



ÉVALUATION DU SONDAGE DE L'INDUSTRIE SUR LE RÉCIT AUTHENTIQUE

Par AndHumanity Inclusive Marketing, en collaboration avec Dorothy Alexandre, pour le sous-comité de l'industrie sur les récits authentiques de Téléfilm Canada | novembre 2022

Les opinions, constatations, conclusions ou recommandations exprimées dans ce document sont celles des participants et participantes au sondage et/ou des auteurs et autrices de ce rapport. Elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue ou les politiques de Téléfilm Canada ou du gouvernement du Canada, qui ne sont aucunement liés par les recommandations pouvant être contenues dans ce document.

L'information contenue dans ce document ne peut être utilisée ni reproduite, sauf si Téléfilm l'autorise expressément par écrit.

VUE D'ENSEMBLE DU PROJET

Objet

Au printemps 2022, Téléfilm Canada [a annoncé la création d'un sous-comité de l'industrie](#) axé sur les récits authentiques. L'annonce a été faite à la suite d'une réunion entre Téléfilm et son Groupe de travail sur la diversité et l'inclusion.

Téléfilm continue de travailler de concert avec l'industrie pour que les histoires portées à l'écran soient plus représentatives. En collaboration avec l'organisme [AndHumanity](#) et la consultante [Dorothy Alexandre](#), Téléfilm a lancé un sondage dans le but d'en apprendre plus sur ce que les membres de l'industrie font actuellement pour favoriser l'authenticité des récits, et obtenir leurs commentaires sur le rôle que des institutions canadiennes comme Téléfilm peuvent jouer dans l'établissement de pratiques exemplaires.

Comme en témoigne le présent rapport, en réalisant cet exercice, Téléfilm veut :

- savoir comment les personnes qui travaillent dans l'industrie perçoivent l'authenticité des récits;

- en savoir plus sur les moyens que prennent les cinéastes du Canada actuellement pour assurer l'authenticité de leurs récits;
- solliciter des commentaires sur la façon dont les meilleures pratiques existantes pourraient ou devraient être adaptées et/ou s'appliquer à Téléfilm;
- solliciter des idées novatrices à propos de l'authenticité des récits que Téléfilm pourrait approfondir dans l'industrie cinématographique canadienne.

Les membres de l'industrie ayant participé au sondage ont pu fournir des commentaires inestimables sur ce à quoi pourrait ressembler le récit authentique dans le contexte de l'industrie cinématographique canadienne.

Cette rétroaction contribuera à éclairer la façon dont Téléfilm aborde le récit authentique à l'avenir et comment l'institution peut soutenir l'industrie canadienne dans son évolution et en matière d'éducation.

Méthodologie

Au total, **150 personnes ont répondu au sondage**, soit **20 pour le sondage en français** et **130 pour le sondage en anglais**. Téléfilm Canada s'est occupée de solliciter la participation des répondants et répondantes, par le biais d'un avis à l'industrie et d'un courriel envoyé à son groupe de personnes abonnées, en anglais et en français. Le sondage a été envoyé à une soixantaine d'organisations, y compris au Groupe de travail sur la diversité et l'inclusion de Téléfilm Canada et à son comité consultatif de l'industrie, ainsi qu'à des organisations canadiennes œuvrant dans l'industrie du cinéma qui représentent et militent en faveur des communautés sous-représentées. Il a également été envoyé directement à des personnes qui se sont montrées intéressées par le projet.

En ce qui concerne le sondage en anglais, douze répondants et répondantes représentaient des organisations qui s'intéressent plus particulièrement aux questions raciales et d'ethnicité (personnes autochtones, noires et de couleur) et aux questions de genre (personnes qui s'identifient comme des femmes). Dans le cas du sondage en français, quatre répondants et répondantes représentaient des organisations qui s'intéressent plus largement aux groupes en quête d'équité. Parmi les répondantes et les répondants individuels, leurs profils varient en ce qui a trait à l'âge, l'ethnicité, la capacité, le genre et la diversité de genre.

Dans l'ensemble, les organisations ayant participé au sondage et divulgué les détails de leur organisation sont dans les domaines des **médias numériques, des médias indépendants et des compagnies de production** de même que d'autres organisations **défendant principalement des groupes en quête d'équité**.

La plupart des personnes ayant répondu au sondage (plus de la moitié) viennent de l'**Ontario**, puis de la **Colombie-Britannique** en deuxième place (avec un peu moins du quart des répondants et répondantes). Les autres personnes viennent de l'**Alberta**, de **Terre-Neuve-et-Labrador**, de la **Nouvelle-Écosse**, du **Québec**, de la **Saskatchewan** et du **Yukon**.

Les organisations ayant répondu au sondage en français sont majoritairement situées au Québec (voir l'Annexe B) et sont principalement des sociétés de production générale, en plus de quelques organisations représentant des groupes en quête d'équité.

Une répartition géographique des répondants et répondantes en fonction de leur langue première est fournie aux Annexes A et B.

Aussi, en raison d'une influence extérieure qui a fait en sorte que le sondage a été partagé avec des organisations n'œuvrant pas dans l'industrie cinématographique, AndHumanity a constaté que les données colligées le 15 août 2022 (provenant des réponses reçues entre le 11 août et le 15 août 2022) comportaient des résultats blessants attribuables à des pratiques de pollupostage et à un afflux de réponses qui ne semblaient pas généralement refléter les points de vue de l'industrie (comparées aux réponses reçues aux autres dates).-Outre les résultats présentés, AndHumanity n'a pu inclure dans les résultats environ 200 réponses au sondage en anglais et près de 30 réponses au sondage en français. Cela est dû au fait que des personnes ont commencé le sondage mais ne l'ont pas terminé.

Limites du sondage

En présentant ces précieuses conclusions, il importe de souligner également quelques limites du sondage.

Faible taux de réponse : Une des principales limites est le faible taux de réponse des participants et des participantes francophones. Téléfilm avance l'hypothèse que le faible taux de réponse des francophones pourrait être attribuable à des événements extérieurs qui seraient survenus en même temps au sein de l'industrie francophone et auraient détourné l'attention des personnes participantes qui ont oublié de répondre au sondage ou qui n'ont pas eu le temps de le faire.

Questions de sélection : Une autre limite du sondage est l'absence de questions de sélection pour les personnes participantes, attribuable principalement à des contraintes de temps. Pour cette raison, il est possible que les réponses de personnes qui ne font pas spécifiquement partie de l'industrie du cinéma ou de personnes qui n'ont pas utilisé les services de Téléfilm par le passé et/ou ne les utilisent pas actuellement soient également incluses dans les résultats.

Auto-identification :

Les résultats du sondage contiennent très peu de données démographiques au sujet des personnes participantes, outre leur lieu de résidence, leur organisation, s'il y a lieu, et si elles sont francophones ou anglophones. Par conséquent, c'est uniquement lorsqu'une personne s'est auto-identifiée dans les commentaires comme étant en quête d'équité ou comme faisant partie d'une organisation qui milite pour des groupes en quête d'équité, que AndHumanity a été en mesure d'obtenir des données démographiques autres que celles susmentionnées.

Limites de Téléfilm : Désireuse d'aller de l'avant avec le sondage, Téléfilm reconnaît que les limites qui précèdent sont dues à la fenêtre de temps restreinte (notamment par l'utilisation d'une méthode sécurisée pour collecter des données d'auto-identification dans l'environnement du sondage).

