entreprise. Il rencontre les plus hauts dirigeants des chaînes, lance des propositions concrètes pour une autre représentation devant et derrière l'écran. « *C'est en partie grâce à eux que nous avons décidé de nous engager dans une voie plus volontariste que celle qu'auraient donnée les hasards du recrutement* », affirme Jean-Claude Dassier, directeur de LCI (*Télérama*, 15 décembre 2004).

Des actions concrètes, un travail de réflexion en profondeur pour faire changer les mentalités sont le credo du Club Avernois. Ces démarches vont commencer à porter leurs fruits tant auprès des pouvoirs publics que des responsables des chaînes... Des contacts sont également pris avec les responsables de la presse écrite, pour les inciter à réfléchir sur leur propre politique concernant la visibilité des minorités au sein de media. Invité à l'Élysée en novembre 2005 lorsque Jacques Chirac reçoit les présidents des chaînes, Amirouche Laïdi plaide pour que « *la diversité soit la règle dans les media afin qu'il ne soit plus besoin de compter* » (*Le Monde*, 24 novembre 2005).

D'autres mouvements réclament également une reconnaissance sociale et médiatique des minorités dans la société, une visibilité qui doit passer également par la télévision. Patrick Karam monte en 2003 le Collectif des Antillais, Guyanais, Réunionnais, soulignant le fait que leurs discriminations sont radicalement différentes de celles des immigrés. Il revendique une présence importante des ultramarins à France Télévisions. Patrick Lozès crée, la même année, le CAPDIV (Cercle d'Action pour la Promotion et la Diversité en France) pour faire entendre les voix des populations noires. Il rassemble des responsables associatifs, des chercheurs, des personnes issues de la société civile et du monde politique. La volonté du CAPDIV est de structurer une réflexion dans le cadre des valeurs républicaines sur le décalage entre l'évolution sociologique de la France et la représentation qui en est faite. Les colloques, organisés au Sénat par le CAPDIV le 19 février puis le 2 avril 2005 et intitulés « *Le Printemps de la Diversité* », ont largement contribué à renforcer les demandes des populations noires. Dans la continuité de ses premières actions, Patrick Lozès lance en novembre 2005 le Conseil Représentatif des Associations Noires (CRAN), une fédération de plus de cent associations, militant pour la reconnaissance des Noirs de France.

Autre organisation, le Club du XXI^e siècle est fondé en 2004 par des personnalités issues de l'immigration, notamment Hakim El-Karoui et Radicha Dati, proche conseillère du ministre de l'Intérieur, pour valoriser la diversité en promouvant l'égalité des chances. Ses membres sont régulièrement invités par les chaînes de télévision, continuant ainsi à nourrir le débat (*Vivement Dimanche*, 6 novembre 2005, France 2, *Journal de 20h*, même jour, TF1...) Un de ses objectifs pour 2006 est d'interpeller les responsables des media européens, notamment les chaînes de télévision, sur leurs pratiques, actions et projets en matière de lutte contre les discriminations.

Ces mouvements, fortement ancrés dans le paysage politique, ont largement contribué à amplifier le débat et le questionnement sur la représentativité des personnes issues de l'immigration, plus globalement des minorités visibles, en multipliant interviews, articles dans la presse écrite et électronique, émissions de radio et de télévision. Au-delà de la question de la visibilité de la diversité des composantes de la société française, d'autres thèmes commencent à être abordés comme la discrimination ethnique, les incidences de l'esclavage et de la colonisation dans la représentation de certaines minorités de la France actuelle, la question noire...

Fortement impliquées dans la prise de conscience sur la nécessité d'une juste représentation des minorités à la télévision, ces associations continuent de prendre garde à la persistance et à l'émergence de nouveaux stéréotypes dans les media, sans doute plus difficiles à analyser, sur les déterminismes à l'œuvre, conscients ou inconscients dans la perception que chacun a de l'autre.

Ainsi, en complément d'une politique audiovisuelle volontariste et réelle menée par le FASILD, mais restée peu connue, pour ne pas dire invisible, les organisations de la société civile, à l'instar du Collectif Egalité, relayé ensuite par d'autres, vont contribuer à mettre sur la place publique le débat sur la représentativité des immigrés, plus globalement des minorités visibles au sein des media. En ce sens, elles rejoignent des initiatives similaires lancées aux Etats-Unis ou encore en Allemagne.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, réguler pour mieux représenter

Le CSA, un acteur récent en faveur d'une meilleure représentativité des immigrés à l'écran

Si le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) évoque, pour la première fois publiquement, la question de la représentation des minorités à la télévision en février 1999, c'est surtout à la suite de l'audition du Collectif Egalité en octobre 1999 qu'il va s'engager définitivement sur le terrain de l'action.

Ainsi, dès novembre 1999, le CSA se dit hostile aux quotas pour des raisons qui touchent à la Constitution française, notamment en son article premier qui précise : « *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 et de religion* ». Mais il est sensible aux revendications du Collectif et annonce l'ouverture immédiate de trois chantiers : étude sur la place réservée aux différentes composantes de la communauté nationale dans les programmes des chaînes hertziennes, étude des législations et pratiques des pays européens et nord-américains en matière « d'intégration audiovisuelle » et, enfin, étude juridique de « *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* ».

Les premières initiatives du CSA portent sur la télévision

Dans la foulée de cette audition, Hervé Bourges, président du CSA, écrit à chaque président de chaîne pour faire part de sa préoccupation. ARTE va soutenir le CSA dans ces modifications des cahiers des charges et affirme les respecter déjà en ayant une programmation diversifiée. Par ailleurs Jérôme Clément, le président d'ARTE, partage l'avis négatif soutenu par le CSA sur la question des quotas, déclarant qu'« *imposer à la télévision des quotas de présentateurs de couleur n'apporterait pas de vraie réponse à une vraie question de société; ce serait en effet masquer la question de la définition de la minorité et de sa place dans la société.* » (J. Clément 2000).

Par ailleurs, le président du CSA écrit également à la ministre de la Culture et de la Communication, Catherine Trautman, pour demander une modification des cahiers des charges des chaînes de télévision publique, France 2 et France 3, afin que celles-ci soient incitées à tenir compte de la réalité pluriethnique et pluriculturelle de la société française. Sous le titre « *Des écrans trop blancs* », *Le Monde* du 17-18 octobre 1999, examinant les avancées de ce combat contre la discrimination raciale à la télévision, relève que le dossier « *cantonné jusqu'ici sur l'estrade médiatique, pourrait entrer prochainement dans l'arène politique, compte tenu de l'intérêt que lui portent le CSA, Matignon, Catherine Trautman et les Verts* ». Après différents échanges avec le ministère de la culture, le CSA approuvera, le 16 mai 2000, un projet de décret du gouvernement dont l'objectif premier est de mieux prendre en compte la diversité des cultures constitutives de la société française.

Ensuite, le 23 mai 2000, le CSA rend public les résultats de l'étude réalisée au sein de ses services sur la représentation des minorités visibles. L'objet de cette recherche vise à quantifier la présence des Noirs, des Maghrébins et des Asiatiques sur les principales chaînes hertziennes diffusées en France, et ce pendant une semaine type sans événement particulier. Sous le titre « *Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française* » (Malonga, 2000), cette étude confirme la faible représentation de ces minorités sur les chaînes généralistes. Plus précisément, cette présence est qualifiée de très faible dans les émissions de plateaux et est jugée plus importante dans les reportages et les journaux télévisés ; les Noirs étant plus nombreux que les Maghrébins/Arabes, eux-mêmes plus nombreux que les Asiatiques, ces derniers étant de loin les oubliés du paysage audiovisuel français. Par ailleurs, si les minorités apparaissent en proportion plus forte dans les fictions, cela est dû principalement aux fictions étrangères, notamment américaines, que diffusent majoritairement TF1 et M6 alors que dans la fiction française, il est constaté une véritable carence. A l'inverse, les vidéo-clips sont les seuls espaces où est remarquée une sur-représentation des Noirs.

Le CSA annonce le même jour qu'il veillera à ce que les chaînes publiques respectent les nouvelles dispositions inscrites dans les cahiers des charges. Par ailleurs, la chaîne privée Canal+ signe, avec le CSA, une nouvelle convention, en date du 29 mai 2000, dans laquelle la chaîne s'engage à prendre en compte dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale en veillant à respecter les valeurs de la République en évitant toute forme d'exclusion ou de discrimination. Le *Rapport d'activités du CSA de 2000*, approuvé par l'assemblée plénière du Conseil supérieur de l'audiovisuel lors de la séance du 2 mai 2001, introduit, pour la première fois, une rubrique intitulée "Représentation des minorités" (p. 116): "*Le décret modifiant les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques, en vue d'assurer une meilleure représentation des minorités à la télévision, est intervenu au terme d'un processus qui avait débuté en 1999. A chaque étape de la procédure, le Conseil a contribué à accélérer la prise des décisions nécessaires. Il estime qu'une juste représentation des minorités visibles dans les media est la seule manière notamment pour la télévision, de jouer son rôle intégrateur de manière crédible, c'est-à-dire en reflétant la société française telle qu'elle est*". Le CSA se dit attentif aux efforts des chaînes publiques et des chaînes commerciales et semble alors penser avoir joué son rôle d'instance régulatrice et délègue aux chaînes la responsabilité d'appliquer le décret du 14 février 2001.

Le CSA va, également, imposer aux deux autres chaînes privées le même type d'obligation ; et ce en allant encore plus loin. Profitant du renouvellement des conventions de *TF1* et *M6*, l'instance de régulation négocie avec elles, en 2001, une modification de leur convention en introduisant des dispositions précises. Ainsi, les chaînes, au terme de leur cahier des charges, doivent promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République et « *prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale* » (CSA 2001b).

Nouvelles interpellations du CSA, nouveaux engagements

Interpellé par Zaïr Kedadouche, alors membre du Haut Conseil à l'Intégration, au travers d'une tribune publiée dans *Le Monde* (Kedadouche, 2003), le président du CSA répond aussitôt à l'appel. Des rencontres régulières sont organisées entre le CSA et le HCI, avec une

liste d'objectifs à remplir. Parmi lesquels : demander au gouvernement de changer à nouveau les cahiers des charges des chaînes publiques en les alignant sur les conventions des chaînes privées, demander aux chaînes nationales d'inclure dans leur rapport annuel envoyé aux deux instances un chapitre spécifique détaillant les initiatives prises en faveur d'une meilleure représentation des minorités à l'antenne, étudier les approches des pays étrangers...

Ainsi, le 17 décembre 2003, le CSA écrit au ministre de la culture et de la communication, Jean-Jacques Aillagon, pour lui demander d'aligner les dispositions des cahiers des missions et des charges des chaînes publiques sur les conventions signées avec les chaînes privées, autrement dit d'inscrire une disposition incitant à la diversité des origines et des cultures des personnes intervenant à l'antenne. Ceci constituerait une avancée au regard de la formule jusqu'alors et toujours inscrite en préambule des cahiers des charges de France 2 et France 3 qui évoque le « *souci de promouvoir les valeurs d'intégration, de solidarité et de civisme* » (*Journal Officiel* 2001).

Le 30 janvier 2004, le CSA écrit ensuite aux chaînes pour leur demander d'adjoindre à leur bilan annuel le compte rendu de leurs initiatives concernant ces nouvelles obligations, afin de permettre aux deux instances d'évaluer les « *avancées* » au regard des expériences menées à l'étranger.

Quelques temps plus tard et constatant probablement que les améliorations sont trop timides, le CSA se penche à nouveau sur la question et publie à la une de la *Lettre du CSA* du mois d'avril 2004 (n° 172), et sous la plume de son président, une nouvelle déclaration intitulée « *Pour une meilleure représentativité de la diversité française à l'écran* » dans laquelle il précise que « *la question de la représentation à l'antenne des différentes composantes de la communauté nationale doit être examinée au regard de deux grands principes : l'idée républicaine d'un pacte social qui, sans distinction d'origine, de race et de religion, refuse toute communautarisation, d'une part, et la nécessité de donner une place à chacun au sein de la République française, d'autre part. [...] Une meilleure représentativité de la société française dans sa diversité d'origine et de culture doit constituer un objectif pour chaque diffuseur [...] : sur cette question les attentes de la société française sont fortes.* »

Dans son bilan d'activité 2004 (CSA 2005), rédigé à partir des rapports d'activité fournis par les chaînes pour 2004, l'instance de régulation met en avant le fait que toutes les chaînes se disent conscientes de la responsabilité qui leur incombe dans ce domaine et remarque les efforts réalisés tout en notant leur insuffisance. A partir de janvier 2006, le CSA va alors s'interroger sur les conditions d'adaptation de ces nouvelles dispositions aux services de radio, aux chaînes de télévision communautaires ou confessionnelles, aux télévisions locales et d'outremer ainsi qu'aux chaînes actuelles et futures de la télévision numérique terrestre.

Ainsi, si le CSA s'empare tardivement de la question de la représentativité des minorités au sein des chaînes de télévision, il va néanmoins jouer son rôle de régulateur en demandant à différentes reprises l'adaptation des règles régissant la régulation de l'audiovisuel français. Par ailleurs, il reste un des acteurs principaux de ce débat sur la représentation des minorités à l'écran. Après avoir contribué au débat (Malonga 2000) en provoquant moult remous, le

CSA joue, aujourd'hui, d'alliances avec d'autres organisations publiques, comme le Haut Conseil à l'Intégration, pour que déclarations et autres décrets se traduisent en actes concrets et visibles.

Le Haut Conseil à l'Intégration, un nouveau soutien pour une meilleure représentation des minorités...

Créé par décret le 19 décembre 1989, le Haut Conseil à l'Intégration est une instance de réflexion et de propositions qui, à la demande du Premier ministre ou du comité interministériel, donne son avis sur l'ensemble des questions relatives à l'intégration des résidents étrangers ou d'origine étrangère. Présidé par Blandine Kriegel, le HCI est composé de seize membres - personnalités indépendantes venues d'horizons, de métiers, de sensibilités et de générations différentes. C'est à l'initiative d'un de ses membres que le Haut Conseil à l'Intégration va s'intéresser à la question de la représentativité des immigrés au sein des media comme facteur d'intégration en France

A l'initiative d'un de ses membres, le Haut Conseil à l'intégration s'immisce enfin dans le débat...

En effet, dans une tribune publiée dans *Le Monde* du 4 septembre 2003, Zaïr Kedadouche, alors membre du Haut conseil à l'Intégration (HCI) et sous le titre « *Ecrans pâles* », exprime son inquiétude, après « *le bonheur télévisuel* » de voir tous les jours des blacks, blancs et beurs pendant les championnats du monde d'athlétisme, de constater à nouveau leur quasi-absence à l'écran. Interpellant le président du CSA, « *La télévision serait-elle devenue un lieu d'exclusion des personnes uniquement parce que leur couleur de peau ou leur prénom sont différents ?* », interroge Zaïr Kedadouche, qui se dit, par ailleurs, hostile aux quotas, car « *opposé à toute forme de représentation de type racial et donc communautariste* ». Préoccupé par les effets de cette sous-représentation de ceux qui pourraient en tirer des arguments contre la République, l'auteur en appelle au Président du CSA pour sensibiliser les responsables des chaînes à l'importance de cet enjeu républicain de mieux représenter la diversité des composantes de la société française.

Le 16 février 2004, le Premier ministre charge alors le HCI de se saisir de la question de la représentation de la diversité des composantes de la communauté nationale à travers les media. L'institution décide alors d'organiser avec le CSA un colloque intitulé « *Ecrans pâles ? Diversité culturelle et culture commune dans l'audiovisuel* ».

Le 24 avril 2004, accueilli à l'Institut du monde arabe à Paris et avec le soutien du FASILD, ce colloque va, pour la première fois, et ce sous l'autorité du pouvoir politique et des institutions publiques, porter la problématique de la représentation de la diversité au sein des media sur la place publique. En invitant les présidents des chaînes, les professionnels de l'audiovisuel et les associations à confronter leurs points de vue, ce colloque va participer à la construction d'un dialogue, même si houleux, entre ces différents acteurs. Il sera aussi l'occasion pour les chaînes d'expliquer leurs efforts ; le président de France Télévisions, a

lancé trois mois auparavant son Plan d'action positive pour l'intégration (*Le Monde*, 30-31 janvier 2004). Producteurs, réalisateurs, scénaristes, auteurs, comédiens, issus ou non des minorités, vont aussi profiter de cette tribune pour dénoncer la frilosité des chaînes. Enfin, le gouvernement - représenté par le ministre de la culture et de la communication et la secrétaire d'Etat à l'intégration et à l'égalité des chances - va rappeler l'urgence de mener des actions plus volontaristes et mieux ciblées, et ce dans le cadre de la priorité à donner au renforcement de la cohésion sociale ; le ministre de la culture et de la communication soulignant la responsabilité particulière du service public et la nécessité d'entériner ces dispositions au plan législatif (FASILD 2004).

Un premier avis du HCI sur la diversité culturelle dans l'audiovisuel

Un an plus tard, le Haut Conseil à l'Intégration remettra, le 17 mars 2005, au Premier ministre un avis intitulé « *Diversité culturelle et culture commune dans l'audiovisuel* » (HCI 2005). Cet avis, élaboré à partir de diverses auditions sous l'autorité d'un groupe de travail présidé par Blandine Kriegel, présidente du HCI, et animé par Zaïr Kedadouche, dresse le constat d'évolutions réelles mais insuffisantes au sens où elles n'ont pas permis de rattraper le retard de la France sur les autres pays. Cet avis insiste sur le rejet unanime des quotas chez les responsables des chaînes tout en relevant les avancées constatées du côté des programmes jeunesse, des jeux, des documentaires et reportages. Il attire l'attention sur les stéréotypes encore véhiculés par les chaînes et regrette qu'au sein des animateurs et des journalistes à l'antenne figurent si peu, pour ne pas dire pas, de personnes appartenant aux minorités visibles.

Enfin, l'avis du HCI dégage quelques principes et recommandations. Après avoir tenté de mettre un peu de clarté dans la problématique jugée confuse régnant autour des concepts de la diversité culturelle, de minorité, de culture commune ou encore de discrimination positive, le HCI penche pour l'action positive, présentant l'avantage de renvoyer aux directives européennes, pour une politique incitative, plus conforme à l'esprit républicain, et, enfin pour une politique de reconnaissance, de prise de conscience, au sein même des institutions médiatiques.

Parmi les recommandations, le HCI souhaite que les chaînes veillent 1/ à ce que les programmes « *donnent une image la plus réaliste et équilibrée possible de la société française dans sa diversité et une vision plurielle de sa réalité* » et 2/ « *lorsque que cela n'est pas nécessaire à la pertinence de l'information, à ne pas désigner l'origine des personnes* » et « *autant que faire se peut, à ce que les différentes composantes de la société française soient présentes dans toutes les fonctions et les métiers de l'audiovisuel* » (HCI, 2005). Enfin, toujours selon ce même avis, il est fondamental de favoriser l'émergence d'un personnel qualifié issu de l'immigration tout en recommandant de développer des émissions sur la diversité culturelle et sur la connaissance des autres civilisations : « *La télévision doit contribuer à l'élaboration d'une 'culture commune'.* » (HCI, 2005)

Par ailleurs, le HCI fera remarquer dans cet avis que le dispositif pour les chaînes publiques n'est pas aussi explicite que celui prévu pour les chaînes privées, et ce même si, depuis le décret du 24 février 2001, venu renforcer les cahiers des missions et des charges de France

2 et France 3 (*Journal officiel*, 2001), les deux chaînes doivent assurer la promotion des différentes cultures composant la société française sans aucune forme de discrimination. Toutefois, aucune disposition précise concernant la représentativité de la diversité française à l'antenne n'est mentionnée, contrairement à ce qui est précisé dans les conventions de TF1 et M6 (CSA, 2001b). Le HCI invite alors le gouvernement à revoir les textes juridiques touchant aux obligations de la télévision publique.

Le pouvoir politique, une implication contrastée au fil du temps

Le pouvoir politique, un premier temps très impliqué sur les émissions spécifiques

Au cours de la période des émissions dites « spécifiques », autrement dit jusqu'à la fin des années 90 (cf. ci-dessus), le pouvoir politique, et notamment le gouvernement, a souvent et régulièrement été à l'initiative d'actions et de politiques audiovisuelles dont la mise en œuvre incombera prioritairement au FASILD.

Ainsi, l'émission *Mosaïque* a été créée en décembre 1976 sous l'impulsion de Paul Dijoud, alors secrétaire d'état aux immigrés ; cette émission correspondait à un moment particulier de changement dans la politique française de l'immigration visant à stabiliser la population étrangère résidant sur le territoire français à l'heure de la fermeture des frontières et de l'arrêt de l'immigration, consécutif à l'entrée de la France dans la crise économique et le chômage de masse. Plusieurs fois menacée dans son existence, *Mosaïque* s'est, toutefois, maintenue par la volonté des ministres successifs.

De même, c'est bien le ministre de la solidarité, de la santé et de la protection sociale, Claude Evin, qui annonce, en 1988, devant le conseil d'administration du FASILD qu'une « nouvelle formule d'émissions » va commencer « dans le cadre d'une association créée spécifiquement à cet effet » ; et ce en remplacement du magazine *Ensemble*, aujourd'hui qui, lui-même, avait succédé en 1987 à *Mosaïque*. Au cours de cette réunion, le ministre exprime le souhait d'une émission « ciblée sur un public d'origine étrangère mais ne s'y limitant pas » et « en phase avec les jeunes générations en cours d'intégration » (*Migrations Société*, août 1989). Ainsi créée, l'émission *Rencontres* sera supprimée au cours de l'été 1991, par décision du ministre des affaires sociales, Jean-Louis Bianco ; le ministre souhaitant « faire table rase du passé » (*Le Monde*, 2 décembre 1991). Aucune émission ne viendra remplacer *Rencontres* au cours de l'année 1992 ; le nouveau ministre des affaires sociales, René Teulade, faisant part de sa volonté de réfléchir à une nouvelle stratégie de communication concernant l'immigration (*Le Monde*, 2 décembre 1991 & 21 janvier 1992).

Après quinze ans de forte implication, notamment par l'impulsion successive et régulière de formats nouveaux d'émissions ou de magazines, il semble qu'à partir du milieu des années 90, le pouvoir politique, notamment le gouvernement, participe de moins en moins à la définition de la politique audiovisuelle du FASILD. En 1992, ce sera à la seule initiative du FASILD que sera lancé l'appel d'offres qui aboutira à la création de l'émission *Premier service* (*Le Monde*, 15 février 1993). Une des rares interventions du pouvoir politique, au cours de cette période, consistera en la décision prise sous l'autorité du ministre des affaires sociales, Simone Veil, d'arrêter *Premier service* ; réputé trop cher au regard de l'audience cumulée.

Même si l'évolution de la stratégie du FASILD, se traduisant par une volonté d'action sur tous les genres audiovisuels, notamment le soutien aux documentaires, n'a pu se faire sans l'accord des autorités de tutelle, notamment de la direction de la population et des migrations, il semble bien que le milieu des années 90 marque un recul de l'impulsion émanant du pouvoir politique en matière de politique audiovisuelle.

Une évolution contrastée de l'implication du pouvoir politique

Du début des années 90 au début des années 2000, les pouvoirs publics, à l'exception du FASILD et de sa tutelle, la DPM, ne semblent plus intéressés à l'offre ou à la réception de programmes par et pour les populations issues de l'immigration.

Ou bien quand ils le sont, leur intérêt va alors exprimer d'autres préoccupations que celles liées à une juste représentation des personnes issues de l'immigration au sein des media. En effet, en 1995, Eric Raoult, ministre délégué à l'Intégration et à la Ville, inquiet de l'arrivée du satellite et de la multiplication des paraboles dans les banlieues, commande un rapport sur l'impact de cette offre médiatique.

Ce rapport (Bouachera 1995) a pour principal objectif d'analyser l'impact de certains programmes diffusés par les télévisions satellitaires et, ainsi, de voir s'ils peuvent constituer un danger, réel ou supposé, pour l'intégration, s'ils promeuvent un certain communautarisme ou bien encore s'ils contribuent à une radicalisation de l'Islam... Dans la foulée de ce rapport, plusieurs émissions de radios et de télévision sur l'explosion de ces paraboles vont révéler l'inquiétude croissante des pouvoirs publics à leur égard.

Sans ignorer cette question, il est important de remarquer qu'au cours de cette période, le pouvoir politique est encore très loin de s'interroger sur l'absence à l'écran de la visibilité et de l'expression de la diversité des composantes de la société française et du danger que celle-ci pourrait représenter en terme d'insertion et de cohésion sociale !

Début 2000, le pouvoir public en réaction aux initiatives prises par d'autres

Il faudra attendre le début des années 2000 pour que le pouvoir politique s'implique de nouveau sur la question de la représentation de l'ensemble de la société française dans les media. Cet intérêt se fera sous l'impulsion, pour ne pas dire la pression, des organisations de la société civile (notamment le Collectif Egalité) ou encore de différentes instances publiques en charge de la politique d'intégration ou de la politique audiovisuelle, comme le CSA et le HCI. En effet, comme écrit précédemment, les coups d'éclat du Collectif Egalité vont provoquer une réaction du CSA aboutissant à ce que ce dernier demande au gouvernement la promulgation d'un décret visant à modifier le cahier des charges des chaînes publiques de télévision en faveur d'une meilleure prise en compte de la diversité. Le 19 mai 2000, à la veille de la *Marche des peuples noirs* (*Le Monde*, 22 mai 2000), la ministre de la Culture et de la Communication, Catherine Tasca, annonce la publication prochaine d'un décret modifiant effectivement le cahier des charges des deux chaînes publiques, dans le sens voulu par le CSA.

Publié le 16 février 2001 au journal officiel (Journal officiel 2001), ce décret invite les chaînes publiques à la promotion des valeurs d'intégration, de solidarité et de civisme et à ce que son « offre de programme témoigne de la richesse et de la diversité des cultures constitutives de la société française ». De plus, visant en particulier le public jeune, ce décret a notamment pour objectif de promouvoir dans les programmes de jeunesse "les valeurs d'intégration, de solidarité et de civisme" tout en renforçant les missions du service public concernant l'expression de la pluralité de la société française. Le texte stipule également qu' « elle (la chaîne) contribue à travers ses programmes et son traitement de l'information et des problèmes de société à la lutte contre les discriminations et les exclusions de toutes sortes ».

L'action du pouvoir politique, en suivant les recommandations du CSA et en leur donnant, pour certaines, une traduction législative, redevient déterminante au début des années 2000 et cette détermination ne sera pas remise en cause, bien au contraire.

Ainsi, le sociologue et écrivain, Azouz Begag, remet en décembre 2004 son rapport sur l'égalité des chances au ministre de l'intérieur (Begag 2004). Devenu entre temps ministre délégué à la promotion de l'égalité des chances, il va alors insister sur la nécessité de soutenir la diversité de recrutement dans les grandes écoles, notamment dans les écoles de journalisme, en s'inspirant de ce qui a été fait avec Sciences Po « en allant chercher les bons élèves dans les ZEP » (*Libération*, 15 juin 2005) reprenant ainsi une priorité déjà soulignée par le ministre de la culture et de la communication lors du colloque « *Ecrans Pales ?* » du 26 avril 2004.

Toutefois, force est de reconnaître que cette action du pouvoir politique, entre 1999 et 2005, n'aura que peu d'échos dans les media. Plusieurs raisons contribuent à expliquer cette situation. Les institutions, impliquées dans ces différentes initiatives, ont elles-mêmes peu communiqué sur leurs politiques. Par exemple, l'avis du HCI rendu au Premier ministre le 17 mars 2005 a été remis en même temps qu'un autre avis sur les travailleurs migrants âgés, sur lequel le pouvoir politique a choisi de communiquer en priorité ; le sujet semblant plus porteur politiquement. De plus, il est plus facile pour les media d'évoquer les programmes et les personnes visibles à l'antenne que de parler des décrets et des lois, arides par nature ; et ce d'autant que ces lois semblent globalement faire consensus, que cela soit au sein tant de l'opinion publique que des media. Au cours de cette période, le seul point réel de débats, passionnés, parfois violents, dans les media ou encore la communauté scientifique concerne l'évocation de certaines mesures et réformes susceptibles de menacer le modèle républicain, tels que la mise en place de quotas, ou encore le recours à la discrimination positive.

Le pouvoir politique propulsé sur le devant de la scène, des actions sont devenues inévitables...

Les violences urbaines de novembre 2005 vont entraîner une implication encore plus importante du pouvoir politique sur la question de la représentativité de la diversité des composantes de la société française au sein des media ; en effet, l'Élysée va alors s'emparer du sujet et monter au créneau.

Dans son allocution du 14 novembre 2005, le Président Chirac déclare qu'il faut plus de diversité dans l'audiovisuel. Une semaine plus tard, le 22 novembre 2005, il reçoit, pour la première fois, l'ensemble des présidents des chaînes publiques comme privées. Seront également présents à cette rencontre le HCI, le CSA ou encore le Club Averbos. Pour l'Élysée, il y a urgence à aller plus vite.

Aux patrons des chaînes, le chef de l'État annonce différentes mesures concernant le rôle et les obligations du CSA et une modification des cahiers des charges des chaînes publiques. Par ailleurs, il annonce la création d'un fonds spécifique de 10 millions d'euros créé auprès du Centre national de la cinématographie (CNC) pour financer des œuvres qui contribuent à la cohésion sociale. Enfin, le Président s'engage à voir France O diffusée sur le numérique terrestre, et ce en faisant jouer le droit de préemption de l'État sur l'un des canaux disponibles.

Une partie des engagements du Président Chirac sera traduite dans la loi sur la cohésion sociale, dite Loi pour l'Égalité des chances, adoptée le 9 mars 2006. Cette loi va stipuler que le CSA doit contribuer à la politique de cohésion sociale et de lutte contre les discriminations en agissant dans le champ de la communication audiovisuelle. Par ailleurs, elle va placer à égalité de traitement les sociétés nationales de programme et Arte France avec les chaînes privées. Enfin, parmi les missions de service public de ces chaînes, définies au sein de cette loi, figurent la mise en œuvre d'actions en faveur de la cohésion sociale et de la lutte contre les discriminations et la proposition d'une programmation reflétant la diversité de la société française ; objectifs qui sont également assignés à La Chaîne parlementaire.

Toutefois, la rencontre du Président Chirac avec les présidents des chaînes de novembre 2005 - dont beaucoup disent qu'elle a contribué à accélérer l'action de ces chaînes, bien plus que les décrets - tout comme la loi sur la cohésion sociale dans son volet appliqué aux media, ont eu, l'une comme l'autre, peu de retombées dans la presse.

Décrétée « année de l'égalité des chances », 2006 aurait dû être l'occasion d'amplifier les débats au sein du monde médiatique. En effet, un des rôles majeurs du collectif d'associations en charge de l'animation de cette année consiste en la proposition d'actions de communication pour combattre les préjugés et faire évoluer les mentalités ; les chaînes devant être associées à la démarche. Toutefois, même si le ministre délégué pour la promotion de l'égalité des chances reste très présent dans différents débats sur la diversité dans les media et qu'il martèle toujours et encore sa « *rage de regarder la télévision* » (Rencontres *Le Pari(s) du Vivre-Ensemble*, 2006) et de la voir si blanche, force est de reconnaître que la visibilité de l'année de l'égalité des chances est loin d'être acquise, six mois après son lancement.

Acteurs institutionnels et société civile ; autres modèles, autres pratiques venus d'ailleurs

L'Europe, espace de débats et d'échanges longtemps déserté par la France !

Dès 1983 à Tampere puis, de nouveau, en 1986 à Cologne (Conseil de la coopération culturelle, 1987), le Conseil de la coopération culturelle du Conseil de l'Europe organise successivement deux conférences autour de thématique « *media et migrations* » en attirant plus particulièrement l'attention sur la difficulté de la télévision à prendre en compte la pluralité du corps social. Ces conférences vont, par ailleurs, souligner l'importance d'une coopération européenne entre mass medias sur ces questions.

Par ailleurs, d'autres initiatives, certaines soutenues par le gouvernement français, par les ministères des affaires étrangères ou encore de la culture, vont voir le jour. En 1992, avec l'Association Dialogues entre les Cultures (ADEC) sont organisées, à Paris, des rencontres européennes sur le thème "*Télévisions d'Europe et Immigration*". Ces rencontres sont à la fois un festival et un lieu de réflexion. Elles permettent non seulement de comparer les politiques des chaînes et des Etats mais également le contenu de leurs programmes, et ce au niveau européen. Elles réunissent, pour la première fois, plus de 300 professionnels de l'audiovisuel européen.

Avec le soutien du Conseil de l'Europe et de l'Union européenne, une conférence, cette fois organisée par le réseau européen *Public Broadcasting for a Multicultural Europe* (PBME) et l'association Génériques, aura lieu en 1995 à Strasbourg sur le thème "*Télévisions et radios pour une Europe pluraliste*".

Ces différentes rencontres vont stimuler la réflexion au niveau européen et aboutir à ce que plusieurs recommandations relatives aux migrants et aux media soient adoptées par l'Assemblée parlementaire ou le comité des ministres du Conseil de l'Europe (Conseil de l'Europe, 1995 & 1997).

Parmi ces recommandations figure celle de soutenir financièrement et institutionnellement la création d'un prix paneuropéen décerné aux professionnels des media qui se sont distingués dans la lutte contre l'intolérance. A noter que deux Françaises - Emmanuelle Bosc et Marie Sénécal - seront récompensées en 1996 pour un article paru dans le *Nouvel Observateur* en 1995.

D'autres recommandations viseront, parallèlement, l'élaboration de "codes de bonne conduite". Celles-ci seront notamment reprises par l'Union européenne de radiodiffusion (UER). Par ailleurs, des codes de bonnes conduites vont être mis en place par la Fédération internationale des journalistes (IFJ) et adoptés par plusieurs chaînes européennes en Scandinavie, dans les pays anglo-saxons mais pas en France !

Dans la continuité des actions de lobbying et de plaidoyer qui ont pu se mettre en œuvre au début des années 80 en Europe, d'autres initiatives vont voir le jour et aboutir au développement de nouvelles actions souvent animées par des organisations de la société civile, à l'exemple du réseau européen *More colour in the media* animé par STOA, une organisation non gouvernementale néerlandaise, devenue depuis MiraMedia. Outre des rencontres régulières, le projet *More colour in the media* comprend un volet recherche permettant de mieux évaluer les pratiques médiatiques en terme de visibilité des personnes issues de l'immigration au sein des media. Une de ces recherches a consisté notamment à étudier les conditions d'emploi et d'accès à l'industrie médiatique des minorités ethniques dans 5 pays européens (Ouaj 1999). Ces différentes actions privilégient ainsi une approche intégrée où au temps de la recherche, permettant d'esquisser un bilan de la situation, doit succéder celui de l'action, devant permettre l'éclosion de diverses initiatives susceptibles de changer la situation observée, souvent peu favorable aux immigrés et minorités visibles.

La dernière initiative européenne de *More colour in the media* consistera en l'organisation d'une conférence aux Pays-Bas en septembre 2004, intitulée *Tuning into Diversity*. Cette conférence réunira plus de 200 participants représentant les opérateurs audiovisuels, les organisations de la société civile ou encore certaines institutions publiques. Elle aura pour principal objectif de faire le point sur les diverses actions engagées, au cours des dix dernières années, en faveur d'une meilleure représentation des minorités visibles à l'écran ; actions souvent fondées sur une approche plus participative et dépassant le seul thème de la visibilité à l'écran pour viser à une meilleure inclusion des personnes issues de l'immigration dans le monde des media.

