

**RAPPORT SUR LES
THÈMES PRINCIPAUX**

Être vu·e

Directives pour la
création de contenus
authentiques et inclusifs

Table Des Matières

MESSAGES DU BÉN	3
CONSEIL D'ADMINISTRATION	5
CONTRIBUTEURS FINANCIERS	5
RÉSUMÉ	6
INTRODUCTION	7
OBJECTIFS DE RECHERCHE	7
CONTEXTE DE RECHERCHE	9
UNE REMARQUE SUR L'IDENTITÉ	12
THÈMES PRINCIPAUX	13
1. Des récits authentiques	13
1.1 Complexité	13
1.2 Trames narratives et personnages	14
1.3 Communautés	16
1.4 Directives pour les créateurs/trices et les producteurs/trices	19
1.5 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs	19
2. Raconter une histoire en dehors de sa communauté	20
2.1 Il ne devrait y avoir ni censure ni limites	21
2.2 Personne ne devrait raconter une histoire en dehors de sa communauté	22
2.3 Cela dépend des circonstances et des stratégies employées	23
2.4 Directives pour les créateurs/trices et les producteurs/trices	28
2.5 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs	29
3. Avoir des interprètes authentiques	30
3.1 Directives pour les créateurs/trices, les producteurs/trices et les agents de casting	34
3.2 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs	34
4. L'impact sur les publics	35
4.1 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs	37
5. Des changements structurels sont nécessaires pour accroître l'authenticité	37
5.1 Directives pour les créateurs/trices, les producteurs/trices, les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds, les distributeurs et les associations	43
6. Différences régionales	44
6.1 Colombie-Britannique	44
6.2 Provinces des Prairies	45
6.3 Québec	45
6.4 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs	47
CONCLUSION ET PROCHAINES ÉTAPES	48
ANNEXE A – MÉTHODOLOGIE	49
L'équipe de recherche	50
Méthodologie de recherche	51
ANNEXE B – DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES	52
ANNEXE C - GLOSSAIRE	53



Joan Jenkinson,
Directrice générale du Bureau
de l'écran des Noirs

MESSAGES DU BÉN

Nous sommes tous des narratrices et des narrateurs d'histoires. Depuis des dizaines de milliers d'années, les humains communiquent par le biais de représentations visuelles qui tissent des liens entre les individus et les générations, révélant ce qui nous unit. Sans elles, les identités individuelles et les histoires communautaires disparaîtraient, d'où l'importance du choix des histoires racontées – et de la manière dont elles le sont.

Malgré la riche diversité du Canada, les communautés noires, les communautés de personnes racisées, les communautés 2SLGBTQIA+ et les communautés de personnes vivant avec un handicap sont largement sous-représentées dans notre industrie du cinéma, de la télévision et des médias numériques, une industrie qui représente 9 milliards de dollars*. Ceci n'est pas une coïncidence, mais le résultat inéluctable du racisme systémique et de la discrimination dans l'industrie canadienne des écrans qui ont été ignorés pendant trop longtemps par les décideurs qui ont le pouvoir de les démanteler.

Depuis 2020, beaucoup de choses ont été dites sur les changements à apporter en matière d'équité, de diversité et d'inclusion, mais cela nécessite un changement à l'échelle du système, un engagement à long terme et de la responsabilisation. Le Bureau de l'écran des Noirs a endossé un rôle de chef de file pour soutenir ce changement et veiller à ce que les pratiques et les politiques soient équitables et exemptes de racisme anti-Noir. Avec notre premier outil de travail, **Être vu·e : Directives pour la création de contenus authentiques et inclusifs**, nous offrons aux décideurs un outil pratique pour déterminer leurs angles morts, éliminer les lacunes systémiques et créer un contenu véritablement authentique et inclusif.

Les directives du projet **Être vu·e** sont fondées sur les points de vue et les expériences de plus de 400 participants – professionnels de l'industrie des écrans et enfants et leurs parents – qui sont des Noir·e·s, des personnes racisées, des personnes 2SLGBTQIA+ et des personnes ayant un handicap. J'ai été profondément touchée par leur honnêteté et leur vulnérabilité, qui cristallisent l'importance de se voir à l'écran et derrière la caméra. Ces directives constituent donc un appel clair à l'action pour décoloniser les industries canadiennes des écrans et garantir que le cinéma, la télévision et les médias numériques canadiens reflètent l'ensemble de la population canadienne, et non pas seulement quelques privilégié·e·s.

Je suis également reconnaissante envers nos bailleurs de fonds et nos allié·e·s qui ont rendu **Être Vu·e** possible. Ensemble, nous avons créé le premier de nombreux outils visant à atteindre l'équité dans notre industrie. L'équipe du Bureau de l'écran des Noirs se réjouit de collaborer plus activement avec les partenaires de l'industrie afin de mettre ces directives en pratique et de tenir la promesse du projet en tant qu'outil de référence de l'industrie pour la création de contenu authentique et inclusif.

*Sources: <https://mobilesyrup.com/2021/11/09/the-canadian-video-game-industry-esa-canada-2021-report/>
<https://www.pwc.com/ca/en/industries/entertainment-media/subsectors/film-and-tv.html>



Jen Holness,
Présidente du Conseil
d'administration

BSO MESSAGE

Être vu·e : voilà des mots puissants qui ont une signification qui dépasse l'évidence. Dans son interprétation la plus authentique, cette expression affirme notre valeur intrinsèque. Elle signifie que nous pouvons nous exprimer en toute autonomie et que nos désirs et nos besoins ne sont pas marginalisés. Que nous pouvons raconter nos propres histoires, de notre point de vue et en étant soutenu·e-s et estimé·e-s. Ce n'est pas un hasard si le Bureau de l'écran des Noirs a choisi, au cours de sa première année, de piloter ce rapport révolutionnaire, **Être vu·e : Directives pour la création de contenus authentiques et inclusifs**.

Les Noir·e·s veulent que leurs histoires soient racontées. Ils/Elles veulent une représentation authentique, et ils/elles veulent avoir leur mot à dire dans ce récit. Nous ne sommes pas une exception dans ce grand besoin humain. Ce besoin transcende l'ethnicité, la culture, l'orientation sexuelle, la religion et la géographie. Mais jusqu'à récemment, il y avait peu d'opportunités pour les Noir·e·s, les personnes racisées, les personnes 2SLGBTQIA+ et les personnes ayant un handicap de raconter leurs histoires authentiques dans le paysage canadien.

Être vu·e : Directives pour la création de contenus authentiques et inclusifs est une consultation sur la représentation des Noir·e·s, des personnes racisées, des personnes 2SLGBTQIA+ et des personnes ayant un handicap dans les industries des écrans. Ce qui rend cette consultation si importante, c'est que les contributions de plus de 400 participant·e·s issu·e·s de diverses communautés sont distillées dans un rapport qui propose des directives ciblées! Des directives qui reconnaissent que nous sommes ensemble dans cette industrie et que ce n'est qu'en collaborant que nous pourrons apporter des changements concrets et nécessaires. **Être vu·e** est la façon dont le Bureau de l'écran des Noirs entame la conversation sur la représentation authentique. Nous sommes impatient·e·s de travailler avec vous pour faire de notre industrie audiovisuelle canadienne une industrie dans laquelle nous pouvons tous et toutes prospérer.

Conseil D'administration

PRÉSIDENTE

Jennifer Holness

TRÉSORIÈRE

Jenine Gregory

SECRÉTAIRE

Maya Annik Bedward

MEMBRES

Samah Ali
 Cory Bowles
 Damon D'Oliveira
 Nick Davis
 Trevor Hampden
 Richard Jean-Baptiste
 Marie Ka
 Floyd Kane
 Haydn Wazelle
 Tonya Williams

Contributeurs Financiers



Téléfilm Canada a contribué au financement de ce rapport. Son contenu reflète les opinions des auteur(e)s et ne reflète pas nécessairement les politiques ou les points de vue de Téléfilm Canada ou du gouvernement du Canada.

Avertissement : Cette étude est commanditée par les partenaires susmentionnés. Les opinions, constats, conclusions ou recommandations exprimés dans ce document sont ceux des auteur(e)s et ne reflètent pas nécessairement le point de vue d'Ontario Créatif, du gouvernement de l'Ontario ou de l'un des commanditaires. Le gouvernement de l'Ontario et ses organismes ne sont en aucune façon liés par les recommandations contenues dans ce document.

RÉSUMÉ

Les publics canadiens veulent se reconnaître sur les écrans canadiens. Ils veulent que leurs histoires soient racontées. Ils veulent voir des modèles positifs. Ils veulent une représentation authentique. Les créateurs et producteurs canadiens issus de communautés sous-représentées veulent avoir plus d'occasions de raconter ces histoires. Comment y parvenir?

“ Nous avons besoin de voir dans les postes décisionnels des personnes qui nous ressemblent et qui peuvent avoir les discussions nécessaires avec leurs collègues, afin que nous puissions raconter nos histoires. Il serait difficile pour les créateurs de faire à la fois leur travail ET d'avoir ces discussions difficiles. Engagez des personnes qui me ressemblent et payez-les pour vous aider à faire cela correctement et respectueusement. Incluez-nous à tous les niveaux. ”

Être vu·e a interrogé des Canadiens sous-représentés sur ce que l'authenticité signifiait pour eux, dans le but de fournir des recommandations au secteur des écrans canadien, d'améliorer la qualité et le volume du contenu authentique et représentatif et de réduire le fardeau des discussions difficiles susmentionnées. Le Bureau de l'écran des Noirs a consulté plus de 400 membres des communautés noire, racisée, 2SLGBTQIA+ et des personnes en situation de handicap, y compris des personnes qui travaillent dans l'industrie canadienne du cinéma, de la télévision et des médias numériques et des membres du grand public. Par l'entremise de groupes de discussion et d'entretiens individuels, les participant·e·s se sont vus poser un certain nombre de questions sur ce qu'ils/elles pensaient de leur représentation et sur ce qui pourrait être fait pour l'améliorer. Les participant·e·s ont partagé de manière réfléchie, et souvent avec émotion, leurs histoires, leurs réflexions, leurs points de vue et leurs recommandations. Ils/Elles se sont montré·e·s très passionné·e·s par la nécessité d'un changement et par la manière dont il devrait être effectué.

Ce rapport sur les thèmes principaux résume les réflexions des participant·e·s sur les thèmes qui ont été abordés de façon uniforme, sans égard à leur identité. Il comprend des citations qui sont reproduites dans leurs propres mots, et résume leurs opinions par des directives claires à l'intention des créateurs, des producteurs, des diffuseurs, des plateformes numériques, des services de diffusion en continu, des bailleurs de fonds et des distributeurs, pour que soit améliorée la représentation authentique au sein des médias audiovisuels canadiens, en anglais et en français.

Le rapport sur les thèmes centraux traite spécifiquement des sujets suivants:

- L'absence de complexité des intrigues et des personnages;
- Le manque de compréhension de la complexité des communautés;
- La question de savoir si quelqu'un peut raconter une histoire qui ne parle pas de sa propre communauté et, dans l'affirmative, les étapes nécessaires pour garantir l'authenticité;
- L'importance d'une distribution de rôles authentique et ce qui peut être fait pour y parvenir;
- L'impact d'une représentation inadéquate ou inexistante sur le public canadien;
- Les changements structurels recommandés pour accroître l'authenticité;
- Les différences régionales dans les réponses aux questions sur les thèmes principaux.

Les rapports complémentaires spécifiques aux médias pour enfants et aux communautés noire, racisée, 2SLGBTQIA+ et aux personnes en situation de handicap approfondiront les problématiques propres à ces groupes.

Ensemble, ces rapports fourniront aux parties prenantes des recommandations qui leur permettront de créer, de commander et d'évaluer du contenu plus authentique et représentatif. Le BÉN travaillera avec les parties prenantes de l'industrie, par le biais d'un Réseau de collaboration, afin d'initier les changements structurels nécessaires pour mettre en œuvre les directives et pour garantir que les Canadiens puissent se reconnaître dans les histoires et les personnages présentés dans les médias audiovisuels canadiens.

“ La supposition la plus frustrante pour moi est que les histoires mettant en scène des Noir·e·s sont réservées à un public noir. Je n'ai personnellement aucun lien avec des histoires comme *Minari*, et pourtant je suis capable d'aimer cette histoire. Nous sommes des humains, et nous nous identifions aux histoires humaines qui sont captivantes. ”

INTRODUCTION

“ Être vu·e et représenté·e, je ne peux pas vous décrire avec des mots à quel point cela compte pour moi, non seulement sur le plan professionnel, mais aussi sur le plan personnel et en tant qu'être humain. ”

Il y a une demande croissante concernant une restructuration du secteur audiovisuel canadien en vue d'offrir un accès équitable aux créateurs et créatrices de contenu canadien·ne·s de toutes origines et identités, et permettre ainsi à tous les Canadien·ne·s de se voir représenté·e·s à l'écran. Cette demande a déclenché un mouvement sismique parmi les créateurs et créatrices de contenu, les bailleurs de fonds, les diffuseurs, les plateformes numériques, les plateformes de diffusion en continu, les exploitants de salles et, surtout, le public. Ensemble, nous essayons de construire un nouveau système dans lequel tous les créateurs et toutes les créatrices ont le sentiment d'avoir le soutien requis pour donner le meilleur d'eux-mêmes, et qui permet aux publics de se reconnaître dans des histoires qui parlent d'eux. Il faudra de nombreuses interventions structurales, et la volonté de les mener à bien, pour démanteler les structures existantes et bâtir ce nouveau monde. Le présent guide et les rapports qui l'accompagnent constituent l'une de ces interventions.

OBJECTIFS DE RECHERCHE

La vision du Bureau de l'écran des Noirs (BÉN) est de fournir des directives à toutes les parties prenantes des industries du cinéma, de la télévision et des médias numériques interactifs pour les aider à commander, créer et évaluer un contenu authentique. Les directives, qui s'appuient sur les commentaires exprimés par les membres de l'industrie et du public issus de groupes sous-représentés qui ont été consultés dans le cadre de cette recherche, constituent un outil que l'industrie pourra utiliser pour s'instruire, développer des stratégies de changement et mettre en œuvre une transformation concrète, systémique et durable. Le BÉN veut également que les créateurs et les créatrices de contenu et les publics des communautés sous-représentées soient entendus. Ces directives ne devraient être que le début d'une conversation continue sur ce que signifie la création d'un contenu authentique et sur l'impact que ce contenu peut avoir sur le secteur audiovisuel canadien et la société canadienne en général.

Cette étude ne traite pas directement d'autres obstacles importants en matière d'équité, tels que le racisme, le harcèlement et les pratiques d'embauche discriminatoires, bien qu'elle vise l'adoption d'un cadre intersectionnel antiraciste pour reconstruire l'industrie des écrans. Il faudra mettre en œuvre des initiatives ciblées pour s'attaquer aux divers obstacles propres au secteur. Toutefois, l'adoption d'un grand nombre des directives présentées dans ce rapport aura une incidence positive sur les conditions et les opportunités de travail, ainsi que sur le contenu financé et créé.

Depuis trop longtemps, le contenu canadien est créé en très grande partie par et pour des personnes hétérosexuelles, blanches et valides. Le système a été créé pour préserver la culture dominante et il ne reflète pas ou n'offre pas d'opportunités équitables à ceux et celles qui n'appartiennent pas à cette culture. Bien que les créateurs et les créatrices ayant d'autres identités aient été historiquement marginalisé-e-s, ils/elles ont produit du contenu de qualité malgré les obstacles systémiques. Cependant, le volume de ce contenu n'est pas comparable à la démographie du Canada. Tout au long des consultations, les participant-e-s ont plaidé en faveur d'une action équitable pour éliminer les obstacles et soutenir les créateurs/trices et les producteurs/trices, jusqu'à ce que nous puissions bâtir une industrie des écrans dans laquelle tout le monde bénéficie d'un accès égal sans qu'aucune intervention ne soit requise.

Des consultations ont été menées auprès de plus de 400 participant-e-s par l'entremise de groupes de discussion et d'entretiens individuels ayant eu lieu de mai à novembre 2021. Elles ont été menées en anglais et en français sur des plateformes virtuelles, auprès de participant-e-s provenant de partout au pays. Des personnes travaillant dans l'industrie ainsi que des membres du grand public ont été consultés. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le processus de consultation, veuillez vous reporter à l'annexe A – Méthodologie et pour en savoir plus sur les données démographiques des personnes consultées, veuillez consulter l'annexe B – Données démographiques.

Les directives sont le fruit des consultations et de la prise de conscience et de l'activisme de ceux et celles qui ont choisi de participer. Certain-e-s participant-e-s souhaitent voir de petites améliorations et adaptations au système existant, souvent parce qu'ils/elles partent d'une absence totale de représentation, tandis que d'autres souhaitent une restructuration complète du secteur. Les recommandations et lignes directrices présentées dans les directives sont donc le reflet de cette diver-



sité de voix. Toutes les personnes consultées, par contre, s'accordent sur la nécessité d'un changement.