SOMMAIRE DES RÉSULTATS

Au total, 150 personnes ont répondu au sondage : 20 en ce qui concerne le sondage en français et 130 pour ce qui est du sondage en anglais. En colligeant les réponses, AndHumanity a constaté qu'il y avait un consensus généralisé autour des thèmes suivants :

Ce qui rend un récit authentique

La plupart des répondants et répondantes sont d'avis que les personnes ayant une expérience vécue devraient être impliquées dans le récit de leur propre histoire. Les réponses varient en ce qui concerne la manière et la mesure dans laquelle cette participation devrait se faire, et il y a un consensus généralisé autour de ce thème parmi les personnes participantes – surtout lorsqu'il est question de l'impact des récits authentiques. Cependant, une minorité pense que l'authenticité des récits devrait être déterminée par les personnes qui les créent, sans égard à leur identité, et que l'authenticité dépend entièrement du résultat.

L'authenticité est synonyme de « vérité »

Il y a un consensus généralisé parmi les participants et les participantes qui pensent qu'en abordant l'authenticité de manière à raconter des histoires honnêtes et vraies, les personnes qui créent les récits peuvent accroître la représentation positive, ce qui est non seulement bénéfique pour l'auditoire, mais permet également d'atteindre un public en dehors de son propre groupe.

L'authenticité est synonyme de « normalisation »

La majorité des participants et des participantes, en particulier les personnes qui sont en quête d'équité, mais également celles qui ne s'auto-identifient pas comme telles, ont indiqué que le récit authentique peut façonner la vie des gens de manière positive. Là encore, bien qu'il y ait un consensus généralisé autour de ce thème, certaines personnes sont d'avis que la « normalisation » peut se manifester par la diversité seulement, alors que d'autres pensent qu'il faut à la fois de la diversité et de l'inclusion, et qu'il est essentiel que les personnes soient activement soutenues et traitées équitablement.

Un financement équitable et durable

La plupart des personnes participantes sont d'avis que le financement a un rôle à jouer pour favoriser l'authenticité des récits et souhaitent que des changements structurels importants soient apportés, bien que leurs réponses varient quant à la teneur de ces changements et à la manière de les mettre en œuvre. La majorité des répondants et des répondantes croient que, pour que les histoires portées à l'écran soient authentiques, il faut changer les méthodes de financement à la base (de l'accès au financement jusqu'à la façon dont les personnes sont impliquées et incluses ou non dans le processus).

La formation

La majorité des personnes participantes sont d'accord sur le fait qu'une formation est nécessaire, bien que les opinions divergent quant à la forme qu'elle devrait prendre et à qui elle devrait s'adresser (par exemple les personnes faisant partie de la culture dominante et/ou les personnes en quête d'équité). En outre, les résultats du sondage suggèrent que, parmi certains répondants et répondantes, il existe un manque de compréhension de ce que l'authenticité des récits implique.

La mise en œuvre des meilleures pratiques

La majorité des suggestions relatives à la mise en œuvre des meilleures pratiques, selon les personnes participantes, tournent autour d'un changement systémique au sein de l'industrie afin d'amplifier les voix des personnes en quête d'équité. De manière générale, cependant, les répondants et répondantes ont fait des suggestions très variées allant de l'approche systémique aux changements qui concernent spécifiquement la diversité.

THÈMES DES RÉPONSES AU SONDAGE

Cette section présente un résumé des thèmes et des principales recommandations des personnes ayant participé au sondage. Pour que l'information sur les thèmes couverts soit claire et immédiatement accessible, ceux-ci ont été **ventilés en fonction des questions** auxquelles ils se rapportent et des **données démographiques** disponibles, le cas échéant.

Ce qui constitue un récit authentique

Comment définiriez-vous le récit authentique? Quels sont les rôles et les responsabilités de l'équipe de création du contenu? De quelles façons assurez-vous actuellement l'authenticité des récits? À l'heure actuelle, quels sont les défis à surmonter et les lacunes à combler pour assurer l'authenticité des récits dans l'industrie canadienne du cinéma? Comment l'industrie canadienne du cinéma pourrait-elle renforcer l'authenticité des récits?

La plupart des participants et des participantes au sondage s'entendent pour dire que les personnes ayant une expérience vécue devraient être impliquées dans le récit de leur propre histoire. Ce thème trouve surtout un écho chez une diversité de personnes en quête d'équité, notamment celles qui ont explicitement déclaré qu'elles s'auto-identifient comme des femmes, des personnes des communautés 2LGBTQIA+, des personnes autochtones, noires et de couleur ou ayant un handicap.

Quelques participants et participantes ont également indiqué qu'il faut apporter des nuances à cette approche en tenant compte de l'étroitesse du lien qui existe entre la personne et la communauté sur laquelle porte l'histoire.

Expérience vécue : Lorsqu'on a demandé aux participants et participantes de définir le récit authentique ainsi que les rôles et les responsabilités des créateurs et créatrices de contenu, l'expérience vécue est un thème majeur qui revient (et qui est également abordé dans les réponses à d'autres questions). Autrement dit, les participants et participantes affirment que les **histoires devraient être écrites par des membres de la communauté qui partagent la même expérience vécue**, et non pas être racontées par quelqu'un d'autre. De plus, à leur avis, les personnes qui participent au processus créatif devraient comprendre la responsabilité qui leur incombe quand elles présentent à l'écran des personnes et des groupes sous-représentés en particulier. Selon les répondants et répondantes, **en l'absence d'expérience vécue**, les **histoires culturellement inexactes** peuvent causer des préjudices et **perpétuer les stéréotypes**.

Par ailleurs, les participants et participantes pensent que l'expérience vécue elle-même peut varier considérablement. Cet aspect a été soulevé dans les réponses qui suggèrent que les différentes façons de vivre les dimensions de l'identité et les différents degrés de proximité avec les communautés ont une incidence sur l'authenticité du récit. Par exemple :

- **Expérience vécue directe avec un lien fort** (p. ex. une personne née et élevée dans une culture spécifique avant de s'établir au Canada, d'où une sensibilité nuancée à la diversité propre à cette culture);
- **Expérience vécue directe avec un lien faible** (p. ex. une personne de la deuxième génération née au Canada qui peut voir et interpréter le monde d'un point de vue eurocentrique ou « canadien »);
- **Sans expérience vécue directe**, mais connaissant bien la communauté.

De même, pour d'autres participants et participantes, il y a certaines nuances à faire à propos de l'expérience vécue et de la manière dont la sensibilité interculturelle agit sur l'authenticité du récit. Pour ces personnes dont la majorité sont créatives, ou pour la plupart des organisations militant pour les personnes autochtones, noires et de couleur, la **sensibilité interculturelle à l'égard de l'expérience vécue** repose sur les concepts suivants :

- **La prise de conscience**
 - Prendre le temps de se demander si la personne qui raconte l'histoire est la meilleure personne pour le faire, tout en cherchant à savoir à qui revient la propriété intellectuelle du contenu et si cette personne possède une expérience vécue.
- Assimiler les concepts de **changement social** dans le processus de création du récit, et engager une action concrète pour apporter ce changement (par exemple les enjeux structureaux, le pouvoir, les privilèges).

- Comprendre la **représentation** de soi et d'autrui :
 - Par exemple, la représentation crée-t-elle un préjudice?
- **Responsabilisation et responsabilité** envers l'histoire qui est racontée et la communauté concernée.

De plus, les organisations qui militent en faveur des personnes autochtones, noires et de couleur et qui collaborent avec elles ont mentionné qu'il existe des **nuances dans la communauté** quand il est question d'expérience vécue. Ces organisations sont particulièrement interpellées par les questions entourant leur propre approche pour assurer l'authenticité des récits et par les lacunes qu'elles constatent dans l'industrie.