Malgré la multiplication des espaces de débats et d'échanges de pratiques au niveau européen, qu'ils soient à l'initiative de gouvernements, d'instances intergouvernementales ou d'organisations non gouvernementales, la France en restera très souvent absente.

Ainsi, si l'Etat français soutient financièrement les rencontres de l'ADEC en 1992, seuls le FASILD et la DPM s'y impliqueront pleinement ; les télévisions françaises se faisant particulièrement remarquer par leur absence, alors que les directeurs de programme des chaînes publiques de 14 pays européens y participeront activement.

De même, la récompense attribuée aux deux journalistes du *Nouvel Observateur* passera inaperçue dans un contexte où le débat sur la représentativité des immigrés à l'écran est encore loin de passionner l'opinion publique, à tout le moins les media et les acteurs institutionnels.

Par ailleurs, lors de la recherche sur les conditions d'accès des minorités ethniques à l'industrie médiatique (Ouaj 1999), seront contactées les principales chaînes françaises de télévision, dans un premier temps, par questionnaires - il n'y aura aucune réponse - puis par téléphone. Les différentes réponses obtenues, de TF1 à M6 en passant par France 3, vont toutes aller dans le même sens. Pour résumer, en 1999, les principales chaînes françaises de télévision ne considèrent pas le sujet de la représentation des minorités visibles comme un sujet d'importance puisque la France, par définition, est multiculturelle (Ouaj, 1999) !

Enfin, en 2004, lors de la conférence *Tuning into Diversity*, à l'exception de l'EPRA, aucune institution publique française ne sera présente sans parler des chaînes de télévision où seule France 3 déléguera un conseiller au statut de consultant et à l'influence limitée alors que le groupe *France Télévisions* avait lancé neuf mois plus tôt son plan pour l'action positive en faveur de l'intégration !

Le Royaume-Uni, un modèle différent pour des résultats très contrastés

Inclusion versus intégration, un modèle britannique bien différent...

L'histoire coloniale, et ses exactions, ont propulsé sur le territoire du royaume la plupart des minorités ethniques présentes aujourd'hui. Comme le défend Stuart Hall (1992), cette histoire a permis aux différentes minorités de s'unifier en les faisant se confronter ensemble et au même moment à la question de l'exclusion et à leur devenir de futurs membres de la société britannique.

Les questions très sensibles du passé colonial britannique et de ses sombres périodes de violence et de domination sur les sujets « coloniaux » ont modelé les politiques de migration et d'intégration (Husband, Beattie, Markelin 2000). Sur la base de ce passé colonial, il a souvent été avancé que la culture anglaise restait une culture dominante pour nombre de minorités (Hall 1997), expliquant partiellement l'exclusion sociale et culturelle, même si de nombreuses initiatives ont été prises, en terme de politique publique, pour inclure les minorités dans la nation britannique.

Ainsi, les idéologies officielles d'« inclusion » et d'intégration se sont reflétées dans une législation nationale qui a, non seulement permis, mais protégé la diversité religieuse et linguistique. En ce sens, le modèle britannique de tolérance et d'« inclusion » est très différent du modèle jacobin français fondée sur la laïcité (Husband, Beattie, Markelin 2000) ou encore du modèle allemand centré sur le droit du sang (Blommesteijn, Entzinger 1999).

Des institutions, acteurs des politiques publiques volontaristes aux pouvoirs peu contraignants

Les principales politiques publiques traitant des minorités et des relations interethniques sont axées principalement sur les questions d'accès, et donc d'exclusion, à l'emploi, à l'éducation et au logement. Toutefois, les questions touchant à la culture populaire et à la vie quotidienne ont toujours été centrales, notamment celles relatives aux media, aux loisirs, au développement culturel local... Ces préoccupations de l'Etat britannique autour des questions de race et d'ethnicité se traduisent dans les différentes organisations créées et qui, aujourd'hui, traitent de ces questions ; certaines de ces institutions publiques ayant, notamment, pour objet de faire la promotion d'actions, par exemple de codes de bonne conduite, visant à une meilleure représentativité des minorités ethniques au sein des media.

Parmi ces institutions figure la *Commission for Racial Equality* (Commission pour l'égalité raciale - CRE). Cette commission est une des plus importantes agences de l'Etat en charge des minorités ethniques et des migrants. A côté de la CRE, les autorités locales ont aussi développé leur propre structure, afin de mieux tenir compte des caractéristiques démographiques locales et être plus proches des populations concernées. Ces structures locales sont particulièrement actives dans les domaines de l'insertion, de l'« exclusion /inclusion » sociale ou encore de la qualité de la vie. Créée en 1976, la CRE, elle, conseille le gouvernement mais ne représente aucun groupe particulier ; ses avis ne sont pas contraignants. Elle finance aussi les organisations qui font la promotion de l'égalité ; organisations qui agissent, souvent, au niveau local. Enfin, la CRE a été une des premières institutions publiques britanniques à faire la promotion de différents codes de conduite en relation avec la question de l'embauche et de la représentation des minorités dans les media. Toutefois, alors que ces codes pourraient jouer un rôle important, les media n'ont pas obligation de les suivre et de les mettre en application.

Par ailleurs, au sein du gouvernement britannique, existe également un département spécial du ministère de l'intérieur sur les questions de relations « raciales » et des comités consultatifs au sein du ministère de l'éducation et de l'emploi. Plus globalement, le conseil national des minorités ethniques transmet également des avis au ministre de l'intérieur ; avis, qui, à l'instar de ceux du Haut Conseil à l'Intégration, peuvent aborder la relation entre media et minorités ethniques.

D'autres institutions comme l'*Independent Television Commission* (ITC) – institution, aujourd'hui disparue – ou la *Press Complaints Commission* (PCC, commission de plaintes contre la presse) ont eu la responsabilité d'évaluer régulièrement la représentation des minorités dans les media. Toutefois, leur rôle n'a eu que peu d'influence ; ces institutions n'intervenant finalement que dans le cas de mauvaises représentations des minorités ethniques, pour ne pas dire d'expressions racistes, avérées et manifestes, autrement dit flagrantes.

Autre organisation, liée au monde syndical, le *National Union of Journalist* (Syndicat national des journalistes, NUJ) a établi son propre code de conduite ; il attend de ses membres qu'ils se conforment à ses règles de bonne conduite. D'autres organisations tentent également d'agir sur les media britanniques en faveur d'une représentation équilibrée des minorités dans les media, à l'instar de l'organisation *Press Wise* développant de nombreuses actions de lobby fondées sur une observation et une analyse régulière de la presse.

Toutefois, quel que soit leur statut, gouvernemental, syndical ou non gouvernemental, ces organisations rencontrent une limite majeure dans le développement de leurs actions, et donc de leur impact. En effet, alors que les codes de bonne conduite – dont elles font la promotion – ou les avis qu'elles formulent pourraient influencer sur les pratiques médiatiques, aucun de ses outils n'est, finalement, assez contraignant pour faire en sorte que les media et leurs professionnels agissent concrètement en faveur d'une meilleure représentation des minorités ethniques au sein des media.

L'Ofcom, nouvelle agence, nouvelles formes de régulation

Créé en 2003, l'*Office of communications* - Ofcom - est le nouvel organisme indépendant de régulation de la concurrence des secteurs de la communication et de l'audiovisuel au Royaume-Uni ; ces champs de compétence portent sur la télévision, la radio et les télécommunications. L'Ofcom a hérité des prérogatives des cinq régulateurs existant précédemment et qu'il remplace, à savoir le *Broadcasting Standards Commission* (BSC), l'*Independent Television Commission* (ITC), *Oftel*, la *Radio Authority* et la *Radiocommunications Agency*. L' ITC, qui, jusque très récemment avait la responsabilité d'évaluer régulièrement la représentation des minorités au sein des media de télévision et de radio, va cesser d'exister en 2003.

La création de l'Ofcom traduit l'évolution de la stratégie politique du gouvernement britannique dans le secteur des communications et de l'audiovisuel. Cette approche, partagée aussi par le monde médiatique, privilégie l'autorégulation et les initiatives propres à chaque acteur. Ainsi, une nouvelle ère s'ouvre avec la création de l'Ofcom. Cette ère se traduisant par le déclin de l'approche législative, jusqu'alors retenue, et ce au moment où les politiques d'*actions positives* – basées sur des objectifs à atteindre en terme de présence des minorités visibles - n'avaient pas encore produits de résultats tangibles.

L'Ofcom a, parmi ses prérogatives, un droit de regard sur la manière dont les media rendent ou tiennent compte de la diversité des composantes constitutives du Royaume-Uni, notamment des différentes communautés ethniques. Plus spécifiquement, la loi demande que dans ses bilans annuels, l'Ofcom évalue, en quantité et en qualité, la diffusion faite par le service public de radiotélévision de programmes reflétant la vie et les préoccupations des communautés et traditions culturelles qui composent le Royaume-Uni, tant au niveau local que national. Cette loi demande également à l'Ofcom de porter un intérêt particulier à Channel 4 dans la manière dont cette chaîne assure la diffusion d'une programmation réellement diversifiée et de haute qualité répondant aux goûts et aux intérêts d'une société culturellement diverse.

Parallèlement à ce changement dans les modalités de régulation des communications et de l'audiovisuel, le gouvernement britannique s'est engagé auprès d'initiatives lancées par l'industrie médiatique elle-même, comme en témoigne son soutien au *Cultural Diversity Network* (CDN). Créé en 2000 à l'initiative des principaux opérateurs de l'audiovisuel, le CDN a pour objectif premier d'évaluer, et donc d'autoréguler, les politiques et pratiques des différents opérateurs audiovisuels en matière de représentation des minorités à l'écran ; il est l'organisme symbolisant le mieux la nouvelle stratégie prônée, aujourd'hui, par le gouvernement britannique.

Outre-atlantique, acteurs institutionnels et société civile aux pouvoirs limités par le marché

Les Etats-Unis se distinguent nettement de l'Europe, et notamment de la France, par la domination des intérêts commerciaux dans le secteur audiovisuel. Après avoir exercé un monopole total en France, les chaînes de télévision publique y tiennent encore une

importance considérable malgré l'essor des opérateurs privés. Aux Etats-Unis, la part de marché réalisée par le *Public Broadcasting Service* (PBS), le seul réseau public de télévision, représente moins de 3%. L'audience des chaînes câblées dites d'accès public (« public access television ») est également minime. Les intérêts commerciaux (calculés en termes d'audiences et de recettes publicitaires) sont donc au cœur du développement des media américains.

Si en France les principales actions volontaristes ont été rendues possibles du fait de l'importance du secteur public et ont longtemps porté sur le contenu des émissions (création d'une programmation spécifique, soutien financier à la production de certaines émissions...), aux Etats-Unis, d'autres leviers vont être privilégiés par le législateur pour influencer le rôle joué par les media dans les relations entre populations minoritaires et majoritaires. Ces actions seront d'autant plus importantes qu'aux Etats-Unis, la reconnaissance du rôle joué par l'ethnicité dans la société civile tout comme dans la gestion des affaires publiques est un fait politique majeur et structurant de la société américaine.

Aux Etats-Unis, le traitement des minorités ethniques va, alors, être influencé par au moins quatre facteurs : la législation fédérale, les organismes publics chargés de réguler les media, le système judiciaire et les organisations associatives et militantes, et ce depuis les années 1960.

Une agence de régulation aux pouvoirs très relatifs, des jugements contradictoires et peu de résultats

Le principal organisme public chargé de réguler les media, la *Federal Communications Commission* (FCC), n'a pratiquement aucun pouvoir pour intervenir directement sur le contenu ethnique des émissions. La FCC est toutefois chargée d'assurer que les media desservent l'ensemble de la population nationale, y compris les minorités, et que les émissions témoignent d'une « diversity of viewpoint » (diversité des points de vue) (Hammond 1999). C'est par le biais de la propriété et des effectifs des media qu'elle a essayé de faire mieux représenter les minorités ethniques.

En 1978, sous la présidence de Jimmy Carter, la *National Telecommunications and Information Administration* (NTIA), une agence du Ministère du Commerce, a créé le *Minority Telecommunications Development Program* (MTDP) dans le but d'accroître la part des minorités ethniques parmi les propriétaires des media.

Sommée par la NTIA d'agir sur cette question, la FCC a adopté une politique préférentielle en faveur de compagnies appartenant à des minorités ethniques par le biais de dégrèvements fiscaux et d'autres mécanismes dans l'octroi des permis aux stations de radio et de télévision.

Les arguments déployés devant les tribunaux au cours des années 1990 ont tourné notamment autour de l'idée selon laquelle les pratiques favorisant les minorités dans la

propriété et les effectifs des stations de radio et de télévision auraient comme conséquence le renforcement de la diversité des points de vue dans la programmation des media. Cependant, peu d'études scientifiques existent sur ce lien causal. Le jugement en faveur de la FCC en 1990 a été appuyé par une des rares études effectuées en 1988 à l'initiative de la FCC. Ces résultats ont été analysés par le *Congressional Research Service* (CRS), qui a conclu à l'existence probable d'une telle causalité (Dubin et Spitzer 1995). En 1990, la Cour Suprême va alors confirmer ces jugements affirmant que cette politique en favorisant l'expression de la diversité des points de vue dans la programmation était dans l'intérêt légitime des pouvoirs publics.

Une révision législative en 1995 et de nouvelles jurisprudences en 1995, 1998 et 2001 vont invalider ces pratiques ainsi que d'autres mesures utilisées par la FCC pour favoriser l'embauche des minorités dans les effectifs des media (Hammond 1999, Baynes 2000, Cambridge 2005). En effet, l'existence de la causalité – présence des minorités / expression renforcée de la diversité - a été mise en doute par un jugement de 1998. Une nouvelle étude commandée par la FCC (Bachen 1999) réaffirmera peu après cette causalité, notamment en ce qui concerne le secteur radiophonique mais aussi celui des informations locales diffusées par les stations de télévision appartenant à des minorités.

Quoiqu'il en soit, en 2000, les minorités raciales et ethniques ne sont propriétaires que de seulement 3,9% des stations de radio et de télévisions commerciales alors qu'elles représentent environ 30% de la population nationale (Minority Telecommunications Development Program 2000).

Les organisations de la société civile américaine ; lobby pour une meilleure représentation...

Les premières actions visant à assurer une meilleure représentation des minorités par le biais de la propriété des media sont le fait de militants anti-racistes. La première action de ce type commence en 1964, lorsqu'une Eglise d'Afro-américains dans la ville de Jackson, Mississippi, où 40% de la population est noire, s'insurge contre la quasi-absence des Afro-américains (*African Americans*) dans la programmation de WLBT, la station locale affiliée au réseau national de télévision NBC.

Seize ans plus tard, après avoir contraint la FCC à associer le public aux procédures d'attribution des autorisations aux stations commerciales, les représentants de l'Eglise ont réussi à faire retirer à WLBT son droit de diffusion grâce au jugement rendu par un cour d'appel fédéral (Mills 2004).

Dans la continuité de ces premières initiatives, les principales actions vont, ensuite, être menées par la *National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP, association nationale pour la promotion des personnes de couleur), la plus ancienne et la plus importante organisation travaillant en faveur des Afro-américains, à laquelle s'est associée une vingtaine d'autre organisations représentant différents groupes ethniques.

Cette coalition a commencé à se mobiliser au cours de l'été 1999, lorsque les principaux réseaux de télévision (les trois traditionnels – ABC, CBS et NBC – et un nouveau venu, Fox) ont dévoilé leurs nouvelles séries pour l'automne suivant ; séries dans lesquelles aucun rôle de premier rang n'était affecté à un acteur issu des minorités.

La coalition va menacer d'organiser des boycotts si ces réseaux ne s'engagent pas à assurer une meilleure représentation des minorités non seulement à l'écran mais aussi dans leurs effectifs. Des démarches similaires ont été entreprises auprès des compagnies de production à Hollywood. Le poids économique des minorités ethniques et raciales (environ 30% de la population américaine, soit plus de 80 millions de consommateurs) va être déterminant et inciter ces mêmes opérateurs à conclure des accords avec la coalition.

La fragmentation du marché, une menace à l'influence des organisations de la société civile

Si aucun objectif chiffré n'a été spécifié dans ces accords, les *networks* se sont néanmoins engagés à assurer aux minorités une meilleure présence à l'écran, à embaucher davantage de professionnels issus des minorités et à communiquer aux membres de la coalition des rapports annuels permettant de mesurer les progrès accomplis.

Les rapports publiés à leur tour par la NAACP (2003) et d'autres membres de la coalition tels que la *National Asian Pacific American Legal Consortium* (NAPALC 2005) témoignent, cependant, du peu de progrès réalisé jusqu'à présent, et la coalition n'exclut pas de brandir à nouveau la menace du boycott si les réseaux n'accélèrent pas le pas.

Ainsi, les organisations de la société civile aux Etats-Unis tentent de jouer de leur influence pour améliorer la présence des minorités visibles à l'écran ou dans les productions. Toutefois, le poids réel de ces organisations est battu en brèche aux Etats-Unis. Aujourd'hui, un boycott a très peu de chances de succès. En effet, la fragmentation du paysage audiovisuel américain, due à l'essor du câble et du satellite, a réduit considérablement les parts de marché détenues par les réseaux nationaux. Alors que ceux-ci assuraient la quasi-totalité de la programmation nationale jusque dans les années 1980, ils ne représentent plus, 25 ans plus tard, que moins de la moitié de la consommation télévisuelle.

Cette réalité du marché audiovisuel américain vient alors limiter l'impact potentiel des initiatives que pourraient prendre, à l'avenir, les organisations de la société civile américaine à l'égard des grands réseaux. Ainsi, pour accroître leur impact, ces mêmes initiatives devraient être étendues aux chaînes du câble et du satellite ; ce qui, vu leur nombre de chaînes et l'étendue du territoire américain, semble illusoire à envisager.

Au terme de ce tour d'horizon des politiques initiées par les acteurs institutionnels ou les pratiques engagées par les organisations civiles, des modèles différents d'engagement en faveur d'une meilleure représentativité des immigrés au sein des media, notamment de l'audiovisuel, se dessinent entre la France, le Royaume-Uni ou encore les Etats-Unis, voire l'Union européenne. Mais au-delà de l'histoire, des fondements politiques ou encore des

choix stratégiques opérés en matière de communication mais aussi d'insertion, il n'en reste pas moins que la représentativité des minorités visibles, issues ou non des migrations, est un enjeu majeur pour ces différentes sociétés, comme le Royaume-Uni l'a toujours reconnu ou comme la France le reconnaît aujourd'hui. Dans chacun de ces pays, les institutions publiques, le pouvoir politique lui-même ou encore les organisations de la société civile ont indéniablement influencé, par leurs stratégies et leurs actions, le débat en faveur d'une meilleure représentation des minorités au sein des media ; mais qu'en est-il de ces derniers, particulièrement en France ?

MEDIA & REPRESENTATIVITE DES IMMIGRES ; PRATIQUES ET REALITES D'UNE RELATION AUX MULTIPLES ENJEUX

Après avoir passé en revue les initiatives et positionnements de différents acteurs institutionnels et de la société civile, il convient désormais de s'interroger sur les pratiques et engagements des principaux concernés par la question de la représentativité des immigrés au sein des media, à savoir les media eux-mêmes.

En effet, les media contribuent indéniablement à former/informer l'opinion publique, en organisant, d'une part, l'agenda (ce à quoi il fait penser) et, d'autre part, en contribuant à façonner la perception de la réalité (ce qu'il faut penser). Dans ce premier rôle, ils sont indubitablement un des principaux acteurs du débat sur la représentation de la diversité des composantes de la société française. Par ailleurs, parce qu'ils diffusent des messages, des informations ou encore des images, ils sont aussi les premiers acteurs de cette représentation des immigrés qu'ils donnent à voir, à entendre ou à lire au travers de leurs diverses productions tant d'information que de divertissement.

Acteurs du débat et acteurs de la construction de la perception et de la représentation des immigrés, les media se doivent d'être observés sous ces deux angles. Autrement dit, comment ont-ils participé au débat sur la représentation des immigrés mais aussi comment contribuent-ils à façonner – et donc modifier – cette perception ? Après un regard détaillé porté sur les media français, divers exemples seront empruntés à nos voisins européens, ou plus éloignés d'outre-atlantique.

Les media en France, un double rôle. Débattre, pour beaucoup ; agir enfin ? pour certains...

Représentativité des immigrés ; la télévision française, objet du débat, la presse écrite, acteur du débat...

A partir du relevé effectué des productions scientifiques et médiatiques réalisées au cours des 20 dernières années, différentes caractéristiques structurant le débat sur la représentativité des immigrés au sein des media sont à remarquer. A noter que le recensement effectué ne prétend pas à l'exhaustivité, notamment pour les pays étudiés autres que la France. Toutefois, compte tenu des investigations menées dans divers centres ressources (cf. annexe), nul doute qu'il couvre, en nombre comme en qualité, les productions majeures abordant le sujet de la présence des immigrés au sein des media en France. Des oublis sont possibles, notamment pour la période très récente. Toutefois, ils ne peuvent remettre en cause les tendances observées et décrites ci-dessous.

Au sein des productions scientifiques et médiatiques ne traitant qu'exclusivement du cas français – soit 432 références identifiées dont les 4/5^{ème} ont été diffusés après 1990 – il ressort que le débat sur la représentativité des immigrés au sein des media se focalise sur la télévision.

Plus de 40% de ces productions se concentrent, en effet, sur le rôle joué par la seule télévision dans la construction de l'image et de la perception des immigrés, et donc de leur représentation auprès de l'opinion publique. La radio et la presse écrite représentent respectivement 8% et 6% de ces mêmes productions. Enfin, un dernier tiers de ces productions – scientifiques ou médiatiques – se consacrent à la manière dont les media, tout support confondu, traitent de sujets connexes comme les questions d'identité, d'intégration, d'immigration ou encore de religion sans pour autant porter une attention sur la représentation que le traitement de ces différents sujets va donner des immigrés, plus globalement des minorités visibles installées en France.

Parmi les productions médiatiques exclusivement consacrées à la question de la représentation des immigrés en France, plus des deux tiers s'intéressent à la télévision, environ 10% à la radio et moins de 5% à la presse écrite. Par ailleurs, environ 4/5^{ème} de ces mêmes productions sont le fait de la presse écrite.

Deux conclusions s'imposent donc. D'une part, la télévision est placée au cœur des débats. Elle semble être perçue comme le medium ayant une responsabilité majeure quant à la représentation des minorités issues de l'immigration au sein des media. D'autre part, la presse écrite, un des principaux acteurs du débat, s'exonère de tout regard sur ses propres pratiques puisqu'elle va consacrer moins de 2% de ces productions à un regard critique sur elle-même. La radio, toutes choses égales par ailleurs, semble se positionner en intermédiaire en étant à la fois objet et acteur du débat. A noter que les productions scientifiques ne viennent en rien bousculer ces observations. En effet, la télévision représente, elle seule, plus de 45% des études identifiées ; la presse écrite occupant moins de 10% de ces mêmes analyses consacrées à la représentativité des immigrés au sein des media en France.

Toujours à partir des productions médiatiques recensées, il est possible de dégager deux périodes distinctes, tant par le nombre des productions consacrées au sujet de la représentation des immigrés au sein des media que par la multiplication des angles d'approche retenus par les media eux-mêmes pour aborder cette question.

Une première période marquée par les émissions spécifiques et l'ouverture progressive du débat au sein des media

Entre le milieu des années 70 et la fin des années 90, les productions médiatiques sont stables et régulières, avec une légère augmentation au milieu des années 80. Au cours de cette période, le débat a pour point de départ quasi exclusivement les émissions dites « spécifiques » produites directement ou indirectement par le FASILD et diffusée par France3. *Le Monde* consacre plus d'une trentaine d'articles aux différents magazines financés par le FASILD de 1978 à 1994.

Ainsi, *Le Monde*, à l'instar de la presse écrite française, consacre-t-il de nombreux articles à l'émission *Mosaïque* (1976 – 1987) en s'intéressant dans un premier temps aux contenus et apports de l'émission, puis en interrogeant la pertinence de son mode de financement et,

enfin, en se faisant le relais de débats de plus en plus nombreux sur l'utilité de l'émission et ses manques. Sous le titre « *Les programmes radiotélévisés pour les immigrés : abandon ou reconnaissance ?* » (*Le Monde*, 2 novembre 1982), un article à la une du quotidien fait état des débats qui entourent « *Mosaïque* » suite à la publication d'un rapport commandé par le ministère de la Solidarité nationale (Gaspard 1982). Outre que ce rapport évoque une baisse d'audience de « *Mosaïque* » et de son coût élevé, il aborde, également pour la première fois, la question de savoir si des émissions spécifiques ne contribuent à pas entretenir des ghettos et s'il ne faudrait pas préférer à un rendez-vous fixe des émissions éclatées dans l'ensemble des programmes des chaînes, prises en charge par celles-ci.

Le quotidien continue de rendre compte, par la suite, des évolutions constatées dans la ligne éditoriale des émissions qui vont succéder à *Mosaïque*. Ainsi, au sujet de *Ensemble aujourd'hui* (1987 - 1988), *Le Monde* (11-12 octobre 1987) décrit-il ce nouveau projet comme devant désormais s'adresser « *aux Français et aux étrangers* » et privilégier l'intégration à l'exploration des différences et des identités. Au-delà de cette couverture concernant l'évolution de la ligne éditoriale introduite par cette nouvelle émission, *Le Monde* participe plus globalement au débat qui traverse la société française et ses choix successifs en matière d'intégration ; dans le même article, *Le Monde* note la convergence de vue entre l'émission et les instances de tutelles.

« *Rencontres* » (1989 - 1991), avec « *Racines* » et « *Relais* », succède à « *Ensemble aujourd'hui* ». *Le Monde* se fera régulièrement l'écho de ces émissions dans une dizaine d'articles (18/09/89, 4/12/89, 15/01/90, 16/04/90, 23/07/90, 15/07/91, 30/09/91, 2/12/91...). Outre le contenu de ces émissions, et leur qualité, seront abordées également les modalités de sa production, et notamment de son financement. A cette occasion, il est fait remarquer que, pour la première fois, le diffuseur (France 3) devient aussi un des financeurs de cette émission. En marquant cette évolution, *Le Monde* poursuit et accentue le débat sur la responsabilité des chaînes en matière de production et de diffusion de programmes reflétant la diversité de la société française. Avec l'émission *Saga-Cités* (1991-2002), émission pour laquelle le FASILD n'est plus que partenaire financier, ce débat va s'accroître ; tout au long de la diffusion de l'émission mais aussi à son arrêt. *Le Monde* se fera alors le relais de la diversification des sujets abordés par l'émission, des thématiques nouvelles abordées comme les discriminations, les banlieues ou encore les jeunes...

En couvrant ces émissions, *Le Monde*, en ne prenant que cet exemple et à l'instar de nombreux titres de la presse écrite, mais aussi de la télévision ou encore de la radio, participe indéniablement au débat public concernant les motivations et les contenus successivement abordés des émissions spécifiques. Agissant ainsi, il interroge la responsabilité des chaînes de télévision dans la couverture qu'elles font des questions d'immigration, d'intégration mais aussi de leur implication réelle en tant qu'acteur principal de la construction de l'image et de la représentation de l'immigration. *Le Monde* participe, aux côtés de *Libération*, du *Nouvel Observateur* et de bien d'autres à relayer les nouveaux regards critiques qui se profilent progressivement sur les images de la banlieue, sur les immigrés dans les feuillets européens, sur la réception satellite... Certaines radios, comme France Culture, vont rejoindre ce mouvement, tout comme la télévision, comme par exemple lors de la diffusion de l'émission « *Le Cercle de minuit* » sur la banlieue et ses images, (*France 2*, 8 octobre 1995).

Comme expliqué précédemment, les émissions spécifiques ont indéniablement contribué à lancer puis accélérer le débat sur la représentation, plus globalement la présence, des immigrés au sein des media et son évolution. Cette évolution sera marquée par la traduction dans les choix stratégiques des chaînes – à tout le moins pour l'une d'entre elles - d'une des interrogations formulées par le rapport Gaspard (Gaspard 1982), soit 20 ans plus tard, concernant la pertinence et l'utilité des émissions dites « spécifiques » même s'il est rarement précisé ce qui fait leur spécificité (le public ciblé ? le contenu ?).

Relatant l'arrêt de l'émission *Saga-Cités*, assimilée à tort ou raison à une émission spécifique, *Le Monde* (8 et 22 juin 2002) explique que France 3 a signé la disparition de l'émission car sa formule, selon la chaîne, était épuisée. De plus, toujours selon France 3 repris par *Le Monde*, si les problèmes de discrimination demeurent en France, ils ne sont plus les mêmes que dans les années 1990. La chaîne ne veut plus d'un « rendez-vous régulier *alibi* » et souhaite développer une nouvelle offre ; par exemple, des documentaires valorisant l'apport de l'immigration, des émissions à forte audience, des fictions... Cette évolution semble témoigner de nouvelles volontés en terme de programmation ; à savoir accroître la visibilité des immigrés par une présence transversale à toute la programmation...

Ce changement d'orientation est concomitant à l'accélération du débat sur la présence et la représentation des immigrés au sein des media. Cette accélération trouvera son impulsion dans la multiplication des initiatives venues de la société civile et dans leur impact sur divers acteurs institutionnels. Les media, particulièrement la presse écrite, se feront l'écho de ces débats comme en témoignent l'augmentation des productions médiatiques consacrées au sujet ainsi que la multiplication des thèmes abordés à l'aube du nouveau millénaire.

1999 - ... Multiplication des débats et des thèmes abordés au sein des media

L'année charnière semble être 1999. En effet, plus de 50% des productions médiatiques consacrées au rôle joué par les media dans la construction de la représentation des immigrés seront diffusées après cette période. Autrement dit, les six dernières années d'observation concentrent à elles seules l'équivalent du débat médiatique consacré à la même question depuis le milieu des années 70. 1999 marque aussi un tournant dans les angles d'approches retenus pour traiter de cette question de la représentation des immigrés. C'est, en effet, à partir de cette date que les media vont se faire le relais de débats soulevés dans d'autres cercles, bien au-delà des seules questions récurrentes habituellement abordées.

Si la télévision reste au cœur des débats comme objet privilégié d'analyse, cette nouvelle période va être marquée par la multiplication des thématiques et des sujets abordés autour de la présence et de la représentativité des immigrés au sein des media. Deux événements vont contribuer à cette accélération, quantitative et qualitative, du débat. D'une part, les interventions du Collectif Égalité vont ouvrir la question de la sous-représentation des minorités visibles, des quotas à la télévision et de la question identitaire – communautaire ? – des populations noires en France. D'autre part, une étude réalisée par le CSA (Malonga 2000) va faire rebondir le débat.

En effet, tout comme les actions, parfois spectaculaires du Collectif Egalité, l'étude commandée par le CSA sur la représentation des minorités visibles va entraîner débats et polémiques dans la presse écrite, au sein de la radio (France Inter, France Culture, RFI, RTL, RMC, radios membres de l'Epra...) ou encore de la télévision (*Ripostes*, France 5, mai 2000 ; *Envoyé spécial*, France 2, octobre 2000). Au cours de ces émissions ou bien à l'occasion de ces articles, des comparaisons vont être tentées avec le Canada, les Etats-Unis ou encore la Grande-Bretagne. De même, associations, écrivains, hommes politiques ou responsables de chaînes vont être sollicités pour exprimer leur avis, notamment sur la question des quotas et leur mesure. Même si la presse sera très critique sur les critères scientifiques des catégories référencées dans cette étude, elle semble globalement d'accord sur le constat de sous-représentation des minorités et sur la nécessité d'y remédier. Elle se montrera, par la suite, vigilante, faisant régulièrement un état des lieux de la situation, le compte et le décompte des avancées et retards.

En multipliant les articles, émissions de radio ou encore de télévision, les media vont amplifier le débat et se faire le relais de questions, plus politiques, s'ouvrant aussi à de nouvelles problématiques comme celles de l'exclusion, de l'intégration, de la banlieue, de la religion, du racisme, des minorités visibles, notamment de la question noire, des media communautaires, du communautarisme, de la cohésion sociale ou encore des quotas. A ces premiers sujets, d'autres thématiques vont être abordées telles que la question de la mémoire, de la France coloniale, de l'esclavage, des stéréotypes issus de la colonisation... En témoignent les articles du *Monde* (« La France multiethnique devient plus visible à la télévision », 9/10/02 ; « La télé n'est toujours pas multicolore », 27/09/03...), de *Libération* (« La télé fait pâle figure », 5/10/99...), les émissions de *France-Culture* (« Pot au feu », 19/01/01...), de *France Inter* (*Diagonales*, 28/12/03...), de *France 2* (« Télématin », 22/05/00 ; « Envoyé spécial », 26/10/00...); de *France 5* (« Ripostes », 28/05/0000, « Arrêt sur image », 7/12/03...).

L'entrée en scène, cette fois comme acteur et non plus comme seul objet d'analyse ou d'interpellation, des opérateurs audiovisuels dans l'action en faveur d'une meilleure représentativité des immigrés, des minorités visibles à l'écran va continuer à nourrir les débats au sein des media. Pour preuve les articles du *Monde* (« La télévision prend des couleurs », 24/01/04) ; « France Télévisions a présenté un plan pour l'intégration des minorités à l'antenne », 30/01/04 ; « Pas de quotas mais un effort collectif », 31/01/04 ; « Des associations demandent plus de diversité ethnique à la télévision », 28/04/04 ; « France Télévisions poursuit sa politique d'intégration », 21/10/04...), de *Respect* (10/05), de *Télérama* (« Et si on passait à la couleur ? », 18-24/12/04), les émissions de *RFI* (« Une semaine en France », 31/01/04 ; « Medias du monde », 4/09/04 ; « RFI soir », 23/02/05), de *RTL* (« On refait le monde », 4/02/04, 21/10/04), de *RMC* (« Les grandes gueules », le 10 mars 2005) ou encore de *France 2* (« L'Hebdo du médiateur », 25/05/04 et 19/06/04), de *France 5* (« Arrêt sur image », 5/03/05), de *Arte* (« Le Forum des Européens », 26/02/05), de *LCI* (« On en parle », 16/03/05)... Ainsi, aujourd'hui, au regard de la presse écrite et ou des émissions de radios (28 en 5 ans) et de télévision, la thématique de la représentation et de la représentativité des immigrés au sein des media est, désormais, reprise par la quasi totalité des grands opérateurs médiatiques, y compris privés (LCI, Canal+, RTL ou encore RMC) rejoignant ainsi les chaînes et stations des groupes publics (France 2, France 5, Arte, radio France ou encore RFI).

Des émissions spécifiques aux thématiques plus larges que recouvre le débat sur la présence et la représentativité des immigrés au sein des media, notamment de la télévision, un long et laborieux chemin a été parcouru comme en témoignent les productions médiatiques consacrées au sujet. Si la presse écrite a été un des principaux moteurs du débat, elle s'est, par contre, exemptée de tout regard critique sur ses propres pratiques. Comme indiqué précédemment, la production scientifique se concentrant aussi quasi exclusivement sur les opérateurs audiovisuels, la presse écrite en sera encore moins interpellée.