Veillez noter que toutes les citations comprises dans ce rapport sont reconnaissables à leur couleur différente. Elles proviennent des consultations menées dans le cadre des groupes de discussion et des entretiens individuels.

CONTEXTE DE RECHERCHE

Les directives ont été étudiées et rédigées par le Bureau de l'écran des Noirs (BÉN). Les objectifs du BÉN sont de rendre les pratiques et les politiques des industries des écrans du Canada équitables et exemptes de racisme anti-Noir; de travailler en collaboration avec les décideurs pour développer des outils et des stratégies favorisant un engagement et une responsabilisation à l'échelle du système; et de permettre aux Canadien·e·s noir·e·s travaillant dans les industries des écrans de s'épanouir et de partager leurs histoires.

Qu'entendons-nous par authenticité et en quoi diffère-t-elle de la représentation?

La représentation consiste simplement à être vu·e. Quelques études récentes ont permis de comptabiliser la représentation à l'écran¹, mais ce genre d'études ne peut que démontrer si la diversité est présente à l'écran et appuyer l'instauration d'exigences minimales en matière de diversité. Très peu d'études² se sont penchées sur la manière dont les personnes issues de communautés sous-représentées sont dépeintes et si ces représentations sont authentiques. L'authenticité signifie ce qui est vrai et précis³, mais dans le contexte de la représentation, la signification de ce terme est plus complexe:

“ L'authenticité signifie une vraie représentation qui ne restreint pas la multiplicité des voix qui sont indispensables pour vraiment refléter les communautés. ”

Pourquoi l'authenticité et la représentation sont-elles si importantes pour les médias audiovisuels canadiens?

Selon le recensement canadien de 2016, les minorités visibles représentent 22 % de la population canadienne, et ce taux grimpe à 51 % dans le cas de Toronto et à 49 % dans le cas de Vancouver⁴. À Calgary et Edmonton, qui ont toutes deux récemment élu des personnes racisées comme maires, ce taux est de 34 % et 28 % respectivement.

¹Voici trois exemples de rapports statistiques sur la représentation : le rapport de Nielsen [Being Seen On Screen: Diverse Representation and Inclusion on TV, 2020](#), le rapport de Netflix et de USC Annenberg [Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series and Films, 2021](#) et le rapport de GLAAD [Where We Are on TV](#) publié en 2021.

²Deux rapports qui ont approfondi la question de la représentation de communautés spécifiques : le rapport de Geena Davis Institute [I Am Not a Fetish or a Model Minority: Redefining What It Means to Be API in the Entertainment Industry, 2021](#) et le rapport de USC Annenberg et du Pillars Fund [Missing and Maligned: The Reality of Muslims in Popular Global Movies](#)

³Définition du mot [authentic](#) selon le dictionnaire Merriam-Webster

⁴Notez que les données de [Statistique Canada](#) incluent les Noir·e·s dans les minorités visibles, mais excluent les Autochtones. Elles excluent également certaines identités métisses. Le taux de minorités visibles de Montréal est inférieur à celui de Toronto et de Vancouver, soit 22 %



22%

MINORITÉS VISIBLES

51%

TORONTO

49%

VANCOUVER

Quatre pour cent de la population canadienne appartient à la communauté 2SLGBTQIA+⁵.

Et vingt-deux pour cent de la population canadienne vit avec un handicap⁶.

Bien qu'il n'existe pas de rapports de recherche sur la représentation visible dans les médias canadiens, le rapport de Nielsen sur la représentation à l'écran aux États-Unis, cité dans la première note de bas de page, a démontré la nécessité d'accroître la visibilité des personnes racisées (que Nielsen définit comme incluant les Noirs) et des personnes 2SLGBTQIA+.

L'étude de Netflix et de l'Université de Californie du Sud Annenberg sur les films et les émissions de télévision de Netflix a démontré que, bien que les personnages principaux blancs étaient surreprésentés sur cette plateforme et que les personnages principaux noirs étaient comparables à leur pourcentage de la population, il y avait une importante sous-représentation des populations hispaniques, asiatiques, moyen-orientales/nord-africaines, amérindiennes et originaires des îles du Pacifique⁷.

Les recherches existantes nous indiquent que les personnes noires, les personnes racisées, les personnes 2SLGBTQIA+ et les personnes en situation de handicap ne se voient pas suffisamment à l'écran (en dehors de rôles principaux dans des séries originales de Netflix). Ce rapport vise à approfondir la question et à demander aux participant·e·s si ils/elles se voient représenté·e·s de manière authentique, ce qu'ils/elles en pensent et, si ce n'est pas le cas, ce qui devrait être fait pour y remédier. Ce que nous avons découvert lors de la consultation, c'est que même si certain·e·s avaient le sentiment d'être représenté·e·s cette représentation n'était pas authentique, tandis que d'autres ne se voyaient pas du tout à l'écran. Les deux aspects de la représentation ont donc été abordés.

⁵ [Les communautés LGBTQ2+ au Canada : un aperçu démographique](#)

⁶ [Bâtir un Canada accessible pour les personnes en situation de handicap](#)

⁷ Voir Note de bas de page 1

“ Comme le dit le dicton, ‘l’histoire que vous vous racontez aujourd’hui devient votre réalité de demain’. Les histoires sont véritablement très puissantes, il est donc très important de s’attarder à qui raconte ces histoires. Si nous n’élargissons pas l’éventail de personnes qui racontent des histoires, le monde auquel nous aspirons ne se matérialisera jamais. Les histoires sont plus que du divertissement, elles définissent qui nous sommes en tant que société. ”

“ La représentation dans des séries comme *Modern Family* et *Pose* a un impact réel sur les expériences vécues par les groupes marginalisés. Vous faites entrer ces groupes marginalisés dans les foyers des gens et ces personnes sympathisent avec des personnages issus de ces milieux. ”

“ Les personnes vivant avec un handicap ont souvent l’impression qu’elles ne voient personne qui leur ressemble à l’écran, qu’on ne raconte pas d’histoires comme les leurs, et que, par conséquent, elles n’aspirent pas aux mêmes choses que les personnages à l’écran. ”

“ Au diable l’argument économique selon lequel la diversité fait vendre. Je sais que c’est absolument vrai et que c’est le meilleur moyen de convaincre les gens de soutenir ce mouvement. Mais en fin de compte, la diversité est essentielle à notre identité et à notre fonctionnement en tant que nation. ”

Ces directives sont axées sur les personnes qui s’identifient comme personnes noires, racisées, 2SLGBTQIA+ et vivant avec un handicap. Nous avons été inspiré·e·s par le guide [ImagineNATIVE « Protocoles et chemins cinématographiques »](#). Ce guide aborde de nombreux enjeux qui sont propres aux communautés autochtones, mais il propose également un modèle de consultation et d’engagement communautaire pour l’élaboration de protocoles de création de contenu authentique. Bien que le guide « Protocoles et chemins cinématographiques » soit basé sur des principes universels, tels que le respect et le consentement, sa priorité est la souveraineté autochtone. D’autres communautés sous-représentées dans les médias canadiens ont elles aussi des enjeux qui leur sont propres et qui doivent être abordés. Elles veulent aussi être vues et entendues. Nous encourageons l’utilisation conjointe des présentes directives et du guide « Protocoles et chemins cinématographiques » pour créer un contenu plus authentique.

Le BÉN a fait appel à une équipe de recherche représentative des différentes communautés pour mener la recherche et rédiger les directives. Cette équipe a mené une analyse indépendante, des groupes de discussion et des entretiens individuels. Les résultats de ces consultations et de cette analyse sont résumés dans les présentes directives. Dans la mesure du possible, le rapport permet de faire entendre la voix des participant·e·s par le biais de citations, à condition que les informations permettant de les identifier soient supprimées, paraphrasées ou résumées. Notez également que les citations ne seront pas toutes grammaticalement correctes en raison de la nature détendue de la conversation et du nombre de participants ayant l’anglais ou le français comme seconde langue. Les jurons ont été laissés entre guillemets parce qu’ils étaient authentiques.

Ce rapport, appelé **Rapport sur les thèmes principaux**, aborde des thèmes communs à toutes les identités. Les rapports complémentaires approfondissent les questions relatives aux communautés noires, racisées, 2SLGBTQIA+ et aux personnes en situation de handicap, et un autre rapport porte sur la représentation dans les médias pour enfants. Vous pouvez visiter www.etrevu.ca pour accéder à une version en ligne des rapports ainsi qu’à d’autres données et recherches de fond si cela vous intéresse. Vous y trouverez également des fiches de conseils téléchargeables contenant des recommandations spécifiques pouvant facilement être partagées.

UNE REMARQUE SUR L'IDENTITÉ

Comme il a été mentionné précédemment, des tableaux démographiques détaillés sont fournis à l'annexe B et l'annexe C fournit un glossaire de termes avec leurs définitions.

Avant de plonger dans les données et l'analyse, veuillez garder à l'esprit les points suivants qui ont été soulevés lors des consultations :

- Plusieurs communautés, en particulier les communautés de personnes transgenres et non-binaires et de personnes en situation de handicap, ont souligné que c'était la première fois qu'elles étaient incluses dans des consultations sur le secteur des médias audiovisuels ou sur les questions de représentation, et elles en étaient très reconnaissantes. Il semble qu'il y ait un manque évident d'occasions d'être entendu au sein du secteur et de dialoguer les uns avec les autres.
- Il y a eu une réponse significative de la part des personnes ayant une identité métisse qui, souvent, ne se sentent pas à l'aise dans les groupes communautaires d'aucune de leurs identités. Elles s'adaptent parfois en « adoptant » l'identité la plus visible, mais elles se sentent tout de même isolées. D'autres personnes ont indiqué qu'on leur demandait de « choisir » l'une ou l'autre de leurs identités raciales, en fonction de la situation.

“ J'ai plusieurs ethnicités. J'utilise le terme « métisse ». Avec l'ACTRA, j'ai dû faire un choix et j'ai donc été inscrit·e comme Sud-Asiatique. Certains des efforts visant à accroître la représentation issue de la diversité sont quelque peu malavisés. Je devrais pouvoir me présenter comme une personne aux identités multiples, ce qui est d'ailleurs indiqué sur mon formulaire de recensement. Nous devons être en mesure d'indiquer notre origine ethnique ou notre identité. Le système de listes à cocher ne nous permettra pas d'être représentés. ”

- Il y a également eu une réponse significative de la part des personnes ayant des identités multiples qui ne se sentent souvent pas à l'aise dans les groupes communautaires de l'une de leurs identités. Elles s'adaptent parfois en priorisant une identité en fonction de la situation, par exemple en se disant Noir·e·s dans une salle de Noir·e·s ou 2SLGBTQIA+ lors d'un événement 2SLGBTQIA+. La recherche a adopté une approche intersectionnelle lors des consultations, en encourageant les participant·e·s à choisir autant de groupes de discussion qu'ils/elles le souhaitent et à fournir des réponses basées sur n'importe laquelle de leurs identités sans aucune hiérarchie. Les participant·e·s ont beaucoup apprécié cette approche intersectionnelle qui ne les a pas obligé·e·s à hiérarchiser ou à choisir des aspects de leur identité.

“ En tant que personne noire, je suis souvent confronté·e à ce problème : les gens ne me voient pas comme une personne queer, mais comme une personne noire et ils se comportent en conséquence. Par contre, si je me trouve dans un espace réservé aux LGBTQ, il se peut que ce soit un espace très blanc et que je sois traité·e d'une manière particulière à cause de la couleur de ma peau. Je pense qu'il devrait être de la responsabilité de ceux qui créent ces espaces de comprendre que chaque personne ne vient pas avec une seule identité. ”

- Les personnes ayant des identités métisses et plurielles peuvent ne jamais se voir pleinement représentées dans les médias, mais elles sont souvent flexibles dans ce qu'elles considèrent comme une représentation à laquelle elles peuvent s'identifier.

“ J'ai grandi en français, mais mes parents ont un accent hispanique très prononcé, donc je me reconnaissais dans *Kim's Convenience* même si je ne suis pas asiatique. ”

“ J'aime *My Big Fat Greek Wedding* à cause de la dynamique de la grande famille. ”



THÈMES PRINCIPAUX

1. Des récits authentiques

1.1 Complexité

Deux types de demandes de complexité ont été formulés à plusieurs reprises lors des consultations:

1. La complexité des trames narratives et des personnages, ainsi que la nécessité de mettre fin à la diversité de façade (tokénisme) et aux stéréotypes.
2. Une meilleure représentation des communautés afin que la diversité au sein d'une communauté puisse être vue et comprise.

Ces deux formes de complexité témoignent de la nécessité d'une meilleure compréhension de l'intersectionnalité et d'une analyse intégrée de la manière dont les identités sociales et politiques créent des systèmes d'oppression et de défavorisation qui se chevauchent. Toute tentative de simplification aboutit inévitablement à des caractérisations inauthentiques et stéréotypées.

Le contenu stéréotypé a parfois été décrit par les membres de l'industrie comme un travail de scénarisation « paresseux », car il est la preuve que le/la scénariste n'a pas fait les recherches (voir page 19 ci-dessous) et les consultations nécessaires pour aller au-delà des histoires et des personnages superficiels et souvent tokénisés. Cependant, les scénaristes ne sont pas les seul·e·s à être blâmé·e·s pour le manque de complexité : les producteurs, les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les distributeurs et les bailleurs de fonds étant également considérés comme responsables d'exiger que les histoires et les personnages reflètent pleinement les communautés et les identités.

1.2 Trames narratives et personnages

La représentation et l'authenticité feront l'objet d'une discussion plus détaillée dans chacun des rapports complémentaires sur les communautés, mais de manière générale, nous avons constaté une frustration à voir sans cesse les mêmes histoires et les mêmes personnages stéréotypés. Plus précisément, le fait de ne voir leur identité que dans le contexte de traumatismes peut se révéler un déclencheur. Ce contenu est considéré comme étant à éviter plutôt que comme un divertissement. Plusieurs participants ont cité *Schitt's Creek* comme un exemple rare de personnage ouvertement homosexuel (encore plus rare – pansexuel) dont l'histoire ne porte pas sur sa sortie du placard ou sur le traumatisme lié à son identité.

Un thème qui est revenu à maintes reprises parmi les membres de la communauté noire est le désir de voir autre chose que des histoires d'esclavage ou de brutalité, mais les membres de chacune des communautés ont indiqué qu'ils étaient sans cesse déçus dans un seul type d'histoire et qu'ils souhaitaient se voir dans d'autres histoires.

“ Notre histoire ne se limite pas à l'esclavage et à la brutalité. Il faut aussi s'intéresser à toutes les autres histoires. ”

“ Présentement, le cliché autour du handicap est qu'il doit être soit le résultat d'une tragédie, soit une source d'inspiration, soit lié à un personnage maléfique. Je pense que la meilleure façon d'inclure le handicap est d'abord de l'inclure en tant qu'identité intersectionnelle, en tant que partie intégrante de la vie quotidienne. ”

“ J'ai souvent l'impression que l'histoire de la sortie du placard est extrêmement traumatisante, et que le personnage n'a aucun réseau de soutien, ou qu'il est suicidaire. Je n'ai plus envie de voir des personnes LGBTQ se faire tuer ou se suicider à cause de leur identité. ”

“ Je n'ai vu quasiment nulle part une histoire dans laquelle une personne transgenre n'est pas pénalisée en raison de son identité, finit seule ou morte ou accusée de mentir. Je n'ai pas vu d'histoires d'amour ou de comédies dans lesquelles mon genre n'est pas un sujet de blague. ”

“ Tous les personnages que l'on voit dans les films queers sont toujours incompris. N'est-il pas possible d'avoir un personnage queer qui fait des choses formidables et qui s'amuse bien? ”

“ Des femmes asiatiques mortes : *Law and Order*, *SVU*, *Top of the Lake*, *Sherlock*. Le cliché des femmes asiatiques amenées clandestinement dans le pays par une triade et qui finissent mortes au début ou à la fin de la série. J'en ai tellement marre que ce soit le seul moyen de faire partie d'une série. Je ne dis pas que le trafic d'êtres humains n'est pas une problématique légitime, mais il semble que chaque femme d'Asie de l'Est dans une série policière soit un cadavre. ”

“ Donc des jeux vidéo comme *Max Payne* où vous courez dans les favelas, vous vous promenez en tirant au visage d'adolescents noirs. Il suffit de passer un peu de temps là-bas pour réaliser que ce sont simplement des gens qui essaient de survivre, et qui vivent des moments difficiles. ”

Chaque communauté est frustrée par la diversité de façade dans laquelle son identité est trop souvent représentée d'une ou de deux façons. Ce tokénisme tend également à occulter l'intersectionnalité, de sorte que si un personnage est noir, il ne peut pas être également une personne ayant un handicap ou 2SLGBTQIA+. Une autre forme de tokénisme consiste à regrouper plusieurs identités dans un seul personnage pour mettre en avant la diversité tout en laissant de la place pour des personnages blancs, hétérosexuels et valides. Les identités métisses ne sont tout simplement pas présentes à l'écran. Même lorsque les personnages sont incarnés par des interprètes multiraciaux, la complexité de l'identité de l'interprète ne fait pas partie du personnage.

