France : Presse ethnique, communautariste ou identitaire ?

12/11/2011 à 13h08

La presse ethnique, ce sont aussi des magazines de niches féminins qui encensent les beautés noires, maghrébines ou métissées. Des titres comme Gazelle, Brune, Miss Ebène ou Amina rêvent du succès de leurs grandes sœurs américaines comme Ebony et Essence qui s'offrent maintenant de la publicité à la télévision. L'idéal républicain français n'aime pas beaucoup ces titres parfois qualifiés de presse communautariste. Qu'en est-il vraiment ?

L'idéal français républicain qui prône l'assimilation s'en méfie. Leurs promoteurs estiment qu'ils pourraient être l'avenir de la presse dans **une société française ou le multiculturalisme gagne du terrain**.



Dans la presse ethnique le pionnier du genre s'appelle Amina, fondé il y a bientôt 40 ans par Michel de Breteuil. A l'époque, le concept d'un féminin pour les femmes africaines ou celles de la diaspora est novateur et Amina devient très vite un incontournable de la presse féminine en Afrique. […]

Aujourd’hui Amina tire à 80 000 exemplaires et se targue d’avoir dix lecteurs pour un magazine acheté. D’autres titres comme Brune ou Miss Ebène visent les femmes d’origine étrangère ou de double culture. C’est aussi le cas de Gazelle qui s’adresse aux trois millions de femmes d’origine maghrébine qui vivent en France. Gazelle se veut laïc, mais parle sans complexe de tradition à des lectrices qui sont à 80% musulmanes.[…]

Dans Gazelle pas de mannequins, **les modèles sont uniquement des femmes maghrébines**. Les interviews tournent autour de la vie quotidienne. Objectif : dépasser les clichés, montrer autre chose que des femmes voilées, victimes, qui vivent en banlieue ou écoutent du RnB. Quoiqu’il en soit, le créneau de l’ethnique en magazine est souvent taxé de communautarisme, même si Nathalie Durand s’en défend :

On se considère comme un magazine identitaire.” […] RFI – 11/11/2011