



10 ans du Baromètre du CSA : un peu plus de femmes, une diversité qui stagne ou régresse dans les médias

Le CSA publie son Baromètre de l'égalité et de la diversité dans les médias audiovisuels

Depuis 2011, date du premier Baromètre de l'égalité et de la diversité dans les médias audiovisuels, le CSA mesure et analyse la manière dont les éditeurs de services audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles représentent l'égalité et la diversité à l'écran, au regard des critères de genre, d'origine, d'âge, de catégories socio-professionnelles et de handicap.

Au cours de ces dix années, la photographie régulière de ces variables témoigne de peu d'évolution en matière d'égalité et de diversité à l'écran. La seule progression significative identifiée porte sur la présence des femmes, tandis que celle d'autres groupes tels que les personnes perçues comme issues de la diversité, les personnes perçues comme étant en situation de handicap, les classes d'âges situées aux extrémités de la pyramide des âges (les plus jeunes et les plus âgées) ainsi que les catégories socio-professionnelles les moins qualifiées et les inactif.ve.s continuent de faire l'objet d'une sous-représentation massive à l'écran.

Ce 24 avril 2023, le CSA présente une étude qui propose d'une part les résultats du dernier Baromètre qui porte sur un échantillon de programmes de l'année 2021 et, d'autre part, un état des lieux de l'évolution de l'égalité et de la diversité dans les programmes télévisuels depuis la première édition du Baromètre en 2011. Les constats dressés dans cette édition historique sont sans appel : à l'exception des femmes, dont la présence a augmenté à l'écran depuis 2011, les autres variables de la diversité font l'objet d'une très légère progression voire une stagnation ou un recul. Parmi les autres constats, on observe une tendance générale au jeunisme, plus marquée encore chez les femmes. Bien que la présence des femmes ait augmenté sur l'ensemble des programmes depuis 2011, elles restent sous-représentées à l'écran. Les CSP+ sont majoritaires et leur présence à l'écran est en constante progression depuis 2011. Enfin, la représentation des personnes perçues comme issues de la diversité et celles perçues comme étant en situation de handicap stagne et ces dernières restent cantonnées à des rôles d'arrière-plan.

Davantage de femmes à l'écran

Entre 2011 et 2021, la proportion de femmes à l'écran a augmenté de 7,94 % pour atteindre, en 2021, 39,35% de l'ensemble des intervenant.e.s analysé.e.s dans le dernier Baromètre. Bien qu'elles restent sous-représentées dans les médias au regard de leur présence dans la société, les femmes constituent la seule catégorie qui connaît une augmentation significative sur l'ensemble des Baromètres.

Cette augmentation s'est notamment traduite par une présence accrue au sein de certains rôles médiatiques. Le Baromètre 2021 signe par exemple le plus fort taux de femmes jamais atteint dans le rôle de journaliste-animatrice (46,14 %). On constate également sur 10 ans une augmentation importante du nombre de femmes dans le rôle d'experte (+8 %) ou encore dans le rôle de porte-parole (+13 %). De manière générale, les femmes sont davantage présentes aujourd'hui dans la plupart des programmes, notamment sportifs (+9 % en 10 ans), jusqu'alors plutôt réservés aux hommes.

Au sein des programmes d'information, on constate que les femmes sont plus nombreuses que les hommes à apparaître dans l'information locale, et que les deux seules rubriques-dans lesquelles elles sont plus nombreuses que les hommes sont les programmes qui traitent de l'enseignement, de l'éducation et des thématiques transversales. Quant au rôle de journaliste-animatrice, les femmes sont en 2021 plus souvent journaliste-animatrice principale que les hommes. Enfin, lorsque l'on croise le genre à d'autres variables, certains phénomènes se renforcent. On observe par exemple une forte tendance au jeunisme chez les femmes. Au cours des dix dernières années, quelle que soit l'édition du Baromètre, les femmes sont proportionnellement plus nombreuses que les hommes dans les catégories les plus jeunes. Plus les femmes sont jeunes, plus elles apparaissent à l'écran. Par ailleurs, les femmes perçues comme issues de la diversité seront proportionnellement moins nombreuses que les hommes perçus comme issus de la diversité.

L'analyse de l'évolution des 10 ans de Baromètre se conclut sur une note encourageante concernant la présence des femmes à l'écran. Toutefois, l'analyse qualitative des programmes que nous avons ajoutée cette année en contrepoint des données quantitatives, témoigne de la persistance de forts stéréotypes et assignations de genre au sein des programmes.