- **Liens avec la communauté** : Pour quelques participants et participantes, l'histoire doit être soutenue par le groupe en quête d'équité dont l'expérience vécue est présentée, et trouver un écho auprès de celui-ci. Cependant, les personnes participantes ont noté qu'avoir des liens avec la communauté qui les intéresse et envers laquelle elles ont un engagement n'est pas quelque chose d'homogène. Par exemple, une personne crie ne peut raconter l'histoire d'une personne appartenant à la nation des Salish de la Côte, surtout si elle n'a aucun lien avec cette nation. Ainsi, les **liens avec l'expérience vécue doivent être spécifiques**.
- **Iniquités dans la communauté** : Pour d'autres personnes participantes, la reconnaissance des iniquités qui existent au sein d'une même communauté fait également partie intégrante de l'expérience vécue qui atteste la diversité dans la communauté elle-même. Par exemple, des organisations ont abordé cette question dans le contexte des groupes et des personnes noires ainsi que des enjeux raciaux en général. Elles soulignent qu'il existe encore des privilèges fondés sur la couleur de la peau au sein des communautés elles-mêmes (c.-à-d. du colorisme) en matière de qui profite ou non des opportunités offertes. Ainsi, selon ces personnes participantes, Téléfilm Canada doit **amplifier les voix et les expériences des personnes qui sont souvent effacées au sein d'une communauté** en réfléchissant à la façon d'aborder le travail créatif avec les personnes qui ont l'expérience vécue afin d'assurer l'authenticité des récits.

Recherche approfondie et consultation : À la question visant à savoir comment assurer l'authenticité des récits, beaucoup de participants et de participantes qui ont déjà créé du contenu portant sur l'expérience vécue d'autres personnes (par exemple des personnes non handicapées ayant créé du contenu à propos de personnes handicapées) ont mentionné avoir mené une **recherche exhaustive**. Pour ces répondants et répondantes, la recherche fait partie des responsabilités qui incombent aux créateurs et créatrices de contenu. C'est une pratique qu'ils et elles appliquent d'emblée pour assurer l'authenticité du récit et, de manière générale, un élément qui s'inscrit dans la définition du récit authentique. Selon ces participants et participantes, cette étape est particulièrement importante lorsque l'expérience vécue n'est pas présente dans le processus de création du récit. Ainsi, procéder à une recherche approfondie sur un sujet permet de saisir dans le récit toutes les nuances dont on pourrait autrement ne pas avoir connaissance. Pour ces participants et participantes, pouvoir **raconter les histoires d'un autre point de vue**, c'est-à-dire pas nécessairement du point de vue de la communauté elle-même mais de celui d'une personne de l'extérieur, permet de diversifier la façon dont les histoires sont racontées davantage que si elles étaient toujours racontées du point de vue de la personne ayant vécu l'expérience personnellement. Toutefois, les participants et participantes ont mentionné que la question de savoir **comment procéder pour faire de la recherche sur une bonne histoire** et quelle est la norme en cette matière constitue une lacune dans l'industrie.

À ce titre, des participants et participantes sont d'avis qu'**au-delà de la recherche, il faut intégrer l'expérience vécue par le biais de personnes offrant des services de consultation**. Cela est également nécessaire pour assurer un certain degré de rigueur à la recherche en incluant l'expérience vécue à la première personne. D'autres participants et participantes ont aussi avancé la possibilité **d'impliquer dans le travail créatif des consultants et des consultantes ayant l'expérience vécue** afin d'assurer que l'inclusion et l'authenticité du récit reposent sur des valeurs globalement partagées. Comme le suggère la citation suivante :

« Nous devrions continuer à développer l'authenticité comme valeur culturelle au sein de l'industrie, et y donner l'attention et le financement nécessaires. »

Dans le même ordre d'idées, les participants et participantes suggèrent également que les consultants et consultantes ayant une expérience vécue devraient avoir des rôles spécialisés dans l'industrie, similaires à ceux responsables de coordonner les scènes d'intimité. Toutefois, pour les participants et participantes en quête d'équité, il faut prévoir un budget pour que les personnes offrant des services de consultation soient payées équitablement et qu'elles obtiennent des droits pour la propriété de l'histoire elle-même. Par conséquent, de nombreuses personnes participantes déclarent que travailler avec des consultants et des consultantes ne doit pas être

considéré comme un geste purement symbolique, mais comme un geste qui appelle à une profonde implication dans la production et qui est **équitable dans son approche**.

Cocréation : Malgré le rôle important que jouent la recherche et les personnes offrant des services de consultation, la majorité des participants et des participantes qui s'auto-identifient dans le sondage comme étant en quête d'équité ou qui font partie d'organisations qui militent pour les groupes en quête d'équité ont soulevé la question de la cocréation de façon répétée. Pour ces personnes, cocréer avec ceux et celles qui ont l'expérience vécue est une approche importante qu'elles mettent elles-mêmes en pratique pour assurer l'authenticité des récits, mais la cocréation est également considérée comme un rôle et une responsabilité qui incombent aux organismes de financement et aux créateurs et créatrices de contenu.

De plus, les participants et participantes considèrent la cocréation comme une lacune ou un défi à relever dans le secteur. Par exemple, une des organisations qui s'identifie comme représentant les cinéastes noir.e.s et de couleur considère que l'industrie est actuellement limitée à **des consultants et des consultantes pigistes qui n'ont aucun droit de veto** sur le travail créatif, ce qui démontre l'importance de la cocréation pour favoriser l'authenticité du récit, mais aussi pour accorder aux groupes en quête d'équité dont l'expérience vécue inspire l'œuvre les droits de propriété intellectuelle.

Selon les personnes participantes, la cocréation permet :

- d'établir des **relations** avec la communauté;
- de créer un environnement **collaboratif** qui ne cause pas de préjudices, notamment en reconnaissant le travail de toutes les personnes qui collaborent et en leur octroyant les crédits et droits afférents à leur travail (p. ex. les droits de propriété intellectuelle);
- d'intégrer les **groupes en quête d'équité à tous les niveaux**, tant devant que derrière la caméra, tout en mettant l'accent sur l'inclusion dans les rôles décisionnels.

L'histoire elle-même : Une minorité de participants et de participantes, composée en grande partie de personnes dont les données ont été colligées le 15 août (date à laquelle une influence extérieure a donné lieu à un afflux de réponses malfaisantes) et qui ne s'identifie pas comme en quête d'équité, pense que l'authenticité des récits devrait être déterminée par les créateurs et créatrices, et dépendre entièrement de l'histoire elle-même.

Pour ces participants et participantes, l'authenticité réside dans le processus de création et, par conséquent, **une histoire, peu importe qui la crée, est authentique**

en soi. Au lieu d'augmenter les représentations positives, ils et elles pensent que l'authenticité des récits répond à un agenda politique et que les personnes devraient être libres de créer les histoires de leur choix. Leurs réponses indiquent que l'authenticité ne doit tenir compte que de la qualité de l'histoire, et non pas du fait qu'elle implique des expériences vécues ou non.

Un petit nombre de répondants et répondantes qui s'auto-identifient explicitement comme étant en quête d'équité ont également insisté sur la qualité de l'histoire. Ces répondants et répondantes, qui préfèrent se concentrer sur l'histoire plutôt que sur l'expérience vécue, ont déclaré ne pas vouloir se limiter à écrire des histoires basées sur leurs propres expériences vécues.