Consacrée par les productions médiatiques et scientifiques comme l'acteur majeur en matière de présence et de représentativité des immigrés au sein des media, la télévision va alors s'engager dans moult initiatives et autres plans d'actions pour assurer une meilleure place à l'écran aux minorités visibles. Volonté affichée, discours déclamés ou pratiques engagées, les principales chaînes de télévision veulent changer. Que proposent-elles ? Que font-elles ?

Représentativité des immigrés au sein des media ; la télévision française, principale actrice de changement ?

Dans le paysage audiovisuel français, Radio France Internationale et France 3 ont fait figure d'exception concernant la présence et représentativité des populations issues de l'immigration à l'antenne ou à l'écran. En effet, RFI est la seule station de cette envergure à avoir diffusé des émissions spécifiques à destination de différentes communautés issues de l'immigration. France 3 a, quant à elle, diffusé régulièrement les émissions initiées et financées par le FASILD avant de prendre part à leur financement et production.

Ainsi, malgré la multiplication des débats, des interpellations, ou encore des actions initiées par la société civile en France, voire en Europe, les chaînes de télévisions françaises, tout comme les stations radiophoniques, ont montré, au cours de ces nombreuses années, leur faible préoccupation pour les questions inhérentes et sous-jacentes à la diversité des composantes de la société française.

2004 va marquer un changement radical d'attitudes des principales chaînes de télévision. Ce changement va se produire sous la pression, voire l'injonction, de divers acteurs institutionnels, comme le CSA ou le HCI, qui vont, pour obtenir un début d'engagement, s'y reprendre à plusieurs reprises. Objets de nombreuses critiques, les chaînes de télévision, à l'exception notable de Radio France dans son champ de production et de diffusion, restent, à ce jour, les seuls acteurs médiatiques en France à annoncer et afficher leur volonté de changement ; la presse écrite reste, pour le moment et bien étrangement, muette.

A noter que pour ce tour d'horizon des pratiques, l'attention a été portée uniquement sur les principales chaînes françaises de télévisions hertziennes ; celles-ci étant au cœur des débats. Arte étant franco-allemande ayant des obligations statutaires différentes, il semblait difficile de l'inclure dans ce tour d'horizon, et ce d'autant plus que son positionnement éditorial et programmatique fait de cette chaîne, une chaîne, par définition, multiculturelle.

TF1, effet d'annonce pour changements de fond ?

TF1, avec sa filiale LCI, se dit avoir été la première à agir. La concurrence étant un facteur, aujourd'hui, non négligeable dans la promotion d'une plus grande diversité à l'écran, les effets d'annonce y révèlent alors toute leur portée symbolique et leur puissance.

Les changements engagés par TF1 sont venus des niveaux très élevés de la hiérarchie. En effet, parce qu'Etienne Mougeotte, vice-président, et Edouard Boccon-Gibod, directeur de la communication du groupe, ont pris conscience d'une responsabilité particulière de la télévision dès 1998 - un an avant les premiers coups d'éclat du Collectif Egalité - ils vont alors s'impliquer personnellement. «*La genèse, pour nous, c'est l'explosion du mythe black-blanc-beur* » explique Edouard Boccon-Gibod, dans un article à paraître dans la revue *Mediamorphoses* (Humblot, 2006). «*Mythe sur lequel on a surfé toute l'année après la victoire de l'équipe de France à la Coupe du monde. Mais on a très vite vu que la société française ne suivait pas ce slogan très médiatique.* »

Après les premières actions du Collectif Egalité (1999), Etienne Mougeotte et Edouard Boccon Gibod vont entamer des discussions avec ce même Collectif Egalité, jusqu'à la présidentielle de 2002, mais vont également discuter avec d'autres organisations représentatives des minorités issues des migrations et/ou visibles (Club Averroès, Club du XXI^e siècle, CAPDIV, CRAN...).

Les « patrons » de la première chaîne étudient, secteur par secteur, ce qui peut se faire pour élargir la présence des minorités. Ils commencent par les jeux télévisés puis enchaînent avec la télé-réalité ; il faut que les castings soient représentatifs de la France dans sa diversité. TF1 s'attaque ensuite à la fiction. Les producteurs et les scénaristes sont invités à concevoir davantage de héros positifs et les agences de casting à repérer des comédiens (*Ecrans Pâles ?*, IMA, 2004).

Derniers domaines, celui du sport et de l'information. TF1 a embauché des jeunes journalistes, certains visibles à l'antenne, d'autres pas, tandis qu'à la rédaction de LCI, sont repérés ou testés des jeunes professionnels dont certains ont déjà basculé sur la chaîne mère. Selon la direction de TF1, aujourd'hui, 10% des effectifs de la rédaction seraient issus des minorités visibles.

Cette politique est restée peu médiatisée jusqu'à l'annonce, le 6 mars 2006 de l'embauche du journaliste Harry Roselmack, d'origine martiniquaise, pour présenter le Journal Télévisé de 20 heures assumant l'intérim de Patrick Poivre d'Arvor. «*TF1 a pris tout le monde à contre-pied et a réussi, objectif principal diront les mal intentionnés, un très joli coup médiatique* » (Le Figaro, 9/03/06). Quelles que soient les polémiques ou encore la volonté affichée de ses dirigeants, il est, toutefois, important de remarquer que TF1, en lançant ses diverses initiatives, ne fait que se conformer au contenu de sa convention, renouvelée et signée par le CSA en 2001 ; convention qui stipule très clairement que la chaîne doit faire la promotion des valeurs d'intégration et de solidarité et de «*prendre en considération, dans la représentation à l'antenne, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale* » (CSA 2001b) !

France Télévisions, changement en profondeur pour visibilité limitée ?

Des émissions spécifiques, des nominations et enfin un plan d'action global

France 3 reste la première et seule chaîne à avoir diffusé les émissions impulsées et financées par le FASILD en louant, dans un premier temps, son antenne. Par la suite et avec le lancement de l'émission *Rencontres*, l'ARA – maison de production de l'émission financée par le FASILD - va engager des négociations avec France 3 et obtenir, en septembre 1990, que la chaîne s'investisse financièrement. Les deux organismes vont alors signer une convention de coproduction portant sur 15 heures et aboutissant à ce que la chaîne accepte, pour la première fois, de prendre en charge les coûts de diffusion à l'antenne. Cette évolution dans l'implication de France 3 dans la production d'émissions dites « spécifiques » va se poursuivre dans la continuité des changements de stratégie du FASILD. Ainsi, ce dernier va décider de s'engager financièrement, aux côtés d'autres institutions partenaires, dans le magazine *Saga-Cités* ; magazine créé et produit, initialement, par France 3 Ile-de-France. Il s'agira, alors, du premier, mais aussi dernier, magazine traitant des questions de l'intégration et de l'immigration, dont l'initiative de la création et de la production venait de France 3.

Malgré ces changements progressifs - pour ne pas dire très lents (15 ans vont s'écouler avant que la chaîne, de service public, n'accepte de s'engager financièrement) - du positionnement de France 3, il n'en reste pas moins que le groupe public français de télévision ne s'est interrogé que très récemment sur la question de la présence et de la représentation des immigrés à l'écran.

Toutefois, il reste le premier groupe à avoir affiché à l'antenne des personnes, notamment des journalistes issus des minorités visibles. La première nomination remonte à la fin des années 90 où Rachid Arhab devient présentateur du journal du 13h en duo avec Carole Gaessler, et ce à un moment où l'audience du journal n'avait pas à rougir de la concurrence venue de sa consœur privée.

Quelques années plus tard, France Télévisions récidivera avec la nomination de Audrey Pulvar à la présentation du journal télévisé *Soir 3* en septembre 2004, puis à celle du volet national du journal *Le 19/20* dès septembre 2005. La surmédiasation qui a accompagné la nomination de Harry Roselmack au *20h* de TF1 devient alors d'autant plus surprenante, compte tenu de l'écho qu'elle a eu dans la presse, qu'elle passe quasi sous silence ces premières initiatives.

Certes, les journaux télévisés de France Télévisions bénéficient d'une audience moindre que ceux de TF1, il n'en reste pas moins qu'ils restent un rendez-vous important de l'information, notamment pour le *19/20* de France 3. En effet, ce journal – d'une durée d'une heure, un des plus longs temps d'information en télévision – se découpe en des éditions régionales et une édition nationale. Décalé dans sa programmation par rapport aux grandes messes de l'information que sont les journaux de France 2 et TF1, il bénéficie d'une audience importante entraînée par ses éditions régionales.

Ce demi-silence de la presse autour de la nomination de Mme Pulvar est d'autant moins compréhensible qu'il fait suite aux débats après la suppression de l'émission *Saga-Cités*. France Télévisions justifiait cet arrêt par la volonté de s'engager dans une visibilité et une programmation transversale de la diversité des composantes de la société française, plutôt que de se cacher derrière un rendez-vous alibi. Faut-il opposer une programmation transversale à des rendez-vous réguliers plus spécifiques ? C'est un autre débat ! Il n'en reste pas moins qu'avec la nomination de Audrey Pulvar, France Télévisions semble confirmer ses orientations stratégiques. Ces objectifs n'ont – semble-t-il – pas attiré l'attention de la presse malgré l'impact que la nomination d'une femme de couleur aux commandes d'un journal télévisé peut potentiellement avoir sur la présence et la représentation des minorités visibles à l'écran, et ce bien au-delà des seuls contours du boulevard périphérique parisien !

La relative médiatisation de ces différentes nominations – est-elle due à un déficit de communication de France Télévisions ou, au contraire, à une volonté de non communication ? - est d'autant plus surprenante que le groupe public de télévision est le seul à avoir engagé un « Plan d'action positive pour l'intégration » ; plan d'action pouvant être perçu comme une première réponse aux interpellations directes du CSA (2000) puis du HCI (2003).

Un Plan d'action positive pour l'intégration ; très volontaire mais peu visible ?

Malgré ses pesanteurs, la holding *France Télévisions*, regroupant *France 2*, *France 3*, *France 4* (diffusée en numérique), *France 5* (qui partage son antenne hertzienne avec Arte et qui est, par ailleurs, diffusée en numérique) et *France O*, a engagé un travail préalable de réflexion en interne ; travail aboutissant, en janvier 2004, à la présentation de son plan d'action.

Lors du colloque *Ecrans pâles* (Paris, avril 2004), le président de France Télévisions rappelle que « le sujet est sur la table de la télévision publique depuis quasiment son origine ». *France 2* et *France 3* n'ont effectivement pas attendu la modification du cahier des charges des chaînes publiques pour raconter les histoires, filmer les visages de ces hommes et femmes venus d'ailleurs, et qui font, aujourd'hui, la société française, dans des documentaires, des fictions, des feuilletons (*6^e Gauche*, *Fatou la Maliennne...*), des magazines (*Saga-Cités...*) ou bien au cours de ces semaines spéciales de l'intégration, produites et diffusées une fois par an sur *France 3* ; nombre de ces initiatives étant soutenues par le FASILD. Des initiatives certes, trop rares, et qui sont loin de constituer une politique d'ensemble, autorisant une amplification des polémiques.

En 2002, Marc Tessier, alors président de France Télévisions, s'attaque à la question de la présence et de la représentation des minorités visibles à l'écran. Il nomme alors un chargé de mission, Edouard Pellet. Sa mission est claire. Alors que France Télévisions semble souffrir d'un retard en terme de présence et de représentation des minorités à l'écran, le président du groupe veut savoir si ce retard est avéré et si tel est le cas, il veut en connaître les raisons. Le rapport, non public et présenté suite à un audit mené en interne, fait état d'une

sous-représentation des minorités visibles au sein du service public de télévision et propose un ensemble de mesures pour y remédier. Il aboutira à la définition du « *Plan d'action positive pour l'intégration* » dont le lancement sera annoncé par le président de France Télévisions, le 28 janvier 2004.

Dans ce plan d'action, *France Télévisions* déclare s'engager dans une action positive en faveur de l'intégration « *afin que les diverses composantes constitutives de la société française soient mieux représentées, d'une part, dans les programmes diffusés par France 2, France 3 et France 5 et, d'autre part à l'intérieur de l'entreprise* ». En agissant ainsi, le groupe ne fait que se conformer à la modification des cahiers des charges de France 2 et France 3, à l'instar des actions engagées par *TF1* suite au renouvellement de sa convention. Cette modification était intervenue 3 ans plus tôt (!) sur demande du CSA et introduite par le décret n°2001-42 du 16 février 2001. Même s'ils restent moins explicites sur les questions de représentation de la diversité de la société à l'antenne, comparés à la convention signée par *TF1*, ces cahiers des charges précisent que les chaînes du service public ont pour mission générale de « *témoigner de la richesse et de la diversité des cultures constitutives de la société française* ».

Suite à la présentation de son plan, France Télévisions nomme Edouard Pellet délégué à l'intégration et à la diversité auprès de la présidence, à l'instar de ce qui a été fait au sein de groupes européens, comme la BBC ou encore la NPS, qui ont nommé, depuis de nombreuses années déjà, des « Délégués Diversité ». Ce plan, lancé par Marc Tessier, sera repris par Patrick de Carolis, son successeur à la tête de France Télévisions en septembre 2005 ; le nouveau président déclarant vouloir l'amplifier.

Dans ses objectifs, le plan d'action de France Télévisions - dont les termes ont été soigneusement choisis afin de ne pas heurter la loi française qui interdit de nommer, de quantifier les personnes sur la base de leur origine ethnique - prévoit d'agir dans trois directions : le contenu des programmes, la ligne éditoriale des chaînes et les ressources humaines. Il n'est pas question de quotas (question passionnée en France). Ce plan sera mis en œuvre dans une relative discrétion (opacité ?). Dans chaque chaîne, une cellule se réunit une fois par mois pour évaluer et contrôler les efforts. Leurs bilans - qualitatifs - sont transmis au fur et à mesure au délégué à l'intégration et à la diversité, et donc à la présidence de France Télévisions.

Premier volet du plan d'action, les programmes. Il s'agit d'assurer une meilleure visibilité de la diversité des composantes constitutives de la société française, et ce dans des délais très brefs. France Télévisions commence, à l'instar de *TF1*, par les émissions de flux, les jeux, les magazines de débat, etc. Par lettre, les présidents successifs de France Télévisions font savoir aux producteurs leur souhait de voir davantage de personnes représentatives de cette diversité parmi le public, les invités, les chroniqueurs... Les producteurs de documentaires et de fiction sont invités à leur tour à développer des projets traitant de l'intégration, de l'histoire des groupes de la société française venus d'ailleurs. Les producteurs de fiction sont particulièrement encouragés à élargir leur casting, à proposer des héros plus positifs et, en même temps, moins stéréotypés. Si France 3 a été pionnière en ce domaine, désormais les trois principales chaînes du groupe sont concernées.

Second volet, la ligne éditoriale. Toujours dans le cadre de ce plan d'action, France Télévisions prévoit de sensibiliser les personnels et les cadres au contenu de cette réforme. Tandis qu'une charte de l'antenne précise les règles éthiques pour tous ; différents séminaires vont s'adresser à des publics particuliers. Le premier, destiné aux journalistes des différentes rédactions du groupe, a eu pour but de réfléchir, avec chercheurs et autres experts, à l'impact des reportages traitant des problématiques liées aux minorités visibles et/ou issues des migrations (effet des mots, des images, des stéréotypes...). Le deuxième, qui a réuni producteurs, scénaristes, comédiens et responsables des unités fiction des chaînes publiques, a permis d'identifier les difficultés rencontrées par les « minorités visibles » pour entrouvrir les portes encore trop fermées de la fiction. A l'issue de ce colloque, Patrice Duhamel, directeur général chargé des antennes du développement et de la diversification, a annoncé différentes mesures susceptibles de dépasser ces obstacles. Parmi ces mesures, figurent, notamment, l'augmentation (non fixée) du budget fiction de France O pour 2007, destiné à mettre en valeur les cultures de l'outremer. Il a rappelé, par ailleurs, l'ouverture d'un fonds de 10 millions d'euros au Centre National de Cinématographie pour aider des projets relatifs à l'intégration. A noter que ces mesures s'inscrivent dans – voire reprennent – les annonces du Président Chirac de fin 2005. D'autres initiatives similaires sont prévues pour aborder les questions du documentaire, de la publicité ou encore du rôle de l'audiovisuel public dans une Europe multiculturelle. Des rencontres sont envisagées entre professionnels de la télévision publique et lycéens dans des zones d'éducation prioritaires.

Autre volet : les ressources humaines. France Télévisions se veut, en tant que service public, exemplaire. Le groupe veut faciliter l'intégration des composantes défavorisées de la société française. Signataire de la Charte de la diversité, le groupe a également conclu un accord-cadre avec l'Etat, incluant le FASILD et la DPM, visant à favoriser la diversité dans les recrutements. Stages, contrats de qualification, contrats en alternance, France Télévisions veut multiplier les passerelles devant permettre d'ouvrir l'accès aux jeunes issus des minorités, via une politique de partenariat, notamment dans le cadre du programme européen EQUAL, avec des écoles de journalisme ou de techniciens d'audiovisuel.

Au-delà des effets d'annonce, deux exemples d'action à France Télévisions dans le domaine de l'information

A la demande du délégué à l'intégration et à la diversité, une étude a été commandée à un doctorant pour analyser les courriels envoyés par les téléspectateurs de France Télévisions quant au traitement de l'actualité touchant à la diversité.

Sur la base de mots-clé (immigration, diversité, minorités, noirs, maghrébins...), cette étude s'est penchée sur les courriels reçus par les chaînes entre 2003 et début 2005. Elle note un courrier important et très réactif de téléspectateurs se plaignant de la stigmatisation et d'une représentation, par trop discriminante. Les amalgames font réagir violemment. Reviennent souvent l'association islam/terrorisme, insécurité/jeunes ou encore banlieue... Les courriels des téléspectateurs dénoncent « l'ethnisation » des problématiques et se plaignent du manque de représentativité et d'égards dus aux populations d'origine immigrée ou appartenant aux minorités visibles.

Une autre innovation dans le domaine de l'information repose sur les actions lancées par la médiatrice de l'information nommée en 2003, Marie-Laure Augry, journaliste du service public depuis 1972. Dans son premier rapport d'activité 2003/2004 (2005), la médiatrice souligne que le téléspectateur devient de plus en plus réactif ; le courrier électronique ayant contribué à renforcer cette réactivité (90% des messages reçus).

Ce courrier est souvent révélateur des tensions qui traversent la société. Dans ce rapport, deux débats particulièrement passionnés sont pris en exemple. Le premier concerne le port du voile par les femmes et jeunes femmes musulmanes ; réactions nombreuses et critiques parfois virulentes. Pour la médiatrice, ces téléspectatrices se sont adressées à elle dans l'espoir d'être entendues ; elle publie de très larges extraits des courriers reçus ; certains exprimant l'étonnement de voir philosopher chroniqueurs et autres spécialistes sans qu'aucune femme, directement concernée, ne soit invitée sur le plateau. Par ailleurs, ce même rapport fait état de débats ressentis comme donnant une image négative, voire caricaturale de l'Islam. Deuxième exemple, l'affaire du RER, pour laquelle les téléspectateurs ont exprimé à la médiatrice leur dénonciation de la précipitation des journalistes à donner une information mais aussi leur reproche d'avoir sans hésiter stigmatisé une population. D'autres spectateurs font part de leur crainte qu'en jouant sur les peurs, les tensions risquent de s'aggraver. Ainsi, certains incitent à ne pas citer l'origine ethnique d'une personne partant du principe qu'il n'y a qu'une race humaine et qu'aucune origine n'a le monopole du bien et du mal.

Ces deux exemples, deux parmi d'autres cités dans le rapport de la médiatrice (Augry 2005) montrent combien les téléspectateurs sont aussi soucieux des questions de représentation et de représentativité. Ayant posé comme condition, avant d'accepter le poste de médiatrice, de faire vivre la médiation à l'antenne, Marie-Laure Augry va lancer « *Votre Télé* » ; émission nationale mensuelle diffusée pour la première fois le 4 avril 2003. Rendez-vous de 26 minutes, diffusé chaque premier dimanche du mois, cette émission est conçue comme un lieu d'écoute et de réflexion et construite en fonction du courrier reçu à la médiation.

Dans « *Votre Télé n°3* » (*France 3*, 13/06/04), l'émission va s'interroger sur les capacités de la télévision à refléter la diversité de la société française, dans le traitement de l'information et dans sa lisibilité à l'antenne. L'échange, avec les téléspectateurs invités, va porter sur les dangers de la stigmatisation et sur la nécessité de mettre en avant des initiatives positives. Différents témoins, journalistes ou rédacteurs en chef, vont revenir sur les réflexions en cours au sein de la rédaction, notamment sur les élections présidentielles ou encore sur la manière de filmer la banlieue. Sébastien Rouquette, sociologue des media à l'Université Clermont II, fera remarquer que l'analyse des émissions de débats a fait ressortir que les invités ne sont toujours pas représentatifs de la société ; un sur deux étant cadre supérieur, de profession libérale, médecin, avocat ou encore journaliste. Un autre numéro de « *Votre Télé* » (*France 3*, 11/12/05), intitulé « *Banlieues, un autre regard* » revient sur les événements de novembre 2005 ; le rédacteur en chef de France 3 Île-de-France faisant valoir que sa rédaction essaye de faire avancer le regard sur les banlieues.

En instituant, d'une part, cette étude sur les courriels reçus au sein des chaînes du groupe *France Télévisions*, et, d'autre part, une émission mensuelle de médiation sur l'information, sur France 3 (une émission similaire existe également sur *France 2*), le service public de télévisions montre ainsi une réelle volonté de débats et d'exposition aux téléspectateurs.

Cependant, pour certains professionnels des media, le constat est que, deux ans après le lancement de ce plan et les différentes initiatives engagées, la télévision publique reste encore bien « pâle ». Les responsables de la programmation et de l'éditorial semblent manquer d'audace à l'intérieur des chaînes. Aujourd'hui, les syndicats du groupe réclament, dans le cadre de ce même plan, la mise en place à la rentrée 2006 d'une émission d'information sur l'immigration et les ultramarins, où la parole serait enfin donnée à tous les acteurs en respectant la diversité des opinions ; émission qu'ils voudraient voir diffusée en première partie de soirée et de manière hebdomadaire, tant la thématique est devenue, selon eux, un des enjeux majeurs de la société française. Pour certains, la transversalité de l'action ne doit pas être exclusive de rendez-vous réguliers. Ces différentes réactions montrent bien que le débat avance au sein du service public de télévision, même si trop timidement.

Est-ce cette timidité qui est à l'origine de l'annonce par la Présidence de la République, fin 2005, d'une nouvelle modification des charges des chaînes de service public ? Cette modification doit mettre – de toutes les façons et enfin ! – les chaînes publiques au service de la représentation à l'antenne de la diversité des composantes de la société française et mettre fin à la différence de traitement – anomalie constatée par le HCI (17 mars 2005) faite entre les chaînes privées et les chaînes publiques ; les premières ayant obligation de représenter à l'antenne la diversité de la société, les secondes, au terme de leur actuel cahier des charges, pouvant se contenter de rendre compte de cette diversité !

Pour Canal +, nul besoin de décret et pourtant...

A Canal +, première chaîne généraliste cryptée et payante, il semble que la responsabilité particulière de la télévision sur le terrain de la représentation des minorités est vécue comme une évidence..

La chaîne aime à dire qu'elle a toujours eu un public assez jeune avec lequel elle est en phase naturellement et que des artistes, comme Jamel Debbouze, Maurad, Omar et Fred, sont venus parce qu'ils avaient du talent et non comme représentants d'une minorité. Il n'en reste pas moins qu'au-delà de cette démarche naturelle, les demandes des institutions, comme le CSA, puis la crise des banlieues et, enfin, la rencontre avec le Chef de l'Etat, fin 2005, ont entraîné Canal + dans une réflexion interne, notamment sous la forme d'un audit. Par ailleurs, la chaîne signe la Charte de la diversité, en 2004, et instaure des rencontres régulières avec le Club Averroès.

Peu convaincue du bien fondé de donner des directives aux producteurs de fiction, la chaîne s'intéresse néanmoins aux thèmes de l'histoire et de la mémoire... Elle admet, par ailleurs, pouvoir faire mieux sur la question du recrutement. Ainsi, malgré le fait que la chaîne vive la diversité comme une constante de sa programmation et de sa ligne éditoriale, Canal+ songe, aujourd'hui, à créer un poste de coordinateur pour travailler sur la transversalité des questions relatives à la présence et de la représentation des minorités visibles à l'écran. L'évidence n'en serait-elle finalement pas une, même au sein de Canal+ ?

M6, la petite chaîne qui ne monte pas dans le train de la diversité ?

A M6, il n'y a personne qui ait en charge le dossier de la présence et de la représentation de la diversité de la société française. La chaîne se dit pourtant impliquée et s'affirme précurseur en diffusant, depuis de nombreuses années, des séries américaines introduisant des comédiens noirs. Ainsi, rappelle-t-elle, le *Cosby Show*, feuilleton télévisé américain, lancé en 1988 avec le slogan publicitaire suivant : « *Sur M6, le présentateur du 20 heures est noir !* » ; on appréciera ! Toutefois, M6 reste la première chaîne française à diffuser une série écrite par des auteurs d'origine maghrébine ; une comédie racontant la vie de *La Famille Ramdam* (1990-1991).

Pour M6, la diversité s'exprime toujours dans la fiction. La chaîne a créé des premiers rôles comme celui de Faudel dans *Samy le pion*, de Sonia Rolland dans *Lea Parker*. Et bientôt Stomy Bugsy dans *Anna Meyer*, Pascal Legitimus dans *Les Tricheurs* ou encore Edouard Montoute dans *Alice et Charlie*. « *Pas de quotas, mais volonté forte que les programmes soient représentatifs* », écrit le service de presse, qui cite côté magazines, des animateurs comme Charly Nestor et Magloire, et côté info, la journaliste Aïda Touihri (*Blog 6*). De plus, au travers de ses programmes de télé-réalité, M6 se veut aussi le lieu privilégié de la diversité (*Loft Story*, *Pop stars*, *La Nouvelle Star*, *Bachelor...*) en mettant en avant des candidats de couleur et/ou issus de l'immigration.

Radio France, seul groupe radiophonique à s'engager en faveur de la diversité

Au regard des informations collectées, il semble que *Radio France* soit le seul groupe radiophonique national à s'être engagé dans diverses initiatives en faveur d'une meilleure expression de la diversité des composantes de la société française sur ces diverses antennes. Au-delà de la télévision, il semble important, ici, de pouvoir retracer les efforts initiés par le groupe radiophonique français de service public.

Ainsi, le groupe *Radio France* s'est-il impliqué en faveur de la diversité en chargeant, en septembre 2004, Jean-Luc Aplogan, d'une mission auprès du président du groupe pour la diversité culturelle et l'intégration. Mission que ce journaliste, précédemment correspondant de RFI au Bénin et au Nigeria, résume en deux volets : sur le plan social, un rééquilibrage du recrutement du personnel d'origine étrangère au sein du personnel de la radio et, côté programmes, un contenu qui doit aider « à sortir les minorités de l'invisibilité ». Une programmation pour une France plurielle, jeune, que le président de *Radio France* veut attirer sur ses différentes antennes. Pour ce dernier, alors qu'un dixième de la population française est d'origine étrangère, il n'est pas normal que cette réalité ne transparaisse pas sur les antennes du groupe public. Le président de *Radio France* souhaite que l'on entende cette France, qu'il y ait plus d'accents, plus de couleurs.

Cette politique se met malgré tout lentement en place. 2006 voit l'arrivée de nouveaux chroniqueurs sur *France Info* et naître des émissions d'un genre nouveau qui se montent sur *France Bleu Île-de-France* en partenariat avec *Radio Droit de Cité*. La première, sur la

discrimination à l'embauche, a été enregistrée à Mantes et diffusée simultanément sur les deux antennes, le 3 mars 2006. Une antenne commune entre le Mouv' et Radio Droit de Cité autour des violences urbaines a également été organisée au lendemain des événements de novembre. Enfin, des programmes de formation se montent ; Radio France engageant dans ses différentes stations douze journalistes en apprentissage.

Que dire au terme de ce rapide tour d'horizon ? Que « *l'ensemble des chaînes sont (aujourd'hui) conscientes de leur responsabilité* », comme le note le CSA dans son rapport d'activité 2004 (CSA, 2005) dans un nouveau chapitre intitulé « *La représentation de la diversité des origines à la télévision* » ; rapport élaboré à partir, notamment, des bilans d'activités remis chaque année au Conseil par les chaînes françaises. En effet, celles-ci sont désormais tenues d'inclure dans ce même bilan un chapitre sur la diversité. Si ce dernier chapitre représente indubitablement un progrès - en ce sens qu'il permet de contrôler ce qu'une chaîne a fait et ce qu'elle entend mettre en avant - évaluer la réalité des résultats, et surtout leur impact, reste une priorité.

Les media allemands : des émissions aux radios spécifiques...

En décembre 1961, la WDR (*West Deutsche Rundfunk*) – chaîne de radiotélévision régionale de l'ARD - commence sa première émission radiophonique pour une audience non allemande, à savoir la nouvelle communauté italienne. Par la suite, en 1964, la WDR va créer et diffuser une revue de presse radiophonique, à destination prioritairement de la communauté turque installée en Allemagne (de l'Ouest, à l'époque). Elle sera suivie, en 1970, par une émission similaire, cette fois en langue serbo-croate. A ces trois premières langues vont s'ajouter progressivement, l'espagnol, le grec, le kurde ou encore le polonais. Ce sont des émissions de 45 minutes, diffusées quotidiennement. Elles visent à transmettre des informations régulières en provenance des pays d'origine des différentes communautés issues de l'immigration installées sur le territoire allemand.

Des émissions spécifiques aux objectifs multiples...

L'origine de la création de ces émissions, loin de vouloir répondre à une meilleure prise en compte des populations étrangères installées en Allemagne, serait à rechercher dans les tensions nées de la séparation du territoire allemand. La date de création de ces premières émissions en langue étrangère et à destination des travailleurs « invités » correspond, en effet, à l'année de la construction du mur de Berlin par l'Allemagne, alors de l'Est. Ainsi, la guerre froide, et donc des considérations autres que celles fondées sur une meilleure intégration, voire visibilité des populations issues des migrations en Allemagne au sein des media, serait un des principaux éléments contextuels motivant, et ce jusqu'au milieu des années 80, la création et la diffusion de programmes spécifiquement dédiés aux travailleurs invités (Becker 2000). Ces programmes peuvent alors être perçus comme une tentative de réponse du gouvernement ouest-allemand aux tentatives de manipulation de ces mêmes

travailleurs ; tentatives engagées par et depuis l'Allemagne de l'Est. Le contenu de ces émissions va alors se structurer autour de trois piliers. Un premier est consacré à l'actualité de l'Allemagne de l'Ouest et du monde en général, un second aux nouvelles et événements, politiques, économiques ou encore culturels, concernant les pays d'origine des populations visées. Le troisième va se consacrer à la vie quotidienne en diffusant des informations relatives aux procédures administratives et légales ayant trait au statut de travailleur immigré. A ces trois principaux piliers vont s'ajouter des temps consacrés aux divertissements, tels que la musique et le sport.

En 1985, une étude interne lancée par l'ARD – premier groupe de radiotélévisions régionales publiques regroupant, notamment, la WDR (Cologne) et la NDR (Hambourg) - a été consacrée à ces émissions radiophoniques et à la manière dont celles-ci étaient reçues et perçues par les différents groupes de populations étrangères installées en Allemagne. Cette étude a, notamment, montré que les immigrés ont été des auditeurs réguliers de ces émissions répondant à leurs besoins réels d'information en lien avec leur pays d'origine ou encore leurs préoccupations quotidiennes propres.

A la fin des années 1980, sera créée et diffusée une première émission, en langue allemande, au sein des chaînes de l'ARD ciblant spécifiquement les populations issues de l'immigration. Jusqu'à cette création, les émissions visant les communautés immigrées étaient diffusées dans la langue d'origine du groupe ciblé. Le lancement de cette émission en allemand correspond, sans nul doute, à la prise en compte de l'évolution des populations issues des migrations installées sur le territoire au sein desquelles les enfants nés de parents immigrés deviennent de plus en plus nombreux.

Aujourd'hui, les revues de presse radiophoniques à destination des populations immigrées ont radicalement changé, et ce, de façon spectaculaire. Dix ans après la première étude lancée par l'ARD, la WDR va lancer une nouvelle étude sur l'audience de ses programmes en langue étrangère. Selon cette dernière étude, en 1996, seulement 19% des personnes issues de l'immigration turque continuent de suivre l'émission qui leur est destinée alors qu'ils étaient plus de 90%, cinq ans plus tôt. De même, en 1991, si plus de la moitié de la population originaire de Turquie écoutait ces mêmes émissions au moins une fois par jour, ils ne seront plus que 5% à le faire, cinq ans plus tard. Au terme de cette étude, la WDR va alors prendre conscience que ces émissions spécifiques ne semblent plus répondre aux besoins des populations issues des migrations, à tout le moins pour le groupe de loin le plus important, à savoir la communauté turque.

Des émissions aux stations spécifiques, une évolution non généralisée

Cette baisse de l'audience des émissions spécifiques va produire une crise sans précédent au sein des 11 stations de radiotélédiffusion publiques qui constituent, avec la WDR, l'ARD. Dans un premier temps, la durée de ces émissions va être réduite alors qu'une commission de réforme sur l'avenir de ces émissions de radio en langues étrangères va être mise en place. A l'issue des travaux de cette commission, la WDR va favoriser la création d'une station de radio, émettant quotidiennement et toute la journée, dénommée *Funkhaus Europa*, diffusant des émissions en différentes langues.

Pour créer cette station, la *WDR* s'est inspirée d'une station similaire lancée, en 1994, sous le nom de *Radio MultiKulti* par le diffuseur public basé à Berlin. Cette station émet quotidiennement des programmes d'informations et de musique en 18 langues et s'adresse approximativement à quelques 500.000 personnes d'origine étrangère venues de quelques 190 pays et qui cohabitent à Berlin.

Cette radio spécifique, créée par le groupe public, vise à intégrer les populations d'origine étrangère installées à Berlin en offrant une information locale et ciblée. La *Radio MultiKulti* se définit elle-même comme un espace-forum agissant en vue d'une meilleure compréhension mutuelle entre minorités ethniques et population allemande. Les journalistes de cette radio sont issus des différentes composantes culturelles qui structurent, aujourd'hui, la société allemande, à tout le moins berlinoise. Avec environ 130.000 auditeurs par jour et un budget annuel de trois millions d'euros, financé par l'opérateur public, la *Radio MultiKulti* a un bon rapport coût / efficacité.

Aujourd'hui, *MultiKulti* a une solide réputation, faisant de cette initiative un réel succès ayant remporté différentes distinctions internationales (UNESCO, Union européenne...). Toutefois, l'ARD – groupe de tutelle de *MultiKulti* – n'a pas, pour autant, augmenté les budgets destinés aux productions ciblant les populations issues des migrations. Il n'est pas entré, non plus, dans une stratégie de démultiplication de cette initiative. Et *MultiKulti* continue de vivre avec des moyens limités et donc de faibles capacités de développement.

