

Focus sur le racisme dans les médias !*



Indifférence des journalistes non racisé.e.s face au racisme

Les **journalistes non racisé.e.s** montrent **peu d'intérêt à se déconstruire ou à s'éduquer sur les questions de racisme**. Ils **manquent de recul critique sur leurs propres écrits**, négligeant souvent le fait de se questionner sur les **biais implicites** qui peuvent influencer leur travail.



Manque de diversification des sources : les personnes racisées ignorées par les médias

Il est essentiel de **diversifier les perspectives en faisant parler toutes les personnes impliquées** dans une situation, **y compris les personnes racisées**. Cela permet de garantir une couverture médiatique plus complète et équitable, **évitant de se limiter à une vision centrée sur les blancs**.



Manque de financement pour les thématiques liées au racisme

Les **journalistes intéressés par les questions de racisme** font souvent face à un **manque de financement** de la part des médias pour traiter ce sujet. Cette insuffisance de soutien économique **limite la capacité de couvrir le racisme** de manière approfondie et régulière.



Langage discriminatoire dans les médias

Les médias montrent parfois des **biais racistes** en utilisant des formulations nuancées, comme l'**utilisation du mot "réfugié", quand il s'agit d'une personne blanche et "migrant" pour une personne racisée**. De plus, les médias peuvent souligner l'origine d'une personne dans des actualités négatives, renforçant des stéréotypes. Enfin, des termes racistes comme "Indiens" continuent d'être utilisés pour désigner les populations autochtones.



Propos racistes

Les médias véhiculent parfois des **propos racistes ou discriminatoires**. Par exemple, lorsque le journaliste Pascal Praud a associé les punaises de lit à l'immigration, ou lorsque l'humoriste Marine Baousson a comparé la journaliste Tâm Tram Huy à un personnage du dessin animé Lilo et Stitch.

* Cette infographie illustre les échanges ayant eu lieu lors de la table ronde "Racisme dans les médias", organisée par les associations AJAR et Jets d'encre le 19/12/2023.



Focus sur le racisme dans les médias !



Manque de diversité dans les rédactions

La sous-représentation des personnes racisées dans les rédactions contribue à un manque de diversité des perspectives et à une couverture souvent biaisée des questions raciales.



Assignation de thématiques stéréotypées aux journalistes racisés

Les journalistes racisés se voient souvent attribuer des sujets basés sur des stéréotypes liés à leur origine, ethnie, religion, etc. sans tenir compte de leurs véritables intérêts personnels ou familiarité avec le sujet. Cette pratique repose sur des préjugés.



Représentations racistes dans les images et dessins

Les médias utilisent parfois des images et des dessins racistes pour représenter les personnes racisées, renforçant les stéréotypes et les préjugés. Comme par exemple, comparer des personnes noires à des singes.



Confusion d'identités racisées

Les médias mélangent souvent les identités racisées. Par exemple, la victoire d'Aya Nakamura en tant qu'artiste féminine de l'année a été illustrée par une photo de Fatou Guinea, influenceuse et actrice.

Décryptage du racisme médiatique



RACISME INTENTIONNEL Racisme délibéré : au-delà du racisme ordinaire

Le racisme dans les médias dépasse le cadre du racisme ordinaire, des erreurs ou des négligences ; il s'agit parfois d'un phénomène délibéré. Les biais raciaux dans les médias ne sont pas seulement le reflet du racisme structurel, mais aussi le résultat de choix intentionnels.



DES SOLUTIONS Pédagogie ou confrontation face au racisme ?

Les stratégies pour lutter contre le racisme dans les médias varient : certains groupes plaident pour une approche pédagogique, tandis que d'autres privilégient la confrontation directe.



IMPACT DES RÉSEAUX SOCIAUX Influence des réseaux sociaux sur la propagation du racisme

Les algorithmes des réseaux sociaux tendent à enfermer les utilisateurs dans des bulles idéologiques. Cela peut renforcer les préjugés racistes en diffusant des contenus spécifiques à chaque groupe de pensée, augmentant ainsi la polarisation.