Une nuance a également été apportée concernant la nécessité de s'en tenir à l'expérience vécue lorsque des groupes en quête d'équité sont concernés, mais que ce n'est pas nécessairement le cas quand il s'agit de représenter la culture dominante. Par exemple :

« Je ne crois pas que si vous êtes une femme, vous ne pouvez créer que des personnages féminins et qu'il vous faut consulter un homme pour inclure un personnage masculin dans la distribution. J'estime cependant que, pour dépeindre une communauté... avec équité..., il faut des membres de ce groupe dans l'équipe de création et chez les détenteurs de droits du projet. Vous devriez pouvoir répondre à la question : " Pourquoi serais-je LA personne qui raconte cette histoire? " »

De plus, les répondants et répondantes ont le sentiment que les personnes ayant une expérience vécue **ne devraient pas être obligées de créer des histoires racontant leur propre traumatisme ou expérience personnelle**, mais qu'elles devraient plutôt avoir la possibilité de raconter des histoires en soi.

C'est un thème récurrent parmi certains des créateurs et des créatrices en quête d'identité et les personnes qui ne s'identifient pas comme telles, dans leurs réponses au sondage. De leur point de vue, c'est important de raconter toute histoire qui présente un intérêt selon le principe de la **liberté d'expression** et d'éviter de censurer ou de policer son contenu, comme le soulignent les citations suivantes :

"Selon moi, un créateur n'a pas, à priori, de responsabilité, sauf celle qui consiste à être authentique avec soi-même et par conséquent avec ce qu'il raconte. Après, son œuvre sera détruite ou portée aux nues, c'est le public et les critiques qui en décideront. Attention qu'en voulant bien faire, on ne finisse par créer une police de la censure : les créateurs, qui ne sont ni journalistes ni documentaristes, doivent pouvoir s'exprimer librement."

« Je pense qu'on risque une lacune de diversité, en fait de points de vue et de liberté d'expression, en refusant à d'autres de manifester leur curiosité en explorant par des moyens cinématographiques un sujet qui les intéresse vivement. »

Selon ces personnes, un récit authentique est un récit dont aucune barrière, limite ou interdiction ne vient entraver l'approche. Par exemple :

« ...il n'y a aucune barrière, aucun interdit, aucune limite à ce qu'un créateur puisse aborder n'importe quel sujet. »

« On peut écrire ce qu'on veut, ce qu'on souhaite et ce qu'on imagine sans brider son esprit créatif. Il n'est pas nécessaire de se reconnaître dans une identité pour écrire à son sujet. »

Il existe un écart important entre les perspectives de ces répondants et répondantes, qui perçoivent le récit authentique comme une restriction ou un mandat imposé, ou plutôt comme un concept, une opportunité ou une pratique exemplaire.

L'authenticité est synonyme de « vérité »

Comment définiriez-vous le récit authentique? Comment l'authenticité des récits peut-elle augmenter les représentations positives de communautés et de groupes traditionnellement sous-représentés? Pensez-vous que des histoires racontées avec authenticité peuvent permettre à un projet d'élargir son auditoire et de se démarquer sur la scène internationale? Si oui, de quelle façon?

Il y a un consensus généralisé chez les participants et participantes selon lequel aborder l'authenticité dans le but de raconter des histoires honnêtes et vraies peut accroître la représentation positive, ce qui est non seulement bénéfique pour l'auditoire, mais permet d'atteindre un public au-delà de son propre groupe.

Le lien entre la vérité et le récit authentique est soulevé dans différents contextes par les participants et participantes dans leurs réponses à la plupart des questions. En soi, le récit authentique est considéré comme représentant la vérité. C'est également un concept qui augmente la représentation positive, ce qui a un effet

bénéfique sur l'auditoire et une portée au-delà de son propre groupe. Raconter la vérité est également considéré comme la responsabilité des créateurs et créatrices de contenu, et c'est quelque chose qu'un grand nombre de participants et participantes mettent en pratique d'emblée. Il importe de souligner que la vérité est un concept subjectif et que les répondants et répondantes ont des compréhensions différentes de ce qu'est la vérité et de la façon dont elle se manifeste dans le récit authentique.

Fiction vs non-fiction

Le récit authentique est souvent défini en relation avec le récit non fictif. Bien que ce ne soit pas le cas pour l'ensemble des participants et participantes, qui sont plusieurs à reconnaître que **les œuvres de fiction sont également des récits authentiques**, cela peut témoigner d'une **possible impression que la « vérité » ne peut être présentée que dans des œuvres non fictives**. Par exemple, une personne a souligné que :

« Un élément clé [du récit authentique] implique une quête obsessionnelle de l'hyperréalisme. Les documentaires, le cinéma représentatif (dans lequel les membres clés de l'équipe créative racontent leur propre histoire et/ou une histoire culturelle), les films biographiques, les docudrames, etc., en sont des exemples. »

La vérité multidimensionnelle

De nombreux participants et participantes ont aussi souligné l'importance de représenter positivement les groupes en quête d'équité, à la fois pour contribuer à éliminer les stéréotypes néfastes, créer un espace qui montre que d'autres options sont possibles et présenter un point de vue nouveau et respectueux. Toutefois, selon quelques répondants et répondantes, il est également important de représenter les groupes en quête d'équité comme étant **multidimensionnels, avec leurs défauts et leurs qualités**, plutôt que de ne présenter qu'un point de vue binaire ou unidimensionnel. Ce sujet sera abordé plus en détail plus loin dans le rapport.

La spécificité est universelle

La majorité des participants et participantes sont d'accord pour dire que la vérité dans le récit permet aussi d'atteindre un public autre que le groupe spécifique sur lequel porte l'histoire. C'est le cas pour les participants et participantes qui ont exprimé la nécessité d'avoir des histoires diversifiées dans la communauté mondiale, tout en laissant entendre que le Canada a du retard à ce chapitre. Pour plusieurs, les histoires qui racontent des expériences humaines universelles, peu importe leur degré de spécificité, permettent d'atteindre un plus large public et augmentent les

chances de se démarquer sur la scène internationale. Les participants et participantes ont également mentionné que la **résonance émotionnelle** est un élément qui contribue à rejoindre de plus vastes auditoires. C'est pourquoi, plutôt que d'essayer d'aborder les histoires d'un point de vue stéréotypé et « standard » qui **priorise la culture dominante**, il vaut mieux adopter une optique qui est **interculturellement sensible et culturellement diversifiée**.

L'authenticité est synonyme de « normalisation »

Comment l'authenticité des récits peut-elle augmenter les représentations positives de communautés et de groupes traditionnellement sous-représentés? En quoi peut-il être bénéfique pour le public de voir des histoires racontées de manière authentique et inclusive?

Les participants et participantes ont indiqué que le récit authentique façonne la vie des gens de manière positive.

La majorité des participants et participantes font cette affirmation dans une optique de diversité (être présent en soi), alors que d'autres abordent ce thème du point de vue de la diversité et de l'inclusion (être également soutenu activement et traité équitablement).

Quand il est question de l'impact du récit authentique, la majorité des participants et participantes en quête d'équité croient qu'il peut augmenter la représentation positive. Cependant, il est admis également que les groupes en quête d'équité peuvent ressentir le besoin de « normaliser » leurs histoires en fonction de la culture dominante, en raison de l'oppression systémique passée et actuelle. Les participants et participantes expriment ainsi qu'atteindre une véritable authenticité des récits pourrait se révéler un processus complexe et continu, compte tenu des défis que pose l'oppression systémique.