“ Je trouve frustrante la nécessité pour un personnage noir d'être soit trop parfait, soit trop grossier. J'aimerais voir d'autres personnages, que toute la palette de notre humanité puisse être montrée. Quand elle est mise en valeur, cela aide en quelque sorte la société à nous voir comme des personnes entières et équilibrées. ”

“ Le personnage secondaire, le ou la meilleur·e ami·e qu'ils/elles veulent associer à toutes les intersections d'identité auxquelles ils/elles peuvent penser. Nous allons être l'ami·e queer noir·e, nous allons être l'ami·e noir·e hypersexuelle, nous allons aussi être l'ami·e noir·e vivant avec un handicap – tout cela regroupé dans un seul personnage impossible à décortiquer. ”

“ L'approche de la diversité basée sur des cases à cocher occulte le fait que beaucoup d'entre nous ont des identités intersectionnelles. Nous venons tous d'horizons très différents. Dans les salles de rédaction des médias dominants, lorsqu'on décide d'adopter une approche plus diversifiée, cela revient à cocher des cases. ”

“ Il faudrait aussi prendre en compte la façon dont l'identité des gens change, ou le fait que leur identité n'influence pas nécessairement tous les aspects de leur vie. Le tokénisme véhicule l'idée que les décisions de chaque personnage sont déterminées par son identité. Il faut trouver le juste équilibre pour que les personnages soient également vrais et authentiques. ”



“ J’aimerais voir plus de récits queers, trans ou racisés qui traitent du quotidien, de la routine et de la façon dont nous, en tant que personnes occupant des positions sociales différentes, ne nous préoccupons pas toujours de la façon dont ces positions s’imbriquent dans tous les aspects de nos vies. Pensez moins à la misère et à la singularité de ces communautés et plus à la joie du quotidien. ”

“ J’ai vu des jeux qui ont essayé de faire preuve de diversité en ajoutant des personnages racisés. Mais il n’y a pas réellement de culture associée à ces personnages, c’est juste une autre couleur de peau. Il n’y a rien qui soit lié à l’expérience vécue au quotidien. ”

“ Les stéréotypes que nous avons l’habitude de voir affectent notre façon de créer. Nous analysons nos propres projets en nous demandant si nous allons obtenir un financement si nous ne racontons pas l’histoire qu’ils/elles veulent entendre. Alors on se met à créer différemment parce qu’on veut répondre aux attentes. Nous devons déconstruire ce mode de pensée et avoir confiance en nos propres histoires. ”

1.3 Communautés

Les communautés sont complexes, mais il semble qu’elles ne soient pas dépeintes ainsi, souvent en raison d’un manque de recherche ou de compréhension. Les facteurs les plus discutés ont été la façon dont les communautés diffèrent selon le statut d’immigration, les régions géographiques et l’identité :

Selon le statut d’immigration :

“ Il y a une différence entre les personnes racisées nées ici et les immigrants plus récents. Ceux et celles qui sont né·e·s ici sont plus proches de la culture canadienne et ont tendance à influencer sur la définition de ce que signifie être indo-canadien·ne ou sino-canadien·ne. Nous devons refléter cette complexité. ”

“ J’ai travaillé avec une entreprise qui cherchait des acteurs/trices de doublage. L’entreprise voulait mettre en avant le fait que le casting était diversifié en recrutant des gens ayant un accent. Sauf que je suis racisée et je n’ai pas d’accent. ”

Selon les régions géographiques:

“ Je trouve cela bizarre que des agences de casting et des réalisateurs/trices pensent que tous les Asiatiques de l’Est sont interchangeable. ”

“ À la télévision ou au cinéma, tout personnage indien de l’est ou sud-asiatique est homogénéisé dans son identité. Soit c’est une personne immigrante avec un accent, soit quelqu’un qui travaille dans l’informatique, alors que la diaspora est incroyablement diverse. Ce ne sont que des stéréotypes. ”

“ [J’aimerais voir] plus d’émissions qui montrent la diversité de la diaspora noire : par exemple, un personnage des Caraïbes et un personnage dont la famille vient du Canada pour montrer que ce sont des cultures différentes qui ont encore des liens uniques les unes avec les autres. ”

“ L’expérience des Noir·e·s aux États-Unis a tendance à être liée à l’esclavage, ce qui est très différent de l’expérience des immigrant·e·s. L’expérience musulmane noire américaine est différente à la fois pour les immigrant·e·s et pour ceux et celles qui sont là depuis des générations. Et même lorsqu’on parle de musulman·e·s africain·e·s, il y a le Mali, le Nigeria, le Maroc, l’Éthiopie, la Somalie, et nous avons tous des cultures différentes. Nous devons faire attention à ne pas regrouper toutes ces identités comme si elles étaient pareilles⁸. ”

“ Les gens optent pour une diversité que l’on peut voir, même si elle n’est pas authentique. Je discutais avec un groupe d’ami·e·s arabes et ils avaient tous l’air complètement différent·e·s – certain·e·s ont les cheveux roux, d’autres les yeux bleus, d’autres les cheveux noirs, d’autres sont brun·e·s, d’autres sont blanc·he·s – et ça, c’est une représentation authentique. ”

⁸ Il est à noter que, bien que nous n’ayons pas spécifiquement ciblé la religion, la représentation religieuse a été fréquemment évoquée dans les groupes de discussion des Noir·e·s et des personnes racisées et, le cas échéant, il y sera fait référence. Cependant, comme la religion n’était pas une identité cible, l’identité religieuse n’a pas été demandée dans le cadre des questions démographiques et ne fait pas partie des données démographiques. Les recherches futures devraient cibler la représentation des minorités religieuses, en particulier celles qui ont une représentation visible.



“ Les médias canadiens et nord-américains ont échoué à reconnaître la diversité que signifie être brésilien·ne en termes de diversité ethnique. L’identité brésilienne n’a pas qu’un seul visage. ”

Selon l’identité:

“ Chaque personne ayant un handicap le vit différemment, même s’il s’agit d’un handicap identique ou similaire. Représenter tout le monde est donc un défi, mais ce serait fantastique de commencer à le faire au moins. ”

“ Les musulman·e·s noir·e·s ne sont pas représenté·e·s aussi correctement qu’ils/elles pourraient l’être. Même la représentation du hijab n’est pas celle que la communauté musulmane apprécierait. L’islam est représenté comme un tout homogène, alors qu’il y a des différences et que les musulman·e·s sont confrontés à leur propre racisme. ”

“ Pendant bien trop longtemps, les communautés arabes et musulmanes ont été représentées comme des méchants ou des victimes. Si vous êtes une femme, soit vous êtes opprimée, soit vous allez enfiler une ceinture explosive, soit vous portez un hijab. Si vous êtes un homme, soit vous êtes radicalisé ou vous faites partie d’une sorte de gang. J’aimerais voir moins de cela à l’écran. ”

“ Je suis métis et je ne vois vraiment rien qui représente une quelconque vision du monde que je pourrais avoir. ”

“ Il y a parfois des émissions avec une représentation des Canadien·ne·s noir·e·s, mais elles ne montrent pas forcément un·e Canadien·e noir·e queer ou un·e Canadien·ne noir·e qui a des problèmes de santé mentale. ”

“ Il devrait y avoir plus de personnages intersectionnels – ayant un handicap, non-binaires, trans, intersexes, racisés, autochtones, immigrants, réfugiés. On se limite souvent à une identité en essayant de représenter la diversité. ”

Comme le montrent les citations précédentes, les participant·e·s avaient de nombreuses recommandations pour améliorer la complexité des intrigues, des personnages et des identités. Elles ont été résumées dans les directives suivantes.

1.4 Directives pour les créateurs/trices et les producteurs/trices

- Examinez les intrigues, les trames narratives, les lieux et les personnages afin de repérer les descriptions simplistes qui pourraient être perçues comme des stéréotypes ou des tokénismes et qui n'explorent pas la complexité et l'intersectionnalité.
- Évaluez la nécessité de créer une autre histoire axée sur un traumatisme présentée de votre point de vue. Cela pourrait être le cas, notamment si vous appartenez à la même communauté que celle de l'histoire et s'il s'agit d'un récit que peu de personnes ont raconté. Cependant, si l'intérêt de raconter l'histoire pourrait être perçu comme l'exploitation de la douleur d'autrui, demandez-vous s'il vous revient de raconter cette histoire. Par exemple, il y a peu d'histoires sur l'esclavage au Canada, mais un·e créateur/trice ou un·e producteur/trice blanc·he ne devrait pas raconter cette histoire ni en tirer profit.
- Tenez compte de la complexité des personnages et des contextes dans chaque histoire racontée. N'allez pas automatiquement vers des personnages blancs, valides et hétérosexuels dans votre histoire d'amour, votre comédie, votre film d'horreur, votre film fantastique, votre film de science-fiction, votre feuilleton, votre documentaire, etc.
- Évitez d'essayer d'inclure une personne de chaque identité (par exemple, une personne noire, une personne racisée, une personne ayant un handicap, etc.) dans une distribution, ou de condenser plusieurs identités dans un seul personnage pour que les autres personnages puissent être incarnés par des personnes blanches, valides et hétérosexuelles.
- Ne vous contentez pas d'aborder le manque de représentation à travers le/la meilleur·e ami·e, le/la complice ou les personnages secondaires qui ont peu de potentiel de développement ou d'influence, et qui n'existent que pour soutenir la narration et le développement des personnages blancs, valides et hétérosexuels.
- Faites vos recherches afin de comprendre la communauté et les personnages à propos desquels vous écrivez.



- Trouver des moyens de remédier au manque de représentation qui vont au-delà de la substitution de l'ethnicité par la couleur ou le teint de la peau (lire la section sur la distribution des rôles à la page 28)

Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs

- Mettez en œuvre un cadre intersectionnel antiraciste pour l'examen du contenu. Évaluez chaque histoire afin de vous assurer qu'une approche intersectionnelle est adoptée et qu'il n'y a pas de stéréotypes ou de tokénisme.
- Assurez-vous qu'il n'y a pas de stéréotypes fréquents incarnés par les personnages (voir les rapports complémentaires pour plus de détails sur les stéréotypes fréquents selon la communauté). Repérez le contenu qui semble aborder la diversité selon une approche de « cases à cocher » et creusez davantage pour vous assurer que la représentation est authentique. Déterminez si les personnages minoritaires occupent seulement des rôles secondaires. Les intentions positives sont une bonne chose, mais assurez-vous que l'équipe créative s'engage à faire plus que le minimum.
- Ne commandez pas uniquement des histoires de traumatisme, mais explorez plutôt les nombreuses autres histoires possibles.
- Mettez en avant les identités des personnages sans qu'elles soient au centre de l'histoire.
- Assurez-vous de comprendre les communautés dont il est question. Si vous ne connaissez pas bien ces communautés, interrogez l'équipe créative. Elle devrait être en mesure d'expliquer tout aspect de la caractérisation ou de l'intrigue en se basant sur sa compréhension ou ses recherches.
- Évitez de pallier une représentation inadéquate ou inexistante en demandant une représentation basée sur la couleur de la peau qui ne reflète pas l'authenticité.

2. Raconter une histoire en dehors de sa communauté

Tout d'abord, une explication de ce que l'on entend par ce thème peut s'avérer nécessaire. Toute personne qui raconte l'histoire d'une communauté à laquelle elle n'appartient pas raconte une histoire en dehors de sa communauté. Cela peut s'appliquer à partir du concept de l'histoire d'un film, d'une émission de télévision ou d'un jeu jusqu'à l'inclusion de personnages dans cette histoire. La plupart des personnes consultées se sont concentrées sur l'histoire de la communauté dans son ensemble plutôt que sur des personnages spécifiques d'une histoire plus large ou plus générale, et se sont montrées particulièrement intéressées par les limitations éventuelles quant à ceux et celles qui peuvent raconter l'histoire. Notez que le fait d'être « en dehors d'une communauté » ne réfère pas seulement aux personnes hétérosexuelles, blanches et valides, mais à toute personne qui essaie de raconter une histoire sur une communauté ou d'inclure des personnages issus d'une communauté à laquelle elle n'appartient pas. La communauté peut être définie de manière très étroite, selon les circonstances. Par exemple, une personne lesbienne qui raconte une histoire à propos d'un homme trans raconte une histoire en dehors de sa communauté, ou peut-être plus exactement de son expérience vécue, même si les deux sont 2SLGBTQIA+.

Les réactions à la question de savoir s'il est acceptable qu'une personne raconte une histoire à propos d'une communauté à laquelle elle n'appartient pas se sont généralement classées dans une des trois catégories ci-dessous, sans aucune tendance dans les réponses en fonction des identités, des communautés ou de la participation à l'industrie. En fait, de nombreux participant·e·s du grand public avaient des avis tranchés sur le sujet. Il est apparu clairement qu'il s'agit d'un sujet incroyablement complexe qui donne lieu à de multiples opinions fermement ancrées. Il y avait également une forte tendance à penser que des croyances fondamentales, telles que la liberté de création d'un artiste, pourraient être compromises par la nécessité de mettre en œuvre des solutions équitables pour s'attaquer aux obstacles systémiques. Le présent rapport sensibilise le lecteur à la complexité des opinions et lui fournit des questions qui pourraient l'aider à déterminer ce qu'il pense de ce sujet. Il offre également des conseils pour mener des recherches et établir des relations lorsqu'une personne choisit de s'engager auprès d'une autre communauté qui n'est pas la sienne.

Les trois catégories de réactions sont les suivantes:

- Il ne devrait y avoir ni censure ni limites;
- Personne ne devrait raconter une histoire en dehors de sa communauté;
- Cela dépend des circonstances et des stratégies employées

2.1 Il ne devrait y avoir ni censure ni limites

Il y avait une tendance lourde selon laquelle il ne faut imposer aucune censure ou limite aux créateurs/trices et aux histoires qu'ils/elles peuvent raconter. La crainte est que si l'on commence à dire aux créateurs/trices et aux producteurs/trices blanc·he·s, hétérosexuel·le·s et valides quelles histoires ils/elles peuvent ou ne peuvent pas raconter, les créateurs/trices et les producteurs/trices sous-représentés se feront également dire quelles histoires ils/elles peuvent ou ne peuvent pas raconter.

“ Cela revient à essayer de monopoliser le droit de s'exprimer sur un quelconque sujet. Chacun peut écrire ce qu'il veut, surtout dans le domaine des arts. Si le texte est bon et qu'il est véridique, il s'imposera quelle que soit l'origine de la personne qui l'a écrit. ”

“ La crainte des scénaristes et autres créateurs/trices est qu'ils/elles se demandent « sur quoi vais-je bien pouvoir écrire si je ne suis pas autorisé·e à écrire en dehors de ma communauté ». Si vous êtes un ou une scénariste blanc·he, vous n'avez rien à craindre. Personne n'exige que vous écriviez des histoires uniquement pour une distribution blanche ou hétérosexuelle. C'est tout le contraire. Et nous avons des exemples de personnes remarquables qui l'ont fait à merveille dans un cadre de collaboration favorable. ”

Mais même cette conviction – celle de pouvoir être créatif – avait des limites pour certains participants.

“ Je ne pense absolument pas qu'en tant que personnes créatives, nous devrions être limitées dans le type d'histoires que nous voulons raconter, car c'est ce qui nous rend créatifs/ves. Cependant, je crois que, dans une certaine mesure, nous devons impliquer la culture que nous essayons de représenter dans nos histoires, pour qu'elle participe à l'élaboration de cette histoire. ”

“ Le marché a également une responsabilité. Les diffuseurs, les distributeurs, et le public devraient tenir les créateurs/trices responsables et dire que ce n’est pas correct d’approuver un projet où la représentation n’est pas authentique, un projet où l’équipe n’a pas fait preuve de rigueur. ”

“ Je pense que lorsque des scénaristes québécois·e·s blanc·he·s écrivent par exemple une série ou une saison entière ou quelque chose de spécifique sur une famille d’une culture précise, ils/elles devraient avoir recours à des consultant·e·s pour ne pas tomber dans les clichés. Mais je pense aussi que nous devons créer des espaces pour permettre aux personnes originaires d’Amérique latine, aux personnes noires et aux personnes de toutes autres origines d’écrire des histoires qui ne soient pas uniquement spécifiques à leurs origines. Je pense qu’il y a du beau dans l’ordinaire, dans le quotidien. Nous devons créer des espaces pour les scénaristes de tous horizons, afin qu’ils/elles puissent raconter des histoires, et pas seulement des histoires de personnes racisées. ”

2.2 Personne ne devrait raconter une histoire en dehors de sa communauté

Les personnes qui estimaient que quiconque n’appartenant pas à une communauté ne devrait pas raconter l’histoire de quelqu’un d’autre l’expliquaient généralement par le souci d’éviter une narration et une caractérisation inauthentiques. Aucune recherche, aussi poussée soit-elle, ne peut remplacer l’expérience vécue, la compréhension et les relations existantes.

