

**L'ÉTAT DE LA DIVERSITÉ, DE L'INCLUSION ET DE
L'ÉQUITÉ DANS L'INDUSTRIE CANADIENNE DES
MAGAZINES :
RAPPORT D'ENQUÊTE (RÉSUMÉ)**

29 juil. 2021

Soumis par

Aliya Jamal

Zenobia Jamal

Zenev and Associates, Consultants en diversité et en inclusion



Remerciements

Ce projet a été rendu possible par le gouvernement du Canada et Creative BC.



Nous tenons également à remercier les personnes suivantes pour leur contribution à la conception de l'enquête :

Dana Inkster, présidente et chef de la direction, EM Workshop Inc.

Gary Garland, Gary Garland Conseil

Jessica Johns, rédactrice en chef du magazine Room

Melanie Rutledge, directrice générale, Magazines Canada

Nicolas Rondeau Lapierre, directeur général, Association québécoise des éditeurs de magazines (AQEM), éditeur, Les éditions Multi-Concepts Inc.

Omar Mouallem, écrivain et journaliste



L'Alberta Magazine Publishers Association (AMPA) soutient une industrie du magazine saine en servant les personnes qui publient, créent, impriment et distribuent une vision albertaine unique du monde. Nous sommes une salle de classe, un forum, un bulletin d'information, un défenseur et une voix unie pour les éditeurs de magazines de cette province. Nous soutenons les magazines albertains par le biais de programmes de promotion, d'avancement et de pratiques qui favorisent le perfectionnement professionnel et la croissance de l'industrie. albertamagazines.com

L'AMPA est située sur le territoire du Traité 7, patrie des nations Kainai, Piikani, Siksika, Tsuut'ina, Stoney Nakoda et de la Nation métisse, région 3.



Fondée en 1993, la Magazine Association of BC est une organisation à but non lucratif dirigée par ses membres qui croit en la valeur culturelle et économique interconnectée d'une industrie vitale de l'édition de magazines de la Colombie-Britannique. MagsBC s'efforce de favoriser un environnement où les nouveaux magazines sont encouragés, les magazines établis sont soutenus et le personnel des magazines est en mesure de développer ses compétences.

Nous reconnaissons que la Magazine Association of BC effectue son travail sur le territoire non cédé des peuples salish de la côte, y compris les territoires des Premières Nations x̣ʷməθkʷəỵəm (Musqueam), Skwxwú7mesh (Squamish) et Səlilwətaʔ/Selilwitulh (Tsleil-Waututh). magsbc.com

Le Projet

L'Alberta Magazine Publishers Association (AMPA) et la Magazine Association of BC (MagsBC) aimeraient aider leurs membres et l'industrie du magazine à être plus diversifiés, inclusifs et équitables. À cette fin, AMPA et MagsBC se sont associés pour administrer un sondage pancanadien sur l'équité, la diversité et l'inclusion (EDI) dans l'industrie du magazine. L'objectif de l'enquête était de recueillir de l'information sur :

- (i) dans quelle mesure les organisations de magazines et l'industrie du magazine sont diversifiées et inclusives
- (ii) les défis auxquels les organisations de magazines sont confrontées pour devenir plus diversifiées, inclusives et équitables
- (iii) les stratégies que les organisations ont mises en œuvre pour devenir plus diversifiées, inclusives et équitables et pour s'assurer que le contenu représente des voix et des perspectives diverses

Ce que nous avons fait

Nous avons mené un sondage pancanadien en ligne en anglais et en français auprès d'éditeurs de magazines et de personnes travaillant dans l'industrie, y compris les propriétaires, les éditeurs, le personnel, les entrepreneurs et les pigistes. 378 personnes ont répondu à l'enquête, 153 au nom d'un magazine et 225 en tant qu'individus. L'enquête a été largement diffusée par courrier électronique aux membres d'associations de magazines, de bulletins d'information d'associations de magazines et de publications sur le site Web et les médias sociaux. Cependant, les défis que la pandémie de COVID-19 a créés pour l'industrie du magazine peuvent avoir affecté le taux de réponse.

Une série de questions quantitatives et qualitatives (ouvertes) interrogeaient les répondants sur la diversité, l'inclusion et l'équité dans leur(s) propre(s) organisation(s) et dans l'industrie du magazine en général. Pour évaluer si les réponses des personnes différaient selon leurs caractéristiques individuelles ou le type d'organisation qu'elles représentaient, nous avons également posé une série de questions démographiques individuelles et organisationnelles. Le présent rapport résume les conclusions de cette enquête.