Les populations issues des migrations résidant en Allemagne ne vont disposer, en 2004, que de deux stations de radios publiques diffusant en ondes moyennes. Le développement de ces radios est, par ailleurs, contraint par le modèle allemand de régulation de l'audiovisuel en ce sens où l'élargissement de leur espace de diffusion à un nouveau *Land* est soumis à un appel d'offres et donc à une autorisation préalable que chaque Etat constitutif de la fédération allemande est libre d'accorder ou de refuser ; l'écoute de *Funkhaus Europa* - Cologne - et *Multi-Kulti* - Berlin - reste, aujourd'hui, limitée à ces deux seuls *Länder*.

Cette situation – où des initiatives spécifiques à destination des populations issues des migrations se révèlent être des succès sans pour autant être démultipliées sur l'ensemble du territoire – est révélatrice des différentes contradictions et évolutions connues par la société allemande.

Emissions, radios spécifiques et modèle d'intégration...

A l'instar de la France, l'Allemagne va se lancer, dans un premier temps, dans la production et la diffusion d'émissions spécifiques, certes radiophoniques. Cette offre est sans nul doute à mettre en relation avec la politique d'immigration qui a prévalu, jusque très récemment, en Allemagne selon laquelle les travailleurs étaient « invités », sous-entendu temporairement installés, sur le territoire. Contrairement à la France où l'objectif global est l'intégration dans la société française des populations étrangères régulièrement installées, l'Allemagne a,

pendant de très nombreuses années, fonctionné sur un modèle selon lequel tout immigré est destiné à retourner dans son pays d'origine et ne peut que, difficilement, accéder à la nationalité allemande ; la production d'émissions spécifiques en langue d'origine devant ainsi probablement contribuer à maintenir un minimum de contact avec le pays d'origine.

Autrement dit, la volonté n'étant pas une installation et une insertion définitive dans la société allemande, et ce même si la législation allemande en terme d'accès à la nationalité a timidement évolué dernièrement, il a donc été créé des émissions spécifiques pour des populations spécifiques temporairement installées sur le territoire. De plus, diffusées en langues étrangères, ces émissions, à la différence de celles produites en France, n'ont pas, par définition, d'objectifs liés au mieux vivre ensemble entre allochtones et autochtones ; ces derniers ne pouvant que difficilement y avoir accès linguistiquement parlant.

L'évolution des populations issues des migrations et, notamment la naissance sur le territoire allemand d'enfants nés de parents immigrés, a contribué à modifier les dynamiques de ces différents groupes ; ceux-ci entrant dans un processus d'installation définitive. Malgré cette nouvelle donne, rares seront les initiatives au sein des media grand public visant à y répondre. Une étude réalisée pour le compte de l'Office de l'Information et de la Presse allemande (Hafez 2002), en s'intéressant à l'offre des télévisions satellitaires, va révéler qu'en réalité la plupart des jeunes issus de l'immigration n'a pas le vocabulaire suffisant pour suivre des chaînes produites et diffusées à partir des pays d'origine et dans des langues qu'ils ne peuvent aisément comprendre, même s'il s'agit de celle de leurs parents. Ce facteur est une limite certaine au développement des media satellitaires et donc un élément, a priori, favorable aux media allemands. Paradoxalement, ces derniers ne vont développer que très peu d'initiatives prenant en compte les différences structurant les divers groupes d'utilisateurs, notamment ceux venus d'ailleurs, dans leur programmation. Agissant ainsi, ils vont alors favoriser la formation et le développement d'une consommation - d'une culture ? - transnationale au sein des populations issues de l'immigration ; ces dernières ayant recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication - chaînes câblées, Internet... pour répondre à leurs propres besoins en matière d'information et de divertissement.

Cette seconde contradiction est d'autant plus étonnante que les gouvernements des *Länder* allemands ont longtemps été hostiles à l'offre médiatique satellitaire considérant que celle-ci conduirait à la formation de *Media-Ghetto* (Hafez 2000) isolant les populations étrangères du reste de la société allemande. Cette consommation a, de même, longtemps été considérée comme un défi à la construction de l'identité allemande et à l'intégration (!) des populations étrangères en Allemagne. Face à ces différentes considérations et pour limiter l'impact de la consommation satellitaire et ses effets supposés négatifs, une politique possible aurait pu conduire à soutenir la démultiplication d'initiatives comme *MultiKulti*, au travers des stations régionales de l'ARD. Or, cela n'a pas été le cas. Dernière contradiction !

Aujourd'hui, les media allemands, notamment de service public, semblent être au milieu de différentes contradictions qui ne leur sont pas propres mais correspondent aux évolutions en cours au sein de la société allemande concernant sa politique d'immigration et surtout d'intégration des populations issues des migrations.

Toutefois, ces mêmes media se sont montrés, jusque très récemment, peu enclins à intégrer dans leur programmation cette nouvelle donne liée à la diversification des groupes composant la société allemande. Ainsi, de nombreuses critiques formulées par les animateurs allemands du projet européen *More colour in the media* (cf. ci-dessus) vont s'adresser principalement aux opérateurs du service public ; ces derniers considérant cette initiative comme une intervention directe et inacceptable dans leurs choix de programmation ! Par ailleurs, tout en clamant haut et fort une politique volontariste en faveur d'une meilleure représentativité de la diversité constitutive de la société contemporaine allemande, les media du service public n'en continuent pas moins de cantonner les journalistes issus des minorités visibles aux seules questions liées à l'Islam, aux quartiers pauvres, au racisme... !!!

Face à ces différentes évolutions et contradictions, les media allemands de service public se sont engagés dans différents échanges avec leurs homologues européens, notamment avec France Télévisions. Ces échanges vont aboutir à l'organisation d'une rencontre européenne, prévue à Essen en novembre 2006, sur le thème – *Migration et intégration - le grand défi de l'Europe, quel rôle jouent les media ?* accueillie par la WDR. Compte tenu des interrogations des chaînes du service public allemand et des initiatives du groupe public français, il faut espérer que ces rencontres contribuent à marquer, enfin !, de réelles évolutions... pour l'un comme pour l'autre, mais dans quel sens ?

Les media britanniques – des pratiques souvent citées en exemple...

Au début des années 90, la question de la représentation des minorités visibles et des migrants était un sujet de forte préoccupation et d'attention pour les media britanniques.

La presse britannique se sent, aussi, peu concernée...

Malgré ce contexte favorable, il n'en reste pas moins que peu d'initiatives ont été engagées au sein de la presse écrite pour accroître la participation et l'inclusion des minorités visibles parmi ses professionnels. Seules sont constatées quelques réactions en cas de discrimination et de plaintes d'employés auprès du *National Union of Journalists* ou encore d'autres agences gouvernementales en charge de la lutte contre les discriminations ou encore de la lutte contre le racisme. La presse écrite britannique, à l'instar de la presse française, reste un secteur qui ne sent que peu concerné par les questions de présence et de représentation des minorités. Même si chaque organisation tente de se doter de règles, celles-ci restent propres au media qui les édicte ; rien n'est généralisé.

Quelques titres ont, par ailleurs, un code de conduite intégrant une politique d'embauche volontariste des minorités ethniques. Aujourd'hui, quelques journalistes appartenant aux minorités visibles exercent dans la presse écrite britannique ; ils restent très marginalisés. En 1995, sur les 5 000 journalistes appartenant à la presse nationale, seuls 30 étaient reconnus comme appartenant à des minorités visibles (Alibhai-Brown 1998). Cette situation change, mais trop lentement.

L'autorégulation, comme valeur centrale d'une gestion libérale de l'audiovisuel

L'avènement du numérique va entraîner différentes réformes de la politique britannique dans le domaine audiovisuel et des communications. Ces réformes vont se traduire par un plus grand libéralisme dans la gestion de l'industrie médiatique et par une intervention moins forte du législateur. Malgré ces évolutions, le Royaume-Uni – comme beaucoup de pays européens – ne dispose toujours pas de législations ou de règles spécifiques applicables au secteur associatif des radios et télévisions alors que celui-ci pourrait être un espace de développement d'initiatives susceptibles d'accroître l'expression de la diversité des communautés qui composent, aujourd'hui, la société anglaise. Le seul événement majeur dans ce domaine se limite à deux initiatives de la BBC. Il s'agit de la création de l'*Asian Network* (réseau radiophonique destiné à la communauté asiatique) et le lancement de l'*1Xtra Digital Radio* spécialisée dans la diffusion des musiques noires et urbaines ; deux projets lancés grâce à l'avènement du numérique.

Dans cette période empreinte de libéralisme, où seuls les secteurs publics et commerciaux sont pris en compte dans la législation nationale relative à l'audiovisuel, ceux-ci vont revendiquer une plus grande autorégulation pour les questions et les évolutions qui les concernent. Dans ce contexte, les opérateurs audiovisuels tant publics que privés vont affirmer vouloir continuer à porter une attention particulière à l'embauche et à la présence des minorités à l'écran. Aujourd'hui, les opérateurs audiovisuels, pour la plupart, ont leur propre code de conduite en matière de présence, de représentativité et, donc, de représentation des minorités dans le domaine de la production et de la programmation. Par ailleurs, ils vont créer un lieu d'autorégulation, le *Cultural Diversity Network*, prenant en charge le suivi de la question de la représentation des minorités au sein de l'industrie médiatique audiovisuelle.

Un réseau des principaux opérateurs pour une autorégulation des questions de représentations des minorités

Le *Cultural Diversity Network* (CDN) est une des avancées les plus intéressantes de l'industrie audiovisuelle britannique. En 2000, les principaux opérateurs de radiotélédiffusion tant terrestres que numériques, publics que privés (BBC, Sky, Channel 4, Five, GMTV, ITN, ITV, PACT et SMG Television) ont lancé l'initiative – CDN - dont l'objectif premier est de promouvoir une représentation plus équilibrée des minorités à l'écran mais aussi derrière l'écran. Une des principales actions de ce réseau a été la création d'une base de données regroupant les professionnels des media appartenant aux minorités ethniques afin de permettre un accès plus direct des media grand public à ces mêmes professionnels, et inversement.

Le CDN vise à soutenir les initiatives engagées par les principaux opérateurs britanniques de l'audiovisuel ; initiatives fondées sur le partage de l'expertise, des ressources ou encore des modèles de gestion dans le domaine de la diversité et du respect des minorités. Ainsi, le CDN comprend des objectifs dans le domaine de l'accès à l'emploi dans le monde médiatique des minorités ethniques, notamment dans les fonctions d'encadrement, de management et de gestion. Outre la création de la base de données regroupant les talents issus des minorités

visibles, le CDN veut promouvoir une rénovation des modes de recrutement mais aussi de traitement des minorités ethniques. Il entend encourager des recherches sur la diversité culturelle et en partager les résultats sans ambition commerciale. Enfin, il entend agir auprès des opérateurs pour une diversité plus grande dans les contenus diffusés et les emplois occupés.

Cependant, il est toujours attendu que ce réseau s'engage résolument en faveur de décisions plus courageuses en matière de représentations des minorités. En effet, aujourd'hui, aucun des diffuseurs audiovisuels ne remplit les objectifs qu'il s'est lui-même fixés – autorégulation oblige ! - en matière de représentations des minorités, notamment dans le domaine de la production (Statham 2002). Et rien n'indique qu'à ce jour ce réseau va effectivement produire des changements majeurs dans les tendances observées.

En 2004, année de publication du dernier rapport d'activités du réseau (disponible sur le site de la BBC, www.bbc.org.uk), différents progrès ont pu être remarqués. A cette date, les principaux opérateurs audiovisuels – publics comme privés – avaient mis en place un système de recrutement visant à encourager et à faciliter l'accès des minorités visibles aux postes disponibles en leur sein. Elles ont, par ailleurs, mis au point un système d'autoévaluation de la représentation et de la présence des minorités visibles à l'écran mais aussi derrière l'écran. Le rapport 2004 note une diversification accrue dans le domaine de la production cinématographique de télévision aboutissant à une plus grande place faite aux minorités ethniques. Ce rapport donne aussi les résultats d'une analyse quantitative détaillée des initiatives prises par chacune des compagnies.

Compter la diversité suffit-il ?

La **BBC** affirme vouloir maintenir ses objectifs en faveur d'une représentation équilibrée des minorités tant à l'écran que dans ses services, notamment au sein des services de la production et de la programmation. Ainsi, environ un quart des réponses à une offre d'emploi de la chaîne est le fait de personnes issues des minorités ; ces dernières représentant 13% de recrutements récents. Par ailleurs, dans ce même rapport, la **BBC** annonce sa volonté de porter à 12.5% la part de son personnel appartenant aux minorités visibles, dont 7% dans les fonctions supérieures de l'encadrement. Ces objectifs doivent être atteints en 2007. 10% des rôles attribués dans les films de télévision le sont à des personnes appartenant aux minorités ethniques. La **BBC** a également lancé la série *Silver Street*, le premier feuilleton télévisuel du *BBC Asian Network*. De plus, cette même chaîne (chaîne numérique diffusant 24 heures sur 24 et initiant une programmation dédiée aux communautés issues de l'Asie du Sud) a recruté, depuis janvier 2005, un écrivain en résidence. Enfin, la cérémonie des MOBO Awards (prix récompensant les professionnels de la musique noire) a été retransmise pour la première fois par une des chaînes du service public. Malgré ses actions volontaristes, la **BBC** reconnaît dans ce rapport qu'elle ne remplit toujours pas pleinement ses objectifs en matière de représentation équilibrée des minorités, particulièrement au sein de ses rédactions et directions.

ITV - première télévision commerciale britannique hertzienne, et aujourd'hui numérique – a un personnel composé pour 7% de personnes appartenant aux minorités ethniques ; 14% pour son seul personnel londonien. Le système de placement créé par la Fondation ITV

Yorkshire (*ITV Yorkshire Foundation Placement Scheme*) continue de rencontrer un vif succès. Ce schéma vise à permettre un meilleur accès des minorités ethniques aux compétences requises pour une carrière dans l'audiovisuel. Il s'agit d'une initiative conjointe avec *PATH*, *Screen Yorkshire* et le *Fair Play Partnership* ; initiative financée par *Yorkshire Forward*. Dans le cadre de ce système, 20 étudiants sont formés chaque année; 60% d'entre eux étant recrutés, ensuite, dans l'industrie médiatique, 55% par la seule chaîne *ITV Yorkshire*. Par ailleurs, la série *Coronation Street* - très populaire en Grande-Bretagne - a été le premier feuilleton télévisé à figurer un mariage hindou. Enfin, *My Life As A Popat* a été le premier programme destiné aux enfants introduisant un personnage principal ayant des origines sud-asiatiques.

Au sein de **Channel 4**, une des premières chaînes non commerciales britanniques, 1.4% de tout son personnel et 6% de son encadrement sont constitués de personnes appartenant à des minorités ethniques. Dans ce même rapport, *Channel 4* annonce vouloir porter ces mêmes proportions à 13% pour l'ensemble du personnel et 9% pour le seul personnel d'encadrement, deux ans plus tard, c'est à dire en 2006 ! De plus, chaque unité de genre audiovisuel (téléfilms, documentaires...) dispose maintenant d'un délégué à la diversité dont le rôle est de promouvoir des contenus multiculturels et la présence de représentants des minorités ethniques au sein des différentes productions de la chaîne. Par ailleurs, *Channel 4* a lancé différentes initiatives, notamment avec *Asians in Media* ou encore *Aspire* (organisations de regroupement des professionnels, respectivement asiatiques et noirs - des media), de façon à favoriser l'émergence de talents issus des minorités ethniques dans les différentes unités de production et de programmes. *Channel 4* organise aussi régulièrement des débats sur ses propres productions. Elle a notamment invité, au cours d'une demie journée, différents groupes religieux à discuter la manière dont ses programmes abordent les religions et le fait religieux en général. Elle a, par ailleurs, organisé un débat intitulé « *Is Multiculturalism Over?*⁴ » abordant la question de l'identité / des identités culturelles. *Channel 4* rencontre aussi au cours de journées d'échanges les compagnies de production appartenant à des membres des minorités noires et asiatiques. Entre 2003 et 2004, *Channel 4* a augmenté de plus de 80% le nombre de marchés de production attribués à des compagnies appartenant à des minorités ethniques. *Channel 4* diffuse ainsi des programmes ou encore des séries télévisées multiculturelles tels que *The Great British Invasion*, *Hamburg Cell*, *Bollywood Star*, *Forbidden Fruit*, *God Is Black*, *Sharia TV*... Au cours des années 1990, période fortement marquée par les débats autour du multiculturalisme en Grande-Bretagne, *Channel 4* avait officiellement établi une programmation volontairement multiculturelle et en avait fait la promotion. Aujourd'hui, cette volonté et cet affichage ont fortement régressé ou bien se traduisent différemment. *Channel 4* a supprimé dans ses services celui dédié à la programmation multiculturelle, avançant que les programmes spécifiques, appelés « *minority programmes* », sont finalement plus synonymes de ségrégation et de stéréotypes que d'inclusion et de participation.

10% du personnel de **GMTV** – Good Morning TeleVision, la télé du petit déjeuner dont *ITV* est propriétaire à 75% - appartient à des minorités ethniques. Un tiers des personnes en formation dans le domaine de la production est aussi membre de ces mêmes minorités. De plus, *GMTV* a également lancé en octobre 2004 « *Race Nation* » à l'occasion du *Black History Month* (mois de l'histoire noire) avec l'objectif d'aborder, dans ce programme, différentes questions concernant spécifiquement les communautés noires et asiatiques.

⁴ Le multiculturalisme est-il dépassé ?

ITN, compagnie de production d'actualités audiovisuelles fournissant notamment plus de 10 chaînes britanniques, comprend au sein de son personnel d'encadrement deux personnes appartenant à des minorités ethniques ; Trevor MacDonald, journaliste de très grande renommée (le *PPDA* de *ITN*) et noir, est emblématique des engagements de la chaîne. Dans le domaine de la formation, *ITN* a accueilli au cours de l'été 2004 quatre étudiants, dont deux appartenant aux minorités ethniques, en programmation du Ravensboume College. De même dans le domaine éditorial, cette même chaîne a accueilli en stage de formation et d'insertion neuf étudiants diplômés en journalisme de la City University ; dont quatre appartiennent à des minorités ethniques.

Au sein de **Five**, télévision hertzienne, 10% de la rédaction appartient à des minorités ethniques. Par ailleurs, *Five*, au sein de son département de la création, recrute deux fois par an un nouvel animateur sous contrat pour six mois ; les candidats viennent de Centrepoint, une organisation caritative agissant en faveur des jeunes sans-abri dont beaucoup sont issus des minorités visibles.

Pour **Sky**, principale chaîne de télévision numérique et par satellite, 8.2% de son personnel appartient à des minorités ethniques ; 9% au sein de l'encadrement et 13% au sein de la programmation. *Sky* numérique est reçu par plus de 45% des ménages d'origine asiatique installés en Grande-Bretagne. De même, les personnes ayant participé au programme *Reach For The Sky* – programme qui encourage les jeunes à une carrière dans les media – sont, pour plus de 40% d'entre elles, issues des minorités visibles. En juin 2004, *Sky* a été partenaire du *Asian Women of Achievement Awards*, prix récompensant les femmes de la communauté asiatique ayant réussi un parcours remarqué dans le monde des affaires. Enfin, la chaîne a lancé en 2004 *Sky Talent* invitant les employés de la chaîne à découvrir de nouveaux talents ; un des trois gagnants de cette première opération appartenait aux minorités visibles.

SMG Television - *Grampian TV, Scottish TV* et *SMG TV Network Productions* – a organisé des formations, sur les questions de la diversité à l'écran et sur le lieu de travail, destinées à tout son personnel. Une charte de la diversité est distribuée à tout nouvel employé lors de son arrivée ; elle fait partie intégrante des orientations éditoriales. *SMG* a lancé en 2005 une nouvelle politique de formation en faveur de l'égalité des chances. Des liens ont aussi été établis entre les sites Internet du *CDN* et de *SMG Television* de façon à traiter en commun les questions et autres demandes reçues au sein du courrier électronique concernant les minorités ethniques.

Ainsi, compter et évaluer quantitativement la présence et la représentation des minorités ethniques à l'écran mais aussi derrière l'écran n'est en rien une difficulté au Royaume-Uni, à la différence de la France. Est-ce pour autant suffisant pour garantir une représentation plus équilibrée de la diversité des composantes de la société britannique ? Rien n'est moins sûr. Car comme l'indique le rapport 2004 du *CDN* (www.cdnetwork.org.uk), aucun des opérateurs membres n'avait atteint en 2004 les objectifs qu'il s'était lui-même fixés. Autre modèle, autres pratiques, mais pour quels résultats ?

Les media américains, diversité et intérêts commerciaux

Les Etats-Unis se distinguent nettement de l'Europe, et notamment de la France, par la domination des intérêts commerciaux dans le secteur audiovisuel. Aux Etats-Unis, la part du marché national réalisé par *Public Broadcasting Service* (PBS), le seul réseau de radiotélédiffusion public, représente moins de 3% de l'audience. L'audience des chaînes câblées dites d'accès public (« public access television ») est également minime.

Si les bouquets proposés par les opérateurs du câble et/ou par satellite incluent couramment des chaînes marquées par une forte présence des minorités ethniques, cette situation ne résulte pas des pressions exercées par la FCC ou encore par la coalition des associations regroupant les minorités ethniques (NAACP). Elle trouve son origine dans les calculs économiques et les intérêts commerciaux des propriétaires de chaînes pour lesquels les minorités ethniques représentent, aujourd'hui, un véritable marché.

La réussite de *Black Entertainment Television* (BET), la première chaîne à cibler les Afro-américains, a été telle que la chaîne est rachetée en 1999 par un des plus grands conglomérats de media, Viacom. Trois nouveaux réseaux créés entre 1980 et 1990 – Fox, WB et UPN – appartenant respectivement aux groupes audiovisuels *Fox*, *AOL Time Warner* et *Viacom* ont utilisé les possibilités offertes par le câble pour diffuser des programmes destinés aux secteurs du marché non couverts par les réseaux traditionnels, comme celui des minorités ethniques, offrant ainsi une programmation beaucoup plus colorée (Zook 1999).

L'essor de *Univision*, la grande chaîne américaine en langue espagnole, a été facilité par une étude de l'audience hispanique commandée au début des années 1990 à la compagnie A.C. Nielsen. Cette dernière a le monopole des services d'audimat chiffrant systématiquement l'audience des chaînes de télévision américaines ; ces chiffres jouant un rôle crucial dans les recettes publicitaires. En 2004, le *National Latino Media Council* (NLMC), un des membres de la coalition des associations minoritaires (NAACP), va commander à une autre compagnie, *Rincon*, une nouvelle étude. Cette dernière va conclure que la méthodologie de *Nielsen* sous-estime gravement l'importance des Latinos dans l'audience des chaînes anglophones (*Rincon & Associates* 2004). Les conclusions de *Rincon* vont ensuite être mises en avant par le NLMC pour inciter les chaînes anglophones à donner une plus grande visibilité aux minorités latinos arguant que cette visibilité pourrait être une source d'augmentation de leurs recettes publicitaires.

A la suite de cette seconde étude, des litiges vont opposer *Nielsen* à *Univision*, cette dernière reprochant aussi à Nielsen de sous-estimer le nombre de ses téléspectateurs, notamment issus des communautés hispaniques dans son audience. Les deux compagnies vont finir par conclure un arrangement à l'amiable ; arrangement selon lequel *Nielsen* devra entreprendre ce que le *Washington Post* a appelé « une sorte de programme d'« affirmative action » conçu pour assurer une pondération plus adéquate des audiences minoritaires (Ahrens 2004). Eu égard aux tentatives d'intervention de la FCC, il semble indéniable qu'aux Etats-Unis, la présence des minorités ethniques dans les media peut être, aujourd'hui, mieux garantie par le jeu du marché et des intérêts économiques que par les organismes publics chargés de promouvoir la diversité ethnique ! Nouveau monde, nouvelles pratiques mais pour quel contenu ?

Au terme de ce tour d'horizon des différentes initiatives prises par les principaux opérateurs audiovisuels français mais aussi à partir d'exemples empruntés au Royaume-Uni, à l'Allemagne ou encore aux Etats-Unis, il ressort clairement que la question de la présence et de la représentativité des immigrés soulève des enjeux complexes qui trouvent leurs origines dans l'histoire de l'immigration propre à chacun de ces pays, dans les modèles d'insertion des populations issues des migrations en vigueur dans les sociétés concernés ou encore dans les modalités de régulation du secteur des communications et de l'audiovisuel choisies par ces différents Etats. Il n'en reste pas moins que cette question est perçue, pour des raisons politiques, économiques ou encore sociales, comme un enjeu pour le renforcement de la cohésion de chacune des sociétés observées. Toutefois, au-delà des actions volontaristes affichées aujourd'hui en France ou encore de l'évaluation quantitative de la diversité telle que pratiquée au Royaume-Uni, il convient désormais de s'interroger sur les contributions réelles de ces différentes initiatives ou politiques en matière de présence et de représentativité des immigrés au sein des médias, et donc en terme de représentation des altérités constitutives de nos sociétés contemporaines, et ce quelles que soient les différences contextuelles qui ont pu être relevées.

D’HIER A AUJOURD’HUI, QUELLE REPRESENTATIVITE POUR QUELLE REPRESENTATION DES MINORITES A L’ECRAN ?

Au cours des années 90, la question de la représentation va venir compléter celle de la représentativité (place des immigrés dans les media) des minorités visibles et/ou issus des migrations à l’écran. Autrement dit, outre la question de la présence, se pose celle de l’image donnée et produite par les media sur les populations issues des migrations. A la première question d’une image négative ou positive renvoyée par ces différentes productions s’ajoutent celles relatives au type de programmes concernés ou encore à l’heure ou la fréquence de programmation. D’objets, les immigrés deviennent sujets (Mills-Affif 2004). Les études consacrées à cette double thématique émergent sous l’influence croisée de l’audiovisuel britannique et des nouvelles générations qui, en France, cherchent à prendre en main l’image donnée de leur vie et destin. Il est, en effet, à remarquer que c’est aussi au cours de cette même période que des regards de plus en plus réguliers vont, enfin, être portés sur les productions et réalisations d’outre-manche et d’outre-atlantique. Toutefois, ces études vont être, pour beaucoup, plus quantitatives que qualitatives.

Pendant de nombreuses années, il semblait entendu que les media pouvaient jouer un rôle dans le processus d’intégration des travailleurs immigrés venus s’installer en France, dans la mesure où des programmes télévisuels spécifiques étaient créés pour leur expliquer leurs droits, les aider sur des aspects de la vie quotidienne et améliorer les relations interculturelles (B. Ducoi et A. Martynow-Remiche 1979, F. Gaspard 1982, A. Le Pallec 1986, S. Bonnafous 1991, A. Battegay et A. Boubekour 1993, J.-M. Charon, E. Giroud et C. Vilain 1995). Pourtant, ces programmes ont quasiment tous aujourd’hui disparu des chaînes de télévision françaises. Pour les institutions françaises comme pour les media grand public, «témoigner de la richesse et de la diversité» de la société et «favoriser l’intégration» sociale des personnes minorisées ne passe visiblement plus par leur accorder des émissions spécifiques. Ainsi à des rendez-vous réguliers, vus par certains comme un alibi, les choix stratégiques opérés semblent se tourner vers une programmation transversale, plus diversifiée (!), de la diversité. Ces deux options – émissions spécifiques versus programmation - doivent-elles aujourd’hui s’opposer ?

Difficile de répondre à cette question tant les études portant sur l’impact de ces mesures volontaristes sont peu nombreuses. S’il existe quelques articles sur le contenu des émissions spécifiques soutenues par le FASILD (Humblot 1989, Hargreaves 1993, Helcké 1994), les études portant sur la réception de ces émissions par les populations majoritaires et minoritaires sont plus rares (Helcké 2001). Il en va de même pour les études abordant la question de la réception des media étrangers en France via le satellite (Boubeker *et alii* 1998, Astra 1998, Hargreaves 2001, Guaaybess 2005, auxquelles s’ajoutent des thèses universitaires en cours de réalisation). Enfin, elles sont aussi peu nombreuses à s’intéresser aux media destinés, prioritairement mais pas exclusivement, aux publics issus de l’immigration (Lehembre et Abdallah 1984, 1985 ; Barbulesco 1985, Aissou 1988, Paroomal 1990, Melas *et alii* 2004, Rigoni 2001, 2004, 2005, Guyot 2006), aux journalistes qui les animent (Chaabaoui 1992) ou encore aux personnes issues de l’immigration souhaitant embrasser la profession (Djennad 2001).

L'influence des émissions grand public sur l'opinion publique fait l'objet d'un vigoureux débat depuis une vingtaine d'années. Principalement axé sur la couverture de l'extrême droite en France et de son discours sur l'immigration, ce débat interroge le rôle que jouent, que pourraient ou encore que devraient jouer les media. Pour résumer, certains affirment que la couverture médiatique du Front National et de son leader amplifie le message anti-immigré de l'extrême droite et favorise l'essor électoral de celle-ci alors que d'autres prétendent que les media peuvent contribuer à endiguer l'avance du FN en permettant à ses opposants de faire mieux entendre leur voix. Cependant, ce débat sur une éventuelle intervention volontariste concernant la médiatisation de l'extrême droite se conduit en termes essentiellement normatifs et/ou spéculatifs, autrement dit sur la base des objectifs souhaités et/ou des effets présumés des media. Or force est de reconnaître qu'il n'existe pratiquement aucune étude empirique de fond sur les effets réels de la couverture médiatique de l'extrême droite (Taguieff 1995, Hargreaves 2001) ! Il en va de même pour les politiques volontaristes adoptées ces dernières années par les chaînes de télévision publiques et privées concernant la présence et la représentativité des immigrés, et donc leur présentation. A l'exception notoire d'une étude réalisée, avec le soutien du FASILD, par le Centre de recherche sur les médiations / Université de Metz (Meyer 2005), il n'existe, à ce jour, pratiquement aucune autre étude qui ait été engagée, encore moins publiée sur l'impact des initiatives prises par les chaînes ; initiatives au demeurant encore récentes.

Quelques enseignements pourraient, certainement, être tirés de politiques ou de pratiques initiées depuis de nombreuses années dans d'autres pays européens, voire en Amérique du Nord. En effet, dans le tour d'horizon des expériences étrangères opérées par le HCI et le CSA, deux modèles sont souvent cités en exemple, le Royaume-Uni et le Canada. Au sein de ces deux pays, les instances de régulation jouent « *un rôle majeur dans la promotion de la diversité culturelle dans l'audiovisuel* », note l'avis du HCI remis au Premier ministre le 17 mars 2005 (HCI 2005). Ce même rapport ajoute : « *ces instances interviennent non seulement auprès des chaînes mais également auprès des opérateurs audiovisuels en adoptant des recommandations, en conduisant des recherches et en organisant des séminaires de réflexion.* » (HCI 2005). De plus, il est fait remarquer qu'au Royaume-Uni, « *il est recommandé aux éditeurs de service de télévisions de veiller à ce que les minorités ethniques soient représentées dans la programmation générale.* » Enfin, le rapport note que sans avoir recours aux quotas, non autorisés en Grande-Bretagne, et préférant une politique d'actions positives fondée sur des objectifs que les chaînes se fixent et doivent s'efforcer d'atteindre, la BBC comprend au sein de ses effectifs 10% de personnes issues des minorités visibles. Mais quel est l'impact de ces politiques volontaristes en terme de représentation ? Et ce tant auprès de l'opinion publique en général que de ses strates issues des minorités. Ainsi après avoir porté un regard sur les enseignements tirés des politiques et autres initiatives engagées au Royaume-Uni, aux Etats-Unis ou encore en Allemagne, sera approché un premier bilan de la représentativité mais aussi de la représentation des immigrés, des minorités au sein du petit écran en France.

Le Royaume-Uni, un exemple, aujourd'hui, à suivre ?

Suite aux réformes successives connues en matière de régulation des télécommunications et de l'audiovisuel, le Royaume-Uni va être marqué, au début des années 2000, par des évolutions majeures – régression ? - en ce qui concerne la représentativité de la diversité des composantes de la société britannique au sein des media, notamment à l'écran.

Ainsi, depuis 1996, il n'est plus fait référence, dans la loi sur la régulation et la diffusion audiovisuelle, au fait que les media doivent, dans leur production, diffusion et programmation, refléter le caractère multiculturel de la société britannique (Hulshoff 1999). Par ailleurs, dans son rapport annuel, publié pour la première fois en 1999, le ministère britannique de la Culture, des media et du sport ne mentionne absolument rien concernant les enjeux et les questions liés à la diversité culturelle, ethnique ou encore religieuse (Runnymede trust 2000). De plus, sur les 2 milliards de livres sterling consacrées aux Arts sur les fonds alloués par la Loterie nationale, seulement 0,2% de ces fonds (!) sont attribués à des organisations regroupant des artistes noirs ou asiatiques. Enfin, toujours selon le rapport Parekh (Runnymede trust 2000), les minorités noires et asiatiques sont encore moins représentées dans les niveaux les plus élevés de la hiérarchie de la BBC, de Channel 4 ou encore de ITV, en 2000 comparé à 1990.

Ces premières tendances observées au début des années 2000 se confirment aujourd'hui. En effet, malgré les intentions du *CDN* – comme expliqué précédemment, organe d'autorégulation regroupant les principaux opérateurs audiovisuels et traitant des questions de diversité culturelle - la place occupée par les minorités visibles au sein des media tant à l'écran qu'à la production reste, en fait, limitée (cf. chapitre sur les media britanniques, ci-dessus). De plus, aujourd'hui, le Royaume-Uni est marqué par une diminution importante de la visibilité à l'écran de ces mêmes minorités ; diminution concomitante à une réduction des engagements financiers des opérateurs dans des projets de production à caractère multiculturel.

Le déclin de la programmation multiculturelle britannique

En effet, selon un rapport de *l'Ofcom* (www.ofcom.org.uk, 31/05/06), le volume total des programmes multiculturels, toutes chaînes de télévision confondues incluant également les services numériques de la *BBC*, représente en 2002 une moyenne de 2h50' par semaine. Ce chiffre traduit une baisse de plus de 20% de la diffusion horaire hebdomadaire moyenne de ces mêmes programmes par rapport à 1998. Pour cinq des principales chaînes, 2002 correspond à une production multiculturelle de 2h00 par semaine, soit une baisse de plus de 40% par rapport à 1998. De plus, *l'Ofcom* estime que les dépenses totales affectées aux programmes multiculturels représentent 5,2 millions de livres sterling en 2002, montant à comparer aux 6,8 millions de livres sterling (rapportés aux prix de 2002), investis 5 ans plus tôt.

Sur les chaînes de la *BBC*, le volume horaire total de diffusion de ces mêmes programmes équivaut à 69 heures pour la seule année 2002, soit une moyenne d'environ 1h20 par semaine. Ce chiffre a fluctué au cours des dernières années, le volume horaire moyen de diffusion entre 1998-2002 se situe, en fait, à 63 heures, soit une moyenne d'1h12 de programmation hebdomadaire. De plus, le temps consacré par *BBC Two* à la programmation multiculturelle est passé de 59 heures par an en 1998 à 28 heures en 2002, soit une réduction de plus de moitié qui va être accompagnée d'un transfert de 39 heures de programmes sur les chaînes numériques du groupe. Autre caractéristique, les principaux programmes de *BBC Two* visent quasi exclusivement les publics asiatiques ; très peu se consacrent à d'autres minorités ethniques comme la communauté afro-caraïbienne.