“ Si vous n’êtes pas queer, vous ne devriez pas faire de films avec des personnages queers. ”

“ On ne peut pas inventer ou simuler la vérité. On le voit tout de suite. ”

“ Si vous n’appartenez pas à une communauté, il n’y a vraiment aucune raison pour laquelle vous voudriez raconter ses histoires, à moins que la communauté ne vous le demande. Peu importe le niveau de recherche, vous ne faites toujours pas partie de cette communauté, vous ne pouvez pas raconter l’histoire de manière authentique. ”

“ Je pense que le problème que nous voyons aujourd’hui est qu’il y a cette présomption, qui vient avec le privilège, qu’il est acceptable de prendre des histoires qui appartiennent aux autres et d’écrire à partir de perspectives qui ne vous appartiennent pas. Il doit y avoir un changement de mentalité dans l’industrie, qui est majoritairement dirigée par des Blanc·he·s, pour qu’elle comprenne que toutes les histoires ne lui appartiennent pas. ”

“ Jamais. Si vous ne faites pas partie d’une communauté, vous ne devriez pas parler en son nom. Il y a suffisamment de talents de toutes origines au Canada. Nous devons créer des ressources pour les personnes qui détiennent le pouvoir et qui décident de ce qui sera diffusé à l’écran, afin de leur faire savoir que ce talent existe. ”

“ Je pense que nous pouvons faire la distinction entre 1) les personnes blanches qui racontent des histoires de personnes racisées et 2) les personnes racisées qui racontent des histoires de cultures différentes. Je ne veux pas que les histoires asiatiques soient uniquement axées sur les Asiatiques, en les isolant des autres, donc je pense que nous devons trouver un moyen de bien aborder les histoires des autres. ”

“ Les histoires ne se résument pas à notre apparence ou à certains de nos comportements de base. Il faut que ce soit plus profond. Ce qui se perd lorsque d’autres personnes racontent nos histoires, ce sont des questions sociales bien plus profondes. Il y a du racisme au sein de nos propres communautés, il y a du sexisme, il y a de la violence envers les femmes, de la violence envers les communautés LGBTQ. Ce qui manque, c’est non seulement notre présence physique, mais aussi notre présence idéologique. ”

“ Il est absolument crucial que la communauté soit maîtresse de son histoire. Il peut y avoir des situations où une personne extérieure à la communauté a une relation vraiment authentique avec cette communauté, mais elle doit raconter l’histoire de son point de vue, à partir de son expérience. Elle ne devrait pas parler du point de vue de la communauté. ”

2.3 Cela dépend des circonstances et des stratégies employées

Il y avait beaucoup de nuances dans les réponses à cette question, car certain-e-s participant-e-s regardaient les deux côtés de la médaille, ou estimaient qu’une narration provenant de l’extérieur d’une communauté pouvait être acceptable dans certaines circonstances et selon les stratégies employées. Tant que les producteurs/trices engagent des équipes créatives dotées de l’expérience vécue, de l’expertise et des compétences de recherche appropriées, et que les scénaristes font leurs recherches et interagissent respectueusement avec la communauté sans l’exploiter, cela peut être acceptable. Certaines personnes étaient d’avis qu’il est plus important que l’histoire soit racontée que de savoir qui la raconte. D’autres sont d’avis que certains sujets ne devaient être traités que par une personne ayant une expérience vécue. À noter que la liste des sujets « interdits » est en général spécifique à une communauté et sera traitée plus en détail, par communauté, dans les rapports complémentaires.

Comme il a été mentionné précédemment, l’égalité des chances a été un thème récurrent. Théoriquement, tout le monde peut raconter n’importe quelle histoire, mais comme de nombreux créateurs/trices de communautés sous-représentées ont été exclu-e-s ou n’ont pas eu accès à la formation, au financement ou aux personnes dans des postes décisionnels pour être en mesure de raconter leurs histoires, le sentiment général est qu’il est plus que jamais nécessaire de s’attaquer aux barrières systémiques et d’offrir plus d’opportunités aux gens de raconter leurs propres histoires.

“ En tant qu’artistes, nous voulons créer des œuvres qui dépassent notre propre expérience. C’est la nature transformatrice de ce que nous faisons. Je veux explorer l’inconnu, les choses qui échappent à ma propre connaissance. Je pense que le défi consiste à travailler consciencieusement pour ne pas rater notre coup ou faire passer l’histoire de quelqu’un d’autre pour la nôtre. ”

“ Si nous faisons en sorte que les producteurs/trices cisgenres hétérosexuel·le·s⁹ craignent d’intégrer des personnages LGBTQ ou trans à leurs histoires, notre présence à l’écran ne sera jamais normalisée. Nous devons faire preuve de prudence, tout en traçant une certaine ligne. ”

“ Vous devez prendre conscience qu’il y a des gens qui ont probablement essayé de raconter la même histoire, mais qui n’ont pas eu l’opportunité de le faire bien que ce soit la leur. ”

Certain·e·s participant·e·s ont posé des questions sur la motivation. Pourquoi ces personnes veulent-elles raconter une histoire d’une autre communauté? Exploitent-elles le récit, le traumatisme ou l’histoire de cette communauté pour leur propre profit? Ou bien ont-elles un lien avec cette histoire ou un point de vue extérieur pouvant être utile?

“ De nombreux hommes blancs cisgenres essaient de raconter des histoires, mais ils ne savent pas comment. L’une des choses que je leur demande toujours lorsqu’ils viennent me voir avec un scénario ou une idée de scénario, c’est: « Qu’est-ce qui vous a motivé à raconter cette histoire en particulier? Avez-vous consulté des personnes qui font partie de ce groupe démographique? Quelle est votre proximité avec ces personnes? Avez-vous partagé vos idées avec elles? Leur avez-vous demandé de vous donner leur avis sur ce que vous avez écrit? S’identifient-elles à ce que vous dites? » Si ce genre de démarche est réalisé et que vous êtes soutenu par des membres de la communauté en racontant cette histoire, alors je pense que c’est légitime. S’il s’agit simplement d’inspiration porn – taisez-vous. ”

“ Je pense que bien souvent, en particulier avec les communautés qui n’ont pas eu l’opportunité de parler pour elles-mêmes, certaines personnes hors de ces communautés s’attribuent un rôle de sauveur. Qu’il s’agisse d’un sauveur blanc ou d’un sauveur neurotypique, ils se disent ‘je vais raconter l’histoire de ces gens pour eux, parce qu’ils ne peuvent pas le faire’. C’est un énorme problème. ”

“ N’importe quelle personne a le droit de créer les histoires qu’elle veut. Mais cela n’a pas de sens, lorsque nous avons une représentation limitée, de laisser des personnes qui sont majoritaires s’exprimer sur nos histoires de minorités, car ces personnes pourraient ensuite déformer nos propos et nous dépeindre sous un mauvais jour. ”

⁹ Cisgenre fait référence aux personnes dont l’identité de genre est conforme à l’identité assignée à la naissance. Hétérosexuel·le fait référence aux personnes qui sont sexuellement attirées par des personnes du sexe opposé.

“ La plupart d’entre nous sommes capables d’empathie, de nous mettre dans la tête de n’importe quel personnage issu de n’importe quel milieu culturel, mais à l’heure où les histoires ont été largement dominées par des scénaristes et des producteurs/trices blanc·he·s, je pense qu’il faut faire de la place pour que les personnes racisées s’approprient leurs propres histoires et puissent récolter les retombées financières de la production de leurs histoires. ”

Dans le cas où quelqu’un choisit de raconter une histoire ou d’inclure un personnage en dehors de sa communauté, les participant·e·s ont beaucoup de conseils à donner sur la façon de s’engager avec les communautés et avec les consultant·e·s pour s’assurer que la recherche et la consultation appropriées ont été faites, afin de garantir l’authenticité et la représentation équitable.

La condition mentionnée pour raconter l’histoire de quelqu’un d’autre était souvent l’engagement « nécessaire », mais la signification de « nécessaire » a donné lieu à de nombreuses discussions. La consultation est-elle suffisante? Oui, dans certaines circonstances, mais, en général, il a été estimé que la tendance actuelle à la consultation était insuffisante parce qu’elle pouvait être :

1. Un simple sceau d’approbation pour dire « vous voyez, nous avons consulté », pour qu’ensuite le/la créateur/trice ou le/la producteur/trice puisse faire ce qu’ils/elles veulent.
2. Une source d’emploi pour les consultant·e·s, sans que cela mène à la création d’un bassin de talents. Embaucher des personnes de la communauté en tant que créateurs/trices permettrait de constituer un bassin de talents en leur permettant d’acquérir l’expérience professionnelle et les crédits qui les feraient progresser dans leur carrière. Engager un·e consultant·e plutôt qu’un·e créateur/trice ne permet pas non plus de mettre à contribution les talents et les voix singulières qui pourraient améliorer l’œuvre.
3. Possiblement le point de vue d’une seule personne et non le partage d’une perspective plus large et plus complexe concernant la communauté, selon le parcours professionnel des personnes consultées.

“ En tant que producteur/trice, je veux m’assurer que je raconte des histoires culturellement diverses. Et quand je le fais, je veux m’assurer de faire participer les personnes concernées, afin de pouvoir raconter leurs histoires. ”

“ Si ces personnes sont pour être présentes, vous devez leur donner un certain pouvoir, parce que toute cette diversité sans pouvoir est une absurdité, c’est juste de la poudre aux yeux. ”

“ Ma compagne a fait une exposition sur l’appropriation culturelle, elle a défini l’appropriation culturelle comme le fait de tirer profit de quelque chose qui est unique à une autre culture. Profiter sans donner le crédit. Si une personne blanche pense qu’elle est la bonne personne pour réaliser, produire ou scénariser une histoire qui concerne une communauté noire, c’est déjà de l’appropriation culturelle si elle n’a pas impliqué une personne noire qui peut directement ou indirectement en tirer profit. ”

“ Si vous êtes de la communauté dominante et que vous voulez raconter des histoires inclusives, alors je vous remercie. Je vous salue. Et la façon de le faire correctement est de vous entourer non pas d'une, mais de plusieurs personnes issues de tous les milieux dans lesquels vous allez situer votre histoire. Une fois que vous les avez embauchées, écoutez-les, tenez compte de leurs opinions, donnez-leur les moyens d'agir et faites ce qu'il faut. ”

“ En tant que Noir·e·s, lorsque nous racontons des histoires de Noir·e·s, nous aussi devons faire nos devoirs. Si je faisais un film sur les Noir·e·s de la Nouvelle-Écosse, alors que je ne suis allé en Nouvelle-Écosse que deux fois dans ma vie, je devrais vraiment consulter les gens parce que, même si j'ai lu des livres et vu des films, ce n'est pas mon terrain. Je ne crois pas à la censure, mais je pense que pour avoir une voix authentique il faut être sur le terrain et passer du temps avec les gens. Il faut que la voix émane d'un lieu plus profond que le simple fait d'essayer d'être un·e artiste. ”

“ Oui, tout le monde peut raconter les histoires, mais si vous devez embaucher quelqu'un qui nous ressemble pour vous aider à raconter l'histoire, peut-être que vous ne devriez pas raconter cette histoire, peut-être que vous devriez simplement nous embaucher pour la raconter nous-mêmes. ”

“ Si vous avez grandi dans une communauté et avez une expérience vécue, même si vous ne partagez pas cette identité vous avez une expérience et des relations existantes. Je me soucie de ces personnes parce que j'ai des attaches avec elles. Si vous vous contentez de faire des recherches sans lien personnel, vous ne serez pas aussi empathique. ”

“ [Un producteur blanc] voulait que j'écrive une histoire sur des Noir·e·s, mais il ne m'a pas écouté·e. C'est lui qui a la chance d'être dans la pièce et d'être écouté par [le diffuseur]. Il veut écrire une histoire noire, mais le [diffuseur] lui dit : « Pas question, il vous faut un·e Noir·e pour le faire. J'ai écrit le scénario. Il m'a obstiné à propos de ce que les personnages noirs diraient et feraient et il ne voulait rien entendre. J'ai fini par démissionner. C'était une bonne opportunité, mais j'ai dû démissionner. ”

“ Ce n'est pas correct en termes de narration primaire. Des gens m'ont approché·e lorsqu'ils écrivaient des personnages secondaires ou tertiaires. En général, je n'aime pas la culture de la consultation sur la diversité, car j'ai l'impression que c'est une échappatoire, mais j'y participe lorsqu'il y a une possibilité de contribuer à la création du personnage et de faire partie intégrante de son développement, même si je n'ai pas plus d'influence sur le reste de la série. Dans la salle des scénaristes, quand j'ai dit que telle chose ne collait pas ou que telle autre semblait très coloniale, les gens dans la salle et les producteurs ont été très respectueux et ont reconnu ce point de vue et ont apporté des changements en conséquence. ”

“ Les consultant·e·s sont parfois tokenisé·e·s, on vous fait venir pour pouvoir dire : regardez il y avait cette personne qui était là pour nous aider. Mais nous ne sommes souvent pas écouté·e·s. Un·e consultant·e n’a pas le pouvoir qu’a un·e réalisateur/trice [dans un documentaire] de façonner l’histoire. ”

“ Je dirais aux showrunners de se méfier particulièrement des personnes qui se présentent comme les arbitres d’une communauté, car il est fort probable qu’elles ne le soient pas. Les personnes qui ont probablement ces connaissances, vous allez les trouver dans les universités ou dans les groupes communautaires. ”

“ Cela me met tellement de pression lorsqu’on me demande de vérifier si une histoire est authentique à l’identité musulmane, car je ne veux pas être responsable de la façon dont l’ensemble des musulman·e·s sont représenté·e·s ”

“ Il s’agit de créer des partenariats avec les membres de la communauté. Les [chercheurs/ses] du projet **Être Vu·e** ont contacté l’université Concordia et nous avons reçu un courriel. Il s’agit d’établir ces relations et de les maintenir, de créer une banque de communautés à qui vous pouvez demander de relire ou de donner une seconde opinion, surtout lorsqu’elles n’ont pas de siège à la table au moment de la rédaction. ”

La série *Kim’s Convenience* de la CBC a été évoquée tout au long des consultations, quelle que soit la communauté cible à laquelle on s’adressait. La controverse très publique sur le conflit entre la salle de rédaction et l’équipe créative, principalement blanche, et les acteurs asiatiques a eu lieu au début de ces consultations. Que ce soit pour le public ou pour l’industrie, le conflit était largement connu et il était régulièrement cité en exemple de ce qu’il ne fallait pas faire. Même ceux et celles qui aimaient la série et se félicitaient de la représentation asiatique l’ont désignée comme un exemple de représentation inauthentique.

“ La pièce *Kim’s Convenience* était une histoire authentique d’un auteur coréen, et elle était très mélancolique. Mais la pièce a été transformée en une sitcom anodine. Ils l’ont confiée au showrunner de *Corner Gas*. Forcément, il va faire tout ce qu’il peut pour la rendre aussi acceptable que possible pour un public blanc, ce qui est probablement ce qu’ils voulaient. Mais c’était la mauvaise personne pour raconter l’histoire. ”

“ Il n’y aura plus de situation comme celle de *Kim’s Convenience*, mais il y en aura une version différente. Si vous avez perpétué le racisme systémique et qu’on vous donne un casting diversifié, alors ça ne règle pas le fait que vous faites partie du problème. Vous devez être honnête avec qui vous êtes, le travail que vous avez fait et votre privilège. ”

Bien qu'il n'y ait pas de consensus parmi les personnes consultées sur la question de savoir si une personne extérieure à une communauté peut raconter ses histoires, des conseils clairs ont été donnés sur les questions à examiner avant de décider de raconter ce genre d'histoires et sur la manière de garantir l'authenticité.