Cela dit, les participants et participantes suggèrent que le récit authentique remet en question la perception qu'ont les auditoires des groupes en quête d'équité pour les raisons suivantes :

Façonner les esprits

Les répondants et répondantes croient que la réalité des gens et la façon dont ils perçoivent les choses sont façonnées par ce qu'ils voient dans les médias. Les

histoires qui ne sont pas authentiques contribuent à perpétuer les préjugés, comme le souligne la citation suivante :

« Les humains pensent qu'une bonne partie de ce qu'ils voient au cinéma est vrai. Si nous ne cessons de répéter les mêmes stéréotypes néfastes, nos vies quotidiennes continueront d'être minées par la discrimination, le jugement et la peur. »

Par contre, quand une histoire véritablement authentique est racontée, les participants et participantes croient qu'elle peut être bénéfique pour l'auditoire en créant un espace pour **guérir, éduquer** et se familiariser avec la **réalité actuelle des groupes en quête d'équité**.

Nuance et complexité

Les participants et participantes sont également d'avis que le récit authentique **normalise le fait de voir des histoires diversifiées et nuancées**. Cela se produit lorsqu'une représentation multidimensionnelle raconte une histoire entièrement vraie, complexe et nuancée. En ne regardant que le positif :

« nous finissons par rechercher des histoires qui sont des représentations sans danger et non problématiques dressant un portrait flatteur de la communauté... un récit authentique n'a pas à être positif et, en fait, nous ne devrions jamais restreindre la capacité d'un ou d'une artiste marginalisé.e à raconter son histoire embrouillée, négative et peut-être problématique, car l'inverse a pour effet de minimiser les réalités des communautés sous-représentées et de les présenter comme des personnes sans pouvoir d'agir ou manquant de dynamisme ».

Par conséquent, les participants et participantes sont préoccupés par l'utilisation du mot « positif » dans le libellé de la question. Les participants et participantes ne croient pas que raconter la vérité se résume à montrer une représentation positive, mais plutôt à montrer la vérité pleine et entière. Ils et elles ont insisté sur le fait que présenter des **personnages en quête d'équité qui ont des défauts, qui sont controversés et imparfaits** contribue à créer des espaces où les personnes peuvent **réellement être elles-mêmes** au-delà de l'écran.

L'impact de la « normalisation »

Grâce à la représentation positive et aux bénéfiques que les auditoires en retirent, les participants et participantes croient que les **réécits authentiques ont des répercussions sur trois plans** :

1. **Empathie (l'effet « fenêtre »)** : Certains des participants et participantes mettent l'accent sur l'empathie qui est créée lorsque des réalités différentes ou qui ne sont pas souvent racontées sont présentées dans des histoires. Ceci contribue à humaniser les personnes que l'on voit à l'écran. C'est particulièrement vrai pour les personnes qui sont étrangères à la

communauté ou qui font partie de la culture dominante, car cela les aide à faire preuve d'empathie et d'ouverture à l'égard des gens qui ont une vision du monde différente de la leur.

2. **Validation (l'effet « miroir »)** : D'autres participants et participantes suggèrent que, pour les personnes en quête d'équité, voir une représentation qui leur apparaît authentique a un effet de validation. Cela crée un sentiment de fierté envers la communauté dont elles font partie.
3. **Opportunités d'avancer** : Pour les derniers participants et participantes qui ont mis ce thème de l'avant, les récits authentiques peuvent également créer un espace permettant d'agir activement pour changer les réalités des groupes sous-représentés. Ainsi, la création d'histoires authentiques peut avoir un **effet bénéfique réciproque** en offrant plus d'occasions édifiantes **au sein même de la communauté**.

Un financement équitable et durable

Quels sont le rôle et la responsabilité des organismes de financement quant à l'authenticité des récits?

La majorité des répondants et répondantes qui ont abordé la question du financement s'entendent pour dire que les organismes de financement ont un certain rôle à jouer et une part de responsabilité en matière d'authenticité des récits. La plupart ont parlé des organismes de financement abordant la façon dont ils fonctionnent et exercent leurs activités, en mettant l'accent sur les possibilités de changement au niveau structurel. Ces répondants et répondantes comprennent des organisations dont le travail consiste à militer pour des groupes en quête d'équité, des organisations qui se concentrent sur la production du point de vue de la compétence culturelle, ainsi que des créateurs et créatrices de contenu indépendants. Bien qu'il y ait un consensus général (entre les personnes qui s'identifient comme faisant partie ou représentant des groupes en quête d'identité ou comme personnes issues de la majorité dominante) sur le fait que le financement est lié à l'authenticité des récits, les personnes qui croient que les organismes de financement ne devraient pas avoir de rôle ou de responsabilité concernant les récits authentiques se méfient du « maintien de l'ordre » et de la censure et préfèrent globalement une participation minimale.

Pour la plupart des participants et des participantes, le récit authentique est généralement considéré comme relevant du rôle et de la responsabilité des

organismes de financement. Ces personnes croient qu'il est important d'offrir un financement et un accès équitables pour que des talents de diverses communautés puissent raconter des histoires diversifiées basées sur leurs propres expériences vécues. De plus, les participants et participantes veulent avoir accès à des budgets qui reconnaissent et encouragent la mise en application de principes d'inclusion que les groupes en quête d'équité ont déjà adoptés. Il leur semble nécessaire d'examiner le système sous des angles différents.

Iniquité systémique et manque de sensibilité interculturelle

Les participants et participantes sont d'avis qu'il existe des attitudes systémiques et des biais cachés qui valorisent les **histoires de la culture dominante**, qui sont en général **considérées comme étant plus commercialisables**. Ils et elles croient que les producteurs, les distributeurs et les télédiffuseurs doivent avoir une compréhension plus large de ce qui est commercialisable et qui a de la valeur, et que cette sensibilisation vient avec la nécessité de prendre conscience de leurs propres biais et de la façon dont ceux-ci influencent leur travail et leurs choix quant aux histoires qu'ils jugent commercialisables.

« Le récit authentique ne se résume pas à inclure différentes voix dans les mêmes vieux formats – il faut aussi un changement sur le plan de la forme. »

Pour les participants et participantes, cela signifie qu'il faut avoir la ferme intention de créer à partir de la base des espaces inclusifs qui favorisent et amplifient les voix des groupes en quête d'équité à tous les niveaux au sein de l'organisation, y compris dans le processus de financement.

Changement dans le processus décisionnel

Selon les participants et participantes, il **faut de la diversité et une représentation parmi les membres des hautes directions et dans les postes de gestion**, afin de créer des espaces où il est possible de raconter des histoires diversifiées. Les participants et participantes pensent qu'au moment de financer les histoires, c'est le point de vue des personnes qui occupent traditionnellement des postes de pouvoir qui est pris en considération. De plus, il est fréquent que les personnes qui prennent les décisions ne fassent pas partie des communautés d'où provient le contenu faisant l'objet des décisions.

Embauches symboliques

Les participants et participantes pensent que les personnes et les groupes en quête d'équité doivent avoir un **contrôle créatif**, et non pas faire partie d'un projet à titre purement symbolique pour obtenir du financement. Selon ces participants et participantes, la façon dont le financement est structuré actuellement repose sur

une participation symbolique plutôt que sur une influence significative. Ils et elles croient également qu'il peut s'avérer ardu d'avoir des personnes en quête d'équité dans les rôles principaux, car les exigences et les modalités pour obtenir du financement permettent de cantonner ces personnes dans des rôles secondaires. C'est ainsi que les personnages en quête d'équité jouent un rôle de soutien dans les histoires des personnages principaux, au lieu d'y apporter leur propre point de vue reflétant la diversité.