La production de *Channel 4* représente une diffusion moyenne hebdomadaire de 1h40, équivalent à une réduction de plus d'un tiers par rapport à ce qui était diffusé en 1998. Les principaux programmes de cette chaîne portent leur attention sur les groupes les plus importants ; peu a été fait pour y introduire les groupes issus d'immigrations plus récentes et moins importantes numériquement, tels que ceux venus de l'Europe de l'est ou encore de l'Asie du sud-est.

Le déclin dans les engagements actuels des groupes audiovisuels grand public est d'autant plus inquiétant que ces mêmes groupes disposent, aujourd'hui, de moyens démultipliés de diffusion, et ce grâce à la diffusion numérique ou encore par satellite. Depuis 2002, de nombreux programmes et de nouvelles chaînes ont vu le jour sur les plates-formes numériques tout en étant disponibles par Internet ou encore par satellite.

Ainsi, à côté des chaînes hertziennes grand public, il existe, aujourd'hui, plus d'une trentaine de chaînes locales diffusées par satellite ciblant les divers groupes d'audience liés aux minorités ethniques. *ACTV*, *BEN*, *OBE* ou encore *MTV Base* sont perçues comme des chaînes ciblant la communauté noire. *Biography*, *History* ou encore la chaîne *Discovery* complètent cette première offre en axant certains de leurs programmes sur la diversité ethnique, en ayant recours à des sociétés de production appartenant à des personnes issues des minorités visibles. Beaucoup de ces télévisions satellitaires visent aussi des groupes de langues spécifiques. Pour la communauté asiatique, existent, parmi les principales, les chaînes *Zee*, *Star*, *Sony Entertainment TV Asia* et *B4U* auxquelles s'ajoute *Phoenix Chinese Television Catering* pour les audiences venues d'Asie du Sud-Est. Ces différentes chaînes veulent offrir un autre regard sur les cultures du monde, sur l'actualité ou encore la vie quotidienne des communautés issues des migrations installées en Grande-Bretagne. Toutefois, cette multiplication de l'offre s'accompagne de différences significatives dans les capacités de financements, et donc de programmation, selon les communautés ; la mieux servie étant celle originaire d'Asie du Sud. La communauté afro-caraïbienne figure parmi celles ayant l'offre audiovisuelle la plus réduite.

Au regard de la multiplication de ces nouveaux projets audiovisuels, la baisse actuelle des financements et des productions pour la programmation multiculturelle des principaux groupes audiovisuels montre bien que ces derniers n'ont pas réussi à saisir les opportunités créées par les nouvelles technologies de l'information et de la communication ; opportunités qui auraient pu leur permettre d'accroître la diversification de leur audience, de toucher différentes strates de l'opinion publique et, donc, de contribuer à une meilleure représentativité et représentation des minorités.

Initiatives importantes des media / visibilité moindre des minorités, le paradoxe britannique ?

Deux aspects différents de la réalité médiatique britannique, notamment à l'ère du numérique, se dessinent aujourd'hui. D'un côté, les initiatives engagées par l'industrie médiatique sont loin d'être négligeables, mais de l'autre, se profile une situation préoccupante quant à la place accordée à l'expression des diverses minorités ethniques. Comment expliquer cette situation ?

Le point de vue des producteurs

Un important projet de recherche a été mené en 2005 (Campion, 2005) pour analyser les comportements des opérateurs audiovisuels en terme de couverture et de représentations des minorités visibles. Au cours de cette recherche a été interrogée une centaine de fabricants de programme travaillant dans différents genres audiovisuels pour tenter de comprendre et d'analyser ce que sont, aujourd'hui, les barrières à la diversité culturelle dans la production.

Une des principales conclusions de cette étude est de montrer que les politiques actuelles fondées sur des objectifs affichés et des groupes cibles sont loin d'être efficaces. Cette approche, en étant trop quantitative, selon l'étude, masque les progrès réellement effectués. Par ailleurs, les objectifs de recrutement affichés par les chaînes exacerbent la compétition et la concurrence entre professionnels issus des groupes minoritaires pour accéder aux rares postes disponibles. De plus, quand ils sont recrutés par les chaînes grand public, les producteurs issus des minorités visibles se retrouvent, très souvent, dans des positions où ils ne sont pas traités comme professionnels des media mais comme porte-paroles de groupes de populations que les media ont besoin de représenter à l'antenne.

Nombreuses sont les personnes interrogées au cours de cette recherche à faire part de leur volonté de se désengager, à tout le moins de ne plus participer, aux actions ou aux politiques affichées par les chaînes. En effet, ces dernières, toujours selon ces mêmes personnes, ne restent intéressées que par les groupes d'audience numériquement importants et ont peu d'intérêt ou encore d'attention à l'égard de composantes plus minoritaires de l'opinion. Agissant ainsi, les principaux opérateurs audiovisuels montrent leur faible compréhension de la complexité de la société britannique contemporaine et de la diversité de ses composantes. Ils sont encore moins sensibles aux complexités internes propre à chaque groupe minoritaire, sans parler des interactions entre groupes.

Par ailleurs, cette étude (Campion 2005) montre également que les données diffusées sur la représentation des minorités à l'écran sont souvent erronées car, bien souvent, elles ne tiennent pas compte des personnels non liés directement à la production. La distinction est flagrante entre, d'un côté, les équipes de production - très majoritairement blanches - et, de l'autre, les autres catégories de personnel (du comptable aux équipes d'entretien), dans lesquelles vont se retrouver de nombreuses personnes issues des minorités. Cette distinction est, en soi, beaucoup plus révélatrice de la division persistante entre les différentes composantes de la société britannique au sein du monde médiatique que les chiffres officiels diffusés isolément, sans aucune précision concernant leur nature et contenu exacts.

Par exemple, les données avancées ne peuvent être utilisées qu'avec précaution car, comme le suggère le rapport 2004 du CDN, elles pourraient donner à penser que les minorités sont surreprésentées à la télévision. Ainsi, les groupes minoritaires représenteraient 9% des personnes montrées à l'écran. Or ce dernier chiffre inclut les programmes venus des Etats-Unis dans lesquels les acteurs issus des minorités sont numériquement plus importants que ceux introduits par les seuls programmes britanniques. Si pour les producteurs, la politique d'actions positives de recrutement a indéniablement joué son rôle en accentuant la visibilité des minorités noires et asiatiques dans certains genres audiovisuels, l'insatisfaction reste

toujours grande au sein des minorités visibles au regard de leur représentation médiatique. Cette insatisfaction est principalement due à ce que la question de la représentation dépasse le simple fait de voir à l'écran une personne de la même couleur de peau que soi-même (Campion 2005).

Le point de vue du public, des publics...

Les questions abordées au cours de cette même étude (Campion 2005) concernant, d'une part, la représentation équilibrée des minorités ethniques, et, d'autre part, la perception par les communautés elles-mêmes de leur couverture, au sein des media grand public ont apporté des réponses montrant de forts clivages entre les groupes de l'opinion ; certains étant très critiques à l'égard des pratiques médiatiques. Ainsi, malgré les initiatives non négligeables engagées par les media, une analyse plus approfondie doit être engagée pour mieux comprendre le désintérêt du public, mais aussi des unités de productions, appartenant aux groupes minoritaires envers les media grand public.

Un rapport commandé par la BBC intitulé *Multicultural Broadcasting: Concepts and Reality* (Hargrave 2002) aboutit à construire, par le public et donc par les différentes audiences, une image mitigée de la perception des media et de la représentation de la diversité constitutive de la société britannique à l'écran. Pour cette étude, 1 576 personnes âgées de 18 ans et plus ont été interrogées. Ces entretiens ont été menés en face-à-face ; la technique des quotas étant utilisée pour s'assurer qu'au moins 500 personnes interrogées soient représentatives des divers groupes ethniques composant la société britannique.

Une des principales conclusions de ce rapport montre que la moitié des personnes interrogées pensent que la Grande-Bretagne est toujours une société raciste. Toutefois, l'autre moitié pense le contraire et que la société britannique est, aujourd'hui, plus tolérante, au regard des questions ethniques, comparée à ce qu'elle était 10 ans auparavant.

Ainsi, l'image globale introduite par ce rapport repose sur un sentiment certain de progrès réalisés quant aux relations interethniques et à la représentation des minorités au sein de la société, plus particulièrement au sein des media. Toutefois, beaucoup resterait à faire, toujours selon ce même rapport (Hargrave 2002). L'enquête accorde une place importante aux media ; ses résultats sont lourds d'enseignements quant à la perception et aux réalités de la représentation des minorités au sein des media pour un pays qui s'est engagé, depuis plusieurs décennies, dans des actions volontaristes.

Si plus des deux tiers des Britanniques considèrent que les personnes appartenant aux minorités ethniques sont suffisamment visibles au sein des télévisions, toute communauté confondue, ils sont moins de la moitié à partager cette opinion quand ils appartiennent aux communautés noires et asiatiques. De même, environ la moitié des Britanniques pense qu'il n'est pas plus difficile pour une personne issue des minorités visibles que pour une personne blanche d'obtenir un emploi au sein des media. Quand elles appartiennent à la communauté noire ou asiatique, les personnes interrogées sont respectivement moins d'un tiers et moins d'un quart à penser dans le même sens.

A la question relative à la représentation de la vie des minorités ethniques au sein des séries télévisées ou encore des fictions, la société britannique est très divisée. Un tiers pense que fictions et séries télévisées reflètent bien les réalités quotidiennes des minorités, un tiers pense le contraire et un tiers ne se prononce pas. Au sein des minorités, le clivage est plus net puisque plus de la moitié des personnes interrogées appartenant à la communauté noire (57% exactement) et à la communauté asiatique (51%) pensent que ces mêmes fictions et séries ne reflètent pas leur vie quotidienne.

En ce qui concerne les actualités, les réponses sont encore plus nettes mais reflètent une division atténuée entre les groupes. Plus des deux tiers de la société britannique pensent que les émissions d'actualités et les journaux télévisés abordent effectivement les sujets et préoccupations propres aux minorités ethniques. 45% pensent le contraire au sein des communautés noires et asiatiques. Toutefois, le clivage est atténué au regard des résultats obtenus dans les questions précédentes.

Enfin, à la question portant sur la représentation globale des minorités ethniques à l'écran, environ 4/5^{ème} des Britanniques pensent que celles-ci sont mieux représentées à la télévision aujourd'hui qu'il y a 10 ans. Les personnes appartenant aux minorités ethniques semblent partager ce sentiment, même si dans une moindre mesure, puisque les trois quarts appartenant à la communauté noire et les deux tiers de la communauté asiatique pensent qu'ils sont effectivement mieux représentés à la télévision qu'il y a 10 ans.

Un autre résultat de cette étude montre que, pour certains groupes minoritaires, leur représentation au sein des media grand public est sans espoir d'amélioration. Autrement dit, ils n'attendent rien, en ce qui concerne leur propre représentation, des politiques introduites par les grands groupes audiovisuels. Pour certains groupes minoritaires, comme les Chypriotes, les Chinois ou encore les musulmans, cette étude a révélé un sentiment beaucoup plus fort et marqué de manque de représentation ou de représentation négative au sein des media grand public.

Globalement, cette étude révèle un degré élevé d'insatisfaction, particulièrement exprimée par les minorités ethniques, quant à la représentation de la diversité au sein des media. Toutefois, elle indique clairement que, quel que soit le groupe ethnique d'appartenance, chacun s'accorde à reconnaître que la représentation des minorités par les media s'est améliorée même si le sentiment d'exclusion et de marginalisation reste persistant parmi les différents groupes minoritaires.

En complément, d'autres recherches (*After 9/11 Report 2001*, Georgiou 2001, 2005) montrent que ce sentiment d'une représentation injuste et déséquilibrée, voire d'invisibilité au sein des media grand public, conduit à ce que les groupes minoritaires se tournent vers les media de la diaspora, transnationaux ou encore ethniques pour répondre à leurs besoins en terme de consommation médiatique. Cependant, ces recherches montrent également que même si les groupes minoritaires ont recours aux media ethniques, ils continuent de regarder et de consommer les media grand public du secteur commercial ou public ; confirmant ce qui s'observe depuis quelques années au sein des audiences minoritaires, à savoir un accroissement de la diversification de leur consommation médiatique.

Quelle représentation, aujourd'hui, des minorités visibles au sein des media britanniques ?

Une des principales questions liées à la représentation des minorités au sein des media concerne les stéréotypes et la ghettoïsation dans lesquels ces mêmes minorités sont régulièrement enfermées en tant que producteurs/journalistes mais aussi invités, commentateurs ou encore personnages de fiction. Les professionnels issus des minorités ethniques n'apparaissent à la télévision ou encore à la radio qu'à l'occasion de circonstances bien déterminées, ces dernières étant bien souvent définies par un producteur non issu des minorités visibles.

Selon différentes recherches (notamment, Hall 1997), quand les noirs sont mentionnés dans des documentaires couvrant l'actualité ou la vie quotidienne, ils sont toujours rattachés à des sujets ayant trait aux questions d'immigration ; ceux-ci sont obligatoirement inclus dans des crises ou des situations dramatiques pour devenir des acteurs visibles dans les media. Ainsi, ces programmes problématiquement centrés choisissent et placent leurs participants, témoins ou contributeurs dans des positions très rigides. Il est très rare de voir une production où les personnes de couleur ont défini la question abordée comme elles la comprennent elles-mêmes, et non pas comme le producteur ou l'animateur – appartenant souvent au groupe majoritaire – l'entend. Quand les minorités visibles sont figurées dans une fiction – un téléfilm dramatique, une comédie... – la situation est encore plus complexe. Aux premières images typiques du criminel figuré par une personne de couleur noire qui participent des premières formes dominantes de représentation de cette communauté – notamment aux USA bien plus qu'au Royaume-Uni – a succédé une variété complexe de stéréotypes et de représentations négatives (Hall 1997). Par exemple, les personnes noires continuent à être présentées comme chômeurs ou encore appartenant aux classes défavorisées, bien plus souvent que les blancs (Statham, 2002). Dans la fiction, les Asiatiques - Indiens, Pakistanais, Bangladeshi et les autres populations d'Asie du Sud – sont aussi sous-représentés. Quand ils sont à l'écran, bien souvent, ils sont montrés comme membres appartenant à une communauté bien spécifique – la communauté asiatique – plutôt que comme individu à part entière. Les populations d'Asie de l'est et d'Europe de l'est sont, elles, invisibles dans les films et autres genres diffusés, même si leur présence dans la société britannique va en grandissant.

« *Intéressant, beaucoup d'efforts mais peut mieux faire* » pourrait résumer l'appréciation formulée par le public à la copie que leur donnent à lire rarement, à entendre parfois mais surtout à voir les media en matière de représentation de la diversité constitutive du Royaume-Uni.

Les Etats-Unis ; un marché très morcelé, une visibilité des minorités limitée

Les déséquilibres quantitatifs et qualitatifs caractérisant les représentations médiatiques des Afro-américains comparées à celles des Blancs ont été soulignés, pour la première fois, dans le rapport de la Commission Kerner, établi par le Président Johnson pour enquêter sur les « émeutes raciales » des années 1960 (*National Advisory Commission on Civil Disorders*

1968). Quarante ans plus tard, ces déséquilibres n'ont été que partiellement corrigés (Torres 2003, Gray 2005).

Les mesures prises en faveur des minorités par la FCC – organisme de régulation – ont surtout concerné les opérateurs de radio et de télévision par voie hertzienne, qui, jusqu'au début des années 1980, avaient le quasi-monopole de la diffusion audiovisuelle, avant que l'essor du câble et du satellite ne vienne considérablement modifier la structure de ce marché.

La rareté des fréquences hertziennes est telle que, dans la plupart des villes, les téléspectateurs n'ont accès qu'à une poignée de chaînes. De plus, ces mêmes chaînes ne produisent qu'une fraction des programmes qu'elles diffusent. La programmation de chaque opérateur conjugue généralement trois entités distinctes de productions. La première est celle de l'opérateur lui-même, responsable notamment des émissions d'actualité locale. La seconde est liée au réseau, national et généraliste, auquel l'opérateur est affilié ; ce réseau (*network*) étant responsable des informations nationales et d'autres émissions diffusées sur l'ensemble du territoire. Jusqu'au début des années 1980, il n'existait que trois réseaux, à savoir *ABC*, *CBS* et *NBC*. La troisième entité regroupe les autres compagnies de production, notamment hollywoodienne, auxquelles les réseaux achètent une part importante de leurs émissions de première partie de soirée, comme films, feuilletons, séries, etc.

Agir en faveur d'une représentativité équilibrée des minorités ou d'une meilleure représentation de celles-ci à l'écran suppose d'intervenir auprès de ces 3 entités. Si la FCC a mis en place diverses mesures en faveur d'une plus grande diversité ethnique au sein des opérateurs locaux, et ce tant dans les productions que dans les effectifs, son mandat ne lui a jamais permis d'appliquer des mesures similaires aux réseaux nationaux et aux compagnies de Hollywood.

Ainsi, une étude récente (Cambridge 2005) conclut que le système de communication audiovisuelle américain permet à de multiples voix de se faire entendre. Cependant, parmi celles-ci, nombreuses sont celles issues de la diversité américaine à rester ghettoïsées. Cette même étude démontre que l'expression de la diversité est la plus forte sur les stations de radio en ondes moyennes, dans les bouquets de chaînes câblées ou encore à la télévision de service public. Sur la base de ces constats, il ressort que la communication interculturelle n'est que difficilement prise en compte par le système audiovisuel américain. D'un côté, les media nationaux et grand public sont peu marqués par la diversité constitutive de la société nord-américaine, et de l'autre, les media des minorités ont tendance à ne communiquer qu'avec leur seule communauté.

Cette situation très clivée aux Etats-Unis ne peut être perçue comme le résultat des politiques de discriminations positives, encore appelées « *affirmative action* ». Au contraire, celles-ci n'ont jamais été pleinement appliquées au secteur audiovisuel. Par ailleurs, une partie importante des dispositions qui avaient été prises dans le cadre de ces politiques, sont, depuis plusieurs années, en cours de démantèlement. Les insuffisances – tout comme les réussites – des media en faveur d'une représentativité équilibrée et d'une meilleure représentation de la diversité ethnique à l'écran sont autant le fait des intérêts commerciaux en jeu sur le marché américain de l'audiovisuel que des aléas des politiques publiques

initiées par le gouvernement fédéral. Autrement dit, En effet, la place importante occupée par le secteur privé au sein des media américains limite considérablement l'impact des politiques volontaristes initiées par les autorités publiques, et ce d'autant plus que ces dernières y consacrent, finalement, que peu de moyens.

Contrairement à l'ère où la rareté des fréquences hertziennes réunissait tous les téléspectateurs (quelles que soient leurs origines ethniques) dans un choix qui se limitait à une poignée de stations diffusant chacune la programmation d'un réseau national assortie d'émissions locales, les nouveaux modes de distribution permettent de cibler en continu telle ou telle fraction (ethnique, linguistique ou autre) de la population, dont la consommation télévisuelle n'a que faire, aujourd'hui, d'émissions réunissant la population nationale dans toute sa diversité. Depuis des années, les chiffres de Nielsen – le *Médiamétrie* américain – démontrent, en effet, que parmi les émissions les plus regardées par les ménages majoritairement blancs, très rares sont celles à être aussi regardées par les ménages afro-américains, à l'exception des matchs de football (Cambridge 2005) !

Représentativité des immigrés au sein des media allemands, le débat évolue lentement

Autorités publiques et gouvernements régionaux en question

Aujourd'hui, la question de la représentation et de la représentativité des immigrés au sein des media en Allemagne constitue un enjeu réel, certes pour les media, mais aussi pour la société allemande dans son entier. A cette question sont liées celles relatives à la formation de l'identité des « *citoyens étrangers* » en Allemagne et à la relation maintenue avec le pays d'origine. Ces deux questions sont d'autant plus reliées à celle de la représentativité des populations issues de l'immigration au sein des media allemands, qu'elles structurent de nombreux choix opérés par les gouvernements régionaux, souvent hostiles aux media dits « communautaires ». L'utilisation des chaînes satellitaires et des media « communautaires » serait la traduction, selon ces mêmes gouvernements régionaux, d'une intégration en situation d'échec. Même si les personnes issues des migrations se tournent vers des media venus des pays d'origine, elles ne rejettent pas, pour autant, les media allemands, comme le montrent certaines études (Hafez 2000). Et elles les rejeteront d'autant moins quand elles s'y reconnaîtront pleinement ; ce qui est loin d'être le cas, aujourd'hui, en Allemagne. Ces différents constats invitent à questionner les choix, ou non choix, opérés par les autorités publiques à l'égard des media et de leur stratégie de programmation en faveur d'une représentativité équilibrée et d'une meilleure représentation des minorités issues des migrations installées sur le territoire allemand.

Media / Immigrés, une représentation encore très marquée par la stigmatisation

A partir d'une première analyse des productions médiatiques consacrées à l'immigration, il ressort que la presse écrite allemande structure son information autour d'un scénario dans lequel les immigrés sont, généralement, perçus comme une menace ; ceci étant le résultat

de la combinaison de reportages négatifs et d'un discours récurrent sur le danger qu'ils représentent (Böke 1997, Butterwegge et alii 1999, Jäger et alii 1998, Ruhrmann 1999). Ainsi, les personnes issues des migrations ne figurent que dans les reportages traitant des expulsions, de la situation du marché du travail, du système social ou encore des finances publiques fédérales, régionales ou encore municipales. Rares sont les media abordant les contributions des groupes issus de l'immigration aux dynamiques économiques et sociales allemandes. Ainsi, les personnes appartenant aux minorités ethniques sont rarement décrites dans les media allemands comme employés, employeurs, contribuables, voisins ou encore collègues de travail.

L'autre thème récurrent dans les media est celui des demandeurs d'asile, systématiquement stigmatisés. Ainsi se retrouvent connectés les termes «demandeur d'asile», « réfugié », voire « faux réfugié » avec des expressions telles que « flux permanent », « surabondance ». Ces productions dépeignent alors l'asile comme un danger pour la société allemande. Une information de qualité sur les conditions de vie des demandeurs d'asile en Allemagne, sur leurs motivations ou encore sur leur pays d'origine est absente de la plupart des media allemands. De même, ces media ne donnent presque jamais la parole à ces demandeurs d'asile ou à leurs représentants. Seuls les membres du gouvernement ou encore des partis politiques sont utilisés comme témoins sur les questions relatives à l'asile (Hömborg et Schlemmer, 1995).

Dans ce contexte où immigration rime avec menace, et asile avec danger, les opérateurs publics de télédiffusion ou encore certains périodiques tels que *Frankfurter Rundschau*, *Die Tageszeitung* ou *Die Zeit* tentent d'ouvrir d'autres perspectives, d'apporter d'autres regards. Ces rares initiatives sont loin de contrebalancer les représentations produites et diffusées par les radios privées, les journaux locaux et régionaux, souvent liés au camp conservateur, ou les quotidiens populaires, *Bild Zeitung* en particulier, qui continuent de diffuser ou publier des reportages où le sensationnel fait la ligne éditoriale (Geißler, 2000).

Quelle représentativité pour quelle représentation des immigrés au sein des media français ?

Représentativité / Représentation des immigrés, un sujet récent centré sur la télévision en France

Comme énoncé précédemment, les productions scientifiques sur le thème de la représentation des immigrés et de l'immigration dans les media apparaissent tardivement en France, notamment au regard de la littérature anglo-saxonne. Aujourd'hui outre-atlantique, l'anthropologie des media s'est imposée par la spécificité de son terrain, le nombre important de recherches et les cadres théoriques déjà produits. Ce déséquilibre scientifique entre les espaces anglo-saxons et francophones perdure toujours. Si nous disposons d'excellentes ethnographies des mouvements migratoires, elles font l'impasse sur ce que ces mouvements sont susceptibles de produire en « émissivité publique ». A l'inverse, les travaux dédiés au champ médiatique mêlant les notions d'espace public et de citoyenneté demeurent silencieux sur la production de sens, le discours symbolique et la création d'un imaginaire social par les media dans le domaine de l'immigration. A tel point que parfois seules des études

anglophones mettent en lumière telle ou telle spécificité du cas français (Ouaj 1999 ; Hargreaves 1997, 2001, 2002 ; Derderian 2004 ; Rigoni 2005, 2006).

La représentation des immigrés et la place de l'immigration dans les media en France est donc un sujet d'intérêt récent pour les sciences sociales. De plus, à l'instar des débats relevés au sein des media, de nombreuses études consacrées à cette thématique portent sur l'audiovisuel et principalement sur la télévision. En témoigne principalement le travail du documentariste Edouard Mills-Affif (2004). Ce dernier a inventorié les magazines d'information et les documentaires consacrés à l'immigration, diffusés à la télévision française entre 1960 et 1986. Comme d'autres chercheurs avant lui, E. Mills-Affif note une absence de linéarité, une présence par à-coups, qui rend impossible la restitution historique du fait migratoire à partir des seules archives audiovisuelles.

Deux raisons distinctes sont avancées pour expliquer le décalage entre la réalité sociale et les représentations télévisuelles : la place résiduelle réservée aux grands reportages ou aux documentaires dans les grilles de programmes et l'omniprésence de représentations préétablies des personnes issues de l'immigration. Mills-Affif souligne la prégnance d'*a priori* idéologiques sur la figure de l'immigré comme individu toujours en souffrance, qui amènent, par exemple, les réalisateurs à ignorer des populations entières dès lors que leur situation sociale se banalise. D'où l'invisibilité médiatique des Italiens, des Polonais, des Espagnols ou plus tard des Portugais et la focalisation sur les Algériens ou, dans une moindre mesure, sur les Noirs Africains, qui incament à eux seuls le «problème» de l'immigration placé progressivement au centre des préoccupations. Vingt ans plus tard, les media s'efforcent de montrer des figures plus positives mais les groupes issus des immigrations les plus anciennes et/ou les plus proches géographiquement et culturellement (Italiens, Espagnols, Polonais, Portugais) sont largement absentes des représentations. Aujourd'hui, ce sont les Noirs qui sont sur-représentés à la télévision française par rapport aux autres minorités (Malonga 2006) !

Si les études menées en France quant à la représentation de l'immigration et des immigrés portent quasi exclusivement sur les chaînes de télévision hertziennes, dans l'espace radiophonique, le thème de l'immigration est souvent abordé dans des recherches plus générales sur les radios (Cazenave 1980, Tievant 1986, Valérien 1989, Baretière 1989, Karsenti 1991, Brunquell 1992, Berqué *et alii* 1993, Génériques 1995, Melas *et alii* 2004). Enfin, plus rares seront les recherches relatives à la presse écrite (Bonnafous 1991, Lavergne, Siblot 1993, Charon *et alii* 1994, Charon, Mercier 1996) ; le grand oublié étant l'Internet.

Représentativité / Représentation des immigrés au sein des media, quelques thèmes marquants

Des «banlieues» aux «quartiers»

Parmi les thèmes marquants abordés ces vingt dernières années, figure celui des banlieues (CIEMI 1987, Bachman 1989, CNV 1992, Derville 1997, Lochard *et alii* 1998, 1999 ; Hargreaves 1999, Amorim 2002), appelées plus tard «quartiers» voire «périphéries

urbaines» (Lochard 2006). Reflet des travaux produits à la même époque dans le champ plus vaste des migrations, les recherches sur media et immigration portent pour beaucoup sur ce thème d'actualité que sont les cités. Celui de l'intégration, principe cher à la République «une et indivisible», est également en bonne place (Llaumett 1983, Bastard 1991).

Les premiers articles et émissions consacrés au thème des banlieues concernent essentiellement les événements survenus dans certaines cités de la périphérie lyonnaise durant les premiers «étés chauds» de 1981-82. Comme l'explique Alain Battégay (1985), *«c'est le moment, où des comportements de quartier sont pris dans une logique spectaculaire et font la Une des journaux et de la télévision, l'époque où apparaissent publiquement des visages dans des attitudes de défi et de provocation»*. Relevé par plusieurs analyses, l'un des principaux effets en est la rupture de l'image de l'immigré dans l'imaginaire social français et l'installation du personnage du «beur» au centre de la question des banlieues jouant dès lors comme une figure emblématisée (Boyer 2003).

Cette étape se clôt à la fin de l'année 1990, suite aux événements de Vaux-en-Velin. Ces scènes de violence médiatisées engendrent un important débat public qui se centre sur la question de la responsabilité journalistique dans les processus de dramatisation et d'intensification des mouvements urbains ainsi que de stigmatisation de lieux désormais démonisés et de leurs ressortissants. Toutefois, nombre d'épisodes attestent depuis cette époque que, malgré une certaine prise de conscience, les responsables des media, y compris les plus mesurés, ne sont pas à l'abri de la «pression événementielle» qui peut provoquer le retour à des traitements cédant aux logiques de stéréotypisation et de dramatisation les plus éprouvées (Badoua, Farbiaz 1991, Macé 1991).

Les media sont également dépendants du rôle central des pouvoirs publics dans la «question des banlieues» : *«très attentifs à la question urbaine dès les années 70, ceux-ci se sont efforcés à différents niveaux d'intervention (municipalités, missions, ministères) de valoriser leur action par des politiques de communication visant à contrecarrer les visions disqualifiantes de ces territoires péri-urbains. A partir des années 80, ils développent des actions placées sous la responsabilité de dircoms et autres «communicants» qui engagent des relations plus professionnalisées avec les media, la télévision étant plus courtisée pour ses réputés effets de masse et l'impact émotionnel prêté à l'image»* (Lochard 2006). Ces politiques d'images ne sont pas sans effet sur les produits informatifs consacrés à la «banlieue». Les sujets qui lui sont consacrés sont, surtout en «situation de routine» (Macé, Peralva 2002), placés sous l'influence de ces démarches de communication oscillant entre des entreprises spectaculaires aux effets visuels assurés (les dynamitages de tours à la télévision) et des discours lénifiants orchestrés par les représentants successifs de la «politique de la ville».

Finalement, le traitement médiatique des quartiers populaires est tel que, comme le souligne Guy Lochard (2006), *«se sont installées sur nos écrans et dans nos représentations un certain nombre de configurations scéniques, tout autant stéréotypées que stéréotypisantes, qui viennent donner corps depuis plus de deux décennies à la «révolte des jeunes des cités». Cadres de voitures brûlant dans l'obscurité, zooms sur des silhouettes de jeunes masqués lançant des projectiles, contre-champs des assauts policiers, plans de coupe sur des adultes postés à leurs fenêtres»* (Lochard 2006). Ces «jeunes des cités» sont inévitablement décrits comme des jeunes issus de l'immigration maghrébine, africaine, turque parfois – presque

jamais comme des jeunes issus de l'immigration portugaise ou chinoise, ni même comme des Français. Il est désormais avéré que cette vision contribue à l'altérisation d'une frange de la population française.

Dans la même perspective socio-historique, Guy Lochard poursuit son raisonnement en faisant « *l'hypothèse que la force de ce schème culturel fondé sur l'opposition centre/périphérie, n'est pas sans effets sur les représentations que nourrissent de ce territoire urbain les professionnels des media. Et ce d'autant plus que cet imaginaire urbain ancré culturellement a été sans cesse nourri par des productions culturelles de masse (du feuilleton de la presse populaire du XIXe siècle à des films contemporains comme La haine) qui ont contribué à installer durablement les acteurs collectifs des franges urbaines dans de grands rôles stéréotypiques. Ainsi peut-on considérer que le stéréotype contemporain du «sauvageon» n'est qu'une actualisation d'une longue lignée de personnages de jeunes délinquants urbains qui s'origine dans la figure de « l'apache » émergeant à la fin du XIXe siècle pour se prolonger dans les années 50 par celle du « blouson noir » puis, dans les années 70, par celle du « loubard ». De même la figure positivée aujourd'hui de la « beurette » méritante échappant à l'oppression familiale peut-elle être considérée comme une réincarnation de l'héroïne pauvre mais vertueuse des romans sentimentaux du XIXe siècle* » (Lochard 2006). Ce sont donc autant d'identités narratives qui ont été mises en place très tôt dans les représentations collectives présidant à la « question des banlieues ». Intervenant comme des matrices d'organisation du traitement médiatique de cet espace social, elles s'articulent autour de grandes configurations relationnelles qui orientent sa mise en discours.

L'insécurité

Trop souvent, les populations françaises issues de l'immigration sont présentées comme une menace pour la sécurité des autres Français. C'est tout d'abord la communautarisation du fait divers. Préciser l'origine, même lointaine, de l'auteur d'un acte délictueux, quand il est d'origine africaine, est une pratique journalistique malheureusement fréquente. Cette notification démontre que pour un grand nombre de journalistes, ou au moins de rédacteurs en chef, la précision de l'origine d'un délinquant ou d'un criminel est une information ou un élément d'appréciation pertinent permettant au public de mieux appréhender l'événement.

Toutefois, cette pratique était rarement commentée et s'accompagnait rarement d'une théorisation permettant de la justifier. Il s'agissait pourtant de la mise en parallèle d'un acte délictueux et d'une origine, donc d'une tentative d'explication de l'acte antisocial par l'ethnie. Longtemps discours de l'extrême droite, cette association est désormais affichée et légitimée dans certains titres de la presse grand public. Pierre Tévanian analyse dans son livre *Le ministère de la peur* (2004) comment les entrepreneurs en sécurité publique, les hommes politiques et les media ont progressivement dissocié la délinquance des questions sociales pour petit à petit l'ethniciser en multipliant les références lexicales empruntées au vocabulaire colonial.

Ainsi, les violences urbaines d'octobre-novembre 2005 en France ont été l'occasion de présenter une violence d'origine ethnique. Pêle-mêle des éditorialistes ont accusé des

groupes islamistes, des bandes criminelles composées sur des bases ethniques, voire la supposée incapacité des populations musulmanes à «s'intégrer», d'être responsables du désordre. Quelques mois plus tard, soutenus par une campagne de presse fort opportune (Housez 2006b), le ministre de l'Intérieur, Nicolas Sarkozy, se déclarait favorable à la création d'un fichier national révélant les origines ethniques des délinquants, pourtant contraire aux principes constitutionnels.

Lors des violences d'octobre-novembre 2005, un certain nombre d'éditorialistes, de commentateurs ou d'experts médiatiques ont également avancé l'idée que, non seulement, les violences avaient des mobiles ethniques ou religieux mais qu'elles exprimaient une haine de la République française en tant qu'institution, voire un rejet de «l'Occident». Dans *Charlie Hebdo*, Philippe Val (2005) présenta les émeutiers comme des hordes antisémites. Alain Finkielkraut, dans une désormais célèbre interview au quotidien israélien *Ha'aretz* (2005), dénonça également l'antisémitisme des émeutiers et affirma que l'identité judéo-chrétienne de la France était visée par les violences. L'essayiste médiatique avait consacré une partie de ses nombreuses interventions dans la presse grand public les mois précédents à dénoncer le développement d'un « racisme anti-blanc » chez les jeunes noirs et arabes français suite à des agressions survenues au cours des manifestations lycéennes de février et mars 2005 (Boucher 2006).

Ces arguments sur la violence raciste, et surtout antisémite, se retrouvent à l'occasion des commentaires médiatiques entourant le décès d'Ilan Halimi, jeune français juif, tué après avoir été séquestré lors d'un rapt crapuleux. Comme le note Cédric Housez, «*non seulement les violences en France sont présentées comme étant majoritairement le fait de groupes classés ethniquement, mais elles peuvent également être présentées comme l'expression d'une haine raciste. Bref, elles sont analysées selon une grille de lecture similaire à celle qui a prévalu après les attentats du 11 septembre 2001 : il s'agit d'une déclaration de guerre du monde musulman à un « Occident » judéo-chrétien et démocratique haï*» (Housez 2006a).