2.4 Directives pour les créateurs/trices et les producteurs/trices

- Demandez-vous à qui profite cette histoire. Si la propriété est extérieure à la communauté, créez des passerelles pour développer les compétences en embauchant des créateurs/trices et des producteurs/trices en début de carrière afin que les membres de la communauté puissent acquérir l'expérience et les crédits nécessaires pour pouvoir raconter leurs propres histoires à l'avenir.
- Demandez-vous pourquoi vous voulez écrire ou produire une histoire en dehors de votre communauté. Avez-vous un lien avec l'histoire ou la communauté? Si c'est le cas, la recherche et la consultation sont plus susceptibles de découler d'un sentiment d'empathie. Si vous réagissez à une tendance du marché, l'empathie et la compréhension peuvent ne pas être présentes et la communauté peut ne pas bien réagir. Vous courez également le risque de raconter l'histoire d'un point de vue extérieur, ce qui peut contribuer à l'altérisation (c'est-à-dire l'identification d'un groupe comme ne faisant pas partie de la « norme »).
- Si vous racontez une histoire d'une communauté autre que la vôtre, attendez-vous à ce qu'il y ait une résistance à votre participation, même si elle part des meilleures intentions du monde. Ne réfutez pas cette réaction. Communiquez clairement votre point de vue. Il peut y avoir des raisons légitimes de présenter une perspective extérieure, mais si vous essayez de raconter l'histoire comme si vous étiez un membre de la communauté, elle ne sera pas authentique.
- Impliquez-vous dans la communauté. Établissez une relation directe avec la communauté et prenez conscience qu'aucune communauté n'est monolithique. Vérifiez auprès de plusieurs sources. Il s'agit d'engagement et de participation, et non de permission de raconter l'histoire, car il n'y a pas une seule personne ou un seul groupe qui pourrait la donner. Envisagez la création d'un conseil consultatif qui pourrait donner son avis tout au long du développement et de la production. Prévoyez du temps et de l'argent pour cet engagement. Bien qu'il n'existe pas de normes pour les honoraires de consultation de la communauté, consultez les tarifs de l'Accord de production indépendante de la Writers Guild of Canada¹⁰ (en anglais) pour connaître les tarifs des conseiller·e·s en scénarisation ou le CARFAC (Canadian Artists Representation / Le Front des Artistes Canadiens)¹¹ pour connaître les tarifs des services professionnels qui incluent la consultation.
- Il y a des consultants qui peuvent avoir une perspective communautaire en raison de leurs recherches universitaires ou de leur travail communautaire de terrain, mais évitez d'engager un consultant simplement parce qu'il est membre d'une communauté. Il pourrait ne représenter qu'un seul point de vue.
- Faites vos recherches pour vous assurer que toute organisation que vous contactez est elle-même représentative de la communauté et qu'elle y est bien perçue. Par exemple, Autism Speaks est une organisation de sensibilisation et de défense de l'autisme qui prend des positions controversées au sein de la communauté des personnes autistes.

¹⁰ [Accord de production indépendante de la Writers Guild of Canada](#)

¹¹ [Barème des tarifs minimums du CARFAC](#)

- Si vous engagez une personne de la communauté, donnez-lui l'autorité et la capacité de dire « non, cela doit être changé ». La co-création est un moyen de garantir cette autorité. Une voix isolée dans une salle de rédaction peut être intimidée et réduite au silence ou à l'acquiescement. La consultation n'exige pas que la personne consultée soit écoutée; elle peut être utilisée comme sceau d'approbation, puis ignorée. Toutefois, si le souci n'est pas de raconter une histoire, mais d'inclure des personnages d'une communauté à laquelle vous n'appartenez pas, l'authenticité peut être obtenue par la consultation ou l'ajout d'un-e scénariste de cette communauté dans la salle de rédaction.
- Faire appel à un-e consultant-e ou à un-e scénariste est le début et non la fin du processus. Cette personne a un travail à faire et elle s'attend à le faire.
- Maintenez la collaboration et la consultation du développement du scénario jusqu'à la production et la postproduction pour garantir une représentation authentique continue qui s'étend à la distribution des rôles, aux costumes, aux lieux de tournage, au montage et à l'ensemble du processus créatif.

2.5 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs

- Demandez-vous si le/la créateur/trice est la meilleure personne pour écrire et produire l'histoire, si cette personne a une expérience vécue ou s'il y a quelqu'un d'autre qui a un lien plus direct avec l'histoire.
- Nouez des liens avec la communauté, soit par le biais de consultations ou d'un groupe de travail permanent, soit en engageant du personnel ou en faisant appel à des entrepreneurs indépendants comme évaluateurs ou réviseurs du scénario. L'engagement de la communauté vous permettra d'accéder à des perspectives qui éclaireront votre évaluation de la création.
- Si le créateur ou la créatrice ne fait pas partie de la communauté dont il est question dans l'histoire, demandez-lui s'il ou elle a engagé une personne de la communauté comme coscénariste, éditeur/trice de scénario ou consultant-e. Demandez-lui s'il/elle a veillé à ce que cette personne représente des perspectives multiples. A-t-il/elle un lien avec la communauté? A-t-il/elle effectué ou prévoit-il/elle effectuer des recherches qui alimenteront son travail?
- Si le créateur ou la créatrice a engagé un-e coscénariste, un-e éditeur/trice de scénario ou un-e consultant-e, demandez-lui si cette personne a la bonne identité pour l'histoire (par exemple, un-e Néo-Écossais-e noir-e pour une histoire de Néo-Écossais-e noir-e)?
- Demandez s'il est prévu d'inclure les membres de la communauté tout au long du développement, de la production et de la postproduction.
- Demandez qui tire profit de cette histoire. Les membres de la communauté sont-ils exclus ou impliqués de manière minimale (par exemple, honoraires de consultation)? Si une personne extérieure à la communauté raconte l'histoire, demandez-lui si elle a pris des mesures pour favoriser le développement des compétences afin que davantage de membres de la communauté soient en mesure de raconter leurs propres histoires à l'avenir.



3. Avoir des interprètes authentiques

Les participant·e·s comprennent que choisir des interprètes qui représentent l'identité à incarner peut parfois être un défi. Cependant, le sentiment général est qu'il faut en faire plus, à la fois pour que la distribution des rôles soit authentique et pour offrir des opportunités de travail aux interprètes d'identités sous-représentées afin qu'ils/elles puissent développer leurs compétences. Ne pas réussir à trouver quelqu'un n'est pas une excuse suffisante si a) vous n'avez pas bien cherché, et b) vous n'avez pas fait grand-chose pour aider à développer le bassin de talents.

“ Si vous ne trouvez pas quelqu'un de la communauté, c'est parce que vous ne faites pas assez d'efforts pour dénicher ces personnes. Les personnes racisées sont confrontées à d'énormes obstacles dans le domaine artistique en général. Vous devez faire cet effort. Lorsque vous lancez un appel pour une audition et que votre boîte de réception ne contient que des réponses de personnes blanches, au lieu de dire « c'est tout ce que je reçois » vous devriez le voir comme un signal que vous devez vous rapprocher de la communauté. Allez voir du théâtre, contactez Reel Asian, il y a des endroits où vous pouvez aller. ”

“ Pour un court métrage, j'ai envoyé un message dans le groupe de discussion du Masjid¹² et une mère a dit 'oh ma fille veut être actrice' et c'est comme ça que j'ai réussi à la recruter. ”

¹² Mot arabe, signifiant mosquée.

“ Ma question est ‘pourquoi n’y a-t-il pas plus d’acteurs et d’actrices?’. Revenons à l’éducation et à la formation. Enfant, je ne voyais personne avec le même genre d’expérience que moi à la télévision, alors je ne pouvais pas m’y imaginer. La façon dont vous organisez le choix des interprètes, la façon dont vous faites passer les auditions, la façon dont vous procédez lors des tournages et la façon dont le capacitisme est ancré dans les structures du projet même pour lequel vous recrutez quelqu’un vont freiner les gens. ”

“ Si vous avez la chance de faire votre production, votre tournage ou votre enregistrement de voix dans une ville métropolitaine comme Toronto, Montréal ou Vancouver, alors vous disposez d’un bassin plus large pour faire votre casting. Mais si vous faites plutôt une production régionale ou si vous travaillez avec un budget très limité, vous n’avez pas cette possibilité. Mais vous devez au moins faire un effort pour faire un casting aussi authentique que possible. ”

“ Il faut y mettre un peu du sien, et parfois il faut faire beaucoup plus d’efforts. Nous avons une industrie plus petite ici. Il n’est pas toujours facile de trouver ce que l’on cherche. Nous avons fait le tour des groupes communautaires culturels et nous avons rencontré des gens qui ne sont même pas des professionnel-le-s et nous passons un peu plus de temps avec eux/elles en studio, juste pour obtenir cette authenticité. C’est un peu plus de travail, mais nous avons maintenant un petit groupe de personnes auxquelles nous pouvons faire appel encore et encore. ”

“ Ces grandes entreprises dans le monde et dans l’industrie ont les moyens financiers d’éduquer. Apple paie une femme aveugle pour apprendre aux comédiens aveugles comment jouer, parce qu’ils font la série Jour noir. Apple a une tonne d’argent, mais ils ont aussi cette série où ils essaient d’engager des acteurs/trices aveugles, donc ils font leur part en essayant de créer une réserve de talents dans laquelle puiser. ”

“ Nous avons un personnage sourd dans une série [animée] et nous voulions qu’une petite fille qui regarde la série se dise ‘cette personne me ressemble, je vais me renseigner sur l’actrice’. Nous avons fait des auditions dans tout le Canada et nous avons trouvé quelqu’un. Vous devez faire ce petit effort supplémentaire en tant que créateur/trice, si vous voulez raconter ces histoires. Et maintenant, la petite fille sourde, qui n’avait fait que du mannequinat auparavant, sait maintenant qu’elle peut faire du doublage. Vous leur avez donné un siège à la table, ou vous les avez laissés prendre un siège à la table. ”

D’autre part, les interprètes, les créateurs/trices et les producteurs/trices ont reconnu que les interprètes ne veulent pas être limité-e-s dans les rôles qu’ils/elles peuvent jouer. Ils/Elles veulent évoluer et se dépasser. La question qui se pose alors est celle de l’équité. L’acteur/trice prend-il/elle la place de quelqu’un qui n’obtient pas d’opportunités de travail en raison de son identité? Pourquoi l’interprète blanc-he, hétérosexuel-le et valide peut-il/elle grandir et développer son talent alors que l’interprète issu-e d’une communauté sous-représentée doit se battre pour obtenir une audition? La nécessité de briser les barrières systémiques et de travailler à remédier aux anciennes iniquités revient ici, comme sous le thème de savoir qui peut raconter une histoire.

“ J’aime vraiment cette dimension du métier d’acteur où l’on me donne un rôle et où cela me met au défi de comprendre une nouvelle culture et d’apprendre. ”

“ Je n’ai pas de problème avec les acteurs/trices hétérosexuelle-s qui jouent des rôles d’homosexuelle-s. Je fixe la limite lorsqu’il s’agit de personnes trans, car pour moi il y a une injustice économique évidente. ”

“ Bien que les personnes queers aiment jouer des personnages queers, elles ne veulent pas non plus être vues uniquement comme jouant des personnages queers. ”

“ C’est du jeu d’acteur. Vous incarnez quelque chose qui n’est pas vous-même. Mais tant que ce qui est à l’écran ne se rapproche pas au moins un peu de la réalité, il est de la plus haute importance que les productions cherchent à trouver des acteurs/trices qui représentent cette communauté. ”

“ On m’a dit tellement de fois que je dois apporter ma propre contribution au rôle. Eh bien, mon rôle est celui de quelqu’un de neurodivers et je ne peux rien y changer. Si vous recherchez des corps neurodivers ou à handicap invisible, ainsi qu’une déclaration de diversité, demandez aux acteurs/trices neurodivers·e-s de soumettre une audition neurodiverse. Je pense que nous devons ouvrir cette possibilité de conversation sur ce qu’est un casting neurodivers. ”

Un thème récurrent était le casting inauthentique dû, soit à un manque de compréhension de ce à quoi ressemble réellement un groupe communautaire, soit à un désir intentionnel de donner le rôle à un·e interprète dont la diversité est visible afin d’obtenir le mérite de cette diversité, même si elle n’est pas authentique.

“ Il y a des acteurs/trices et des interprètes de toutes les communautés en quête d’équité qui sont prêt·e-s et disposé·e-s à jouer des rôles, mais qui sont souvent négligé·e-s en raison de leur apparence qui ne correspond pas au personnage stéréotypé ou imaginé, souvent en raison de stéréotypes incorrects, d’une formation médiatique biaisée inhérente, de préjugés subconscients, et de conditions de travail inaccessibles. ”

“ Il y a cette idée bizarre parmi les agences de casting et les réalisateurs/trices que les Asiatiques de l’Est sont tous interchangeables. C’est la même chose pour les Asiatiques du Sud. Vous voulez un accent sud-asiatique? D’accord, mais lequel? ”

“ Au début de ma carrière, je me suis dit que je devrais peut-être éviter de bronzer en été, que je devrais peut-être me faire refaire le nez, que je devrais peut-être faire disparaître une partie de mon côté arabe pour rentrer dans les cases, car c’est frustrant de devoir rentrer dans la case de quelqu’un d’autre. Et avec les auditions pour des rôles arabo-musulmans, ils veulent toujours vous mettre un accent et un hijab. ”

“ J’ai l’impression qu’ils engagent des Sud-Asiatiques pour jouer des personnes du Moyen-Orient surtout pour la couleur de peau, parce qu’elle correspondrait mieux aux stéréotypes qu’ils/elles ont des Arabes. ”

Cependant, certains participant·e·s étaient d’avis qu’il existait des similitudes entre les communautés qui rendraient le casting « adjacent » approprié sur la base d’une expérience vécue similaire.

“ Nous devons respecter le fait que les expériences vécues d’une personne soient similaires à celles du personnage qu’elle incarne. Par exemple, Simu Liu de *Kim’s Convenience* est chinois, il n’est pas coréen. Et pour la plupart, les Asiatiques de l’Est n’ont aucun problème avec cela. Je pense que la raison principale est que les Asiatiques de l’Est ont des expériences vécues similaires en termes de notre apparence. Nous avons la même couleur de peau. La façon dont nous sommes traités dans notre vie quotidienne est très similaire. Et les cultures est-asiatiques sont également très similaires, nous avons beaucoup de liens, que nous venions de la Corée, du Japon, de la Chine ou du Vietnam. Ainsi, un·e Noir·e métissé·e peut avoir le même teint qu’un·e Asiatique du Sud, mais vous n’allez pas les interchanger parce que c’est culturellement très différent, leurs expériences vécues sont très différentes. Ce n’est pas seulement une question de teint de peau.¹³ ”

“ L’expérience du handicap est ancrée dans la façon dont les gens vous regardent, dont les gens vous parlent, dont les gens vous traitent avec condescendance au quotidien, au fait d’avoir peu d’accès à l’éducation et au milieu de travail, et aux barrières physiques. Je pense donc que nous ne devons pas nous contenter de dire ‘Je n’ai pas pu trouver une personne sourde et aveugle’, mais plutôt nous intéresser à la communauté des personnes ayant un handicap au sens large, car elle a une expérience vécue similaire. ”

Les participant·e·s ont clairement indiqué que l’objectif du casting devait être l’authenticité, même s’ils/elles estiment que des exceptions peuvent être faites. Le fait que le processus de casting pourrait être amélioré a été un thème récurrent et ils/elles ont fourni un certain nombre de recommandations spécifiques pour y parvenir.

¹³ Notez que cette citation contredit la citation de la page 31 concernant les Asiatiques qui ne sont pas interchangeables, et démontre qu’une communauté ne parle pas d’une seule voix. Il est important de tenir compte des deux points de vue et la stratégie de casting peut dépendre du contexte, de l’histoire et des interprètes concerné·e·s.

3.1 Directives pour les créateurs/trices, les producteurs/trices et les agents de casting

- Révissez votre description des personnages afin de supprimer les descriptions stéréotypées qui limiteront les auditions à ceux et celles qui correspondent au stéréotype. Assurez-vous que la description du personnage n'est pas raciste et qu'elle ne vise pas la « diversité visible » plutôt que l'authenticité.
- Si un héritage culturel ou ethnique spécifique est requis pour un rôle, faites des recherches sur l'éventail de ce que cela signifie et prêtez particulièrement attention à l'éventail des tons de peau, à la couleur des yeux, aux types de cheveux et aux types d'accent ou à l'absence d'accent (S'agit-il d'un immigrant récent? Est-ce nécessaire qu'il le soit?).
- Votre processus d'audition est-il accessible, à la fois physiquement et par d'autres moyens pour répondre aux besoins des personnes ayant un handicap?
- Allez au-delà des canaux standard de l'industrie pour contacter les organisations communautaires (par exemple, la citation ci-dessus concernant les messages dans le chat du groupe du Masjid) et d'autres groupes d'interprètes (par exemple, théâtre, danse). Si des membres de la communauté font partie de votre équipe créative, demandez-leur de faire jouer leurs relations pour diffuser votre annonce d'audition.
- L'expérience vécue est-elle pertinente pour le personnage? Ne vous limitez pas au teint de la peau, pensez à l'expérience culturelle et au vécu.
- Si vous avez essayé, mais échoué à trouver des acteurs/trices compétent·e·s ayant une expérience vécue, prenez-vous des initiatives pour constituer un bassin de talents? Reportez-vous aux citations de la page 29 pour des suggestions de formations susceptibles de constituer le bassin de talents.