Financement inaccessible

Beaucoup ont également mentionné qu'il est **difficile de se tailler une place dans l'industrie**, en particulier pour les personnes en quête d'équité, puisque le modèle de financement actuel exige d'avoir déjà du contenu produit, l'intérêt d'un télédiffuseur, etc., ce qui peut constituer une barrière à l'accès. Ces participants et participantes remarquent généralement que l'on finit par privilégier les créateurs et créatrices en milieu de carrière plutôt que les talents émergents. Il devient alors difficile de soutenir la croissance des nouveaux talents sous-représentés lorsque les opportunités sont plus accessibles à ceux qui sont déjà dans l'industrie.

En outre, les participants et participantes ont l'impression que le modèle actuel ne permet pas de financer des **expériences vécues spécifiques**. Par exemple, ils et elles ont indiqué que les expériences des personnes immigrantes ne sont pas validées ou reconnues dans les possibilités de financement, car il faut souvent d'abord prouver que l'on possède de l'expérience au Canada pour pouvoir obtenir du financement. De même, les occasions de financement pour certains groupes sociodémographiques sont inexistantes ou réellement minimales. Par exemple, des participantes ont exprimé que les femmes de plus de 50 ans ou entre deux âges ne bénéficient d'aucune avenue de financement spécifique leur donnant la priorité, ce qui est préoccupant dans une industrie qui tend à traiter les femmes plus âgées comme étant « jetables ».

Des histoires « sûres »

Il existe une impression prédominante parmi les participants et participantes selon laquelle les limites du financement entraînent un manque de capacité de prendre des risques en matière de récits. C'est particulièrement vrai pour les personnes qui s'auto-identifient directement comme des femmes et/ou des personnes noires.

Selon ces participants et participantes, la structure de financement actuelle est enlisée dans la **Crainte de prendre des risques**, la crainte d'expérimenter et, de façon générale, la crainte d'aller au-delà de ce qui est considéré comme un format de récit « sûr » et convenable. Aux yeux de ces répondants et répondantes, l'approche actuelle de Téléfilm en est une de **cases à cocher**. Il leur semble que le désir de représentation a plutôt mené à des situations où les histoires sont

prévisibles, avec une approche similaire. Ils et elles ont l'impression que, malgré un désir de diversifier les histoires, ce sont toujours les mêmes histoires qui sont racontées, en dépit d'une diversité affichée. Selon ces participants et participantes, les **histoires inédites doivent aller au-delà de ce qui est confortable et commode**. Il est important de s'aventurer dans des histoires qui peuvent être risquées, mais qui sont incroyablement vraies et honnêtes.

Financement insoutenable

Par ailleurs, les participants et participantes sont d'avis que le financement ne tient pas compte des exigences budgétaires et temporelles que nécessite le **respect des protocoles culturels**. Cet enjeu a été soulevé plus particulièrement par les participants et participantes qui collaborent avec les peuples autochtones. Suivre les protocoles culturels qui accordent la priorité aux relations exige des ressources, mais le financement et le temps sont limités. Il peut alors devenir difficile de gérer des approches inclusives dans la production créative, si le système lui-même ne leur accorde pas la priorité.

Présomption entourant le terme « Canadien »

Quelques participants et participantes, surtout des personnes qui s'auto-identifient comme des immigrants et des immigrantes, ont l'impression que plaquer à la culture « canadienne » dominante augmente les chances d'obtenir du financement, en particulier de Téléfilm. Il leur semble que les possibilités de financement créent une **présomption selon laquelle un « Canadien » ou une « Canadienne » est par défaut une personne blanche**. Cela finit par éliminer les expériences des personnes immigrantes et/ou réfugiées dont les histoires transcendent le contexte du Canada et s'arriment davantage à un contexte international.

Prêcher par l'exemple

Enfin, un autre point commun est que les participants et participantes s'entendent pour dire que les organismes de financement ont la responsabilité d'établir la norme, de favoriser la responsabilisation et de donner l'exemple des changements qu'ils souhaitent voir dans l'industrie. À titre d'exemple, des répondants et répondantes pensent qu'en étant un **modèle en matière d'inclusion** grâce à l'adoption d'approches justes et transparentes dans leur mode de fonctionnement et en allant au-delà des politiques basées sur le mérite, les organismes de financement encourageront d'autres joueurs de l'industrie à suivre leurs traces et à faire preuve d'inclusion dans leurs propres activités.

Besoin de formation au sujet des meilleures pratiques

Bénéficieriez-vous d'une formation ou d'un encadrement concernant les meilleures pratiques en matière d'authenticité des récits?

La majorité des participants et participantes pensent qu'une formation ou un encadrement concernant les meilleures pratiques en matière d'authenticité des récits leur serait bénéfique. Étant donné l'influence extérieure mentionnée précédemment, AndHumanity croit que les réponses reçues faussent les résultats du sondage d'une façon qui ne reflète pas les points de vue de l'industrie dans leur ensemble. Il en va également de la responsabilité de AndHumanity de présenter les données avec transparence. Ainsi, des réponses asymétriques colligées le 15 août indiquent qu'environ 47 % des participants et participantes n'ont pas d'intérêt pour de la formation ou de l'encadrement. En retirant les réponses de cette période, la vaste majorité des participants et participantes (85 %) pensent qu'une formation ou un encadrement leur serait bénéfique ainsi qu'à d'autres personnes de l'industrie. En tenant compte de toutes les réponses, la majorité des répondants et répondantes (53 %) sont d'avis qu'une telle formation serait bénéfique.

Globalement, l'ensemble des participants et participantes manifeste un intérêt à suivre une formation sur les meilleures pratiques en matière de récit authentique. En ce qui concerne les organisations qui ont indiqué représenter les cinéastes en quête d'équité et répondu qu'elles militent déjà pour l'authenticité des récits, une formation serait bénéfique si :

- Elle était suivie par **d'autres personnes dans leur communauté** ainsi que par **des personnes faisant partie de la culture dominante**.
- Elle **s'adressait spécifiquement aux personnes qui sont en situation de pouvoir dans l'industrie** et que la formation était dirigée spécifiquement par des organisations en quête d'équité. La raison étant que, de façon générale, ces organisations sont sensibles à l'équité, à la diversité et à l'inclusion, et qu'elles ont déjà adopté des approches favorisant l'authenticité des récits dans le cadre de leur travail.
- Elle pouvait **être exploitable dans le cadre de leur travail**, alors que les organisations en quête d'équité préféreraient obtenir un soutien financier durable pour renforcer les pratiques en matière d'authenticité des récits qu'elles ont déjà adoptées.

De plus, il y a de l'intérêt pour de la formation couvrant un large éventail de groupes en quête d'équité, comme les personnes handicapées, une diversité de personnes de couleur (p. ex. les Asiatiques), les membres des communautés 2LGBTQIA+, etc.

Il est également important de souligner que, parmi les répondants et les répondantes qui ne croient pas que la formation leur serait bénéfique, il existe un sentiment de crainte et de méfiance envers un gouvernement qui dicterait au public ce qu'est le récit authentique, exigerait des gens qu'ils apprennent ce qu'est un récit authentique et dirigerait lui-même ces séances de formation.

Mise en œuvre des meilleures pratiques

Avez-vous des suggestions sur la manière dont Téléfilm pourrait améliorer la mise en œuvre de pratiques nouvelles ou existantes? Comment cherchez-vous à assurer l'authenticité des histoires que vous racontez? À l'heure actuelle, quels sont les défis à surmonter ou les lacunes à combler pour assurer l'authenticité des récits dans l'industrie canadienne du cinéma?