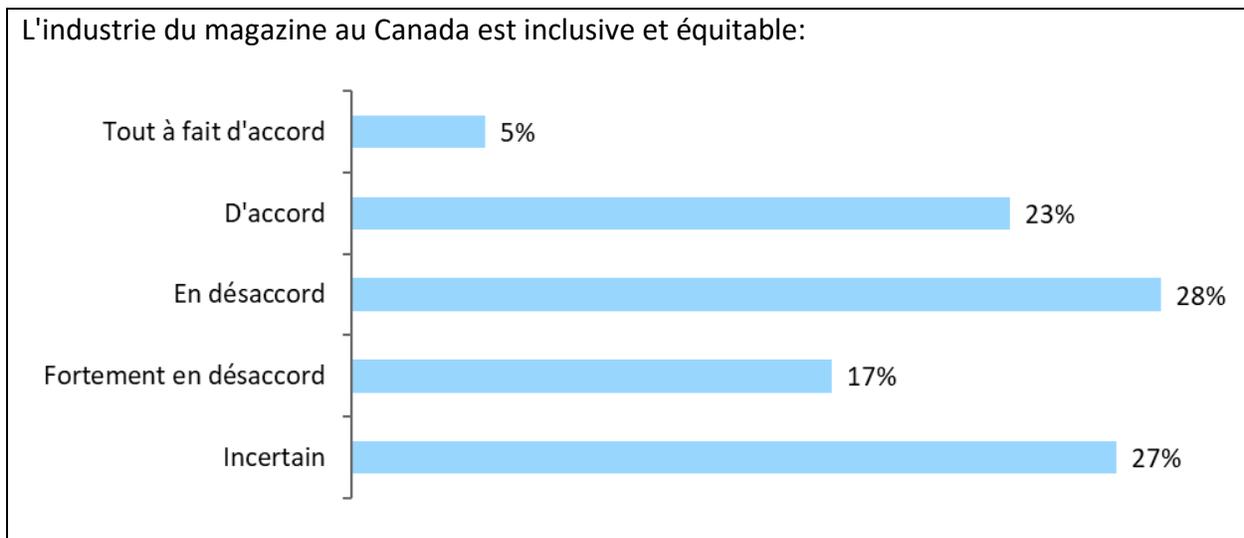
Ce que nous avons découvert

Pour la plupart, les répondants ont estimé que l'industrie du magazine est confrontée à de sérieux défis pour atteindre l'objectif important d'être diversifié, équitable et inclusif, bien que les gens aient partagé une gamme d'opinions sur l'importance de l'équité, de la diversité et de l'inclusion (EDI), la l'état de l'EDI et ce que les organisations de magazines devraient faire pour le promouvoir.

Inclusion et équité dans l'industrie du magazine

45% des répondants ont déclaré qu'ils pensaient que l'industrie du magazine n'est pas inclusive et équitable. 28 % ont dit qu'elle était inclusive et équitable et 27 % n'étaient pas sûrs. En général, les membres des groupes en quête d'équité (ESG) étaient moins susceptibles de penser que l'industrie était inclusive et équitable. La taille de l'organisation a également affecté les perceptions; plus une organisation était petite, plus un répondant était susceptible de penser que l'industrie était inclusive et équitable.

Figure 1: Inclusion et équité dans l'industrie du magazine



De nombreux répondants ont noté que « l'équité, l'inclusion et la diversité sont des domaines qui ont longtemps été négligés dans l'industrie du magazine » et qu'il n'y a aucune excuse pour poursuivre des pratiques inéquitables et exclusives. Cependant, certains répondants ont averti que le travail sur l'EDI est complexe. Étant donné que la discrimination et l'oppression sont le résultat de forces historiques et actuelles de longue date, le changement lié à l'EDI nécessite une action engagée dans le temps. Les actions entreprises doivent être plus que cosmétiques ; elles doivent aborder les composantes structurelles profondes d'une organisation.