3.2 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs

- Examinez les décisions de casting pour voir s'il est possible de promouvoir des talents ayant une expérience vécue qui peuvent offrir des possibilités de marketing uniques allant au-delà de ce qui est possible de faire avec des « vedettes » qui peuvent manquer d'authenticité.
- Interrogez-vous sur le processus de casting et demandez-vous s'il favorise l'authenticité des interprètes et si l'équipe créative est consciente de cet enjeu.
- Veillez à ce que tout mandat de diversité de l'entreprise ne compromette pas l'authenticité en donnant la priorité à la représentation symbolique plutôt qu'à un changement en profondeur.
- Soyez conscients que le public issu de la communauté va le voir tout de suite si le casting n'est pas authentique. Dans tous les cas.
- Soutenez les initiatives visant à élargir le bassin de talents à un niveau plus global (c'est-à-dire qui n'est pas spécifique à un projet).

4. L'impact sur les publics

Quel est l'impact d'une représentation inadéquate ou manquante sur un public? Le public cesse de regarder ou de se sentir concerné. Nous avons entendu à plusieurs reprises que les participant-e-s ne regardent pas les films ou la télévision grand public parce qu'ils/elles ne s'y voient pas. Ou bien ils/elles regardent des émissions d'autres marchés, comme les États-Unis ou le Royaume-Uni, qui diffusent davantage de contenu représentatif de leur identité (par exemple, beaucoup plus de représentation des Noir-e-s aux États-Unis et au Royaume-Uni) ou d'un pays qui partage leurs origines (par exemple, le contenu de Bollywood pour les Sud-Asiatiques). Ou bien ils/elles vont sur YouTube ou sur des plateformes comme Netflix, qui proposent des catalogues internationaux plus importants.

“ J'ai arrêté de regarder les séries où il n'y a pas de personnages noirs. Tout le monde parle de *Schitt's Creek*, mais il n'y a pas de personnages noirs, alors je ne peux pas m'y intéresser.¹⁴ ”

Accroître la représentation authentique est une occasion de faire revenir ces téléspectateurs. On a demandé aux participant-e-s ce qu'ils/elles pensaient être le plus important : avoir un contenu plus authentique sur les médias grand public ou sur leurs propres services, tels que OUTtv ou AMI-TV, et il y a eu une variété de réponses, sans tendances claires par identité.

“ Lorsque les gens disent qu'ils ne sont tout simplement pas intéressés par les films asiatiques, noirs ou autochtones, c'est en raison de la suprématie blanche et du fait qu'on leur dit quelles histoires sont les plus importantes. Les communautés disent 'nous allons tout de même raconter nos histoires' et c'est une approche très efficace pour lutter contre la suprématie blanche. Nous devons créer un espace, dans ce contexte de suprématie blanche, où les personnes racisées, les Noir-e-s et les autochtones peuvent s'épanouir, progresser, être indépendant-e-s et avoir de la joie à leur manière. ”

“ Il y a plus de lieux de diffusion et les services de vidéo à la demande (VÀD) sont définitivement capables de prendre plus de risques, donc je pense qu'il y a plus d'opportunités en général pour que des histoires diverses soient racontées. Il y a une soif de contenu pour tellement de sujets présentement que je pense que c'est le meilleur moment pour que des cinéastes de la diversité puissent raconter leurs histoires. La vieille garde est assez limitée dans ce qu'elle pense pouvoir financer. Je pense qu'ils/elles doivent abandonner leurs hypothèses selon lesquelles seules des histoires de blanc-he-s réussissent. ”

¹⁴ Il y avait un personnage noir dans *Schitt's Creek*, mais comme on ne le voyait pas beaucoup dans la publicité, ce membre du public ne le savait pas. Cela confirme le point soulevé à propos de la publicité.

“ Ce que j’entends souvent, c’est qu’il y a si peu de possibilités de travail déjà que nous devons simplement protéger le peu que nous avons. C’est une excuse supplémentaire pour nous écarter. Je suis fatigué·e d’entendre cette excuse. Ils/Elles doivent investir dans l’industrie, et l’avenir de l’investissement dans l’industrie est d’investir en nous. Si vous voulez développer les auditoires, si vous voulez que les Canadien·ne·s se soucient de ce que font les créateurs/trices canadien·ne·s, alors investissez un peu plus d’argent spécifiquement pour ceux et celles d’entre nous qui ont été historiquement tenu·e·s à l’écart. ”

“ Cette représentation devrait avoir lieu même avec la contraction du marché, et même avec les quelques émissions que nous avons au Canada. Une série policière procédurale devrait tout de même garantir l’inclusion et la représentation. Si vous êtes pour faire une comédie télévisée, elle devra contenir de l’inclusion et de la diversité parce que c’est le reflet de la société dans laquelle nous vivons. ”

“ Nous devrions permettre aux communautés marginalisées de raconter leurs histoires dans le cadre des émissions grand public. Cela étant dit, je pense aussi qu’il y a une particularité de l’expérience et de la narration et que de nombreuses traditions de narration ne sont pas grand public, et cela doit être respecté et encouragé au sein même de la communauté. Je pense que nous devrions avoir une représentation grand public, mais je pense que nous devrions également avoir des récits qui sont spécifiques à notre communauté. ”

Un point clé qui a été exprimé à plusieurs reprises est que beaucoup d’auditoires sont intéressés par plus d’authenticité et de diversité dans les médias audiovisuels, et pas uniquement par le contenu de leur propre communauté. Il y avait également une frustration quant au fait que les diffuseurs et les distributeurs ne font pas la promotion des émissions de manière à ce que le public puisse savoir qu’elles sont accessibles pour eux.

“ J’ai adoré *We Are Lady Parts*¹⁵. Cette série ne me représente pas, mais elle m’a semblé authentique. ”

“ Ils ne créent pas leur culture en pensant à nous, car ils ne nous considèrent pas comme faisant partie de leur culture. Donc, même lorsqu’ils créent une émission, ils ne savent pas comment communiquer au public le fait que cette émission existe. Si vous vous engagez vraiment à remodeler votre contenu et votre programmation pour qu’ils soient plus inclusifs et plus représentatifs de ce à quoi ressemble le Canada, vous devez trouver comment commercialiser, promouvoir et communiquer que ce truc existe. ”

¹⁵ Une série de Channel 4 sur un groupe punk musulman entièrement féminin à Londres, au Royaume-Uni.



4.1 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs

- Réexaminez les stratégies de commande de projets pour garantir que, lorsque le public cible est large, il est représentatif des auditoires canadiens.
- Réexaminez les stratégies de marketing pour vous assurer que le contenu représentatif est commercialisé de manière à démontrer cette diversité. Le slogan « Construisez-le et les gens viendront » n'est probablement pas une stratégie de marketing efficace.
- Si le public cible est une communauté sous-représentée spécifique, n'oubliez pas que le contenu aura probablement un public au sein d'autres communautés sous-représentées. Ne sous-estimez pas le public potentiel et ne limitez pas votre marketing.
- L'authenticité est nécessaire à la cohésion sociale, mais c'est aussi bon pour les affaires. Authenticity is necessary for social cohesion but it is also good business.

5. Des changements structurels sont nécessaires pour accroître l'authenticité

Au cours des consultations, nous avons demandé aux participant·e·s leurs idées sur les changements structurels qui permettraient d'augmenter le niveau de représentation authentique dans les médias canadiens. Ils/Elles ont insisté sur l'importance d'offrir des opportunités et des formations aux créateurs/trices sous-représenté·e·s afin de soutenir leur parcours professionnel, et ont proposé de nombreuses idées pratiques sur la manière d'y parvenir.

La formation est considérée comme une nécessité, sauf que la plupart des formations actuelles sont trop limitées et souvent d'un coût prohibitif. Le mentorat et les stages d'observation sont considérés comme les moyens les plus efficaces d'aider à développer le bassin de talents, mais ils n'offriront des opportunités pratiques aux créateurs/trices sous-représenté-e-s que s'ils sont rémunérés. Les mentorats et les stages d'observation devraient également être proposés à tous les niveaux et pas seulement au niveau débutant, car beaucoup de personnes essaient tant bien que mal de gravir les échelons dans leur carrière ou de passer d'un format à un autre, par exemple du cinéma à la télévision.

“ Nous avons besoin d'une expérience pratique à travers une formation en situation de travail réelle où les gens sont payés pour apprendre à faire leur travail. ”

“ J'ai fait un programme qui plaçait des réalisateurs/trices racisé-e-s ayant une expérience en court métrage à la télévision. Il ne s'agissait pas d'observation, mais d'un véritable travail sur une émission de télévision d'une demi-heure avec quelqu'un que vous pouviez appeler et à qui vous pouviez parler de votre liste de plans. C'est le seul mentorat en littéralement 20 ans qui m'a permis d'obtenir un emploi par la suite. ”

“ Il y a beaucoup d'organisations qui mettent en place des stages et des mentorats, mais ceux-ci ne concernent que les débutant-e-s. Qu'en est-il des personnes ayant une certaine expérience en tant qu'assistant-e à la réalisation, ou en production de courts métrages? Il est important de créer des possibilités de financement pour que les gens puissent continuer d'avancer à différents moments de leur carrière. ”

“ À tous les niveaux hiérarchiques, les gens ont peur qu'en optant pour la diversité, nous les privions de leur emploi. Ce n'est pas le cas, peu importe à quel point nous essayons de l'expliquer. Donc, ce que je remarque, c'est que seuls les postes au bas de l'échelle sont occupés par des personnes issues de la diversité, et donc ces personnes occupent des postes qui n'ont pas assez de pouvoir ou de voix pour pouvoir s'exprimer à ces postes de rang inférieur. ”

“ Le contrat de Shonda Rimes pour *Grey's Anatomy* stipulait quelque chose comme quoi, après deux ou trois ans, elle serait showrunner, mais pour commencer, un showrunner senior était assigné. Son travail consistait à faire en sorte qu'elle soit aussi solide que possible, parce qu'après cela elle serait toute seule à gérer. Les talents émergents ont besoin de ce soutien. ”

“ J'ai un bébé, je suis marié-e, j'ai une maison et des factures à payer, je ne peux pas prendre un mois de congé et travailler gratuitement, donc effectivement je ne peux pas apprendre à réaliser des émissions de télévision présentement. ”

“ Le programme de mentorat du CMPA était formidable parce qu’il accordait des fonds en priorité aux entreprises qui avaient un plan de rétention de leurs employés. Il faut aller plus loin que ça et créer un plan structuré pour que l’employé ait également un plan d’avancement au sein de l’entreprise et une réelle progression de carrière. ”

“ Il existe plusieurs organisations communautaires comme BIPOC Film and TV¹⁶. Ils ont un programme d’initiation à l’écriture de films d’animation pour enfants et j’ai vu des gens qui sortaient de ce programme se faire embaucher comme scénaristes, en développant leur propre matériel. Nous avons besoin de plus de choses de ce genre. C’est une initiative communautaire, car c’était la seule façon de créer ces programmes. Ceux-ci ont été créés par des scénaristes qui ont dit ‘nous avons besoin de plus de gens comme nous et il faut que les gens reçoivent une formation et acquièrent de l’expérience’ et ils ont lancé ces programmes eux-mêmes. Plus nous pourrons avoir ce type de programmes qui sont adéquatement financés et dirigés par des gens des communautés, mieux ce sera. ”

“ Je pense que nous avons besoin de producteurs/trices et d’entreprises qui sont prêt-e-s à soutenir les scénaristes, les producteurs/trices, les acteurs/trices, et les créateurs/trices Noir-e-s, racisé-e-s, et autochtones, même s’ils/elles n’ont pas le même niveau d’expérience que leurs homologues blanc-he-s. C’est une chose que beaucoup d’entreprises ont évitée en disant ‘nous avons besoin de tel niveau d’expérience’ pour ne pas dire que c’est une question d’ethnicité. Vous pouvez former un million de groupes de travail et de groupes de soutien, mais si vous n’embauchez pas ces personnes, cela n’a aucun sens. Si vous pensez qu’ils/elles n’ont pas assez d’expérience, engagez-les quand même, mais peut-être en les jumelant avec quelqu’un, ou en leur offrant des stages d’observation, ou encore en les laissant être co-producteurs/trices exécutifs/ves, puis en leur donnant la possibilité de prendre la relève. Les employeurs doivent se remettre en question et cesser de penser que la seule façon de travailler est de reproduire exactement les mêmes choses qu’avant. ”

“ J’avais lu un article où l’on disait : laissez-nous faire des erreurs parce que le cinéma québécois s’est construit sur beaucoup de mauvais films. Et j’ai demandé à la SODEC, pourquoi les Québécois blancs ont-ils le droit de faire des erreurs et pas nous? ”

“ Je travaillais sur un documentaire qui était excellent. Nous avons jumelé de jeunes directeurs/trices de la photographie avec des directeurs/trices de la photographie bien établi-e-s au Québec qui sont ouvert-e-s à partager leurs connaissances. En fait, quand on a des jumelages de ce genre, on peut aussi avoir des conversations sérieuses sur nos partis pris et nos préjugés. ”

¹⁶ Le nom correct est [BIPOC TV and Film](#).

“ Pourquoi pas un crédit d'impôt pour l'embauche de nouveaux scénaristes non établis pour des émissions? ”

Le changement structurel doit également se produire dans l'ensemble du système et ne pas se concentrer uniquement sur la création d'un bassin de créateurs/trices qualifié·e·s plus important et plus diversifié.

“ Nous devons nous assurer d'avoir les voix et les personnes qui non seulement créent les émissions, mais aussi qui donnent le feu vert et soutiennent les créateurs/trices et les producteurs/trices qui réalisent ces émissions pour assurer que nous racontons vraiment des histoires diverses qui sont basées sur de multiples expériences, et non seulement sur l'expérience d'une seule personne. ”

“ Nous avons besoin de pouvoir accéder à des expert·e·s de confiance, éventuellement des mentors ou des conseiller·e·s. Si vous avez une idée, ne serait-il pas formidable de pouvoir la présenter à des personnes en qui vous avez confiance, qui peuvent l'accompagner jusqu'à son aboutissement, jusqu'à sa mise en marché? Un groupe d'experts, idéalement des personnes racisées, en qui vous pouvez avoir confiance pour vous guider. C'est plus important que l'argent. ”

“ Nous avons besoin de plus de Noir·e·s en position de pouvoir dans ces institutions, mais aussi de Noir·e·s dans ces institutions qui veulent changer le système. Le changement est inconfortable, changer la dynamique des privilèges est inconfortable, mais il faut créer un espace où cela est bienvenu. Cela doit commencer par le haut et par le bas, par le leadership et le mentorat. ”

“ Il y a beaucoup d'opportunités de financement qui se présentent, mais que faisons-nous de nos films après leur financement? Nous devons encore les distribuer, les diffuser, les présenter dans des festivals de cinéma pour que les gens les regardent. Le racisme systémique s'infiltré à tous les niveaux de l'industrie cinématographique, il ne s'agit pas seulement du financement. ”

“ Ce que nous observons, c'est qu'avec toutes ces initiatives qui se créent pour les scénaristes, les réalisateurs/trices et tous ces autres postes d'équipe de tournage, c'est que la propriété est toujours principalement détenue par des entreprises appartenant à des Blanc·he·s. Pour que le paysage change vraiment, nous avons besoin de plus de propriété racisée, plus de propriété au sein des communautés LGBTQ+ et des communautés de personnes ayant un handicap. ”

“ Il doit y avoir une inclusion à presque tous les niveaux de l’industrie, donc cela doit se faire au niveau des diffuseurs, des bailleurs de fonds, des festivals de cinéma, dans les salles de rédaction et sur les plateaux de tournage. Plus la représentation est présente à tous les niveaux, moins cela relève du tokénisme. Plus il y a de ressources variées, moins le fardeau de la représentation repose sur une seule personne ou un seul groupe. La représentation doit être présente partout, car c’est la seule façon de la rendre authentique, de permettre aux créateurs/trices de se sentir en sécurité et de ne pas être tokénisé·e·s, s’ils savent que les personnes qui signent les chèques, qui donnent le feu vert aux idées et qui répondent au téléphone sont des personnes qui comprennent leur expérience vécue. ”

“ J’ai fait de la capture de mouvement (mocap) pour donner à un personnage mes mouvements et ma voix, mais ils en ont fait un personnage blanc. Il faut que plus d’enfants et de jeunes noir·e·s, et racisé·e·s participent à ces programmes pour qu’ils/elles puissent devenir les développeurs/ses, les modélisateurs/trices, les producteurs/trices, et qu’ils/elles puissent ainsi faire valoir leurs idées sur ce à quoi les personnages devraient ressembler. ”

“ Je ne peux pas simplement prendre un groupe de jeunes Noir·e·s et leur dire ‘je vais faire de vous des développeurs/ses de jeux’. Il doit y avoir un processus d’apprentissage des bases puis, une fois qu’ils sont sur le terrain, des opportunités de stage pour les faire entrer sur le marché, mais il y a tellement d’étapes où les opportunités sont fermées. J’ai besoin d’une aide organisationnelle pour faire tout cela. ”

Comment certains de ces changements structurels, tels que les stages d’observation et les mesures d’adaptation sur les plateaux, sont-ils financés? Il devrait y avoir des postes dans le budget que les bailleurs de fonds considèrent comme des coûts de production admissibles.