Les suggestions de la majorité des participants et des participantes pour mettre en œuvre les meilleures pratiques portent sur un changement systémique au sein de l'industrie afin d'amplifier les voix des personnes en quête d'équité. Toutefois, de manière générale, il existe un éventail de suggestions pour mettre en œuvre les meilleures pratiques en matière d'authenticité des récits à tous les niveaux.

Consultation

La consultation est un élément clé du travail que beaucoup de participants et de participantes font pour créer des histoires authentiques. Parmi les répondants et répondantes, plusieurs font de la consultation dans le cadre de leur travail créatif, la plupart ayant déclaré être en quête d'équité, notamment des personnes noires et de couleur, des membres des communautés 2LGBTQIA+, des femmes et des personnes handicapées. Ces participants et participantes ont proposé de créer un **bassin de consultants et de consultantes** qui permettrait aux créateurs et aux créatrices de travailler avec des personnes en quête d'équité en vue de les aider à trouver des façons d'intégrer des protocoles et des méthodes de travail équitables dans la création des histoires.

Il y a toutefois une mise en garde concernant cette façon de faire, comme souligné dans la citation suivante :

« [Nous devons] encourager les membres de l'industrie à embaucher des scénaristes handicapé.e.s – et non des consultants et des consultantes. L'expérience vécue et le [point de vue] sont d'une importance capitale pour transposer cette authenticité dans la salle de travail et sur les écrans – à tous les niveaux ».

Là encore, le thème récurrent est que la collaboration avec des consultants et des consultantes ne doit pas être symbolique, mais doit assurer une **implication profonde, des processus équitables et une influence significative.**

Représentation parmi les personnes qui prennent les décisions

L'importance de la représentation dans les postes de direction a été mentionnée à maintes reprises. Cette représentation comprend la diversité des personnes en quête d'équité et des personnes sous-représentées dans l'industrie. Ce thème revient chez la majorité des participants et des participantes en quête d'équité (par exemple ceux et celles qui déclarent s'identifier comme une personne autochtone, noire ou de couleur, une femme, une personne handicapée, un ou une membre des communautés 2LGBTQIA+).

S'il y a consensus concernant l'importance de la représentation, la façon dont les participants et participantes voient la représentation parmi les décideurs et les décideuses varie :

- **Sur le plan institutionnel :** Selon les participants et les participantes, la représentation au sein des organismes de financement doit être présente à tous les niveaux, et tout particulièrement chez les membres de la direction (p. ex. la haute direction et le conseil d'administration).
- **Décisions :** Selon les participants et les participantes, dans le cas des décisions relatives aux projets qui sont évalués (p. ex. pour l'authenticité du récit), **les personnes qui proviennent de la communauté dont le point de vue est présenté doivent être impliquées dans le processus décisionnel.** Pour expliquer ce à quoi cela pourrait ressembler concrètement, des participants et participantes ont suggéré de faire en sorte que 50 % des personnes qui prennent les décisions devraient s'identifier aux points de vue présentés dans le projet. Un autre exemple est d'impliquer des leaders reconnus au sein d'une communauté en tant que décideurs et décideuses pour évaluer l'authenticité des histoires impliquant cette communauté.
- **Représentation générale :** Si la majorité des participants et des participantes ont précisé que la représentation était nécessaire dans les postes de décision, quelques répondants et répondantes ont également insisté sur la nécessité d'embaucher des personnes issues de la diversité à tous les niveaux d'emploi.

Spécifique ou général

Les participants et participantes ont généralement mentionné la nécessité de répondre aux **besoins particuliers de multiples groupes intersectionnels** dans le modèle de financement en reconnaissant que les **personnes ne sont pas monolithiques**. Par exemple, des participants et participantes ont mentionné que Téléfilm ne finance pas toutes les réalités autochtones, en raison de sa perception homogène des peuples autochtones. Il leur semble que Téléfilm a besoin d'apporter des changements à ses paramètres de financement pour qu'ils soient en phase avec les exigences d'une production autochtone diversifiée.

Des participants et participantes ont aussi proposé d'instaurer **un financement et des programmes spécialisés** pour répondre aux besoins spécifiques de leurs communautés (p. ex. organismes communautaires pour les arts au service des personnes noires et de couleur, Bureau de l'écran des personnes transgenres, etc.). De plus, les participants et participantes recherchent un accès accru au financement pour les groupes en quête d'équité reconnaissant que la diversité au sein de ces groupes est complexe. Autrement dit, les participants et participantes suggèrent qu'il est important de tenir compte des besoins distincts et nuancés des diverses personnes et communautés dans les programmes de financement. Dans cette optique, des participants et participantes qui ne déclarent pas explicitement qu'ils s'identifient comme étant en quête d'équité, ont proposé de créer un volet particulier qui permettrait de surveiller et de gérer le pourcentage des différents groupes qui obtiennent du financement, et d'apporter les ajustements nécessaires s'il y a lieu.

Amplifier les voix des groupes en quête d'équité

Les participants et participantes qui déclarent explicitement qu'ils sont en quête d'équité ont l'impression d'être dans **l'obligation de répondre à des normes impossibles à atteindre**, même pour les personnes de la culture dominante. Ce sentiment est surtout répandu parmi les organisations de personnes autochtones, noires et de couleur.

« Les créateurs et les créatrices autochtones, noir.e.s et de couleur doivent avoir le même droit à l'échec et ne pas être découragés lorsque le succès institutionnalisé n'est pas immédiatement au rendez-vous. Le privilège d'apprendre de ses erreurs n'a pas été accordé aux créateurs et créatrices autochtones, noir.e.s et de couleur. »

Ainsi, les participants et participantes croient que pour amplifier les voix des groupes en quête d'équité, il faut prendre le risque de financer leurs histoires et faire preuve d'ouverture envers ces créateurs et créatrices même lorsqu'ils et elles ne répondent pas entièrement aux normes ou qu'il y a une possibilité d'échec.

Ces participants et participantes en quête d'équité ont aussi mentionné la nécessité **d'accompagner et d'encourager les créateurs et créatrices sous-représenté.e.s dans leur développement** par le biais d'un financement réparateur et durable de programmes visant à favoriser le développement des talents sous-représentés. Par exemple, les participants et participantes proposent de mettre en place des occasions de développement qui permettraient de soutenir les talents en quête d'équité à partir des emplois de premier échelon jusqu'à des postes au sein de la direction et du conseil d'administration. Ainsi, ces participants et participantes recommandent de soutenir les créateurs et créatrices émergent.e.s en quête d'équité en mettant en place de faibles barrières à l'entrée qui sont flexibles et s'inscrivent dans un processus inclusif de dépôt des demandes et d'admissibilité, au lieu de ne cibler que les créateurs et créatrices en milieu de carrière.

À cet égard, quelques participants et participantes en quête d'équité proposent de créer un système et des méthodes de financement **intentionnellement basés sur l'inclusion**, l'accessibilité, l'équité et la responsabilisation, en mettant en place les mesures suivantes :

- la création d'espaces de travail sûrs et inclusifs pour les talents;
- l'obligation d'établir des cibles en matière d'équité;
- des évaluations à 360 degrés pour les télédiffuseurs;
- une responsabilisation à l'égard des projets qui ne sont pas inclusifs ou authentiques.