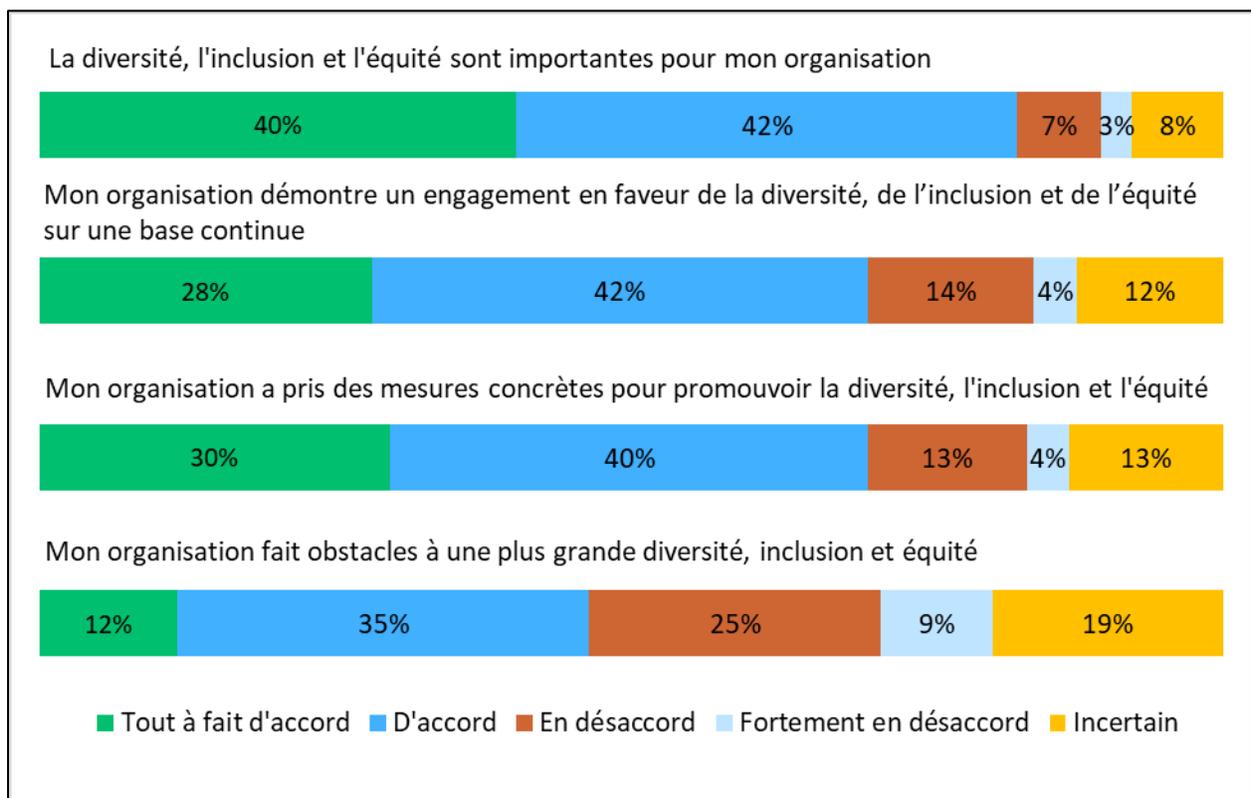
Engagement et action organisationnelle

Bien que 82 % des répondants aient convenu que la diversité et l'inclusion étaient importantes pour les organisations pour lesquelles ils travaillaient, seulement 70 % ont estimé que leurs organisations faisaient preuve d'un engagement envers l'EDI et 70 % ont déclaré que leurs organisations avaient pris des mesures concrètes pour promouvoir l'EDI. 47% des personnes interrogées ont déclaré que leurs organisations étaient confrontées à des obstacles à l'EDI.

Les répondants ont noté que leurs organisations étaient à des endroits très différents dans leur engagement et leur action en faveur de l'EDI. Nous avons identifié quatre niveaux d'engagement organisationnel dans les réponses. Un groupe de répondants a déclaré que leurs

organisations étaient profondément engagées envers l'EDI et que ce mandat guidait toutes leurs actions et décisions. D'autres ont noté que leurs organisations s'étaient engagées à travailler sur la gestion de l'EDI et que, dans l'ensemble du secteur, « il semble y avoir une poussée sérieuse vers l'équité à tous les niveaux », mais que les progrès sont lents et que davantage de changements sont nécessaires. Un troisième groupe a noté que même si l'EDI est une priorité déclarée dans leur organisation, l'engagement n'a pas été suivi d'une action visible ou de l'allocation de ressources pour mettre en œuvre des stratégies concrètes. Un quatrième groupe de répondants a noté qu'un manque total d'engagement organisationnel envers l'EDI empêchait le changement. Certaines de ces personnes ont décrit un climat organisationnel dans lequel certaines personnes, le plus souvent des ESG, sont engagées dans l'EDI et tentent d'apporter des changements, mais se heurtent à une résistance importante de la part des dirigeants ou des collègues.

Figure 2: L'EDI dans les organisations



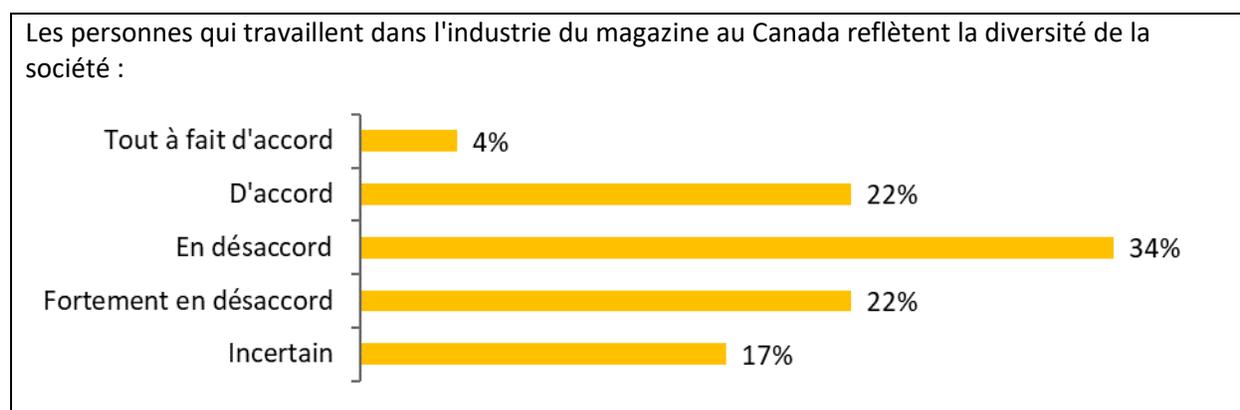
Représentation et recrutement dans l'effectif du magazine

Les personnes interrogées considéraient le fait d'avoir une main-d'œuvre diversifiée, équitable et inclusive comme la clé de la promotion de l'EDI dans leur organisation et dans l'ensemble de l'industrie. Comme l'a noté l'un d'eux, « La chose qui a été la plus importante pour nous est d'avoir un comité de rédaction et des membres du personnel qui viennent d'horizons divers et

souhaitent que le magazine reflète mieux la société dans laquelle il publie. Un changement direct et immédiat en est venu. »

Cependant, lorsqu'on leur a demandé si les personnes qui travaillent dans l'industrie du magazine reflètent actuellement la diversité de la société, 56% des personnes interrogées n'étaient pas d'accord, 26% étaient d'accord et 17% n'étaient pas sûrs. Les répondants des ESG et ceux ayant moins de pouvoir décisionnel (par exemple, le personnel, les indépendants) étaient plus susceptibles de penser que la main-d'œuvre n'est pas représentative.