“ Nous devons nous mobiliser pour que l’industrie consacre davantage de budget à l’embauche de personnes en situation de handicap, que ce soit des scénaristes, des consultant·e·s, des technicien·e·s, etc. Il est possible de repenser l’accessibilité, y compris en accordant plus de temps aux projets qui intègrent des personnes qui ont besoin de plus de temps pour exécuter les étapes. Il faut donner la priorité aux budgets qui soutiennent des équipes créatives réellement inclusives. ”

Le changement structurel peut se produire partout. La solution, comme en témoigne cette citation, est que si vous voyez un problème, vous cherchez une solution.

“ Je cherchais un·e showrunner noir·e pour une série d’animation sur une famille noire. J’ai fait le tour de tous les agents au Canada et personne n’avait de client·e noir·e expérimenté·e dans le domaine de l’animation à proposer comme showrunner. Il était apparemment acquis que l’industrie de l’animation n’est pas accueillante pour les scénaristes noir·e·s, ce qui est terrible. J’ai donc créé une base de données interne et j’ai demandé à tous les agents de m’envoyer leurs scénaristes noir·e·s, racisé·e·s, et autochtones pour qu’il n’y ait plus d’excuse du genre ‘je n’en connais aucun’. ”

Et comme toujours, gardez un œil sur les parties prenantes qui tentent de faire plier les règles en leur faveur.

“ Il y a tous ces fonds différents qui sont apparus dernièrement spécifiquement pour les personnes noires, racisées et autochtones au point que j’ai des producteurs/trices blanc·he·s qui essaient ouvertement de recruter des producteurs/trices noir·e·s, racisé·e·s ou autochtones inexpérimenté·e·s pour les ajouter à leur projet et avoir accès au financement. C’est bien s’ils/elles donnent légitimement à la personne noire, racisée ou autochtone le bénéfice de l’expérience et ne l’utilisent pas comme une sorte d’outil ou d’accessoire pour avoir accès à de l’argent qu’ils/elles ne sont pas censés avoir. ”

Nous avons beaucoup entendu parler de formation à la sensibilité et de formation à l’anti-oppression afin que les lieux de travail puissent être des espaces sûrs lorsque les talents issus de communautés sous-représentées trouvent un emploi.

“ Des cours de sensibilité pour rendre les espaces de travail sûrs! C’est hallucinant que ce soit nécessaire parce que ces structures systémiques empêchent les gens de voir les autres avec sympathie. Souvent, vous cherchez à satisfaire la personne qui vous paie parce que vous ne voulez pas être considéré·e comme la garce, la personne problématique ou une personne qui ne sera plus embauchée. ”

“ Ce que nous voyons en ce moment est superficiel, non pas parce que les gens ne sont pas bien intentionnés, mais parce qu’ils n’ont pas encore, faute d’une meilleure expression, bu le Kool-Aid. Il faut encore plus d’anti-oppression, plus d’éducation, il faut que cela soit intégré à tous les niveaux. Ensuite, nous devons devenir plus ouvert·e·s d’esprit et il doit y avoir une ouverture et une volonté authentiques. ”

“ Il y a des tonnes de personnes qui occupent actuellement des postes décisionnels qui, encore une fois, ne comprennent pas la nuance des différentes identités intersectionnelles (ethnoculturelles, sexuelles et de genre). Lorsque je pitche une série, si la personne à qui je m'adresse n'a pas fait le travail nécessaire pour comprendre le sujet de l'histoire et son potentiel commercial, elle ne va pas investir dedans. Cela nécessite un autre niveau d'éducation autodirigée, car avec un manque de compréhension réelle, nous courons le risque d'être tokenisé-e-s. Les directeurs/trices des chaînes de télévision et les producteurs/trices devraient suivre une formation obligatoire à la sensibilisation culturelle, la formation DÉI.¹⁷ ”

L'un des résultats inattendus des consultations des groupes de discussion a été la joie qu'ont éprouvée les participant-e-s à pouvoir interagir avec d'autres personnes ayant la même identité ou une identité similaire à travers ces consultations. Cela s'est produit aussi bien dans les consultations auprès du public que dans celles de l'industrie, et cela a été constant tout au long des consultations de l'industrie. Les participant-e-s ont fréquemment partagé leurs coordonnées pendant le clavardage et ont parlé de leur désir de poursuivre la conversation, de trouver des moyens de travailler ensemble et de se soutenir mutuellement. Plus d'une fois, des participant-e-s ont déclaré que c'était la première fois qu'ils/elles se retrouvaient dans une « pièce » avec d'autres personnes comme eux/elles. Ils/Elles ont particulièrement aimé se connecter avec des personnes de tout le pays, surtout s'ils/elles vivaient dans une communauté peu diversifiée.

“ Nous avons besoin d'opportunités comme ce groupe de personnes pour faire quelque chose ensemble. Même si nous recevons tous/toutes un petit coup de pouce, nous sommes éloigné-e-s les un-e-s des autres, nous sommes potentiellement dans des positions tokenisées. Nous devons nous familiariser davantage avec le travail des un-e-s et des autres et travailler ensemble en tant que professionnel-le-s. ”

5.1 Directives pour les créateurs/trices, les producteurs/trices, les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds, les distributeurs et les associations

- Avant que votre organisation ne crée des programmes pour les créateurs/trices sous-représenté-e-s, parlez-leur, regardez ce qui existe déjà et comblez les lacunes, en particulier pour les créateurs/trices en milieu de carrière. Créez des passerelles vers les diffuseurs, les bailleurs de fonds, les distributeurs, les festivals de cinéma et les exploitants afin d'accroître la diversité dans l'ensemble du secteur. Consultez les communautés cibles pour vous assurer que les programmes répondent à leurs besoins et qu'ils ont des objectifs clairs et mesurables.
- Soutenez les programmes qui favorisent la propriété et les récits par des créateurs/trices et des producteurs/trices sous-représenté-e-s.

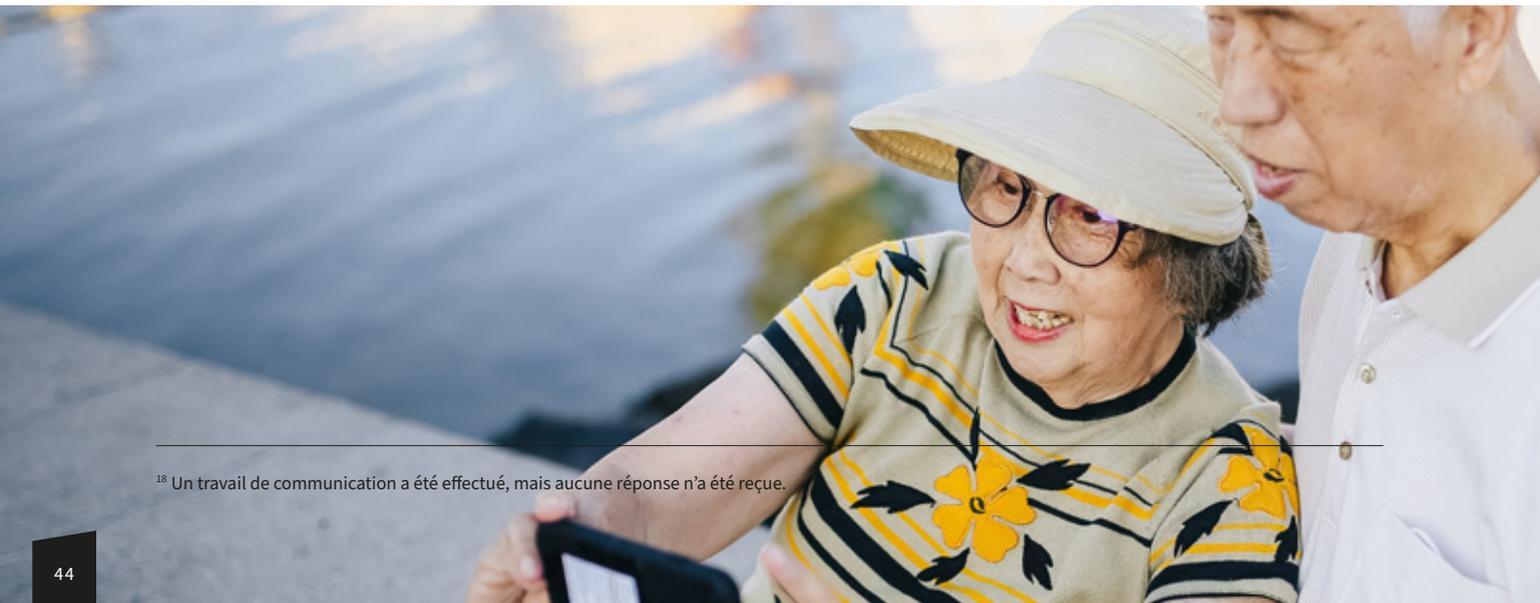
¹⁷ DÉI signifie Diversité, Équité et Inclusion.

- Soutenez le réseautage et la consolidation communautaire au sein d'une même communauté et entre les communautés. Les communautés sont plus solides ensembles et veulent apprendre les unes des autres. Ne les opposez pas les unes aux autres.
- Organisez des formations anti-oppression, DÉI (Diversité, équité et inclusion) et de sensibilisation culturelle pour tout le personnel. Engagez des formateurs DÉI. N'attendez pas du personnel existant issu de communautés sous-représentées qu'il se charge d'éduquer ses collègues blanc·he·s, hétérosexuel·le·s et valides si cela ne fait pas partie de son mandat.
- Ne faites pas porter tout le poids du changement structurel et de la représentation sur les membres du personnel issus de communautés sous-représentées. Il est de la responsabilité de chacun de mettre en œuvre et de soutenir le changement.
- Modifiez les directives de financement pour indiquer que le financement de stages d'observation et de mentorat pour les créateurs/trices et les équipes issus de communautés sous-représentées sont des postes budgétaires admissibles, afin de sensibiliser à la pertinence de ces catégories dans le budget. Exigez un plan ou des objectifs pour vous assurer que le stage d'observation ou le mentorat soient fructueux.
- Prenez des risques. Permettez l'échec. Apprenez et évoluez.

6. Différences régionales

Toutes les régions du pays, à l'exception du Nord, étaient représentées lors des consultations¹⁸. Dans l'ensemble, il n'y a pas eu de différences dans les réponses des participants en fonction de leur emplacement géographique (provincial ou urbain/suburbain/rural). Cependant, il y a eu quelques différences en fonction de la province qu'il convient de souligner. Les réponses spécifiques à une communauté au sein d'une province (par exemple, la communauté noire de Halifax ou la communauté haïtienne de Montréal) seront traitées plus en détail dans les rapports complémentaires.

¹⁸ Un travail de communication a été effectué, mais aucune réponse n'a été reçue.



6.1 Colombie-Britannique

Les participant·e·s ont exprimé leur frustration quant au fait que l'industrie à Vancouver ne représentait absolument pas la démographie de la ville.

“ À Vancouver, la représentation asiatique représente environ 60 % de la population et je pense que nous représentons peut-être 5 % de l'industrie cinématographique. Alors je ne vais plus être gentil. Donnez-moi l'argent, laissez-moi présenter mon projet, je vais vous montrer que je suis incroyable et remarquable. ”

6.2 Provinces des Prairies

Bien que la démographie des Noir·e·s et des personnes racisées dans les provinces des Prairies ait augmenté au fil des ans, il est encore difficile de former les équipes et de pourvoir les postes créatifs clés avec des personnes issues des communautés sous-représentées. Il est d'autant plus difficile pour les talents sous-représentés de bâtir une communauté dans l'industrie de leur région.

“ Il y a si peu de personnes racisées dans l'industrie ici. On se sent très isolé·e·s. Il est également difficile de trouver des technicien·ne·s racisé·e·s à embaucher pour les productions. J'apprécie vraiment cette opportunité de parler avec d'autres personnes et de créer un réseau. ”

6.3 Québec

Il existe des défis uniques pour les communautés noires, racisées, 2SLGBTQIA+ et les personnes en situation de handicap au Québec. La réponse unanime de ces communautés est qu'elles font face à de plus grands défis pour obtenir une représentation authentique au Québec que dans le reste du Canada. Il y avait un pessimisme quant à la capacité de réaliser des changements, alors que dans le reste du pays il y avait plutôt un optimisme que les premiers pas vers le progrès sont faits. Ce projet n'a pas pour but d'examiner les raisons pour lesquelles ces personnes se sentent ainsi, mais la recherche se concentre plutôt sur ce qu'elles ressentent. Il existe des raisons historiques et culturelles pour lesquelles la société et les médias québécois abordent l'authenticité et la représentation différemment du reste du pays. Indépendamment de ces raisons, les personnes consultées au Québec ont tout de même l'impression qu'il existe des problèmes de représentation qui ne sont pas abordés, plus qu'ailleurs au Canada.

“ Au Québec, l’une des principales préoccupations est de s’assurer que la culture québécoise reste vivante et il y a cette tendance à penser que les personnes d’autres origines n’en font pas partie, qu’elles ne sont pas capables de faire vivre cette culture. Je suis né·e ici. Toutes mes références sont québécoises. Il n’y a donc aucune raison pour que je ne puisse pas être un vecteur de cette culture, même si j’ai d’autres influences. C’est très difficile de dépasser cela. ”

“ Ils/Elles essaient de protéger la culture francophone québécoise. C’est comme s’ils/elles disaient ‘on se bat pour notre culture, on n’a pas le temps pour vous’. ”

“ Je suis entièrement bilingue. Dans une culture anglophone, nous avons une ouverture à nous parler sans détour alors que dans la culture francophone on va tourner autour du pot 18 fois avant de pouvoir dire ‘c’est ça le problème’ parce qu’on veut éviter le conflit, on veut s’assurer que tout le monde comprend ce qu’on veut. Je trouve cela problématique, car nous avançons trois fois moins vite et nous incluons trois fois moins de personnes parce que nous ne reconnaissons pas les problèmes qu’elles rencontrent. ”

“ Les films dans lesquels je me suis reconnu·e ne sont pas des productions québécoises et cela me choque, car c’est dans des contextes étrangers que je me reconnais. ”

“ À Montréal, je peux rencontrer des gens auxquels je n’ai normalement pas accès, des Iranien·ne·s, des Coréen·ne·s, etc. Nous avons de la richesse ici, mais nous n’avons pas accès à ce média qui reflète notre lieu de vie, aussi riche, varié, et coloré qu’il est. Et nous pourrions nous attacher à cette identité plurielle pour en faire quelque chose et faire de cette diversité un outil puissant qui nous définit en tant que société. ”

“ J’ai grandi au Québec, je suis née au Québec, mes parents sont arrivés ici quand ils étaient très jeunes, alors j’ai vraiment grandi avec la culture québécoise, mais je ne me voyais pas vraiment à la télévision en grandissant. J’ai décidé d’étudier le cinéma parce que j’aime le cinéma et les histoires universelles. Assez rapidement dans mes études, j’ai réalisé qu’il manquait beaucoup de personnages issus de la diversité et cela m’a beaucoup motivé. J’ai réalisé à quel point je manquais de quelque chose car, en grandissant, je ne me voyais jamais à l’écran. ”

“ Si vous allez du côté anglophone, les communautés sont plus structurées et organisées et elles frappent à la porte plus régulièrement. Au Québec, je trouve que nous avons traversé une longue période de noirceur, une perte de temps, avec des portes fermées qui ont empêché le développement de nouveaux talents derrière et devant les caméras. Les gens ont changé d’emploi et ont quitté la province parce qu’il n’y avait pas d’opportunités. Vous n’allez pas rester assis-e pendant dix ans à attendre que quelqu’un vous écoute. Je pense donc que nous avons perdu une génération de personnes qui auraient pu être les mentors d’aujourd’hui. ”

La recherche a d’abord permis de constater une différence entre le Québec et le reste du Canada dans la réponse des participant·e·s aux efforts de communication. Environ la moitié des participant·e·s basé·e·s au Québec ont choisi de participer en anglais. Veuillez consulter l’annexe B pour une répartition démographique plus détaillée. L’équipe de recherche a creusé davantage et, en réponse à des interrogations, les raisons fournies par les participant·e·s comprenaient le fait que le vocabulaire des sujets abordés était plus accessible en anglais, mais aussi une préoccupation concernant l’accent ou le vocabulaire des francophones qui ne sont pas nés au Québec. Par conséquent, il y a eu moins de groupes de discussion francophones que prévu, mais les francophones ont participé en anglais à travers les autres groupes de discussion.