L'islam

Le thème des religions fait son apparition dans le discours médiatique sur l'immigration (Bréchon, Willaime 2000) et, plus particulièrement, celui de l'islam (Gresh 1997, Saddek 1998, Deltombe 2003). L'islam est l'un des sujets qui aura fait couler le plus d'encre en France ces dernières années. La plupart des titres de la presse écrite grand public y ont consacré des dossiers spéciaux. Les media audiovisuels n'ont pas été en reste et les émissions de «débats», dont radios et télévisions sont friandes, ont souvent porté sur ce thème. L'islam y est souvent présenté sous l'angle de la menace, du péril ou de la subversion (Open Society Institute 2002), au minimum de l'altérité ; très rarement comme une croyance privée légitime, ou comme une liberté garantie par la République laïque.

Cette tendance a été particulièrement remarquable lors du débat sur le voile islamique dans les écoles, lors des violences urbaines en France en octobre-novembre 2005 (Boucher 2006, Mattelart 2006) et des événements afférents ou similaires (Lochard 2006, Sedel 2006), ou lors de l'affaire des caricatures danoises. Toutefois, les media grand public n'ont pas eu

besoin d'une actualité brûlante pour mettre ainsi en scène l'islam, comme le montrent notamment les travaux de Thomas Deltombe (2003) et de Mathieu Rigouste (2002).

Cédric Housez (2006) cite quant à lui le cas des trois principaux hebdomadaires d'information généraliste français – *Le Point*, *L'Express* et *Le Nouvel Observateur* – qui ont réalisé, en l'espace de quelques mois depuis la rentrée 2005, des dossiers spéciaux sur l'islam, sans les rattacher à une actualité immédiate et en utilisant toujours une tonalité menaçante. Le 20 octobre 2005, *Le Point* publie un dossier intitulé « Les islamistes et nous », dans lequel les mosquées françaises sont présentées comme un terreau fertile pour l'islamisme, lui-même principal vecteur idéologique du terrorisme (Lotfy 2005). Le dossier aboutissant à un soutien, plus ou moins affiché, à la politique nord-américaine actuelle. Le 26 janvier 2006, *L'Express* développe une approche très similaire dans son dossier sur « La montée de l'islam en Europe », en présentant la présence de l'islam dans l'Union européenne – et même la diversité religieuse et culturelle dans son ensemble – comme des dangers pour l'Europe, et par extension pour « l'Occident » (Lotfy 2006). Une semaine plus tard, *Le Nouvel Observateur*, concurrent de centre-gauche des deux hebdomadaires précédemment cités, rédige à son tour un dossier spécial sur l'islam en France. Bien que se montrant moins virulent dans sa critique que ses confrères, l'islam y est également présenté comme une menace potentielle, avec des ouvertures d'articles sensationnalistes : « faut-il redouter une montée de l'intégrisme dans notre pays ? L'islam est-il une menace pour la laïcité, un nouvel opium pour les jeunes des banlieues en mal de repères ? Ou se révélera-t-il, comme jadis le catholicisme, beaucoup plus soluble qu'on ne l'imagine dans la République ? ». Le dossier consacre également un encart, fort peu critique, aux mesures de contrôle des mentalités des musulmans mises en place dans le Land allemand du Bade-Wurtemberg, une innovation politique applaudie par les principaux théoriciens de « l'islamophobie ».

Les recherches citées montrent que d'une manière générale, les media français dépeignent l'islam comme une menace pour les lois de la République, pour la laïcité, pour la liberté d'expression, pour les droits des femmes et, *via* le terrorisme qui lui est souvent associé, pour la sécurité du pays ou de « l'Occident » dans son ensemble. Cédric Housez (2006a) souligne que l'islam « est souvent associé à l'islamisme, qui est présenté pour sa part, suivant une rhétorique importée des cercles néo-conservateurs aux États-Unis, comme un nouveau totalitarisme, comparable au nazisme ou au stalinisme. Cette analogie s'appuie sur des amalgames [improbables] et sur une vision unifiée d'un fondamentalisme musulman et même du monde musulman, qui dénote une méconnaissance totale de l'islam ». L'essayiste médiatique et chroniqueur au *Point*, Bernard Henri Lévy utilisera le terme « fascislamiste » et l'éditorialiste du *Figaro*, Yvan Rioufol, parlera pour sa part de « nazislamiste ». Les deux éditorialistes ne sont pas les seuls en France à pratiquer ces jeux de langage. L'hebdomadaire satirique *Charlie Hebdo*, désormais en pointe des media français dans la dénonciation du « péril islamiste » (Housez 2005) et qui s'est illustré lors de l'affaire des caricatures danoises, a publié le 1er mars 2006 un manifeste intitulé « Ensemble contre le nouveau totalitarisme », qui accrédite lui aussi l'amalgame entre islamisme et nazisme.

Les sciences sociales commencent à montrer la dangerosité du ton et du contenu de certaines productions médiatiques. Dans son livre *L'islam imaginaire*, Thomas Deltombe analyse comment la parole et l'image médiatiques dominantes et le discours politique ont progressivement construit un référentiel musulman pour désigner les populations françaises originaires des anciennes colonies. Commentant son ouvrage pour le site *Oumma.com*, l'auteur analyse ainsi les débuts du processus : « Au cours des années 1980, avec l'abandon

des grilles de lecture marxistes et l'émergence de la «deuxième génération d'immigrés» sur la scène publique, on assiste à une première évolution : le registre «islamique» a tendance à être de plus en plus mobilisé par les media pour parler d'«immigrés» qui ne sont plus, comme c'était le cas dans la décennie précédente, décrits d'abord comme des «travailleurs étrangers».

Ainsi, au moment où la question de l'«intégration» est placée au centre des débats, le recours à une grille de lecture «islamique» permet de perpétuer symboliquement la mise à distance d'un segment de la population dont chacun convient qu'il n'est plus «étranger.» (Deltombe 2005). Progressivement, selon l'auteur, on va voir se construire l'image manichéenne et sans nuance d'un islam bipolaire opposant «les musulmans intégrés» ou «modernes», présentés comme majoritaires mais sous-représentés quand il est question de l'islam dans les media, opposés à «l'islamisme», présenté comme minoritaire mais sur lequel va se focaliser l'attention. Et la figure du terroriste va s'associer à celle de l'islamiste, légitimant le durcissement des politiques sécuritaires et des politiques d'immigration et de séjour.

L'islam est donc l'un des prismes au travers duquel les populations issues des anciennes colonies françaises sont présentées et au travers duquel il est possible, disent certains auteurs (Geisser 2003), de les stigmatiser en tant que groupe.

De l'anti-racisme à la lutte contre les discriminations

Un certain optimisme se développe grâce à l'«effet coupe du monde» de 1998. Les discours publics, politiques comme médiatiques, font dans leur immense majorité état de la réussite du modèle d'intégration à la française, symbolisé par une équipe de France multicolore et multiculturelle, jeune et dynamique, battante et gagnante. Dès lors, les media grand public n'auront de cesse de montrer la figure de l'«immigré qui a réussi» (Rigouste 2002).

Pris depuis le milieu des années 1990 d'un questionnement éthique sur le fait de produire essentiellement des articles rattachant l'immigration à la délinquance, la misère, à l'islamisme ou au terrorisme (Hargreaves 1992), certains journalistes compensent la balance de la stigmatisation par des articles visant à montrer qu'une partie de l'immigration s'intègre et réussit.

Ces figures de la réussite se restreignent cependant aux dimensions du spectacle, à l'espace de la scène, aux figures de la performance et, dans certains cas beaucoup plus anecdotiques, à des figures mixtes du type de « l'assistante sociale des quartiers », de « l'imam laïque » ou du « lascar repentant ». Pour Mathieu Rigouste (2006), «on voit se reconstituer les mêmes discours et les mêmes stigmates que ceux qui permettent de disqualifier l'immigré non-intégré ou non intégrable. Les discours de l'intégration déguisent d'un habit antiraciste des récits détournés de la menace immigrée et du modèle républicain de contrôle de l'immigration postcoloniale.»

A partir des années 2000, en même temps qu'apparaît la problématique des *minorités* dans les media, un certain nombre de productions scientifiques et de productions médiatiques contribuent à la diffusion et à la popularisation du terme d'*immigration postcoloniale*. A l'instar de l'ouvrage collectif dirigé par Pascal Blanchard, Nicolas Bancel et Sandrine Lemaire (2005), plusieurs publications paraissent en France sur la question de l'héritage colonial et de son incidence sur les relations interculturelles et interreligieuses. Quelques media, principalement issus de la diversité française comme Oumma.com mais pas seulement (Colombani 2005), contribuent activement au débat en publiant des articles de fond sur ce thème ou encore en relayant des actions telles que le mouvement des Indigènes de la République (Bernard 2005).

Ces productions scientifiques et médiatiques partent d'un constat : la représentation des populations françaises originaires du Maghreb, d'Afrique noire et même parfois des DOM-TOM reste fondamentalement marquée par les représentations coloniales. Or, la période coloniale garde dans l'historiographie française une dimension ambiguë. Il est désormais reconnu que les discours essentialistes, racistes et paternalistes produits et diffusés pendant plus d'un siècle d'idéologie coloniale ont incontestablement influencé l'image des populations colonisées et de leurs descendants. La logique paternaliste reste d'ailleurs présente dès lors qu'il est question des anciennes colonies dans les media : les problèmes des pays africains ou du Proche-Orient sont rarement associés aux conséquences de la colonisation ou d'un système post-colonial faisant encore, bien souvent, la part belle aux intérêts des anciennes métropoles. Dans une grande majorité des cas, les discours médiatique et politique dominants concernant ces pays attribuent les problèmes qu'ils connaissent à des causes internes, les pays «Occidentaux» étant les porteurs de solutions.

Pourtant, l'affirmation politique des minorités en France passe par une remise en cause des préjugés coloniaux et même par une volonté de déconstruire l'imagerie, globalement positive, liée à cette période. Ces dernières années ont vu le développement d'un mouvement d'opinion cherchant une reconnaissance des crimes commis par les dirigeants français successifs dans les colonies ; mouvement qui a, notamment, abouti à la loi de mai 2001 reconnaissant la traite et l'esclavage comme un crime contre l'Humanité, à l'instigation de Christiane Taubira, la députée radicale de gauche de Guyane. Une revendication particulièrement mal perçue par une majorité des élites politiques (le 23 février 2005, un collectif de députés de la majorité parlementaire fit adopter un amendement louant «le rôle positif de la présence française outre-mer, notamment en Afrique du Nord») et médiatiques (la dénonciation des crimes coloniaux et de l'esclavage a été globalement critiquée dans les media grand public qui la présentent souvent comme une expression politique communautariste, voire comme une marque d'hostilité contre «les Français»), ainsi que par certains intellectuels (dénonçant le «complexe colonial», plusieurs ouvrages publiés en 2005 accusent de complaisance une partie de la gauche française à l'égard des «islamistes» et s'inquiètent de la naissance d'un courant qualifié d'«islamogauchiste»).

La présentation d'un islam militant, adversaire de la démocratie, et voulant imposer ses valeurs à «l'Occident» et la dénonciation de la mobilisation en faveur de la reconnaissance des crimes coloniaux ont fini par former un agrégat argumentatif tant dans les discours politiques que médiatiques : les populations issues de l'immigration africaine souhaiteraient

imposer leurs valeurs («islamistes») et leur lecture («communautariste») de l'Histoire à la communauté nationale française.

La peur du communautarisme n'est jamais très loin. Elle est récurrente, ces deux dernières décennies, dans le débat français lié à l'immigration et aux pratiques religieuses. D'aucuns dénoncent l'«utopie multicommunautariste» que défendrait une partie de la société française contemporaine. La pensée de Pierre-André Taguieff représente en ce sens un modèle de l'anti-communautarisme : *« Le multiculturalisme (ou le pluriethnique) factuel, restant dans les limites de la société civile - distincte de la communauté politique -, ne pose aucun problème insoluble à la tradition républicaine dans sa variante française, marquée par l'idéal régulateur d'assimilation et par le principe de laïcité comme principe de séparation garantissant la coexistence des croyances. C'est le multiculturalisme institutionnel ou le multicommunautarisme normatif, en tant qu'horizon ou projet politique, qui constitue une menace ou un défi pour la tradition républicaine à la française, notamment en ce qu'il s'attaque directement au principe de laïcité et à la norme juridico-politique d'égalité de tous les citoyens devant la loi »* (Taguieff 2005).

Le multiculturalisme politique ou institutionnel constitue, au sens strict, un modèle de société multicommunautaire, qui s'oppose sur l'essentiel au modèle républicain de la nation, idéal politique illustré par la nation à la française. Ainsi, selon ses détracteurs, le multicommunautarisme comme système sociopolitique violerait expressément le principe libéral de la neutralité de l'État vis-à-vis des cultes ou des Églises. En outre, il favoriserait *«la multiplication de communautés à base ethnique, linguistique ou religieuse, aux valeurs et aux normes différentes, voire incommensurables et incompatibles entre elles »* (Taguieff 2005). Le «choc des civilisations» prôné par Samuel Huntington, et lui aussi largement repris et commenté dans la sphère médiatique, n'est pas très loin.

Les recherches scientifiques montrent donc que les thèmes relatifs à l'immigration traités dans les grands media français font souvent appel au sensationnalisme et contribuent encore trop souvent à penser l'immigration en terme de problème. Le traitement journalistique des politiques de lutte contre les discriminations ne parvient pas ou peu à contrebalancer celui, souvent négatif, des flux migratoires (faisant souvent référence aux clandestins, sans-papiers, réfugiés), des banlieues (décrites comme des zones de non-droit du fait des agissements violents de la «seconde génération»), de l'islam. Les populations françaises originaires des anciennes colonies – puisque c'est le plus souvent de celles-là dont il s'agit – sont publiquement affublées d'une série de défauts qui les ébignent symboliquement du reste de la communauté nationale : tentées par l'islamisme, développant des systèmes de valeurs incompatibles avec les valeurs républicaines, elles ont du mal à s'intégrer à une communauté française «de souche» et souhaitent donc la transformer à leur image par l'influence ou la violence. Certes, les media grand public donnent régulièrement la parole à des Français noirs ou d'origine arabe présentés comme des modèles. Mais le fait même de les présenter comme des modèles les placerait justement en position d'exception (Rigouste 2006). Il est entendu que les media doivent davantage se poser la question de l'éthique journalistique lorsqu'ils traitent de questions relatives à l'immigration et aux personnes qui en sont issues de près ou de loin.

Tandis que les premières études sur les media portaient sur le rapport entre media et immigration, les recherches plus récentes abordent la question de la représentation et de la représentativité des minorités dans les media.

Dès 1986, le Conseil de la coopération culturelle organise un colloque dont la publication des actes aura pour titre "Migrants et media : des "travailleurs invités" aux minorités linguistiques et culturelles". En 1991, le Centre d'information et d'études sur les migrations internationales (CIEMI) s'intéresse à la «présence et la représentation des immigrés et des minorités ethniques à la télévision française» (Perotti 1991). Pour la première fois, sont étudiés à la fois immigrés et minorités ethniques, clairement dissociés. Antonio Perotti précise dans son introduction que l'intérêt de l'enquête ne s'est pas limité aux «étrangers résidents en France» mais a aussi porté sur « *les Français d'origine maghrébine, africaine, asiatique, et les ressortissants des DOM-TOM constituant une composante ethnique minoritaire dans la société française par sa visibilité (couleur)* ». Le mot est lancé, la notion prend forme. Un nouveau vocable apparaît, tout droit venu de l'aire anglo-saxonne : celui de «minorités visibles» (Malonga 2000).

L'enquête commanditée par l'Association Rencontres Audiovisuelles (ARA) et menée par le CIEMI fait figure de précurseur dans l'emploi de ce terme. Il n'est plus question ici de rester sur le terrain de l'intégration et de l'immigration comme l'ont fait les sciences sociales jusqu'alors, mais d'aborder la question cruciale du problème de reconnaissance sociale des populations *françaises minoritaires* au sein de l'espace public et médiatique. Après avoir visionné et analysé 15 jours de programmes diffusés sur les chaînes hertziennes françaises (750 émissions, 555 heures de programmes), les 11 observateurs (représentant 7 origines différentes) du CIEMI démontraient que les minorités ethniques étaient sous-représentées à l'antenne et que le petit écran ne leur accordait que très rarement la parole. Dans les journaux télévisés et les émissions de débat, les thèmes auxquels la figure de l'immigré est liée sont le chômage, la sécurité et la délinquance, la violence en général et notamment en milieu scolaire, la drogue. La différenciation entre chaînes publiques et privées est soulignée et au sein du secteur public, France 3 est la chaîne qui accorde le plus d'importance aux questions relatives à l'immigration. Au final, cette première étude globale sur le traitement médiatique de l'immigration et des minorités à la télévision conclut que les personnes concernées n'ont que très rarement accès à la parole et que l'image reflétée par les chaînes est souvent en décalage avec la réalité sociale.

Cette enquête novatrice qui fit pourtant l'objet d'une conférence de presse passa cependant quasiment inaperçue : le sujet restait tabou en France. La problématique des minorités, et plus encore des minorités ethniques, ayant toujours été difficile à aborder en France, rien d'étonnant à ce que son émergence sur la scène tant scientifique que médiatique fut tardive. Marie-France Malonga, auteure 8 ans plus tard d'une seconde étude sur la question commanditée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) (Malonga 2000), explique « *cette frilosité (...) par le questionnement politique qui se cache derrière. Mettre en lumière la question de l'invisibilité des minorités ethniques ainsi que leur image stéréotypée à l'antenne, c'est indirectement remettre en question le modèle français républicain d'intégration universaliste. Comment expliquer en effet que le pays des droits de l'homme visant à intégrer dans son creuset tous les citoyens quelle que soit leur origine, leur race ou leur religion donne l'image d'une société « blanche » à travers l'important média de masse qu'est la télévision ?* » (Malonga 2006).

Il faudra attendre le tout début des années 2000 pour voir son utilisation plus répandue, aussi bien dans le champ de la recherche que dans celui de la politique. Employé dans une optique souvent militante, son utilisation est facilitée par la bienveillance des pouvoirs publics depuis le début de la décennie. Cette orientation n'est pas sans incidence sur le traitement médiatique du fait minoritaire. En 2000, comme expliqué précédemment, le *Collectif Egalité* va dénoncer l'absence de Noirs (C. Beyala et F. Hartmann 1999, C. Beyala 2002, C. Beyala et N. Hitchcott 2004) – mais aussi d'autres minorités ethniques comme les Maghrébins ou les Asiatiques et leurs descendants – au sein de l'audiovisuel français (télévision, cinéma). Plus précisément, le *Collectif Egalité* reproche aux media de fausser l'image des minorités visibles et des différentes cultures composant la société française dont les membres se sentent pénalisés par la sous-représentation ou la mal-représentation ainsi que par les difficultés à accéder aux media par la profession journalistique. L'attention est également attirée sur l'accueil et la diffusion des œuvres originales représentant la culture des différentes populations.

La multitude d'articles de presse et d'émissions radiodiffusées comme télévisées vont témoigner du fait que la question de la représentation télévisuelle des minorités ethniques n'est plus un sujet tabou en France. Suivra en 2000, l'étude réalisée par Marie-France Malonga pour le compte du CSA dont le but est de réactualiser l'enquête du CIEMI de 1991. En 2004, France Télévisions présente un plan pour l'intégration des minorités à l'antenne (Dutheil 2004). Pour la première fois en France, des institutions publiques s'intéressent, enfin, directement à la question de la représentativité et de la représentation des minorités visibles au sein des media !.

Si le débat est lancé à la fin des années 90 et sera suivi par le lancement des premières actions visant à assurer une représentativité équilibrée et une meilleure représentation des minorités visibles au sein des media, il n'en reste pas moins qu'il manque, encore, aujourd'hui différentes pièces du puzzle pour mieux en comprendre l'ensemble des interactions et mieux approcher ce que pourraient être, demain, les initiatives susceptibles de garantir la pérennité des efforts actuels en faveur du mieux vivre ensemble.

ET DEMAIN ? QUE FAIRE...

Si de nombreuses avancées, certes récentes, ont été constatées en France, il n'en reste pas moins que différentes initiatives ou actions peuvent être suggérées pour continuer et approfondir les premiers mouvements engagés en faveur d'une représentativité équilibrée et d'une meilleure représentation des minorités visibles au sein des media, de tous les media. Autrement dit, l'accroissement et l'intensification du nombre de productions médiatiques ou scientifiques et la multiplication des colloques et autres rencontres sur la représentation et la représentativité des immigrés au sein des media semblent indiquer qu'il y a visiblement urgence à ce que les minorités soient davantage représentées et présentes au sein des media. Toutefois, la question du comment agir dans de nombreux domaines, reste pleinement ouverte ; et ce d'autant plus qu'en France de nombreuses études et recherche font cruellement défaut.

Continuer et élargir l'observation et l'action des media, de tous les media...

Du point de vue de la recherche, si d'excellentes ethnographies des mouvements migratoires sont, aujourd'hui, disponibles en France, elles font l'impasse sur ce que ces mouvements sont susceptibles de produire en « émissivité publique ». De plus, les travaux dédiés au champ médiatique mêlant les notions d'espace public et de citoyenneté demeurent silencieux sur la production de sens, le discours symbolique et la création d'un imaginaire social par les media dans le domaine de l'immigration. A tel point que parfois seules des études anglophones mettent en lumière telle ou telle spécificité du cas français (Ouaj 1999, Hargreaves 1997, 2001, 2002, Derderian 2004, Rigoni 2005, 2006). Ce premier déficit est à combler pour mieux pouvoir comprendre et analyser l'impact sur les dynamiques générées par les différentes initiatives prises par les media.

S'intéresser à la presse écrite, à l'Internet, sans oublier la radio...

Comme expliqué précédemment, les recherches, débats ou actions initiés sur le thème de la représentativité et de la représentation des minorités visibles au sein des media ont, pour beaucoup, focalisé sur les chaînes de télévision hertziennes. Les radios, notamment nationales, ont peu fait l'objet d'observations et, à l'exception de Radio France, se sont peu engagées dans des actions visant à accorder une plus grande place sur leurs antennes aux minorités visibles, à leurs préoccupations et à leur expression. Par ailleurs, l'Internet fait partie des media particulièrement oubliés. De même, dans un futur très proche, les nouvelles chaînes de télévision numériques devraient aussi faire l'objet d'une attention particulière. Bref, le champ des objets à analyser et les domaines d'actions possibles sont vastes ; il reste beaucoup à faire.

Toutefois, un media particulier semble, aujourd'hui, prioritaire. En effet, si la presse écrite en France a amplement participé et contribué à développer le débat public sur la représentation des immigrés au sein des media, ses pratiques ont été peu étudiées. Aucun des grands quotidiens français n'a annoncé, à ce jour, son intention d'entrer dans des actions volontaires

en faveur d'une meilleure place et d'une représentation équilibrée des personnes issues des migrations dans ses colonnes.

La conférence-débat « *Diversité dans les media : l'expérience britannique* » (Press-Club de Paris, 2 février 2006) a montré, notamment, que la presse britannique avait pris un retard considérable par rapport à la télévision, et ce comme l'a souligné par Quentin Peel, rédacteur en chef du *Financial Times*. Ainsi, si la France a pris du retard dans le domaine de la représentation des minorités au sein des media, et ce quels qu'ils soient, elle peut savoir tirer partie des enseignements venus de pays engagés, depuis plus longtemps qu'elle, dans des actions volontaires. La presse est d'autant plus stratégique que dans le domaine de la construction de l'information (choix et priorité des sujets, angles de traitement...), elle semble avoir une influence non négligeable sur les autres media. Cette dernière influence demande à être mieux analysée et comprise, notamment au regard, certes, de la visibilité mais aussi des préoccupations et de l'expression des minorités visibles sur tous les sujets.

La multiplication des études et recherches sur la presse, la radio, l'Internet ou encore la télévision numérique est, aujourd'hui, indispensable pour au moins trois raisons.

Comme les Etats-Unis le montrent, la multiplication de supports de diffusion (écrit, électronique, radiophonique ou encore télévisuel) peut conduire à un morcellement très fort des audiences, et donc de l'opinion publique. Cette extrême division peut avoir pour conséquence, à terme, que les diverses composantes constitutives de la société française aient le plus petit commun dénominateur médiatique. Qu'en sera-t-il alors du sentiment d'appartenance commune ou encore de l'imaginaire commun à la construction desquels les media contribuent indéniablement ? De plus, multiplier ces études et ces recherches doit autoriser une meilleure compréhension des mécanismes et des interactions qui régissent actuellement les relations entre les media et leurs audiences, entre les leaders et relais d'opinion et l'opinion elle-même. Cette meilleure compréhension du contexte, de ses déterminants ou encore de ses liens de causalité, devrait alors permettre de définir les futures actions à engager. Enfin, parce que les différents media interagissent les uns sur les autres, il est aussi important de ne pas focaliser l'analyse ou l'action sur un seul d'entre eux, aussi puissant soit-il. D'une part, parce que cette puissance peut être rapidement mise en cause comme le montre l'impact qu'ont eu les nouvelles technologies de l'information et de la communication sur les réseaux de télévision hertziennes aux USA. D'autre part, parce que dans de nombreux secteurs de production, les choix opérés par les uns peuvent influencer les autres. Savoir qui provoque quoi ou encore qui influence qui dans le secteur médiatique peut permettre de mieux définir les lieux prioritaires d'actions.

Télévisions ; priorité à la fiction et à l'évaluation

Les premières initiatives prises dans le domaine de la télévision en faveur de la représentativité des minorités visibles sont à saluer. Même si elles sont récentes, l'évaluation de leur impact devrait pouvoir être facilitée et associer décideurs, professionnels des media mais aussi organisations de la société civile, notamment celles animées par les minorités visibles, dans une réflexion collective permettant de mieux prendre en compte la perception, la compréhension mais aussi les contraintes de chaque groupe d'acteurs, et ce afin de

progressivement atténuer les passions, *a priori* ou suspicions qui ont accompagné, en France, l'émergence du débat sur la représentation des minorités à l'écran.

Un domaine particulier d'attention et de suivi devrait porter sur la fiction. Si les chaînes ont engagé un début de réflexion dans ce secteur de production, ce dernier reste un chantier prioritaire car la fiction est l'espace où se bâtit – peut se bâtir – un « imaginaire commun ». A condition que les téléfilms, les séries ne se fassent pas le relais des stéréotypes et préjugés d'une société qui ne s'est pas débarrassée des images héritées de son passé colonial, ce qui arrive, hélas, trop souvent.

Dans ce domaine de la fiction, une des actions à engager pourrait consister en la confrontation d'un certain nombre de films avec ceux produits au sein de différentes minorités appartenant à divers milieux et différentes générations ; la *BBC* a su tirer bénéfice de ce type d'action pour ses propres productions, et ce depuis de nombreuses années. Par ailleurs, pourrait être facilitée la formation des différents personnels intervenants dans la construction d'une fiction (octroi de bourses, multiplication des stages...) A noter que dans le domaine de la fiction, *TF1* et *France Télévisions* ont sollicité de jeunes auteurs issus des minorités alors que, par ailleurs, beaucoup s'étonnent encore qu'il ne soit pas fait plus régulièrement et systématiquement appel aux réalisateurs, scénaristes révélés au cours de ces dernières années au cinéma. En effet, qui peut mieux connaître la complexité d'une réalité que les premiers concernés ?

Enfin, si notre imaginaire commun se forme, notamment, à partir des séries policières, des téléfilms, de la fiction en général, ces différentes productions font rarement l'objet d'analyses approfondies prenant en compte la question de la représentativité des immigrés en leur sein et des contenus qu'elles diffusent. Il est indispensable de remédier à cette situation, et ce dans le souci de pouvoir nourrir les chantiers engagés dans les différentes chaînes.

Les media minoritaires, communautaires, ethniques... Les media des diversités, un intérêt récent à approfondir

Si au Royaume-Uni, la plupart des media ethniques s'est développée dans le secteur commercial et concurrentiel, ces derniers occupent, aujourd'hui, une place significative dans le paysage médiatique britannique. En France, ces mêmes media dits « des diversités » (Blion, Rigoni, 2006) représenteraient plus d'une centaine de titres, dont beaucoup sont vendus en kiosque, ou encore un quart des radios FM diffusées en région parisienne (Panos 2006d).

Les media des diversités en France répondent à des besoins d'information et de divertissement des minorités issus des migrations et/ou visibles (Blion, Rigoni, 2006). En répondant à ces besoins et en ayant un positionnement éditorial spécifique, les media des diversités agissent en complémentarité de l'offre des media grand public. A l'instar d'Hortense Nouvian (Panos 2006c), rédactrice en chef de *Cité Black*, les media des diversités en France revendiquent ce positionnement de complémentarité et, surtout, de participer au même espace médiatique que celui de leurs confrères grand public. Autrement dit, ils

rejetent pleinement les *a priori* d'enfermement ou de *ghetto* souvent accolés à l'idée de media « ethniques », « communautaires » ou encore « minoritaires ».

Au-delà du questionnement que certains peuvent avoir sur la pertinence de s'intéresser aux media des diversités, il n'en reste pas moins qu'ils existent, produisent et diffusent régulièrement information et divertissement que cela soit par la radio (beaucoup plus rarement par la télévision), par l'Internet ou encore la presse écrite. Malgré cette production, et si leur création et leur développement sont des phénomènes, aujourd'hui, largement répandus, les media des diversités restent peu connus (J.-P. Marthoz 2001). Ainsi, peu d'études portent sur les media à destination des publics issus de l'immigration (Lehembre, Abdallah 1984, 1985, Barbulesco 1985, Aissou 1988, Paroomal 1990, Melas *et alii* 2004, Rigoni 2001, 2004, 2005, Guyot 2006), plus précisément sur leurs contenus et leurs apports potentiels au paysage médiatique en terme de créativité, de dynamisme et de renouvellement, et ce particulièrement en France.

Des études, voire des actions spécifiques en direction du monde des media des diversités, en France doivent pouvoir être rapidement lancées ou soutenues, à l'instar des recherches structurées dans le réseau Minoritymedia (Migrinter, Université de Poitiers) ou des actions mises en œuvre par le programme européen *Mediam'Rad* (Panos). Et ce d'autant plus au moment où dans d'autres pays européens, voire aux Etats-Unis, il est observé que les media des diversités les plus viables économiquement attirent, aujourd'hui, l'attention des media grand public. Au Royaume-Uni, ce mouvement s'observe, particulièrement, autour des media s'adressant aux communautés originaires d'Asie du Sud.

Cependant, trop rares restent ces collaborations entre media grand public et media ethniques et un effort doit être engagé pour une meilleure compréhension mutuelle. Au Royaume-Uni, les media grand public vivent les media ethniques comme de réels concurrents. Pour répondre à cette concurrence, la seule solution qui ait été envisagée par les media traditionnels est le développement de produits spécifiques pour les minorités ethniques, sans même envisager une collaboration avec leur media. Exemples de cette stratégie ; la création par la BBC au travers de sa plate-forme numérique de l'Asian network – télévision disponible 24 heures sur 24 portant une attention prioritaire aux cultures d'Asie du Sud – et de 1Xtra - une radio numérique de la BBC dédiée à la musique urbaine et noire.

D'autres et de nouvelles initiatives doivent voir le jour et être soutenues pour accompagner le rapprochement entre media grand public et media des diversités, notamment dans le domaine de l'information. Aux Etats-Unis, *New America Media* (www.newamericamedia.org) - plate-forme de regroupement et agence de presse de media ethniques structurées au niveau fédéral après avoir débuté dans la baie de San Francisco – multiplie, aujourd'hui, les initiatives permettant un rapprochement entre media ethnique et media grand public ; et ce au bénéfice des deux mais aussi d'une plus grande visibilité de la diversité et une meilleure représentation de la vie quotidienne des minorités visibles, comme l'a expliqué Pete Wevurski, rédacteur en chef de *Oakland Tribune* (Panos 2006c) aux rencontres européennes *Media des diversités en Europe* (Panos 2005). Par ailleurs, ce type d'initiatives permet aussi un rapprochement entre professionnels des media venus d'horizons différents et, donc, autorise un accroissement de l'interculturalité dans chacun des media impliqués dans ce type de collaborations. Enfin, économiquement, il semble aussi que les media grand public, notamment de presse écrite, ayant noué de telles collaborations aient réussi à conquérir de

nouveaux lecteurs ou en reconquérir d'autres sans pour autant les faire perdre aux media ethniques. Si, en plus, des arguments financiers et économiques défendent cette approche... !

Les media transnationaux, notamment satellitaires, restent, aussi, méconnus...

Si l'arrivée du satellite et la multiplication des paraboles a provoqué de nouvelles enquêtes, celles-ci ont souvent pour seul objectif, limité et révélateur, d'évaluer ce que pourrait entraîner leur écoute au détriment des chaînes françaises (PBME 1995). Ces enquêtes portent leur attention sur des questions perçues comme des dangers réels ou supposés pour la république et les valeurs françaises. Parmi ces questions figurent, notamment, celles du communautarisme et de l'islamisme.

Un nombre de plus en plus important d'études porte sur la production et surtout sur la réception de media étrangers en France *via* le satellite (Boubeker *et alii* 1998, Astra 1998, Hargreaves 2001, Guaaybess 2005, auxquelles s'ajoutent des thèses universitaires en cours de réalisation). Dans leur recherche d'autoreprésentation (Siew-Peng 2000), les minorités issus de l'immigration se tournent souvent vers les media produits et diffusés à partir de leur pays d'origine, particulièrement en ce qui concerne la presse écrite et électronique et la télévision satellitaire, et ce dans l'espoir de répondre à leurs besoins propres d'information et de divertissement. Cette situation a des implications tant sociales qu'économiques, notamment pour l'industrie médiatique. Le sentiment d'exclusion des groupes minoritaires, doublé d'un déficit de confiance envers les media grand public, peut conduire à ce que des media transnationaux compétitifs puissent obtenir, à l'avenir, des audiences de plus en plus importantes.

Les recherches sur les media satellitaires sont particulièrement peu développées dans l'espace sud-européen, contrairement aux espaces anglo-saxon et scandinave. Il y a donc un véritable enjeu à les étudier mais aussi à considérer leur place et leur fonction dans le paysage médiatique en France et au-delà.

Prendre en compte l'opinion publique, les minorités visibles

Autre grande absente dans les recherches menées en France sur les relations entre media et immigration : l'opinion publique. En effet, les études dites de réception sont quasiment inexistantes en France dans ce débat sur la représentation des minorités visibles à l'écran, même si récemment France Télévisions en a lancé une, restée confidentielle.

Autrement dit, comment réagit l'opinion publique française à une plus grande visibilité à l'écran des minorités ? Qu'en pense-t-elle ? Quel impact a sur les dynamiques du vivre ensemble cette présence plus visible des minorités ? Comment sont perçues par les minorités visibles les actions engagées en faveur de leur visibilité par les media ? Quel impact ces mêmes actions ont sur leurs propres dynamiques ? Difficile de répondre à ces différentes questions, tant les études font cruellement défaut.