Figure 3: Représentation dans l'industrie des magazines



D'un autre côté, certains répondants nous ont dit que l'industrie et leurs propres organisations étaient très représentatives de la diversité de la société, soit parce que chacun est accueilli peu importe son origine, soit parce que des efforts particuliers sont faits pour promouvoir l'EDI.

Obstacles à un effectif représentatif

Les répondants ont décrit une série d'obstacles à une main-d'œuvre représentative dans l'industrie du magazine. 64% des personnes interrogées ont déclaré que le personnel, les sous-traitants et les indépendants des ESG pourraient obtenir un poste dans leur organisation tout aussi facilement que les personnes des non-ESG. Cependant, un certain nombre ont également discuté des obstacles auxquels les ESG sont confrontés pour entrer dans l'industrie, y compris les préjugés et la discrimination à l'embauche en fonction du sexe, de la race et de l'âge. Les personnes interrogées ont raconté des situations où « seuls les hommes blancs ont obtenu des promotions et les femmes n'ont pas souvent été embauchées en raison de « grossesses potentielles » et des expériences de « être rejeté pour un emploi à temps plein en raison de mon âge ».

Les répondants ont décrit une culture enracinée dans les organisations de magazines dans lesquelles les hommes blancs occupent des postes de direction et le plus souvent embauchent et font la promotion d'autres hommes blancs. Cette homogénéité est exacerbée lorsque les éditeurs ou les directeurs recherchent des rédacteurs ou des collaborateurs parmi leurs réseaux personnels, ce qui limite le vivier de talents potentiels.

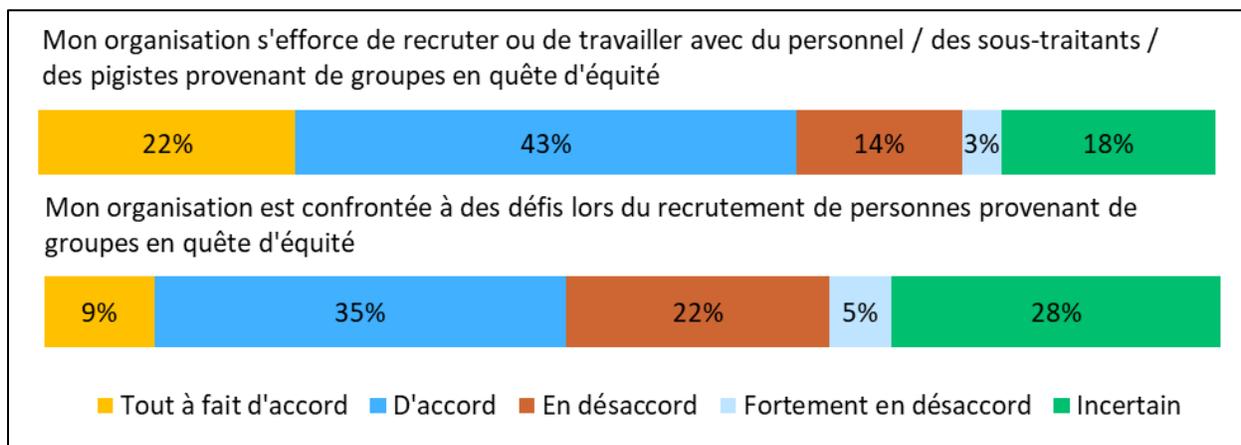
Même lorsque les personnes issues des ESG parviennent à entrer dans l'industrie, il est difficile d'accéder à des postes de direction, et le personnel des ESG n'est pas intentionnellement soutenu pour accéder à ces postes. Une personne a commenté : « Les magazines éditoriaux sont principalement blancs parce que les cadres supérieurs sont blancs et que les employés du BIPOC [Noirs, Autochtones et personnes de couleur] peuvent accéder aux cadres intermédiaires, mais jamais plus haut. » Cependant, de nombreux répondants ont affirmé que pour que l'industrie dans son ensemble devienne plus équitable, diversifiée et inclusive, il est essentiel que les personnes issues des ESG soient promues à des postes de direction afin qu'elles soient en mesure d'effectuer d'importants changements organisationnels. Comme l'un d'eux l'a dit, « Une nouvelle génération de dirigeants diversifiés est nécessaire. Les membres ESG doivent être responsables. Laissez-les diriger. »

Les défis du recrutement des ESG

La grande majorité des personnes interrogées ont convenu qu'il était important pour les organisations de magazines d'embaucher du personnel et des sous-traitants d'ESG (90 %) et de travailler avec des pigistes d'ESG (89 %). Cependant, 44% nous ont dit que leurs organisations sont confrontées à des défis lors du recrutement de personnes issues des ESG. Un manque de fonds et un faible roulement dans la plupart des organisations signifient qu'il y a peu de postes disponibles pour les nouvelles recrues des ESG. Les petits magazines ont également peu de positions de leadership dans lesquelles promouvoir les personnes issues des ESG.

De nombreux répondants ont décrit comment la nature peu rémunérée et précaire du travail dans l'industrie signifie que seules les personnes privilégiées – souvent les Blancs et la classe moyenne – peuvent se permettre de travailler dans des emplois où elles sont sous-payées ou consacrent du temps non-rémunéré. Cela restreint qui a accès aux opportunités de formation nécessaires pour entrer dans l'industrie : seuls ceux qui ont des privilèges peuvent se permettre de saisir des opportunités non-rémunérées ou peu rémunérées au début de leur carrière.