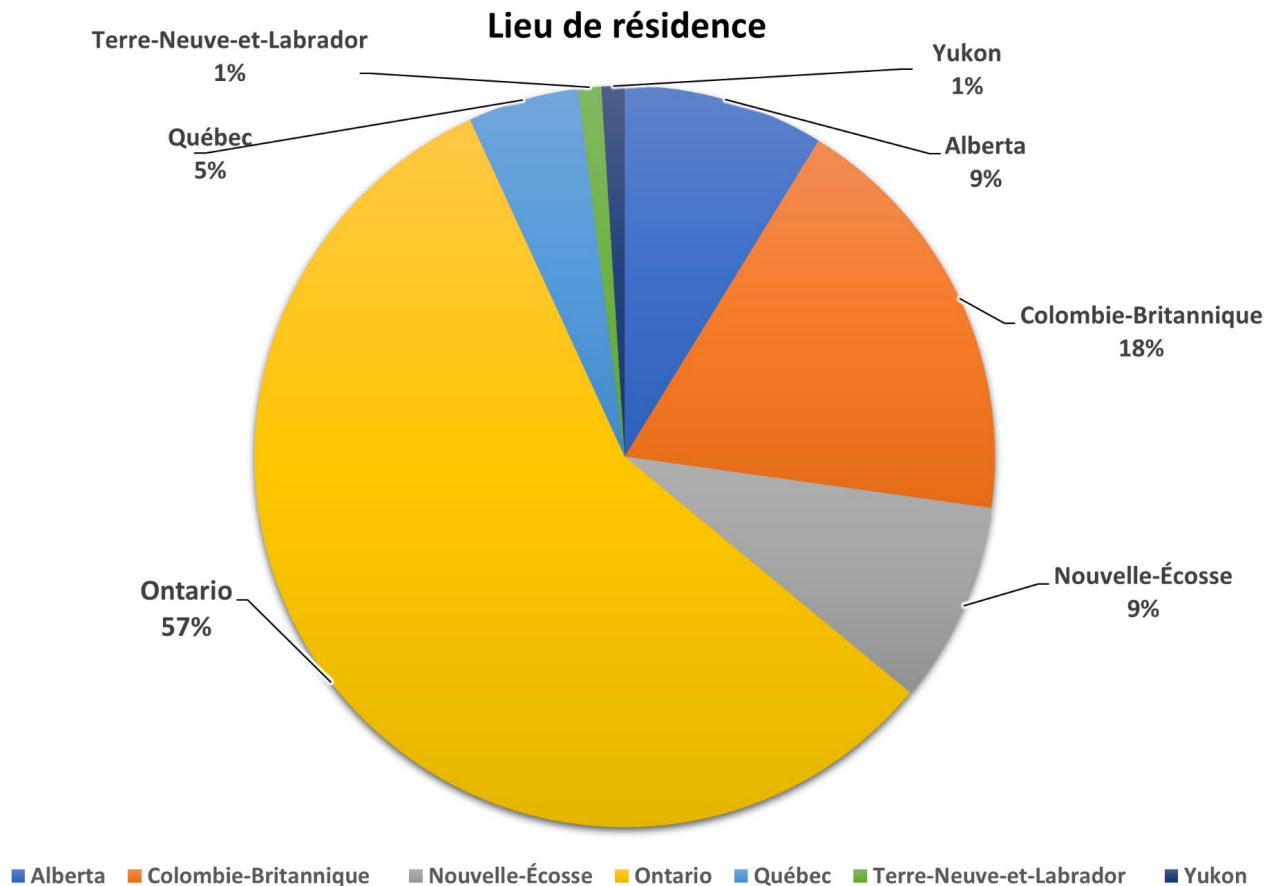
Conclusion

Globalement, il existe un large éventail de compréhensions, d'expériences, de préférences et de nuances dans l'industrie canadienne quand il est question d'authenticité des récits, allant de la crainte et de l'hésitation à se lancer dans ce processus jusqu'à la mise en œuvre régulière de méthodes visant à favoriser l'authenticité des récits. Mais malgré quelques divergences, il existe un consensus généralisé selon lequel l'authenticité des récits est importante, qu'elle est enracinée dans la vérité et la normalisation, que les organismes de financement ont un rôle à jouer pour garantir cette authenticité et que de la formation et de l'encadrement à cet égard sont nécessaires. Les idées pour conceptualiser et mettre en pratique l'authenticité des récits dans le contexte de l'industrie cinématographique canadienne vont dans tous les sens. Et l'on constate que pratiquement la totalité des participants et participantes est animée par la volonté de créer des films et des histoires qui trouvent un écho auprès des auditoires.

Les résultats de ce sondage représentent une diversité de voix et de points de vue dans l'industrie. Les prochaines étapes de cette recherche consisteront à continuer de soutenir l'industrie et à innover relativement à l'authenticité des récits afin de nous assurer que nous pourrions travailler à inclure intentionnellement les histoires de chacun et chacune dans l'industrie du film.

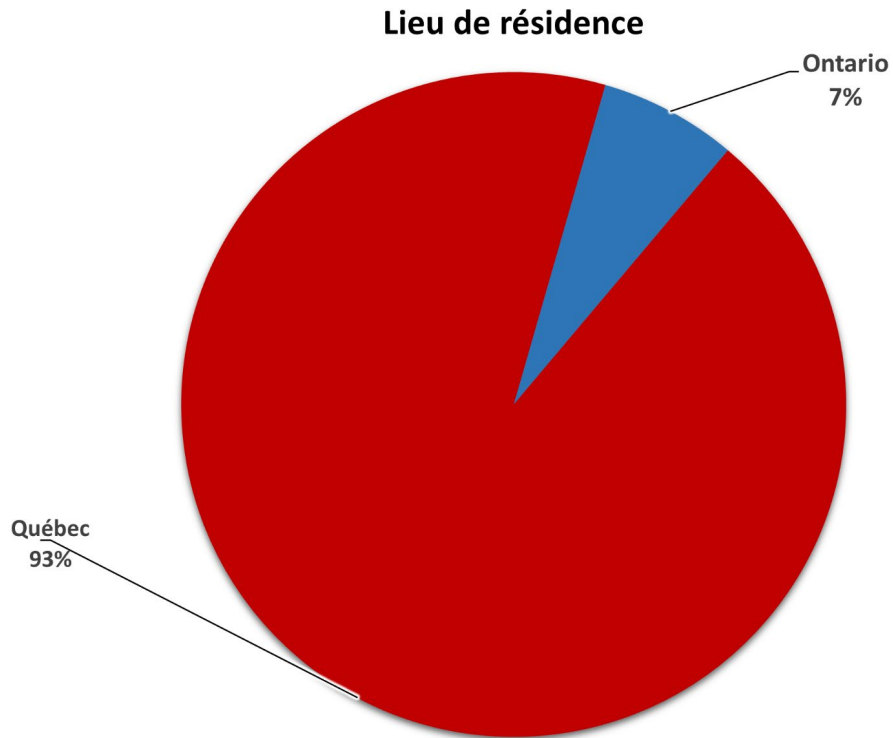
ANNEXES

Annexe A : Lieu de résidence des participants et participantes anglophones



Description de l'image : Graphique circulaire indiquant le lieu de résidence des participants et participantes anglophones. L'Ontario correspond à 57 pour cent, la Colombie-Britannique à 18 pour cent, la Nouvelle-Écosse à 9 pour cent, l'Alberta à 9 pour cent, le Québec à 5 pour cent, Terre-Neuve-et-Labrador à 1 pour cent, et le Yukon à 1 pour cent.

Annexe B : Lieu de résidence des participants et participantes francophones



Description de l'image : Graphique circulaire indiquant les lieux de résidence des participants et participantes francophones. Le Québec correspond à 93 pour cent et l'Ontario à 7 pour cent.