Multiplier les études d'audience et de réception envers une opinion publique, aujourd'hui, très absente du débat

Une des rares études à avoir prise en compte l'opinion publique et la réception que cette dernière faisait des images produites et diffusées sur l'immigration est celle réalisée par le Centre de recherche des médiations (Université de Metz) ; étude financée par le FASILD. Cette étude (Meyer 2005) avait pour principal objectif « *de mieux comprendre ce que les gens perçoivent comme image(s) de l'immigration à la télévision et montrer en quoi certaines peuvent influencer et/ou être utiles ans des logiques d'intégration et de lutte contre les discriminations.* »

Même si l'échantillon n'était pas représentatif – cette étude étant essentiellement expérimentale – il n'en reste pas moins qu'une majorité des personnes interrogées pense que « *en matière de représentation de l'immigration, l'approche de la télévision est plutôt jugée peu satisfaisante et (surtout) liée aux thèmes de l'insécurité, de la religion et des jeunes* » (Meyer 2005).

Enfin, dans ses conclusions, cette étude recommande « *la mise en place d'un pôle d'exception d'analyse de la réception audiovisuelle et télévisuelle en particulier. La réalisation d'un baromètre des représentations médiatiques de l'immigration peut être une première étape.* » Etude la plus récente, même si expérimentale, sur le thème de la réception des images sur l'immigration par l'opinion publique, elle ouvre de nombreuses voies susceptibles de combler le déficit de connaissances sur le thème *media / immigration / réception*.

Envers les minorités visibles, encore inaudibles en France

L'étude du centre de recherche sur les médiations (Meyer 2005) ne prend pas en compte la variable « ethnique » / « minorités visibles » pour mieux comprendre la perception et la réception par les minorités visibles des images et contenus diffusés par les media sur elles-mêmes. A notre connaissance, aucune analyse n'est engagée en France sur ce thème.

De plus, comparée à la Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, la France présente une quasi-absence d'études - à l'exception des initiatives lancées récemment par SOPI, *l'agence de la diversité* (www.sopi.fr) - sur la relation marché publicitaire / pouvoir économique des minorités ; question d'autant plus importante au moment où les ressources privées et commerciales constituent une grande part des revenus des groupes de presse et de l'audiovisuel.

Or, il semble incontournable, aujourd'hui, de disposer d'une compréhension du positionnement des minorités visibles sur le débat et les initiatives prises en lien avec la question de leur représentativité et représentation au sein des media.

A la différence de la Grande Bretagne, des Pays Bas ou encore de l'Allemagne, cette analyse factuelle est limitée en France par l'impossibilité, au regard du principe républicain, d'employer certains mots contrevenant à l'idée de l'égalité entre les citoyens. Ainsi, de nombreuses initiatives se font en faveur de la « diversité », et non pas, à l'instar de la Grande Bretagne, en faveur des « minorités ethniques » ; véritable mot tabou en France.

Ces mots tabous, jugés discriminatoires, et donc soumis à la loi, reculent inexorablement parce qu'utilisés constamment par ceux-là mêmes à qui ils pourraient porter préjudice. Par exemple, pour revendiquer leur place dans la société française, les "minorités visibles" ont, notamment, porté cette question au regard des pratiques de l'audiovisuel, assumant le fait de compter et recompter le nombre d'animateurs, de journalistes, de héros de fiction... dits « de couleur » sur les différentes chaînes. De plus, ces critères apparaissent depuis quelques mois dans les classifications de l'Inathèque. Révélateur de cette évolution, l'Institut national de l'audiovisuel (INA), très réticent jusqu'alors, a réuni en mars 2005 pour la première fois des chercheurs et des documentalistes autour de cette question de l'indexation des différentes variables « ethniques » dans l'archivage des productions audiovisuelles.

Ce débat, sur la question de l'indexation et donc de la mesure, doit pouvoir être mené à son terme en associant le plus largement possible les minorités visibles, et non en faisant valoir telle ou telle position allant dans le sens du sentiment majoritaire. Organiser et structurer ce débat est important car il faut réussir à en dépassionner les enjeux. Cette question de la mesure est d'autant plus fondamentale que, pour lutter contre les discriminations, l'anonymat risque d'être requis de plus en plus en souvent pour postuler à un emploi (pourquoi pas demain à un appartement ?). Même si cette règle de l'anonymat concerne l'ensemble de la population française, il n'en reste pas moins qu'elle a pour conséquence de demander à ceux-là mêmes qui sont discriminés de nier, en plus, une partie de leur identité, à savoir leur nom, prénom et visage, et ce parce que la société qui discrimine refuse de se regarder telle qu'elle est. Cette négation est d'autant plus paradoxale que la période actuelle semble revendiquer de plus en plus de visibilité ! Sans refuser de prendre en compte la complexité du débat et les nombreuses inquiétudes qu'il peut soulever, celui-ci ne peut plus être évacué et refusé, notamment par le législateur, et ce pour éviter que les remèdes proposés ne soient pires que le mal.

Et les professionnels des media issus des minorités visibles...

Il existe peu de productions, médiatiques ou scientifiques, sur la place et le rôle des professionnels des medias issus des minorités visibles dans l'espace médiatique français, à l'exception de quelques-unes sur les professionnels exerçant au sein des media des diversités (Chaabaoui 1992) ou sur les personnes issues de l'immigration embrassant la profession de journaliste (Djennad 2001).

Or, les violences urbaines d'octobre-novembre 2005 ont révélé et généralisé une pratique en cours pour la couverture médiatique de l'intervention américaine en Irak : l'utilisation de « fixeurs ». Dans le cas des violences urbaines en France, ces « fixeurs » sont des journalistes jeunes, issus de l'immigration. D'autres, eux aussi issus de l'immigration, sont d'anciens

pigistes ou intérimaires, rappelés par les rédactions pour lesquelles ils avaient parfois travaillé le temps d'un été.

Ces pratiques enferment le journaliste issu des minorités visibles dans une supposée spécificité ethnique ou religieuse ; certains parlent d'«assignation à résidence communautaire» (Nagrouche 1993). Elles contribuent trop souvent à une marginalisation professionnelle. Or ces pratiques sont largement masquées, pour le grand public, par le recrutement – encore largement insuffisant – de journalistes issus des «minorités visibles» comme Audrey Pulvar sur *France 3* ou Harry Roselmack sur *TF1*.

Le besoin d'analyser la manière dont sont « utilisés » / « employés » en France les journalistes, plus généralement les professionnels des media, issus des minorités visibles va devenir d'autant plus important que se multiplieront les recrutements volontairement affichés par les media, plus particulièrement les chaînes de télévision. Multiplier des actions dans ce domaine peut être un moyen de mieux comprendre comment ces mêmes professionnels se positionnent dans le débat sur la question de la représentativité et de la représentation des minorités au sein des media. De plus, avoir le pouvoir d'influencer les contenus de l'information et les programmes suppose une proximité avec les lieux de décisions et de pouvoir. Il convient, donc, aussi de développer les analyses sur les positions et les rôles attribués aux professionnels des media issus des minorités visibles, notamment au regard des postes occupés et de leur niveau hiérarchique.

D'autres thèmes sont aussi à explorer...

En France, et après 20 ans de discours sur la représentation et la représentativité des immigrés et des minorités dans les media, les analyses se limitent encore globalement à deux communautés ; les populations noires (regroupant Antillais et Africains, et ce avec des statuts différentes) et les populations originaires du Maghreb (regroupant Algériens, Marocains, Tunisiens). Rares sont les études produites sur les communautés venues du Moyen Orient ou d'autres pays européens (Portugal, Italie, Pays de l'ex-Europe de l'Est ou des Balkans). Pour certaines communautés, par exemple indienne ou chinoise, le silence est quasi total. De même, aucune étude n'existe sur la représentation des sans-papiers alors que les reportages sur leur situation sont omniprésents dans la presse écrite et la radio ; certes ils le sont moins à la télévision ! D'autres secteurs sont aussi des terrains vierges.

La publicité

La représentation des personnes issues de l'immigration dans la publicité fait partie de ces secteurs d'études encore largement en friche. Si plusieurs études ont été consacrées à l'image des indigènes dans l'Empire colonial français – notamment celles utilisées à des fins mercantiles comme l'image emblématique du noir souriant à pleines dents sur des produits chocolatés – les images des «minorités visibles» dans les différents types de publicités (affiches, publicité télévisée ou radiophonique, encarts dans la presse écrite...) ne sont pas

analysées, à quelques exceptions près (Laske 1987, Bachollet *et alii* 1992, Debost 1993, Prencipe 1994, 1997).

Pourtant, la publicité et, au-delà, l'image ou le son sont fréquemment utilisés par les media de tous types. Les langages médiatiques sont autant visuels ou sonores que verbaux (Davis, Walton 1983). Image, média et représentation constituent trois éléments d'une combinaison qui forme la construction de la réalité sociale (Forrester 2000, Pinkk 2001). La lecture d'une image photographique et l'écoute d'un son ne peuvent pas être séparées du contexte social et historique dans lequel elle est vue/il est entendu, compris-e et utilisé-e. La publicité est un bon exemple dans la mesure où elle donne à voir de nombreuses images, à écouter de nombreux sons qui, pour la plupart, font appel à la subjectivité. La photographie n'est pas un medium purement et uniquement visuel, de même que le son n'est pas un medium purement et uniquement sonore : leur plus grande part est, *de facto*, scriptovisuelle. Ce phénomène n'est nulle part plus apparent que dans la publicité qui reflète et reproduit une position idéologique.

Les rapports de genre

Très peu de recherches croisent la problématique globale migration et genre. Encore moins nombreuses sont celles croisant les questions de migration, de media et de genre (Ouali, Messian 1999). Le champ des media et, avec encore plus d'acuité, celui des rapports sociaux de genre figurent au titre des champs de recherche particulièrement sous-développés en France. Il est grand temps que les sciences sociales rattrapent leur retard sur les pays anglo-saxons en la matière, dans lesquels nombre de recherches sont menées tant sur la question générale du genre (Gauntlett 2002, Toth, Aldorrry 2001, Creedon 1993) ou des femmes (Baehr, Gray 1996, Macdonald 1995) et des hommes (Craig 1992) dans les media que sur celles, plus particulières, des femmes issues des minorités dans les media (Biagi, Kern-Foxworth 1997, Dines, Humez 2002, Broussard 2004, Lind 2004).

En embrassant ces différentes thématiques et initiatives, l'enjeu, aujourd'hui, est de dépasser la seule question de la visibilité physique, condition nécessaire mais non suffisante à une meilleure représentation des minorités au sein des media. En effet, aujourd'hui, il est urgent de travailler sur les contenus produits et diffusés et sur la place qu'occupent les minorités visibles dans les différentes étapes d'élaboration et de diffusion des productions médiatiques. Les personnes appartenant aux minorités visibles participent de la société. A ce double titre, elles sont, certes, porteuses des préoccupations propres à ces groupes de populations mais elles participent aussi des débats et des interrogations de la société dans son ensemble. Ainsi, à l'instar des émissions spécifiques des années 1980 / 1990, la visibilité physique des minorités à l'antenne ne doit pas servir d'alibi. Elle est une première étape ; elle ne doit pas être la dernière et doit favoriser la prise en compte effective des voix et de l'expression des minorités visibles dans les media. L'égalité d'expression ne sera garantie que quand les media, et la société dans son ensemble, auront rendu visible l'invisible et invisible le visible. En effet, toutes ces initiatives, ces actions et autres réflexions resteront vaines si en acceptant de voir, la société continue de refuser d'entendre.

VISIBILITE DES MINORITES ; LES FRANÇAIS SONT PARTAGES, LA DEMOCRATIE AVANCE

Dans un article intitulé « Diversité : les Français partagés sur la place accordée aux minorités ethniques en radio/TV », *Satellifax.com* rapporte que « les Français sont très partagés sur la représentation des minorités ethniques en radio et TV, (comme l') indique un sondage Ipsos pour le Bureau de vérification de la publicité (BVP) publié (le 07 juin 06). Pour les émissions de radio et de télévision, 45 % des sondés trouvent que la représentation des minorités n'est pas suffisante et une proportion similaire (44 %) qu'ils sont présents comme il faut. Quelque 60 % des Français estiment, toujours selon ce sondage, que les groupes ethniques sont présents comme il faut dans les films et les téléfilms et pour les arts et spectacles. Par ailleurs, 62 % des sondés estiment que la manière dont les minorités sont mises en scène dans la publicité n'est « ni valorisante, ni dévalorisante », et 63 % estiment qu'il est important ou indispensable que la publicité accorde une place plus importante et plus valorisante aux minorités. Ce sondage a été réalisé les 19 et 20 mai par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de 1 016 personnes âgées de 15 ans et plus, suivant la méthode des quotas » (*Satellifax*, 8/06/06)

Les avis partagés des Français témoignent qu'aujourd'hui la société débat, enfin (!), de la question de la présence et de la représentation des immigrés, des minorités visibles à l'écran. Il aura fallu de nombreuses années de silence, de frustration pour certaines et certains, avant que n'émerge, dans l'espace public, une thématique qui, particulièrement en France, interroge moult sensibilités, affronte quelques tabous ou encore remue quelques certitudes.

La représentation et la représentativité des personnes issues de l'immigration au sein des media, tant dominants que communautaires, représentent un défi pour les Etats-nations européens, et en particulier pour la France républicaine et laïque. La sphère sociopolitique est marquée par ces nouveaux enjeux qui questionnent tant les notions de souveraineté (rapport au territoire), de citoyenneté (place et statut des minoritaires) et de discrimination (accès à la parole) que les rapports sociaux (générationnels, sexués). De plus, au moment où les questions de diversité révèlent aussi les tensions politiques et culturelles actuelles, tant au niveau national que transnational, l'enjeu de la représentation devient encore plus important. Une représentation équilibrée à l'écran comme dans la presse écrite et une participation adéquate dans la production d'une des institutions culturelles les plus influentes de notre temps – les media – est un enjeu important non seulement pour les media eux-mêmes mais aussi, et surtout, pour une représentation réellement démocratique de la société dans sa globalité.

Enfin, les media continuent, parfois directement, d'être accusés de véhiculer un discours raciste, renforcé par le fait que les «minorités visibles» sont encore sous-représentées à l'écran et plus encore dans la presse écrite, ou bien sont mal représentées, cantonnées à des domaines spécifiques comme la musique ou le sport. Cette non-reconnaissance fonctionne comme une violence symbolique dont les effets ont été observés durant les violences urbaines d'octobre-novembre 2005, lorsque la plupart des journalistes – français comme étrangers – avaient du mal à entrer dans les cités et subissaient presque autant de caillassages que les forces de l'ordre. Or, dans une société démocratique, l'Etat est responsable de la prise d'actions visant à combattre le discours raciste et à introduire une législation appropriée dans ce sens. Dans ce contexte, *l'accès aux media* des populations minoritaires, tant en terme de visibilité que d'expression, ainsi que *la liberté et les chances d'établir leurs propres media* sont d'une importance cruciale.

EXTRAITS BIBLIOGRAPHIQUES

Ouvrages, articles scientifiques et autres rapports

Abdallah H. Mogniss (2000), La télévision citoyenne à l'épreuve de la discrimination cathodique ?, *Hommes et Migrations*, n°1224, mars-avr. 2000, pp. 100-103

After September 11 Report (2002) www.afterseptember11.tv

After september 11: TV news and Transnational Audiences (2002), Londres, BFI / BSC / ESRC / The Open University / ITC, sept. 2002

Agi R. (Ed) (1983), *Presseinformation Medienproduktverbund Ausländer – Inländer*, Bonn, Marl, 1983

Alibhai-Brown Yasmin (1998), « The Media and Race Relations » in: Blackstone T., Parekh B. and Sanders P. (eds.), *Race Relations in Britain*, London, Routledge, 1998

Aissou Abdel (Eds) (1988), *Radio Beur. Octobre à Alger*, Seuil, Paris, 1988

Amorim Marilia (Eds) (2002), *Images et discours sur la banlieue*, Erès, Ramonville, 2002

ASTRA (1998), *La télévision par satellite en habitat collectif. Guide de la réception collective*, ASTRA, Neuilly-sur-Seine, 1998

Atton Chris (2002), *Alternative Media*, Londres, Sage, 2002

Augry Marie-Laure (2005), *Des téléspectateurs partenaires...*, Rapport annuel de la médiation de la rédaction de France 3 Saison 2003/2004, Paris, France 3, 2005

Axford Barrie, Huggins Richard (Ed) (2001), *New Media and Politics*, London, Sage, 2001

Bachmann Christian, Basier Luc (1989), *Mise en images d'une banlieue ordinaire*, Syros, Paris, 1989

Bachollet R. et alii (1992), *Negripub*, Paris, Somogy, 1992

Baehr Helen & Gray Ann (eds.) (1996), *Turning it on: A Reader in Women and the Media*, London, E. Arnold, 1996

Barbulesco Luc (1985), Les radios arabes de la bande FM, *Esprit*, n°102, juin 1985, pp. 176-185

Battegay Alain (1995), Les Beurs dans l'espace public, *Esprit*, n°102, 1995, p.113-122

Battegay A., Boubeker A. (1993), *Les images publiques de l'immigration*, CIEMI, l'Harmattan, Paris, 1993

Battegay Alain (1993), La médiatisation de l'immigration dans la France des années 80, *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°57-58, décembre 1992-mars 1993, p.174-184

- Battegay Alain, Boubeker Ahmed (1992), *L'immigration dans les espaces publics : les campagnes médiatiques comme lieux de l'action*, Paris, Plan Urbain, 1992
- Baynes Leonard M. (2000), Paradoxes of Racial Stereotyping, Diversity and Past Discrimination in Establishing Affirmative Action, FCC Broadcast Licensing, *Administrative Law Review*, vol. 52, n°3, 2000, pp. 979-997
- Becker Jörg (1997), Die Ethnisierung der deutschen Medienlandschaft: Türkische Medienkultur zwischen Assoziation und Dissoziation, *Giessen*, mai 1997
- Becker Jörg (2000), « Türkische-deutsche Medienbeziehungen: Phasen und Systematik » pp.106-115 in : Schatz Heribert, Holtz-Bacha Christina, Nieland Jörg-Uwe (Eds), *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 2000
- Begag Azouz (2004), *La république à ciel ouvert*, Rapport, Paris, Ministère de l'intérieur, novembre 2004
- Belorgey Jean-Michel (1995), Actes Conférence PBME, « Télévisions et Radios pour une Europe Pluraliste », Strasbourg, 19-21 octobre 1995, p. 73-74
- Bensalah Mohamed (1997), Civilisation de l'image et représentation de l'immigration, *Hommes et Migrations*, n°1207, mai-juin 1997, pp. 61-65
- Berger Peter, Luckmann Thomas (1989), *La construction sociale de la réalité*, Paris, Méridiens Klincksieck, Collection "Sociétés", 1989
- Biagi Shirley & Kern-Foxworth Marilyn (1997), *Facing Difference: Race, Gender, and Mass Media*, Thousand Oaks, C, Pine Forge Press, 1997
- Birnholz Françoise, Callovi Giuseppe (1971), *Mass-média et immigration en France*, Ecole Française d'Attachés de Presse, Paris, 1971
- Blanchard Pascal, Bancel Nicolas, Lemaire Sandrine (2005), *La fracture coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Paris, La Découverte, 2005
- Blion Reynald, Isabelle Rigoni (eds) (2006), *Media et information, pratiques et réalités de la diversité*, Paris, Institut Panos, juin 2006
- Blommesteijn Marieke, Entzinger Han (1999), « Appendix: Report of the Field Studies carried out in France, Italy, the Netherlands, Norway, Portugal and the United Kingdom, 1999 » in : Butterwerge Christoph, Hentges Gudrun, Sarigös Fatma (eds), *Medien und multikulturelle Gesellschaft*, Opladen, Leske und Budrich Verlag, 1999
- Bonnafous Simone (1991), *L'immigration prise aux mots: Les immigrés dans la presse au tournant des années 80*, Editions Kimé, Paris, 1991
- Bosséno Christian (1990), Cinéma noir et blanc en version française, *Hommes et migrations*, n°1132, mai 1990, p.43-51

Bouachera Leïla (1995), *L'offre des programmes télévisuels diffusés par satellite à destination des populations étrangères en France*. Paris, Ministère des affaires sociales / FAS-Action culturelle, 1995.

Boubeker A., Paris H., Luquet G. (1998), *Les paraboles du lien social. Recherche sur le site de l'EcoinThibaude à Vaulx en Velin*, Coprodes, S., Lyon, juin 1998

Boubeker A., Perotti A. (1991), *Présence et représentation des immigrés et des minorités ethniques à la télévision française*, ARA / CIEMI, Paris, 1991

Boucher Manuel (2006), « La médiatisation des violences juvéniles et leur ethnicisation. De la stigmatisation à l'éthique de responsabilité » in : Isabelle Rigoni (éd.), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, (à paraître)

Bourdon Jérôme (1992), Le programme de télévision et l'identité nationale, *Media-Pouvoirs*, n°28, octobre 1992, p.5-15

Bourges Hervé (2000), *Le rôle des media dans la lutte contre le racisme*, Discours du 6 juillet, CSA, Paris, 2000

Boyer Henri (2003), *De l'autre côté du miroir. Recherches sur les représentations communautaires*, Paris, L'Harmattan, 2003

Boyer H., Lochard G. (1998), *Scènes de Télévision en banlieues 1950-1994*, Paris, INA/L'Harmattan, 1998

Bréchon Pierre, Willaime Jean-Paul (eds) (2000), *Media et religions en miroir*, PUF, Collection Politique d'aujourd'hui, Paris, 2000

Breton Philippe (2000), *La parole manipulée*, Paris, La Découverte/Poche, 2000

Broussard Jinx Coleman (2004), *Giving a Voice to the Voiceless: Four Pioneering Black Women Journalists*, London, Routledge, 2004

Brunnquell Frédéric (1992), *Fréquence monde. Du post-colonial à RFI*, Hachette Collection Pluriel, Paris, 1992

Cambridge Vibert C. (2005), *Immigration, Diversity, and Broadcasting in the United States, 1990-2001*, Athens, Ohio University Press, 2005

Campion Mukti Jane (2005), *Look who's talking : cultural diversity, public broadcasting service and the national conservation*, Oxford, Nuffield College, 2005

Cazenave François (1979), *Les radios libres*, PUF, Paris, Collection Que-sais-je ? n°1867, 1979

Chaabaoui Mohamed (1992), *Animateurs de ""radios communautaires"" comme intermédiaires culturels*, *Migrations Société*, n°22-23, juil.-oct. 1992, pp. 93-98

Chaabaoui Mohammed (1989), *La consommation médiatique des Maghrébins*, *Migrations Société*, vol. 1, n°4, août 1989, pp. 23-40

- Charon J.M., Mercier A. (Eds) (1996), *Les immigrés et les Français d'origine étrangère dans la presse magazine*, CFPJ, Paris, 1996
- Charon Jean-Marie, Giroud Emmanuel, Villain Christian (1995), *Les Immigrés dans la presse quotidienne régionale*, CFPJ, Les Cahiers de l'Observatoire des Pratiques et des métiers de la presse, CFPJ, Paris, 1995
- Charon Jean-Marie, Giroud Emmanuel, Villain Christian (1993), *Les Immigrés dans la presse écrite française*, CFPJ, Paris, 1993
- CIEMI (1991), *Présence et représentation des immigrés et des minorités ethniques à la télévision française*, CIEMI, Paris, 1991
- Conseil de l'Europe / Conseil de la coopération culturelle (1987), *Migrants et media : des "travailleurs invités" aux minorités linguistiques et culturelles*, Actes du colloque de Cologne, 1986 - Conseil de la coopération culturelle, Strasbourg, 1987
- Conseil de l'Europe (2005), *Déclaration sur la liberté d'expression et d'information dans les médias dans le contexte de la lutte contre le terrorisme*, Strasbourg, Conseil de l'Europe / Comité des Ministres, 2 mars 2005
- Conseil de l'Europe (1997), *Recommandation du Comité des Ministres aux Etats Membres sur le « discours de haine »*, n°R(97)20, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 30 octobre 1997
- Conseil de l'Europe (1997), *Recommandation du Comité des Ministres aux Etats Membres sur les médias et la promotion d'une culture de tolérance*, n°R(97)21, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 30 octobre 1997
- Conseil de l'Europe (1995), *Recommandation relative aux migrants, aux minorités ethniques et aux médias*, n° 1277, Strasbourg / Conseil de l'Europe - Assemblée Parlementaire, 30 juin 1995
- Conseil National des Villes (1992), *Média et quartier*, CNV, Saint-Denis, 1992
- CSA (2005), *Rapport d'activités du CSA 2004*, Paris, CSA, juin 2005
- CSA (2004), *La représentation de la diversité des origines à la télévision. Exemples de régulation dans le monde*, CSA, Paris, 2004
- CSA (2001a), *L'activité du CSA en 2000*, Rapport annuel, Paris, CSA, juin 2001
- CSA (2001b), *Convention de TF1*, Paris, CSA, octobre 2001
- CSA (2000), *Modification des missions et des cahiers de charges de France 2 et France 3: l'avis du CSA*, *La Lettre du CSA*, n°129, juin 2000
- Cossée Claire, Lada Emmanuelle, Rigoni Isabelle (éd.) (2004), *Faire figure d'étranger : regards croisés sur la production de l'altérité*, Paris, Armand Colin, coll. "Sociétales", 2004
- Cottle Simon (ed.) (2000), *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open Univ. Press, 2000

- Craig Steve (ed.) (1992), *Men, Masculinity and the Media*, Newbury Park, Sage, 1992
- Creedon Pamela J. (ed.) (1993), *Women in Mass Communication: Challenging Gender Issues*, London, Sage, 1993
- Dagnaud Monique (eds) (2000), *Media : promouvoir la diversité culturelle*, La Documentation française, Paris, 2000
- Darkow Michael, Eckhardt Joseph, Maletzke Gerhard (1985), *Massenmedien und Ausländer in der Bundesrepublik Deutschland*, Frankfurt a.M.-Berlin, Metzner, coll. Schriftenreihe Media Perspektiven, 1985
- Davis Howard & Walton Paul (eds.) (1983), *Language, Image, Media*, Oxford, Blackwell, 1983
- Debost Jean-Barthélemy (1993), Publicité : des images noires, *MediaScopes*, n°4, 1993, pp. 47-52
- De Certeau Michel (1980), *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1980
- Deltombe Thomas (2003), *Quelle représentation médiatique sans représentants ? : naissance et explosion de l'islam de France au journal télévisé de 20 heures, 1975-1995*, Mémoire de DEA, IEP, Paris, 2003
- Deltombe Thomas (2005), *L'islam imaginaire. La construction médiatique de l'islamophobie en France, 1975-2005*, Paris, La Découverte, 2005
- De Oliveira G. (1984), *Radio France Internationale, émissions destinées aux travailleurs immigrés*, mémoire de maîtrise, Paris, IFP, octobre 1984
- Derderian Richard (2004), *North Africans in contemporary France : Becoming Visible*, Palgrave Macmillan, Houndmills, 2004
- Derville Gregory (1997), La stigmatisation des «jeunes de banlieue», *Communication et Langages*, n°113, 3ème trim. 1997, pp. 104-117
- Dewitte Philippe (1990), Regards blancs et colères noires, *Hommes et migrations*, n°1132, mai 1990, p.3-14
- Dines Gail & Humez Jean M. (2002), *Gender, Race, and Class in Media*, London, Sage, 2002.
- Djennad Nadir (2001), Devenir journaliste pour un jeune issu de l'immigration, *Migrations Société*, n°75-76, mai-août 2001, pp. 139-142
- Dubin Jeff, Spitzer Matthew L. (1995), « Testing Minority Preferences in Broadcasting », *Southern California Law Review*, vol. 68, n°4, 1995, pp. 841-884
- Ducoli Bruno, Martynow-Remiche Anne (1979), *les grands média au service de l'identité culturelle des travailleurs migrants*, Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1979

- ECRI (2000), *Exemples de bonnes pratiques pour combattre le racisme et l'intolérance dans les media en Europe*, Conseil de l'Europe, Centre européen contre le racisme et l'intolérance, Bruxelles, 2000
- El Hachem Bassam (1998), *Radio Orient : intégration des musulmans en France et laïcité en question*, Publisud, Paris, 1998
- Eriksen-Terzian Anna (2006), « Représenter les minorités à la télévision française : un état des lieux », in : Isabelle Rigoni (éd.), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, (à paraître)
- Ezra Park Robert (1922), *The Immigrant Press and its Control*, Westport, Greenwood Press
- FASILD (2004), *Ecrans pâles ? Diversité culturelle et culture commune dans l'audiovisuel*, Actes du Colloque, Paris, Collection *Débats*, La Documentation Française, 2004
- Finkelkraut Alain (2005), *Barbarians at the gate*, *Ha'aretz*, 18 novembre 2005
- Fiske John (2004), *Reading Television*, London, Routledge, 2004
- Forrester Michael A. (2000), *Psychology of the Image: Sign, Representation and Discourse*, London, Routledge, 2000
- Frachon C., Vargaftig M. (1993), *Télévisions d'Europe et immigration*, INA - ADEC, Paris, 1993
- Fréquences libres* (1998), Esclavage et racisme: 150ème anniversaire de l'abolition de l'esclavage, *Fréquences libres*, n°79, mars 1998, pp. 11-14
- Gardies René (Eds) (1990), *Les feuilletons télévisés européens*, Corlet, INA, Collection CinémAction, Paris, oct. 1990
- Garnier Jean-Pierre (1997), *Des barbares dans la cité*, Flammarion, 1997
- Gaspard Françoise (1982), *L'information et l'expression culturelle des communautés immigrées en France : bilan et propositions*, Ministère de la solidarité nationale, Paris, 1982
- Gastaut Yvan (1998), L'irruption du thème de l'immigration dans les media, *Confluences Méditerranée*, n°24, 1998, pp. 19-33
- Gastaut Yvan (1998), Les immigrés entre imaginaire et droit. L'irruption du thème de l'immigration dans les media, *Confluences Méditerranée*, n°24, 1998, pp. 43-60
- Gastaut Yvan (1998), *Tolérance et interculturalité en Europe. Les media et l'interculturel*, Centre Interculturel de Documentation, Nantes, 1998
- Gauntlett David (2002), *Media, Gender and Identity. An Introduction*, London, Routledge, 2002
- Geißler Rainer (2000), « Bessere Präsentation durch bessere Repräsentation. Anmerkungen zur medialen Integration von ethnische Minderheiten », pp. 129-146 in : Schatz Heribert, Holtz-Bacha Christina, Nieland Jörg-Uwe (Eds), *Migranten und Medien. Neue*

Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk, Opladen, Westdeutscher Verlag, 2000

Génériques (1996), Presse et immigration en Europe, *Migrances*, n°11-12, 1996

Georges-Picot Grégoire (2001), Les archives audiovisuelles et l'immigration, *Migrances*, n°19, 4ème trim. 2001, pp. 84-123

Geisser Vincent (2003), *La nouvelle islamophobie*, Paris, La Découverte, 2003

Georgiou Myria (2001), *Negotiated Uses, Contested Meanings, Changing Identities: Greek Cypriot Media Consumption and Ethnic Identity Formations in North London*, PhD Thesis, London School of Economics and Political Science, 2001

Georgiou Myria (2001), "Crossing the Boundaries of the Ethnic Home. Media Consumption and Ethnic Identity Construction in the Public Space: The Case of the Cypriot Community Centre in North London", *Gazette*, 63(4), 2001, p.311-329

Georgiou Myria & Silverstone Roger (2003), *Mapping Diasporic Minorities and Their Media in Europe. Studying the Media. Investigating Inclusion and Participation in European Societies, European and Transnational Communities*, Working Paper for the project "Diasporic Minorities and their Media: A Mapping", European Media Technology and Everyday Life Network (EMTEL 2), www.lse.ac.uk/Depts/Media/EMTEL/Minorities, 2002

Gillespie Marie (1995), *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Londres, Routledge, 1995

Giraud B. (1993), *L'information télévisée. la place des étrangers au "Journal de paris" de 1964 à 1968*, Mémoire - Université Michel de Montaigne Bordeaux III, Bordeaux, 1993

Gray Herman S. (2005), *Cultural moves : African Americans and the politics of representationI*, Berkeley, University of California Press, 2005

Gresh Alain (1997), *L'Islam dans les media*, Centre socio-culturel de la rue de Tanger, Paris, 1997

Guénif Souilamas Nacira, Macé Eric (2004), *Les féministes et le garçon arabe*, La Tour d'Aigues, l'Aube, 2004

Guaaybess Tourya (2005), *Télévisions arabes sur orbite : un système médiatique en mutation, 1960-2004*, Paris, CNRS Editions, 2005

Guyot Jacques (2006), « L'expression médiatique des minorités linguistiques », in :Isabelle Rigoni (éd.), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacautes, (à paraître)

Hafez Kai (2002), *Türkische Mediennutzung in Deutschland: Hemmis oder Chance der gesellschaftlichen Integration?*, Berlin-Hamburg, Presse und Informationsamt der Bundesregierung, 2002

Hafez Kai (2001), *Medien und Einwanderung. Türkische Mediennutzung in Deutschland*, Erfurt, Forschungsprojekt des Institut für Kommunikationswissenschaft, 2001

Hafez Kai (2000), Zwischen Parallelgesellschaft, strategischer Ethnisierung und Transkultur. Die türkische Medienkultur in Deutschland, *Blätter für deutsche internationale Politik*, vol. 45, n°6, 2000, pp. 728-736

Hall Stuart (1992), "The New Ethnicities" in: Donald J. and Rattansi A. (eds.), *Race, Culture and Difference*, London, Sage, 1992

Hall Stuart (ed.) (1997), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, CA, Thousand Oaks, New Delhi, Sage, 1997

Hall Stuart & al. (1978), *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*, London, MacMillan Education, 1978

Hammond IV Allen S. (1999), Measuring the Nexus: The Relationship Between Minority Ownership and Broadcast Diversity After Metro Broadcasting, *Federal Communications Law Journal*, vol. 51, no. 3, mai 1999

Hargrave Andrea Millwood (2002), *Multicultural Broadcasting: Concept and Reality*, Report, London, British Broadcasting Corporation, Broadcasting Standards Commission, Independent Television Commission, Radio Authority, 2000

Hargreaves Alec G. (2002), « France », pp. 203-219 in : Jessika ter Wal (Eds), *Racism and cultural diversity in the mass media: an overview of research and examples of good Practice in the EU member states 1995-2000*, EUMC, Vienna, 2002

Hargreaves Alec G. (2001), Diasporic audiences and satellite television : case studies in France and Germany, pp. 139-156, in : Ashgate, Aldershot, Karen Ross and Peter Playdon (Eds), *Black marks : research studies in minority ethnic audiences*", 2001, pp. 139-156

Hargreaves, Alec G. (2001) Media Effects and Ethnic Relations in Britain and France, in Russel King and Nancy Wood (eds), *Media and Migration* (London/New York: Routledge, pp. 23-37

Hargreaves Alec G. (1999), *No Escape? From 'cinéma beur' to the 'cinéma de la banlieue'*, pp. 115-128, in : Königshausen & Neumann, Würzburg, Ruhe Ernstpeter (Eds), *Die Kinder der Immigration / Les enfants de l'immigration*", 1999