Figure 4: Recrutement à partir de groupes en quête d'équité



D'autres répondants ont noté qu'il était difficile d'embaucher des ESG parce que les organisations ne savent pas comment se connecter avec les candidats. De nombreux magazines n'ont pas de relations avec les communautés en quête d'équité et les organisations qui souhaitent tendre la main n'ont parfois pas les ressources pour le faire : « En tant qu'éditeur d'une petite publication artistique avec des ressources et un personnel limités, il faut du temps pour rechercher, contacter, et entamer un dialogue avec un nouvel écrivain d'un groupe en quête d'équité. »

Les personnes interrogées ont également déclaré que l'industrie a besoin d'un plus grand bassin de talents de contributeurs ESG dans lequel puiser. C'est plus difficile pour les publications de niche ou les magazines dans les communautés rurales homogènes, qui sont encore moins susceptibles de trouver du personnel qualifié des ESG qui peut écrire sur le domaine du contenu.

Lorsque des processus d'embauche formels existent, ils donnent rarement la priorité à l'EDI. Cependant, parfois, il n'y a pas de politiques. Les plus petits magazines, en particulier, « n'ont souvent pas de véritable service ou de politiques RH en place, ce qui permet aux éditeurs et à la haute direction de négliger la diversité et l'inclusion ».

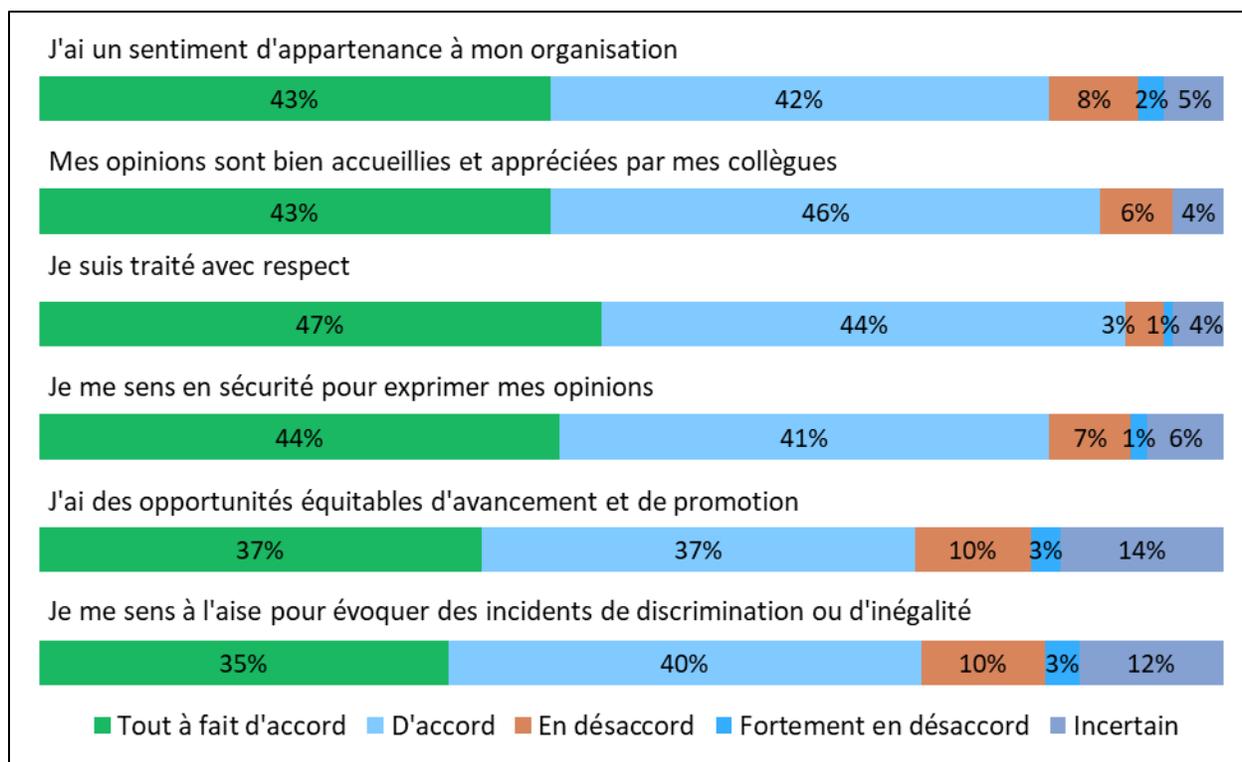
Quelques avancées sur le recrutement

Malgré ces obstacles, un certain nombre de répondants ont partagé ce que leur organisation fait pour développer l'EDI dans leur main-d'œuvre. 65% des personnes interrogées ont déclaré que leurs organisations faisaient un effort intentionnel pour travailler avec des personnes issues des ESG, bien que les grandes organisations soient plus susceptibles de le faire que les plus petites. Certains ont fixé et établi des rapports réguliers sur des objectifs de diversité parmi le personnel, les contributeurs, les bénévoles et les membres du conseil d'administration. D'autres organisations ont pris le temps d'évaluer « comment certains aspects de nos processus d'embauche peuvent empêcher l'embauche et la promotion de personnes issues de groupes en quête d'équité » et ont apporté des modifications à ces processus.