“ C’est surtout le fait que parler de genre et de sexualité est beaucoup plus confortable en anglais qu’en français. Il y a des mots et des spécificités, j’ai l’impression que peut-être les choses peuvent passer beaucoup plus facilement avec l’anglais. Le français que je parle n’est pas forcément le français québécois. ”

6.4 Directives pour les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs

- Bien qu’il y ait beaucoup de travail à faire dans toutes les régions du Canada, certaines régions semblent avoir une représentation encore moins authentique dans l’industrie et dans le contenu qui est créé et il faudra des efforts supplémentaires et ciblés pour rééquilibrer la situation.
- Plutôt que d’évaluer l’exactitude des déclarations ou les efforts en cours dans les régions, pensez aux sentiments que les participant·e·s expriment et à la façon dont les personnes occupant des postes décisionnels peuvent dialoguer avec eux/elles. Le dénominateur commun est que les participant·e·s dans les régions ne se sentent pas écouté·e·s. Une première démarche importante consiste donc à ouvrir le dialogue avec les diverses communautés sous-représentées, soit par le biais d’organisations communautaires, soit, si elles n’existent pas, par le biais d’individus travaillant dans l’industrie.

Conclusion Et Prochaines Étapes

“ En fin de compte, il s’agit de refléter ce que nous voyons dans le monde réel. Il ne s’agit pas d’un concours de traumatismes. ”

Pour de nombreux participant·e·s à cette consultation, c’était la première fois que quelqu’un leur demandait ce qu’ils/elles pensaient de ce qu’ils/elles voyaient sur les écrans canadiens ou sur tout autre écran. C’était la première fois qu’ils/elles rencontraient des personnes comme eux/elles et avaient des conversations avec d’autres personnes qui partageaient leurs préoccupations et leur vécu. Cela a eu un impact et a même changé la vie de certain·e·s. Ils/Elles ont souvent plus de points communs entre eux que de différences. **Être vu·e** a rassemblé ces similitudes et cette solidarité dans le présent Rapport sur les thèmes principaux. Tandis que les rapports complémentaires exploreront plus en profondeur les communautés afin de mettre en lumière leurs différences et les préoccupations qui leur sont propres, **le rapport principal** insiste sur les nombreux rêves, espoirs et objectifs que partagent les communautés sous-représentées, y compris celui d’être un jour pleinement visibles sur nos écrans.

Avec **Être vu·e**, le BÉN entamera une conversation sur la façon d’aborder l’oppression systémique dans le secteur audiovisuel, de créer davantage d’opportunités et, enfin, de produire une variété de contenus authentiques que les publics recherchent. Il s’agit d’une étape importante qui pourra être élargie pour inclure davantage d’identités (par exemple, les identités religieuses) et évoluer pour intégrer de nouvelles idées et de nouveaux apprentissages à mesure que nous relèverons les défis.

Il est recommandé que les diffuseurs, les plateformes numériques, les services de diffusion en continu, les bailleurs de fonds et les distributeurs collaborent pour élaborer des stratégies visant à respecter les directives et à fournir une réponse commune aux créateurs/trices et aux producteurs/trices. Cela garantira un consensus et une mise en application rapide et réfléchie des directives, au lieu d’essayer de les intégrer juste avant qu’un projet n’arrive sur le marché. Le consensus réduira les délais pendant le développement ou la production et garantira que l’impact sur les budgets sera cohérent entre les parties prenantes.

Il existe actuellement des formulaires d’auto-identification distincts pour de nombreuses parties prenantes. Une collaboration concernant les définitions et les formulaires faciliterait la mise en application des directives et favoriserait une plus grande transparence, un processus d’examen plus fluide et une meilleure collaboration entre les parties prenantes.

On s’attend à ce que ces prochaines étapes contribuent largement à soutenir le changement structurel que les directives visent à initier. Le BÉN a l’intention de travailler avec les partenaires de l’industrie pour former un réseau de collaboration en vue de la mise en œuvre de ces directives.

Annexe A – Méthodologie

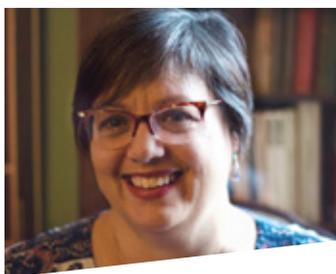
L'équipe de recherche

L'équipe de recherche a été constituée par la chercheuse principale de manière à être représentative des communautés consultées. Elle couvrait également un éventail d'expériences (certaines dans l'industrie, d'autres dans le milieu universitaire) et de compétences (recherche, participation communautaire, administration, technologie). La chercheuse principale a encadré et géré l'équipe, afin d'encourager le développement d'une réserve de talents de recherche plus diversifiée.

Research Team



Joan Jenkinson
Directrice Exécutive du BÉN



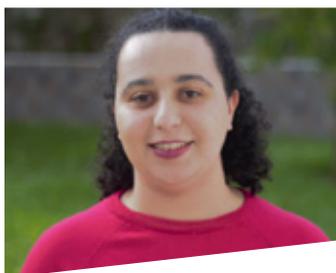
Kelly Lynne Ashton
Chercheuse Principale



Shaquille Bulhi
Chercheur Adjoint



Shubham Maini
Chercheur Adjoint



Rime El Jadidi
Chercheur Adjointe



Yimi Poba-Nzaou
Chercheuse Junior



Masoumeh Hashemi
Chercheuse Junior



Christine Wu
Chercheuse Junior

Le comité éditorial a été constitué par la directrice exécutive du BÉN pour conseiller l'équipe de recherche dans l'élaboration du plan de rayonnement, dans la formulation des questions des groupes de discussion, dans l'aide au rayonnement et dans la conception et la rédaction du rapport. Il a également été conçu de manière à être représentatif des communautés consultées.

Comité éditorial

Miryam Charles
Ravida Din
Anthony Jiwa
Nilesh Patel
Ken Tsui
Kim Wilson

Méthodologie de recherche

La recherche a été menée en trois phases:

- Recherche littéraire;
- Groupes de discussion par Zoom avec des membres de l'industrie et des membres des communautés;
- Entretiens individuels pour explorer les questions soulevées dans les groupes de discussion ou pour combler les lacunes dans la représentation des groupes de discussion.

Cette recherche a permis à l'équipe de recherche de découvrir quelles autres études sur la représentation dans les médias audiovisuels existaient dans les territoires anglophones et l'a aidée à formuler les questions et les plans de communication. Les résultats de la recherche littéraire sont disponibles à l'adresse www.etrovu.ca. Au cours de cette phase de recherche, l'équipe a également établi une liste d'organisations communautaires et professionnelles à travers le pays et dans les identités cibles, aux fins des groupes de discussion.

La campagne de communication pour les groupes de discussion de l'industrie s'est déroulée par le biais des canaux du BÉN, des bailleurs de fonds et des partenaires de l'industrie (par exemple, DGC, ACTRA, BIPOC TV et Film) et les groupes de discussion ont eu lieu de mai à juin 2021. Les groupes de discussion de l'industrie ont été répartis par identité, certains groupes réunissant des membres de l'ensemble de l'industrie alors que d'autres étaient réservés aux scénaristes, aux producteurs/trices, aux créateurs/trices de médias numériques interactifs ou aux créateurs/trices de médias pour enfants. Les groupes de discussion ont été ajustés en fonction des réponses, des groupes ayant été ajoutés en raison des taux d'inscription élevés, ou fusionnés avec d'autres groupes en raison de faibles taux d'inscription. Les groupes de discussion ont été divisés en plusieurs salles virtuelles lorsqu'il y avait plus de 15 personnes inscrites afin de limiter les discussions à une salle de 8 à 12 participant·e·s. Les salles virtuelles étaient divisées par identité, catégorie d'emploi ou niveau d'expérience, en fonction des données démographiques des personnes inscrites. Les personnes étaient rémunérées pour leur participation. Mais même si elles étaient autorisées à s'inscrire à plus d'un groupe de discussion, elles n'étaient payées qu'une seule fois. Plusieurs personnes se sont inscrites à plusieurs groupes de discussion pour couvrir plusieurs identités (par exemple, Noir·e et 2SLGBTQIA+).

La promotion des groupes de discussion communautaires a été plus difficile que celle des groupes de discussion de l'industrie. De nombreuses organisations communautaires n'ont tout simplement pas répondu malgré des efforts répétés. Pour remédier à la situation, l'équipe de recherche a mis à contribution ses propres réseaux et contacté les participant·e·s aux groupes de discussion de l'industrie pour leur demander de faire jouer leurs propres réseaux, ce qui a donné de meilleurs résultats. De plus, des membres de l'industrie qui avaient manqué les groupes de discussion de l'industrie, ou qui souhaitaient participer sur la base d'un autre

aspect de leur identité, ont également participé aux groupes de discussion communautaires. Comme pour les groupes de discussion de l'industrie, les personnes ont été rémunérées pour leur participation, mais bien qu'elles aient été autorisées à s'inscrire à plus d'un groupe de discussion, elles n'ont été payées qu'une seule fois. Plusieurs personnes se sont inscrites à plus d'un groupe de discussion afin de couvrir plusieurs identités. Les groupes de discussion communautaires ont eu lieu de juillet à août 2021. Notez que des groupes de discussion supplémentaires pour les enfants ont également eu lieu de septembre à novembre 2021, mais ils seront traités dans le rapport complémentaire sur les médias pour enfants.

Lors du déroulement des groupes de discussion, l'équipe de recherche s'est appliquée à être inclusive en termes de style de communication et d'expérience technologique. Un technicien Zoom a apporté son soutien et a publié chaque question dans le clavardage. Les participant-e-s pouvaient s'exprimer oralement (caméra allumée ou éteinte) ou par écrit. Des interprètes LSQ et ASL ainsi que des sous-titres ont été engagé-e-s pour les groupes de discussion qui en nécessitaient. Les participant-e-s avaient également la possibilité d'envoyer leurs réponses par écrit après le groupe de discussion. L'équipe était réactive et si les questions ne trouvaient pas d'écho ou devaient être affinées, elles étaient alors révisées pour les groupes de discussion ultérieurs. Les questions ont également été adaptées aux préoccupations spécifiques de différentes identités ou pour approfondir des sujets qui avaient été soulevés lors de groupes de discussion précédents. Si le groupe de discussion passait plus de temps sur certaines des questions, toutes les questions n'étaient pas posées dans le but de limiter la durée du groupe de discussion à une heure. Compte tenu de ces éléments, les mêmes questions n'ont pas été posées à tous les groupes de discussion.

Des entretiens individuels ont été menés par l'équipe de recherche afin d'explorer les enjeux, de connaître le point de vue de personnes ayant plus d'expérience dans l'industrie et de couvrir les manques dans la représentation (par exemple, les francophones et les parents 2SLGBTQIA+ étaient particulièrement peu nombreux). Les entretiens ont été menés avec les participant-e-s de l'industrie et des communautés de mai à septembre 2021.

Tous/toutes les participant-e-s ont accepté que les groupes de discussion et les entretiens soient enregistrés, à condition que les enregistrements ne soient utilisés qu'aux fins de la recherche et qu'ils soient supprimés une fois la recherche terminée. Toute information démographique associée à leurs coordonnées sera également supprimée à ce moment-là.

Annexe B – Données Démographiques

Community Participants / Participant·e-s de la communauté :



Industry/Community | Industrie / Communautés :



Community Focus Groups / Groupe de discussions de la communauté :



Interviews / Entrevues :



Industry Participants / Participant·e-s de la industrie :



Language / Langue :



Industry Focus Groups / Groupe de discussions de la industrie :

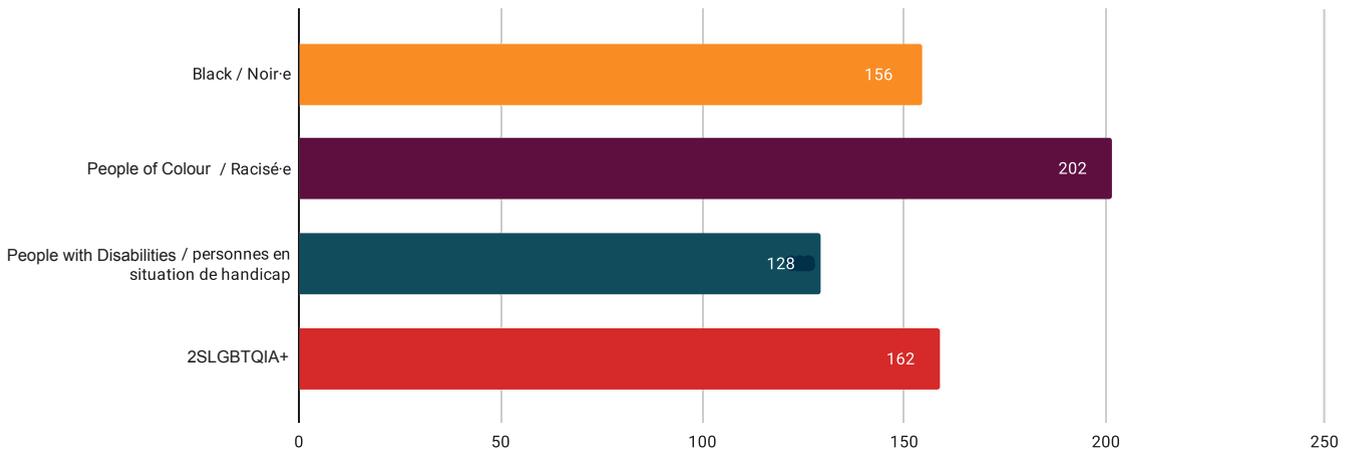


Multiracial Participants:



Target Demographics / Démographies cibles :

To account for intersectionality, the total is more than the number of self-identifying participants.



Annexe C - Glossaire

Notez que, pour de nombreux termes, il existe des divergences d'opinions sur les termes qu'il convient d'utiliser. L'équipe du projet Être vu·e a examiné les études et la littérature existantes et a pris des décisions sur les termes qui semblaient les plus appropriés, mais reconnaît que les termes évoluent et peuvent ne pas convenir à tout le monde.

Créateurs/trices

Dans le contexte de ce rapport, les créateurs/trices sont les cinéastes, scénaristes, réalisateurs/trices, concepteurs/trices de jeux et toutes les autres personnes qui sont des membres clés de l'équipe créative.

DÉI - Diversité, Équité et Inclusion

Parfois appelé DÉID pour inclure la décolonisation ou encore IDÉA pour inclure l'accessibilité. Il s'agit d'un terme général désignant les programmes, les formations et les analyses en matière d'antiracisme, d'anti-oppression et d'équité destinés aux organisations.

Intersectionnalité

L'intersectionnalité est un terme inventé par Kimberlé Williams Crenshaw, bien que basé sur des études antérieures, pour désigner une analyse intégrée de l'oppression qui inclut des facteurs tels que le genre, l'ethnicité, l'orientation sexuelle, le handicap, l'apparence physique et la classe sociale.

Latinx

Latinx est une version non genrée des mots Latino et Latina. Il remplace Hispanique, qui est considéré par certains comme un terme colonial et qui est généralement considéré comme faisant uniquement référence aux personnes hispanophones du Mexique, d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud. Le terme Latinx est généralement défini de manière à inclure également les lusophones du Brésil.

Personne en situation de handicap / Personne vivant avec un handicap

Après consultation des membres de la communauté et des recherches littéraires, le projet a choisi d'utiliser les termes personne en situation de handicap ou personne vivant avec un handicap pour englober toutes les personnes ayant un handicap visible (par exemple, cécité, surdité, handicap physique) ou invisible (par exemple, neurodiversité ou trouble de santé mentale). Une personne peut naître avec un handicap ou celui-ci peut survenir après la naissance. Notez que les personnes ayant un handicap ont souvent des handicaps multiples.

M tis·se (avec un "m" minuscule)

Une identité qui comprend plus d'une seule ethnicité. Cela inclut les personnes ayant plus de deux identités.   ne pas confondre avec M tis (avec un "m" majuscule) qui désigne une personne d'origine autochtone et blanche.

Neurodivergent·e

Une personne qui pense différemment de la majorité de la société (neurotypique). La neurodiversité peut inclure les troubles d'apprentissage, le TDAH, le trouble du spectre de l'autisme, le syndrome de Gilles de la Tourette et le trouble obsessionnel compulsif. La neurodiversité est liée à la façon dont le cerveau s'est développé plutôt qu'à un trouble de santé mentale qui peut être traité.

Non-binaire

Une personne dont l'identité de genre n'est ni masculine ni féminine. Son identité peut être fluide, ou la personne peut s'identifier à la fois au genre masculin et au genre féminin. Un autre terme pour non-binaire est allosexuel·le ou altersexuel·el.

Asiatique de l'Ouest

Le terme géographique d'Asie de l'Ouest est utilisé à la place de Moyen-Orient, car Moyen-Orient est un terme colonial inventé par le ministère britannique des Affaires étrangères et il constitue une description politique plutôt que géographique. by the British Foreign Office and is a political rather than geographic description.

**RAPPORT SUR LES
THÈMES PRINCIPAUX**

Je vous remercie

Directives pour la
création de contenus
authentiques et inclusifs

Bureau de l'écran des Noirs
250 Front St. West, 6th Floor
Toronto, ON M5B 3G5
info@bso-ben.ca
www.bso-ben.ca