Hargreaves Alec G. (1997), Les Minorités ethniques dans les émissions de fiction et d'humour en France et en Grande-Bretagne, *Migrances*, n°13, juil. 1997, pp. 26-33

Hargreaves Alec G. (1997), « Gatekeepers and gateways: post-colonial minorities and French television », pp. 84-98 in : Hargreaves Alec G. and McKinney Mark (Eds), *Post-Colonial Cultures in France*, Routledge, London/New York, 1997

Hargreaves Alec G., Mahdhouh D. (1997), Antennes paraboliques et consommation télévisuelle des immigrés, *Hommes et migrations*, n°1210, nov.-déc. 1997, pp. 111-119

Hargreaves, Alec G., et Helcké, Joanna (1994), Fruits et Légumes : une recette télévisuelle mixte, *Hommes et migrations*, no. 1182, décembre, pp. 51-57

Hargreaves Alec G. (1993), Maghrebians and French television, *Maghreb Review*, vol. 18, n°1-2, 1993, pp. 97-108

- Hargreaves, Alec G. (1993) *Télévision et intégration: la politique audiovisuelle du FASILD*, *Migrations-société*, vol. 5, no. 30, novembre-décembre 1993, pp. 7-22
- Hargreaves Alec G. (1992), *La Responsabilité des médias dans l'image des populations immigrées*, *Migrations Société*, vol. 4, n°22-23, juil.-oct. 1992, pp. 99-103
- Helcké Joanna (2001), *Le Rôle de l'ethnicité dans la consommation télévisuelle en France*. *Migrations société*, vol. 13, no. 74, mars-avril, pp. 19-30
- HCI (2005), *La diversité culturelle et la culture commune dans l'audiovisuel*, Avis du Haut Conseil à l'Intégration au 1er Ministre, Paris, 17 mars 2005
- Hoffman Alison (2003), *Looking for Latino Regulars on Prime-Time Television: The Fall 2002 Season*. Chicano Studies Research Center, Research Report no. 1, April. http://www.chicano.ucla.edu/press/siteart/crr_01Mar2003.pdf
- Hömberg Walter, Schlemmer Sabine (1995), « Fremde als Objekt. Asylberichterstattung in deutschen Tageszeitungen », *Media Perspektiven*, n°1, 1995, pp.11-20
- Hommes et Migrations*, (2002), Migrants.com, n°1240, nov.-déc. 2002
- Hulshoff G.C. (1999), *Multicultural Radio in an International Perspective*, Utrecht, STOA, 1999
- Humblot Catherine (1989), *Les émissions spécifiques : "De Mosaïques à Rencontres"*, *Migrations Société*, vol. 1, n°4, août 1989, pp. 7-14
- Husband Charles, Liza Beattie, Lia Markelin (2000), *The key role of minority ethnic media in multiethnic societies : case study, UK*, The International Media Working Group Against Racism and Xenophobia (IMRAX) and the International Federation of Journalists (IFJ), Bruxelles, 2000
- Husband Charles (ed.) (1994), *A Richer Vision: The Development of Ethnic Minority Media in Western Democracies*, Paris, J. Libbey, Unesco, 1994
- Iberraken M. (1981), *Cinéma et télévisions face à l'immigration maghrébine en Europe : analyse de la production filmique (1961-1979)*, Thèse de 3e cycle. Université de Paris IV, Paris, 1981
- IFOP (1990), *Enquête sur les émissions Racines, Relais, Rencontres*, Paris, IFOP, ARA, Paris, janv. 1990
- INA (1985), *Sondage sur les émissions diffusées par les chaînes de télévision publique concernant l'immigration (1981-1985)*, INA, Paris, 1985
- Ipsos Media (2005), EPRA, *Enquête auprès des radios adhérentes*, Paris, IPSOS Media, novembre 2005
- Isaac Julien (1992), *Black and White in colour*, documentaire 2x50', Londres, BBC/BFI

Jonker Gerdien (2000), « Islamic Television Made in Berlin » pp. 269-282 in : Felice Dassetto (Ed), *Paroles d'Islam : individus, sociétés et discours dans l'islam européen contemporain* », pp. 269-282, Leuven, Maison Larose, 2000

Journal officiel (2001), Décret n°2001-142 du 14 février 2001 portant approbation de modifications des cahiers des missions et des charges des sociétés France 2 et France 3, *Journal officiel*, n° 40, 16 février 2001, p. 2584

Jungk Sabine (1999), « Mehr Farbe in den Medien – ein Modellprojekt zur interkulturellen Öffnung von Rundfunkanstalten » in : Butterwerge Christoph, Hentges Gudrun, Sarigös Fatma (eds), *Medien und multikulturelle Gesellschaft*, Opladen, Leske und Budrich Verlag, 1999

Kamalipour Yahya R., Carilli Theresa (dir.) (1998), *Cultural Diversity and the U.S. Media*, Albany, State University of New York Press, 1998

Karsenti Jean-Claude (1991), *Le guide des radios locales associatives*, SJTI, Paris, 1991

Laske Karl (1987), « Si la pub m'était colorée », *Baraka*, n° 18, avr. 1987, pp. 40-42

Lavergne Catherine, Siblot Paul (1993), Les Fabriques du sens commun: presse régionale et discours d'exclusion, *Hommes et migrations*, n°1169, oct. 1993, pp. 34-37

Le Van Florence (1989), *Images des immigrations : 63 audio-visuels pour l'animation et la formation*, INJEP, Val Flory, 1989

Lehembre Bernard, Abdallah Mogniss H. (1985), L'immigration sur la bande FM (2) : à l'écoute des radios du bled, *IM' Média Magazine*, n°2, Printemps 1985, pp. 40-43

Lehembre Bernard, Abdallah Mogniss H. (1984), L'immigration sur la bande FM (1) : l'histoire de Radio Soleil Goutte d'Or, *IM' Média Magazine*, n°1, Automne 1984, pp. 30-33

Le Pallec Annie (1986), *L'audiovisuel en France et les attentes de communautés minoritaires*, Mission TV câble, Centre Georges Pompidou, coll. Communications nouvelles, 1986

Lind Rebecca Ann (2004), *Race/Gender/Media: Considering Diversity Across Audience, Content, and Producers*, Allyn & Bacon, 2004

Llaumett Maria (1983), Immigration et intégration, Presse et immigrés en France, *Migrations Société*, n°108-109, juil.-août 1983, pp. 1-4

Lochard Guy (2006), « De la discrimination spatiale à l'essentialisation des origines : la « mise en altérité » des jeunes habitants des périphéries urbaines », in : Isabelle Rigoni (éd.), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, (à paraître)

Lochard Guy, Boyer Henri (1999), *La Banlieue à la télévision française. Genèse et métamorphoses d'un traitement médiatique*, INA, l'Harmattan, Collection « Mémoires de télévision », Paris, 1999

Lochard Guy, Boyer Henri, Bercoff André (1998), *Scènes de télévision en banlieues, 1950-1994*, l'Harmattan, INA, Collection "Mémoires de télévision", Paris, 1998

- Lorreyte B. (1988), *Français et immigrés : des miroirs ambigus*, CIEMI, Paris, mai 1988
- Luhmann Niklas (2000), *The Reality of the Mass Media*, Cambridge, Polity Press, 2000
- Macdonald Myra (1995), *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*, London, E. Arnold, 1995
- Macé Eric (1991), Journalistes cherchent bande de casseurs, *L'envers des media*, n°5, 1991
- Malonga Marie-France (2006), « La représentation des minorités noires dans les séries télévisées françaises : entre construction et maintien des frontières ethniques », in : Isabelle Rigoni (éd.), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, (à paraître)
- Malonga Marie-France (coord.) (2000), *Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française*, CSA, Paris, mai 2000
- Marthoz Jean-Paul (2001), « Media et 'va-et-vient' communicationnel des diasporas », in : Reynald Blion et Isabelle Rigoni (éd.), *D'un voyage à l'autre*, Paris, Karthala, Institut Panos Paris, 2001
- Mattelart Tristan (2006), « Les révoltes urbaines au *prime time* : analyse des journaux télévisés de TF1 et France 2 » in : Isabelle Rigoni (éd.), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, (à paraître)
- Mediascopes*, (1993), Images de l'immigration dans les media, n°4, avril 1993, pp.33-122
- Meir-Braun & Karl-Heinz & Martin A. Kilgus (Hg.) (2002), *Integration durch Politik und Medien?*, *Medienforum Migranten bei uns*, n°7, 2002
- Melas L., Froissart C., Lataulade B. (2004), *Les radios locales associatives à destination des publics immigrés : bilan de 20 ans d'expression et d'initiatives*, FASILD / Résonnances, Paris, 2004
- Merten Klaus (1986), *Bild der Ausländer in der deutschen Presse. Ergebnisse einer systematischen Inhaltsanalyse. Studien und Arbeiten*, Bonn, Zentrum für Türkeistudien, 1986
- Meyer Vincent (dir.) (2005), *Les traductions médiatiques de l'immigration : (re)production, représentation et réception des images*, Paris / Metz, FASILD, Centre de recherche sur les médiations / Université de Metz, 2 tomes
- Michel David (1998), Propositions pour lutter contre la stigmatisation médiatique, *Les Cahiers du Journalisme*, n°4, 1998, pp. 70-72
- Migrants-Formation* (1990), Images des immigrations. Actes des Rencontres audiovisuelles INRP-CNDP-FASILD, 20-24 novembre 1989, n° hors série, p.1-124, oct. 1990
- « Migrants.com » (2002), *Hommes et migrations*, n°1240, nov.-déc 2002

- Mildenhall Jonathan (2002), *Etude sur les minorités ethniques dans la publicité*, TBWA - Institute of Practitioners in Advertising (IPA), London, 2002
- Mills-Affif Edouard (2004), *Filmer les immigrés, les représentations audiovisuelles de l'immigration à la télévision française 1960-1986*, INA, Collection Medias-recherches-histoire, De Boeck Université, Paris, 2004
- Moeglin Pierre (1994), « Europe, y es-tu ? La politique audio-visuelle à l'épreuve de l'interculturel », pp. 70-84 in : Labat Claudine, Vermès Geneviève (eds), *Qu'est-ce que la recherche interculturelle ? Cultures ouvertes, sociétés interculturelles. Du contact à l'interaction*, vol. 2, l'Harmattan, Paris, 1994
- Modood T., Berthoud R., Smith P. (1997), « Introduction » in : Modood T., Berthoud R. & al. (eds.), *The Fourth National Survey of Ethnic Minorities: Ethnic Minorities in Britain, Diversity and Disadvantage*, London, Policy Studies Institute, 1997
- Mucchielli Laurent (2005), *Le scandale des « tournantes ». Dériver médiatiques, contre-enquête sociologique*, Paris, La Découverte, 2005.
- Nagrouche Nasser (1993), « L'assignation à résidence communautaire », in : Frédéric Lambert (éd.), *Dossier: Images de l'immigration dans les media*, MScope, n°4, avril 1993: p.99-103
- NAPALC (2005), *Asian Pacific Americans in Prime Time: Lights, Camera and Little Action*, National Asian Pacific American Legal Consortium, 2005
http://www.napalc.org/files/NAPALC_report_final.pdf
- National Advisory Commission on Civil Disorders (1998), *Report of the National Advisory Commission on Civil Disorders*, Washington, U.S. Government Printing Office , 1998
- Neveu Érik (1996), *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte, 1996
- Noiriel Gérard (2002), *Atlas de l'immigration*, Paris, Editions Autrement, 2002
- Open Society Institute (2002), *Monitoring de la protection des minorités dans l'Union européenne : la situation des musulmans en France*, Paris, Q.E.D., 2002
- Ouaj Jamil (1999), *More colour in the media, employment and access of « ethnic minorities » to the television industry in Germany, the UK, France, the Netherlands and Finland*, Düsseldorf, The European Institute for the Media, septembre 1999
- Ouali Nouria (1997), Télévision et immigration : un enjeu pour l'intégration et la lutte contre le racisme?, *Migrations Société*, vol. 9, n°54, nov.-déc. 1997, pp. 21-30
- Ouali Nouria, Messian Annick (1999), Images des femmes immigrées dans les media francophones, *Nouvelle Tribune*, n°20-21, juin-sept. 1999, pp. 98-105
- Panos (2006a), *Mediam'Rad Focus France, Media des diversités en France*, Paris, Institut Panos, avril 2006-07-22
- Panos (2006b), *Mediam'Rad Focus Europe, Media des diversités en Europe*, Paris, Institut Panos, avril 2006-07-22

- Panos (2003), *Mediam'Rad, Media des diversités en Europe*, Présentation du programme, Paris, Institut Panos, 2003
- Panos (2006d), *Répertoire des media des diversités*, Paris, Institut Panos, (à paraître)
- Parekh B. (1997), « Forward » in : Modood T., Berthoud R. & al. (eds.), *The Fourth National Survey of Ethnic Minorities: Ethnic Minorities in Britain, Diversity and Disadvantage*, London, Policy Studies Institute, 1997
- Park Robert Ezra (1992), *The Immigrant Press and its Control*, Westport, Greenwood Press, 1922
- Paroomal Mayila (1990), *Histoire de la chaîne destinée à la communauté indo-pakistanaise et de sa programmation. Un exemple de chaîne pour minorité culturelle*, Mémoire - Université de Paris IX-Dauphine, Paris, oct. 1990
- Pau-Langevin Georges (1975), L'immigration au-delà de l'écran, *Droit et Liberté*, n°336, fév. 1975, pp.4-7
- Peralva Angelina, Macé Eric (2002), *Media et violences urbaines : débats politiques et construction journalistique*, La Documentation française. Institut des hautes études de la sécurité intérieure, Paris, 2002
- Perotti Antonio (1991), Immigration et télévision : conclusions d'une enquête, *Migrations Société*, nov.-déc. 1991, pp. 39-56
- Perotti Antonio (1994), *Plaidoyer pour l'interculturel*, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1994
- Pink Sarah, Doing Visual Ethnography (2001), *Images, Media and Representation in Research*, London, Sage, 2001
- Poole Elizabeth, Richardson John E. (2006), *Muslims and the News Media*, London, I. B. Tauris, 2006
- Poole Elizabeth (2002), *Reporting Islam. Media Representations of British Muslims*, London, I. B. Tauris, 2002
- Prencipe Lorenzo (1997), La représentation de l'autre à la télévision française. Le non-dit de la publicité à travers l'analyse éthologique de quelques spots publicitaires, *Cahiers de la Méditerranée*, n°54, juin 1997, pp. 203-236
- Prencipe Lorenzo (1994), *Le «non-dit» de la pub. Essai de sociologie dans la perspective de l'éthologie humaine en prenant comme point de départ une enquête sur la présence et la représentation des immigrés et des minorités ethniques à la télévision française*, Mémoire de maîtrise - Université Paris V, Paris, 1994
- Prencipe Lorenzo (1995), *L'image médiatique de l' "immigré". Du stéréotype à l'intégration*, CIEMI, Paris, 1995
- Reporters sans frontières (1992), *L'image des immigrés dans les media*, Reporters sans frontières, Montpellier, 1992

- Riggins S.H. (1992), « The Promise and Limits of Ethnic Minority Media » pp. 276-288 in : Riggins S.H. (Ed), *Ethnic minority media*, Newbury Park CA, Sage, 1992
- Rigoni Isabelle (2006), *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, à paraître
- Rigoni Isabelle (2005), Challenging Notions and Practices: The Muslim Media in Britain and France, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, Media and Minorities in Multicultural Europe, guest-edited by M. Georgiou & R. Silverstone, 31(3), May 2005, pp. 563-580
- Rigoni Isabelle (2004), « Multiculturalisme et citoyenneté : l'enjeu des media communautaires en Europe », in : Alain Bockel et Isil Karakas (dir.), *Diversité culturelle en Turquie et en Europe*, Paris, L'Harmattan, 2004
- Rigoni Isabelle (2001), « Les media des migrants de Turquie en Europe », pp. 207-220 in : Reynald Bliou, Isabelle Rigoni (dir.), *D'un voyage à l'autre. Des voix de l'immigration pour un développement pluriel*, Paris, Karthala, Institut Panos, 2001
- Rigouste Mathieu (2006), « La construction médiatique du corps intégré. Promouvoir pour bannir dans la cité postcoloniale », in : Rigoni Isabelle, *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, à paraître
- Rigouste Mathieu (2002), *Les cadres médiatiques, sociaux et mythologiques de l'imaginaire colonial. La représentation de « l'immigration maghrébine » dans la presse française de 1995 à 2002*, Université Paris 10, Mémoire de maîtrise, 2002
- Robins Kevin (2001), « Au-delà de la communauté imaginée ? Les media transnationaux et les migrants turcs en Europe », *Réseaux*, n°107, pp. 20-39
- Robins Kevin (2001), « Becoming Anybody: Thinking Against the Nation and Through the City », *City*, vol. 5, n°1, pp. 77-90, 2001
- Rodriguez C. (2001), *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media*, Cresskill, Hampton Press, 2001
- Rodriguez C. (dir.) (1997), *Latin Looks: images of Latinas and Latinos in the U.S. Media*, Boulder, Colorado, Westview Press, 1997
- Ruhrmann Georg (1999), « Medienberichterstattung über Ausländer: Befunde, Perspektiven, Empfehlungen » pp. 95-108 in : Butterwege Christoph, Hentges Gudrun, Sarigös Fatma (eds), *Medien und multikulturelle Gesellschaft*, Opladen, Leske und Budrich Verlag, 1999
- Ruhrmann Georg, Kollmer Jochem (1987), *Ausländerberichterstattung in der Kommune. Inhaltsanalyse Bielefelder Tageszeitungen unter besonderer Berücksichtigung usländerfeindlicher Alltagstheorien*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1987
- Runnymede Trust (2000), *The Parekh Report, The Future of Multi-ethnic Britain*, London, Profile books, 2000
- Saddek Rabah (1998), *L'islam dans le discours médiatique*, Al-Bouraq, Beyrouth, 1998

Schatz Heribert, Holtz-Bacha Christina, Nieland Jörg-Uwe (Eds) (2000), *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 2000

Sedel Julie (2006), « Les investissements journalistiques et politiques autour des cités populaires à problèmes », in : Rigoni Isabelle, *Les bannis de la société médiatique*, Paris, Armand Colin, coll. Mediacultures, à paraître

Seguret P. (1981), *Images des immigrés et de l'immigration dans la presse française*, Thèse, Université Paul Valéry, Montpellier, 1981

Siapera, Eugenia (2002), *Internet and Asylum Politics: The Case of UK Refugee Support Groups*, Presentation at the 23rd IAMCR Conference, Barcelona, 2002

Siew-Peng Lee (2001), « Satellite Television and Chinese Migrants in Britain » in : Russell King, Nancy Wood (eds.), *Media and Migration: Constructions of Mobility and Difference*, Londres and New York, Routledge, 2001

Statham Paul (2002), « United Kingdom National Report », in : J. ter Wal (ed.), *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media*, Vienne, EUMC, 2002

Taguieff Pierre-André (1995) « Antilepnisme: les erreurs à ne plus commettre », in David Martin-Castelnau (ed.), *Combattre le Front National* (Paris: Editions Vinci), pp. 213-230

Ter Wal Jessika (Eds) (2002), *Racism and cultural diversity in the mass media an overview of research and examples of good practice in the EU member states, 1995-2000*, EUMC, Vienna, fév. 2002

Terral Julien (2004), *L'insécurité au journal télévisé : la campagne présidentielle de 2002*, l'Harmattan, Paris, 2004

Territoires, (2002), Le piège sécuritaire. Sentiments d'insécurité, surenchère médiatique, démagogie politique, n°427, avr. 2002

Terzian Anna (2003), *Media et interculturalité*, GRREM, Paris, avr. 2003

Tévanian Pierre (2004), *Le ministère de la peur. Réflexions sur le nouvel ordre sécuritaire*, Paris, L'esprit frappeur, 2004

Tievant Sophie (ed.) (1986), *Les radios de proximité : acteurs, produits, publics et vie locale*, Interface, Paris, 1986

Torres Sasha (2003), *Black, White and in Color : Television and Black Civil Rights*, Princeton : Princeton University Press, 2003

Toth Elizabeth L. & Aldorrry Linda (eds.) (2001), *The Gender Challenge to Media: Diverse Voices from the Field*, Cresskill, Hampton Press, 2001

Valérien Jean (1989), *Radios locales interculturelles et formation linguistique*, Ministère des affaires sociales, Direction de la Population et des migrations, Paris, 1989

Van Dijk T. A. (1991), *Racism and the Press*, London, Routledge, 1991

Walker D. (1999), « The Media's Role in Immigrant Adaptation: How First-year Haitians in Miami Use the Media », *Journalism and Communication*, Vol. 1, n°3, 1999, pp. 159-196

Zook Christine Brent (1999), *Color by Fox: The Fox Network and the Revolution in Black Television*, New York, Oxford University Press, 1999

Articles de presse

Ahrens Frank (2004), Nielsen's Concessions End Fight with Univision, *Washington Post*, 30 novembre 2004

Bernard Philippe (2005), Des "enfants de colonisés" revendiquent leur histoire, *Le Monde*, 22 fév. 2005

Beyala Calixthe, Hartmann Florence (1999), Il n'y a pas de Navarro ou de Julie Lescaut noirs, *Le Monde*, 10 & 11 oct. 1999

Bourges Hervé (1999), La diversité culturelle commence en France, *Le Figaro économie*, 27 nov. 1999

Chirot Françoise (2000), La télévision publique devra mieux refléter la diversité de la population, *Le Monde*, 22 mai 2000

Clément Jérôme (2000), La minorité visible comme alibi, *Libération*, 3 juil. 2000

Colombani Florence (2005), L'aventure coloniale magnifiée en toute violence par les films de l'époque, *Le Monde*, 23 fév. 2005

Cusin Philippe (1989), Rencontres, Nouveau rendez-vous pour les immigrés, *Le Figaro*, 28 juil. 1989

Dutheil Guy, Gurrey Béatrice (2005), Les télévisions devront accueillir les minorités, *Le Monde*, 24 novembre 2005, p.11

Dutheil Guy, Sylvia Zappi (2004), Des associations demandent plus de diversité ethnique à la télévision, *Le Monde*, 28 avr. 2004

Giuliani Emmanuelle (2004), Radio France s'engage en faveur de la diversité culturelle, *La Croix*, 23 octobre 2004

Housez Cédric (2006a), L'obsession identitaire des media français, *voltairenet.org*, 9 mars 2006

Housez Cédric (2006b), Quand Le Point et L'Express brisent les « tabous » pour Nicolas Sarkozy, *voltairenet.org*, 17 février 2006

Housez Cédric (2005), Charlie Hebdo et Prochoix. Vendre le « choc des civilisations » à la gauche, *voltairenet.org*, 30 août 2005

Humblot Catherine (2000), Saga-Cités repoussé après minuit, *Le Monde*, 16-17 oct. 2000

Humblot Catherine (1997), 26 minutes contre les préjugés, *Le Monde*, oct. 1997

Humblot Catherine (1989), Les "Racines" de "Rencontres", *Le Monde*, 17-18 sept. 1989

Humblot Catherine (1989), Rencontres à l'heure du bilan : Sortir du ghetto, *Le Monde*, 23-24 juil. 1989

Humblot Catherine (1984), A Radio-France Internationale : Les émissions pour immigrés à nouveau en question, *Le Monde*, 23-24 déc. 1984

Humblot Catherine (1982), Les programmes radio-télévisés pour les immigrés : Abandon ou reconnaissance ?, *Le Monde*, 2 nov. 1982

Humblot Catherine, Kerviel S. (2004), Pas de quotas mais un effort collectif, *Le Monde supplément Télévision*, 31 janv. 2004

Humblot Catherine, Labé Yves-Marie (1999), La télé monochrome en question, *Le Monde*, 17 & 18 oct. 1999

Humblot Catherine, Labé Yves-Marie, Mulard Cl., Roche M. (1999), Des écrans trop blancs ?, *Le Monde*, 17-18 oct. 1999

Kedadouche Zair (2003), Ecrans pâles, *Le Monde*, 4 sept. 2003

Le Monde (1990), Du côté de l'immigration, 9-10 sept. 1990

Le Monde diplomatique (2001), Polémique sur l'histoire coloniale, juil.-août 2001

Le Monde (2004), Supplément Radio-télévision, 24 janv. 2004

Lotfy Ossama (2006), Pour L'Express, la diversité religieuse est un appauvrissement, *voltaire.net.org*, 1^{er} février 2006.

Lotfy Ossama (2006), « Le Point » et l'islam, *voltaire.net.org*, 2 novembre 2005.

Mével Jean-Jacques (2000), Les télévisions américaines colorisent leurs programmes, *Le Figaro*, 1^{er} juin 2000

Silber Martine (2005), La diversité, une idée très médiatique mais peu pratiquée par les media, *Le Monde*, 27-28 novembre 2005.

Télérama (2004), Enquête sur la discrimination positive. Et si on passait à la couleur ?, n°2866, 18 déc. 2004, pp. 10-18

Val Philippe (2005), Jours pas tranquilles à Clichy, *Charlie Hebdo*, 9 novembre 2005

Woodrow Alain (1987), Après la suppression du magazine "Mosaïque" sur FRANCE 3 : Une nouvelle politique à l'égard des immigrés? , *Le Monde*, 11 & 12 oct. 1987

Zappi Sylvia (2000), Gouvernement et associations rejettent l'exigence de quotas, *Le Monde*, 22 mai 2000

Productions audiovisuelles

Dinnemartin Gilles, Noiriél Gérard (2002), *Images de l'immigration*, Documentaire 52', Paris, Production MFP, Pathé diffusion Ciné Classiques, 2002

France 2 (2000), « Télé couleurs », *Envoyé spécial*, sept. 2000

France 3 (2004), « Télé-diversité ? », *Emission Votre Télé*, diffusion du 13 juin 2004

France 3 (2005), « Service public : attentes et exigences », *Emission Votre Télé*, diffusion du 13 novembre 2005

France 3 (2005), « Banlieues, un autre regard », *Emission Votre Télé*, diffusion du 11 décembre 2005

France 5 (2000), La représentation des minorités à la télévision : Les quotas, *Ripostes*, 28 mai 2000

France Culture (1998), Emission spéciale consacrée aux revues issues de l'immigration. En direct de Grenoble, *Les idées en revue*, 17 oct. 1998

France Culture (1998), Paroles différentes sur la banlieue, *Changement de décor*, 2 déc. 1998

France Culture (1994), Les images de l'immigration avec Ahmed Boubeka, journaliste, chercheur, *Mise au point*, 20, avr. 1994

France Inter (2005), Diversité dans l'audiovisuel, *Emission Intermedia*, animée par Yvan Levaï, 19 novembre 2005

RFI (2004), La représentation des minorités ethniques à la télévision avec Marie-France Malonga (IFP), Audrey Pulvar (France 3) et Edouard Pellet (France Télévisions), *Medias du monde*, 4 sept. 2004

RFI (2004), Blandine Kriegel (HCI) s'exprime sur la discrimination positive, *Une semaine en France*, 31 janv. 2004

RMC (2005), Séquence coups de cœur et coup de gueule à Calixthe Beyala sur la notion de discrimination positive, *Les grandes gueules*, 10 mars 2005

RTL (2005), La représentativité des minorités en France avec Azouz Begag et Hervé Chabalier (CAPA), *On refait le monde*, 22 fév. 2005

RTL (2004), Entretien avec Marc Tessier, président de France Télévisions sur l'intégration des jeunes issus de milieux défavorisés et de l'immigration dans les media, *On refait la télé*, 21 oct. 2004

RTL (2004), La représentation des minorités ethniques à la télévision, *On refait la télé*, 4 fév. 2004

Rencontres et autres colloques

ADAMI (2001), *Les minorités visibles à la télévision, au cinéma et au théâtre*, FIPA, Biarritz, 9 janv. 2001

APCV (2000), *Média-intégration : un débat franco-européen*, Paris 2 - Institut Français de Presse, Paris, 10 mars 2000

ARA (Association Rencontres Audiovisuelles) (1990), *Medias et immigration, quelle voie pour demain ?*, Press Club, Paris, 18 oct. 1990

ARTE (2004), *La télévision, reflet de la diversité culturelle ?*, FIPA, Biarritz, 24 janv. 2004

CAPDIV (2005), *Le Printemps de la diversité en France*, Colloque CAPDIV, Sénat, Paris, 2 avr. 2005

CERAS (1991), *L'intégration sociale*, CERAS - Recherche et action sociales, Chevilly-Larue, 22-31 janv. 1991

CIEMI (1986), *Medias et immigration*, UNESCO, Paris, 10 & 11 déc. 1986

Club du XXI^e siècle (2006), *Diversité dans les médias : l'expérience britannique*, Paris, Club de la Presse, 2 février 2006

Conseil de l'Europe (1993), *Europe et immigration*, Conseil de l'Europe, Strasbourg, fév. 1993

Conseil de l'Europe (1988), *Migrants, media et diversité culturelle*, Conseil de l'Europe. Ministère du Bien-être, de la santé et de la culture (Pays-Bas), La Haye, 29 nov. - 1^{er} déc. 1988

FASILD / CSA / HCI (2004), *Ecrans Pâles ? Diversité culturelle et culture commune dans l'audiovisuel*, Colloque - IMA, Paris, 29 avr. 2004

Frachon C., Vargaftig M. (1992), *Télévisions d'Europe et immigration*, ADEC, Paris - Fondation L'Arche de la Fraternité, 11 au 14 juin 1992

GRREM (2003), *Le multiculturel et les media : Dialogue, rupture ou exclusion ?*, Journée d'études - GRREM, Paris, 3 nov. 2003

IISMM-EHESS (2005), *Penser l'altérité dans les médias. La place du culturel et du religieux dans l'espace médiatique en France*, Institut d'études de l'Islam et des Sociétés du Monde Musulman, IRESCO-CNRS, Paris, 26-27 mai 2005

Le Pari(s) du vivre-ensemble (2006), une semaine de lutte contre les discriminations et pour la rencontre des différences, organisée par Esther Benbassa et Jean-Christophe Attias, Paris, 19-26 mars 2006

Panos (2005), *Media des diversités en Europe. Media, diversité et pluralisme, des passerelles à construire*, Paris, Institut du Monde Arabe, 21&22 octobre 2005

Panos (2006c), *Media, Migration, Diversité, un pluralisme à construire en Europe*, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 22&23 juin 2006

PBME (1995), *Télévisions et radios pour une Europe pluraliste*, Conférence - Public Broadcasting for a Multicultural Europe (PBME), Strasbourg, 19 - 21 oct. 1995

Revue *Esprit* (1996), *Face au défi des exclusions: quelles stratégies d'insertion ?*, Colloque Esprit, Ville de Montreuil, FASILD, Montreuil, 22-23 mars 1996

WDR (1999), *Cultural diversity – Against racism, European media conference*, Colloque WDR, EUMC, the European Institute for the Media (Düsseldorf) et l'UER (Genève), Cologne, 20-21 mai 1999

-, 1996, *Festival de cinéma des minorités*, Douarnenez, 18-25 août 1996

Ne sont référencés ici que les seuls ouvrages, productions, articles, émissions ou autres colloques cités dans l'étude. Il ne s'agit en aucun cas d'une liste exhaustive.

ANNEXES

Liste des personnes consultées

Principaux centres ressources visités

Liste des personnes consultées

Amel Arfaoui, journaliste, *TF1*, 27 mars 2006

Jean-Luc Aplogan, Chargé de Mission pour la Diversité culturelle et l'intégration auprès du Président, *Radio France*, 3 avril 2006

Marie-Laure Augry, médiatrice de la rédaction, *France 3*, 19 décembre 2005

Nachida Baba Aïssa, Chargée de communication, *EPRA*, 17 Janvier 2006

Joy Banerjee, journaliste, *France 3*, 30 mars 2006

Christine Barbier-Jouvet, Responsable de l'Inathèque, mars 2005

Fernanda Da Silva, chargée de mission, *FASILD*, 10 janvier 2006

Sylvie Fansten, Directrice adjointe chargée de l'éthique, *France 3*, 25 novembre 2005

Christiane Herrero, Directrice de l'action culturelle et de l'information, *FASILD*, 12 avril 2006

Zair Kedadouche, précédemment membre du *HCI*, conseiller auprès de la présidence de la République chargé de la jeunesse et des questions associatives, 4 juillet 2005 et 16 février 2006

Blandine Kriegel, Présidente du *HCI*, 27 septembre 2005

Amirouche Laïdi, responsable du *Club Averroès*, avril 2005

Jean-Marc Lenzi, directeur de Cabinet du Ministre délégué à la promotion de l'égalité des chances, 24 mars 2006

Edouard Pellet, délégué à l'intégration et à la diversité, *France Télévisions*, 28 juillet 2005

Paresh Solanki, *BBC* Executive Director, 16 août 2005

Michel Yahiel, Directeur des Ressources Humaines, Mairie de Paris (précédemment Directeur du *FASILD*), 4 avril 2006

Gualtiero Zambonini, Commissioner for integration and cultural diversity, *WDR*, 28 avril 2006

PRINCIPAUX CENTRES RESSOURCES VISITES

Fichier central des thèses, permettant d'identifier les travaux universitaires réalisés ou en cours,

Bibliothèque nationale de France, Fondation nationale des sciences politiques et Documentation française – Ces 3 entités ont été visitées en priorité pour recenser les productions scientifiques et les productions de presse écrite réalisées en France ; un complément d'identification a été mené également via l'Internet,

CIEMI, ADRI, VEI – Pour des raisons différentes et complémentaires, ces 3 centres ont été et sont, encore, des lieux de productions régulières ou ponctuelles d'information sur les questions média / immigration et images produites. Ont été particulièrement dépouillés *Adri'Info, Migrations Société et Hommes & migrations* ; revues ayant publié et diffusé régulièrement des numéros spéciaux, des chroniques ou encore des dossiers d'études approchant, sous différents angles, la thématique de l'étude,

Inathèque et INA pour identifier les productions audiovisuelles, les colloques, séminaires et autres rencontres organisés sur le thème. Les activités de l'INA concernent essentiellement, même si pas uniquement, le secteur audiovisuel public ; les chaînes privées, notamment de télévision, n'ayant pas obligation contractuelle d'y déposer leurs archives, un travail complémentaire d'identification a été engagé, notamment auprès de différents journalistes critiques media, pour pallier ce déficit et compléter les manques remarquables liés aux modalités de fonctionnement de cette institution.

FASILD – Une première liste a été intégrée à l'ensemble des données recueillies ; un travail complémentaire d'identification a été réalisée auprès du service des productions audiovisuelles.

Une identification complémentaire a été menée auprès de la **BBC**, via ses cellules *Diversity*, de **Channel 4** et **ITV**, de la **Commission for Racial Equality**, du **Centre for Research in Ethnic Relations** (Université de Warwick), de la **London School of Economics**. Aux Etats-Unis, un travail complémentaire a été engagé auprès d'entités similaires, et notamment de la **National Public Radio**. En Allemagne, l'**Institut Européen des Media** (Düsseldorf) et la **WDR**, via sa cellule *Diversité*, ont été les organismes auprès desquels cette identification a prioritairement été menée. Une identification complémentaire a enfin été menée auprès de la **Commission Européenne** (Bruxelles), de l'**UER** (Union Européenne de Radiodiffusion – Genève), du **Conseil de l'Europe** (Direction des media – Strasbourg), de l'**UNESCO** et de l'**EUMC** (European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia – Vienne).