Inclusion en milieu de travail

Interrogés sur leurs expériences d'inclusion dans leurs propres organisations, les personnes interrogées, qu'elles soient issues ou non d'ESG, ont généralement déclaré qu'elles se sentaient valorisées et respectées sur le lieu de travail. Cependant, les personnes âgées et les personnes blanches étaient plus susceptibles que les personnes plus jeunes ou les personnes du BIPOC de penser qu'elles ont des opportunités équitables d'avancement ou qu'elles peuvent soulever des incidents d'iniquité sans craindre de conséquences négatives.

Figure 5: Expériences en milieu de travail

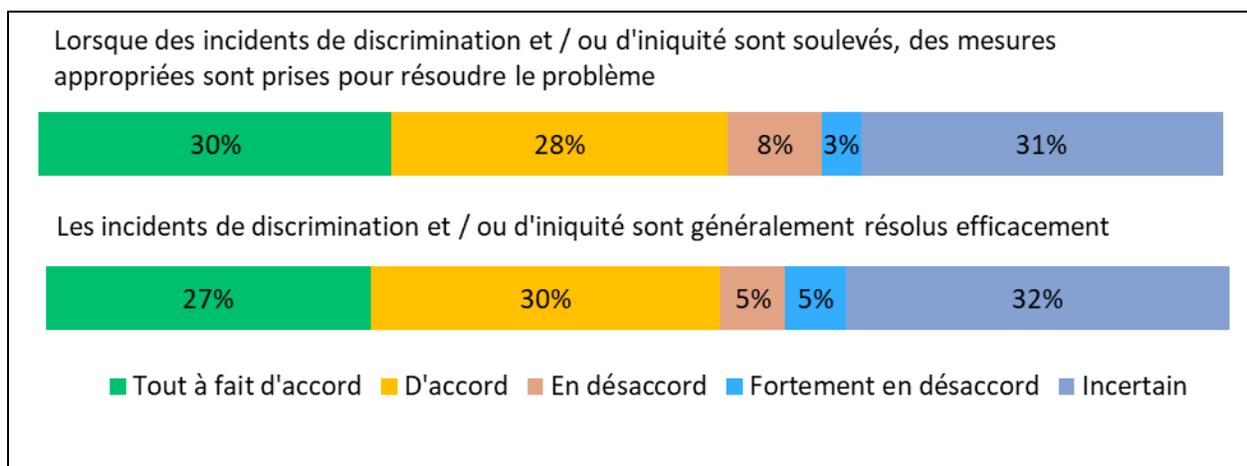


Environ un quart des personnes interrogées ont déclaré avoir rencontré des obstacles à l'inclusion (28 %) ou de la discrimination (24 %) dans un lieu de travail lié à l'édition, passé ou actuel. Les personnes et les femmes genderqueer et non binaires étaient plus susceptibles que les hommes, et les répondants noirs étaient plus susceptibles que les autres groupes raciaux/ethniques, de signaler une discrimination et des obstacles à l'inclusion.

Lorsque des incidents de discrimination se produisent dans leur organisation, 58 % des personnes interrogées ont convenu que des mesures appropriées sont prises pour résoudre le problème et 57 % ont déclaré qu'elles sont généralement résolues de manière efficace. Cependant, environ 30 % des personnes interrogées n'étaient pas sûres que ce soit le cas, soulignant la nécessité de processus plus transparents pour traiter l'exclusion et la discrimination.

Un certain nombre de répondants nous ont dit qu'ils n'avaient jamais été témoins de discrimination au sein de leur organisation : « Ce que je dirais, c'est qu'au cours de mes décennies d'expérience dans l'industrie, je n'ai encore vu personnellement personne être licencié, maltraité, refusé un emploi, payé moins, payé plus ou tout cela en fonction de leur démographie. Dans mon monde, vous êtes payé X-cents par mot ou X-dollars par heure, peu importe qui vous êtes. Mais ce n'est que MON expérience, bien sûr. »

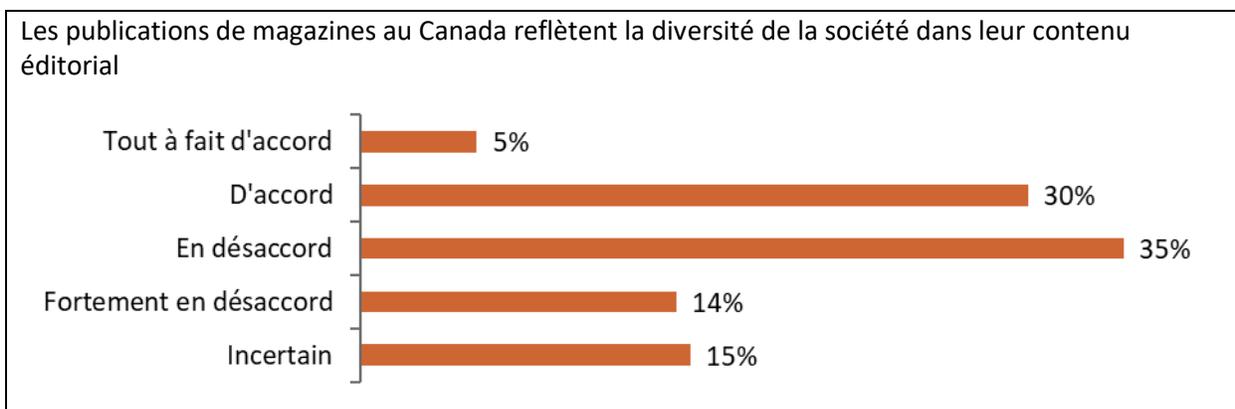
Figure 6: Résolution des incidents de discrimination



Diversité du contenu des magazines

91 % des répondants ont convenu qu'il est important de s'assurer que le contenu des magazines reflète l'intérêt de lecteurs diversifiés et 88 % ont convenu que les magazines devraient être pertinents pour les lecteurs des ESG. Cependant, seulement 35 % des répondants croient que le contenu éditorial des publications canadiennes reflète actuellement la diversité de la société, alors que 49 % était en désaccord.

Figure 7: Diversité des publications de magazines

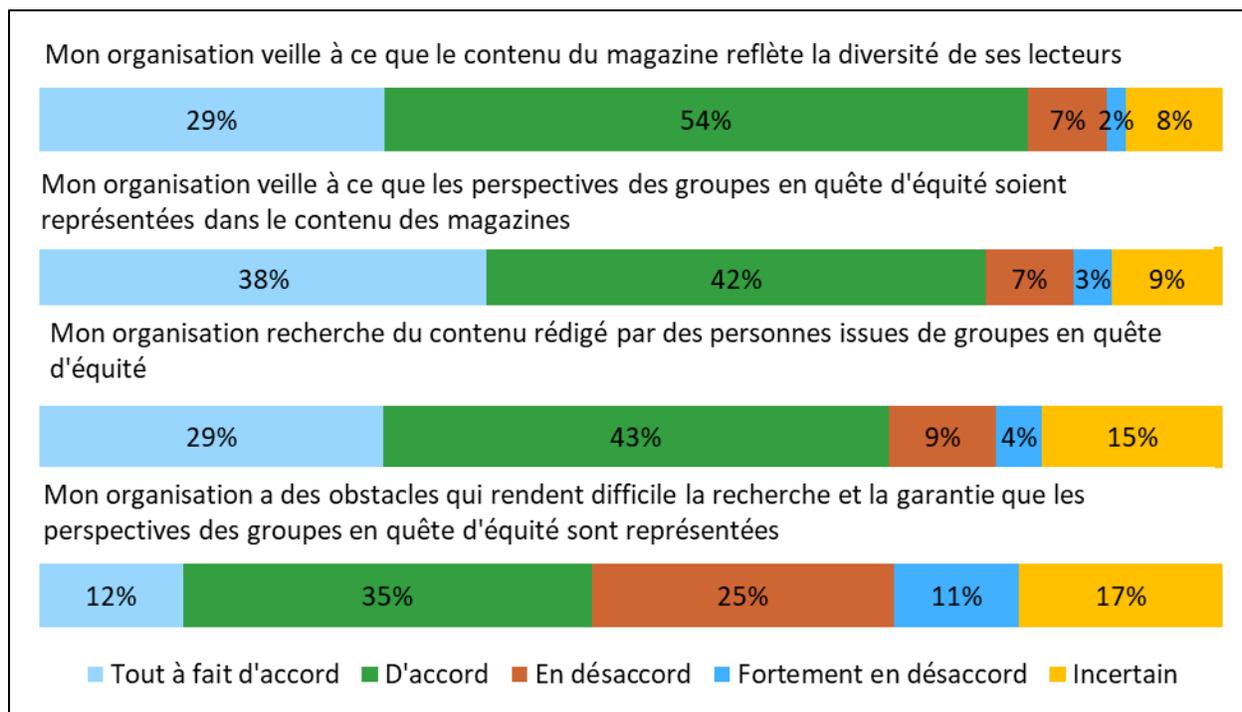


83 % des personnes interrogées ont déclaré que leur organisation s'efforce actuellement de s'assurer que le contenu des magazines reflète la diversité de ses lecteurs. De nombreux répondants nous ont dit que de travailler avec des contributeurs des ESG était leur principale stratégie de diversification des contenus ; 72 % ont déclaré rechercher intentionnellement du contenu rédigé par des personnes issues d'ESG. Pour certaines organisations, essayer de publier plus de contenu rédigé par des personnes issues d'ESG consiste simplement à indiquer clairement qu'elles accueillent tous les écrivains et s'engagent à les inclure. Pour d'autres, il s'agit d'utiliser des stratégies concrètes pour augmenter la diversité des écrivains et de mesurer régulièrement leurs progrès. Par exemple, « Nos 3 premiers numéros comptaient en moyenne

environ 50 % de contributeurs issus de groupes en quête d'équité, et notre numéro le plus récent a dépassé cette norme, avec plus de 60 % de contributeurs provenant de groupes racialisés, avec une représentation supplémentaire d'autres intersections en quête d'équité. »

47 % des personnes interrogées ont déclaré que leur organisation rencontre des obstacles qui rendent difficile la représentation des perspectives des ESG dans le contenu, bien que 36 % ont déclaré ne pas être confrontées à de tels obstacles. Certains défis concernaient la culture de l'industrie du magazine, qui valorise certains types de récits traditionnels, mais marginalise les histoires provenant des ESG. D'autres ont parlé d'essayer de diversifier le contenu, mais de faire face à de la résistance de la direction ou de collègues. Les personnes interrogées qui travaillaient dans certaines publications de niche ont rencontré des défis particuliers, notant que parce que leurs lecteurs ne sont pas diversifiés et ne s'intéressent pas à la diversité, « il y a une résistance active à faire de la place pour des auteurs diversifiés. »

Figure 8: Diversité du contenu des magazines – efforts organisationnels



Problèmes EDI à l'échelle de l'industrie

Les problèmes d'EDI existent dans le contexte sombre d'une industrie qui lutte pour rester en vie. Comme l'a demandé une personne, « Comment améliorer la diversité, l'inclusion et l'équité dans une industrie du magazine et du journalisme déjà en train de mourir ? » Les magazines qui survivent constatent que « c'est un défi de donner la priorité à la diversité pour de nombreuses raisons. La plupart des éditeurs sont petits, avec de petits budgets et peu de temps » pour modifier les politiques internes, changer les pratiques d'embauche et investir dans de nouveaux producteurs de contenu.

Certains répondants ont noté que l'insularité d'une industrie composée d'organisations à prédominance blanche crée une culture d'exclusion qui résiste au changement. L'industrie existe également dans un contexte social et culturel qui façonne les normes au sein des organisations de sorte que même lorsque les organisations progressent sur l'EDI, elles se heurtent parfois à des obstacles externes comme les attitudes du public qui rendent leur travail plus difficile.

L'EDI n'est pas un problème dans l'industrie du magazine

Un certain nombre de répondants nous ont dit que l'exclusion et la discrimination ne sont pas un problème dans l'industrie du magazine au Canada et que se concentrer sur l'EDI était sans importance ou offensant. La préoccupation la plus courante concernant l'application de l'EDI à l'embauche et à la promotion était que cela compromettrait la qualité : « J'embauche des rédacteurs, des vendeurs, des personnes de production en fonction de leurs qualifications, et non de leur sexe, de leurs préférences sexuelles ou de toute autre chose. Les qualifications comptent le plus. » Certains ont qualifié l'idée d'embaucher uniquement sur la base de l'appartenance d'un candidat à un ESG de « discrimination inversée ».

En termes de contenu de magazine, quelques répondants se sont inquiétés de la tension entre les principes de l'EDI et de l'objectivité, arguant que se concentrer sur l'EDI dans la production de contenu introduit un biais dans l'histoire, au détriment de l'intégrité journalistique.

Un certain nombre de répondants nous ont dit que l'EDI n'était pas important ou réalisable dans leurs publications de niche. Les magazines de niche survivent en étant pertinents pour un petit groupe de personnes, et si leur public n'est pas diversifié, le personnel et les contributeurs n'ont pas besoin de l'être.

Stratégies suggérées pour le changement

Les répondants ont fourni un certain nombre de suggestions pour promouvoir et améliorer l'EDI dans l'industrie du magazine. Ce qui suit est un résumé de ces suggestions.

Engagement et action organisationnels

- Garantir l'engagement organisationnel envers l'EDI et créer un plan d'action.
- Construire une infrastructure organisationnelle, telle que des politiques, des pratiques ou un comité EDI.
- Impliquer le personnel et le leadership dans la formation et l'éducation pour accroître la sensibilisation aux obstacles à l'inclusion dans une organisation et à la manière de promouvoir l'EDI dans toutes les activités.

Représentation et recrutement

- Améliorer les politiques et les processus de ressources humaines pour éliminer les obstacles et prioriser l'embauche et la promotion des personnes issues des ESG.

- Augmenter l'offre de personnes qualifiées des ESG dans l'industrie en fournissant des informations sur la façon d'entrer dans l'industrie, en offrant des opportunités d'acquérir des compétences spécialisées dans l'industrie et en organisant des stages et des placements équitablement rémunérés.
- Établir des relations avec les ESG et communiquer l'engagement de votre organisation envers l'EDI.
- Créer des bases de données pour les candidats des ESG et des sites d'emploi pour publier des opportunités.
- Aller au-delà de vos réseaux habituels en embauchant du personnel et des contributeurs et lutter contre le népotisme dans l'industrie.
- Embaucher de nouvelles personnes des ESG, en particulier dans des postes permanents, et les rémunérer selon des structures salariales justes, cohérentes et transparentes.
- Embaucher et promouvoir intentionnellement des personnes des ESG au leadership. Offrir un mentorat et un soutien au personnel ESG actuel pour accéder à des postes de direction.

Inclusion en milieu de travail

- Créer des politiques sur le lieu de travail qui promeuvent l'EDI et luttent contre la discrimination.
- Créer des systèmes de soutien pour le personnel actuel et les contributeurs des ESG. Plus précisément, offrez des possibilités de perfectionnement professionnel et de mentorat.
- Inviter le personnel et les contributeurs des ESG à donner leur avis et à donner suite à leurs conseils et suggestions.
- Permettre des modalités de travail flexibles pour favoriser l'inclusion des personnes handicapées.
- Créer un processus clair pour signaler les obstacles à l'inclusion ou les incidents de discrimination.
- Encourager la diversité de pensée, soyez ouvert aux opinions qui remettent en question le « statu quo » et aborder l'attitude défensive lorsqu'elle se présente.

Contenu du magazine

- Faire plus de fonctionnalités et d'histoires sur les personnes des ESG. Fixer des objectifs pour le contenu écrit par ou sur des personnes des ESG.
- Bien rémunérer le contenu éditorial rédigé par des personnes issues des ESG.

Financement et soutien à l'industrie des magazines

- L'industrie du magazine a besoin de plus de soutien externe, comme des subventions, pour permettre aux initiatives de changement liées à l'EDI de réussir.