La proportion des personnes perçues comme issues de la diversité diminue dans la plupart des programmes

Depuis 2011, le CSA pointe le manque de visibilité des personnes perçues comme issues de la diversité dans les différents programmes audiovisuels. Cette faible représentation est une constante au fil des Baromètres et n'a que très légèrement augmenté entre 2011 et 2021 (+1,05 %), une tendance qui s'est même inversée entre 2017 et 2021. Lors du dernier Baromètre, 11,31 % de l'ensemble des intervenant.e.s observé.e.s dans les programmes sont perçu.e.s comme étant issu.e.s de la diversité, soit 1,19 % de moins qu'en 2017. Dans l'ensemble, la proportion de ces personnes a diminué dans la majorité des programmes depuis 10 ans, avec certaines baisses significatives (-18 % dans la fiction et -10 % dans le divertissement).

Lorsque ce pourcentage est étudié à la loupe, on observe que les personnes perçues comme issues de la diversité occupent principalement des rôles dans le registre du pathos et de l'affect et sont principalement présentes dans des programmes tels que le sport ou l'actualité internationale. Ainsi, près de la moitié (41,16 %) des programmes d'information où l'on identifie des personnes issues de la diversité relèvent de l'information internationale. Du point de vue des rôles médiatiques, plus ces derniers sont prestigieux, moins elles sont représentées, même si l'on observe depuis 2011, une augmentation de leur présence dans certains rôles (+2,28 % dans le rôle de porte-parole depuis 2011 pour atteindre 6,1% de la totalité des porte-parole en 2021 et +3,19 % dans le rôle de journaliste-animatrice depuis 2011 pour atteindre 5,6 % de la totalité des journalistes-animatrice.s en 2021).

Enfin, lorsque l'on croise l'origine avec d'autres variables de l'égalité et de la diversité, on remarque que les constats du Baromètre se renforcent. Par exemple, en croisant origine et catégorie socio-professionnelle, on observe que les personnes perçues comme issues de la diversité diminuent parmi les CSP+ (-8 % en 10 ans au sein de cette catégorie) et augmentent dans d'autres (+18,5 % pour les sportifs professionnels en 10 ans). Enfin, en 2021, au sein des CSP+, on constate que la proportion de personnes non perçues comme issues de la diversité est 20% plus élevée que celle des personnes perçues comme issues de la diversité.

Les personnes perçues comme étant en situation de handicap invisibilisées depuis plus de 10 ans

Les personnes perçues comme étant en situation de handicap sont pratiquement absentes de l'écran. Elles représentent 0,47% de l'ensemble du corpus du dernier Baromètre, ce qui constitue une diminution de 1,01% par rapport à 2017. Ces personnes sont très majoritairement sollicitées dans des programmes d'information et des magazines-documentaires sur des sujets spécifiquement liés au handicap (81,52 %). En 2021, les rôles discursifs les plus valorisés socialement sont ceux où la présence des personnes perçues comme étant en situation de handicap est la plus faible. Ainsi, aucun.e journaliste-animateur.trice au sein des programmes d'information n'est perçu.e comme étant en situation de handicap. Leurs rôles médiatiques sont majoritairement passifs. À titre d'exemple, 83,52 % d'entre elles endossent un rôle de figurant.e.

Les jeunes CSP+ crèvent l'écran

Depuis une dizaine d'années, les personnes appartenant à une catégorie socio-professionnelle supérieure (CSP+) sont majoritaires à l'écran. Elles représentent 55,29 % de la totalité des personnes encodées en 2021, c'est 12,83 % de plus qu'en 2011. Cette présence qui augmente au fil des années se fait au détriment des autres catégories, moins valorisées dans la société, parmi lesquelles les inactifs, largement cantonnés à des rôles secondaires tel que celui de vox populi (témoin, quidam, récit d'une expérience personnelle). Plus de la moitié (53,75 %) des intervenants identifiés dans les programmes d'information en 2021 font partie des CSP+. À l'inverse, les ouvriers, artisans, agriculteurs, conducteurs et employés non qualifiés ne représentent qu'un infime pourcentage des intervenants dans ces mêmes programmes. Parmi l'ensemble des programmes, trois catégories échappent à la domination des CSP+ : le sport, les faits divers et l'enseignement/ l'éducation.

Si l'on observe la répartition par genre au sein des CSP+, on constate que les hommes sont majoritaires (63,87%) par rapport aux femmes en 2021. Les CSP+ représentent aujourd'hui 43,40 % de la catégorie des 19-34 ans, ce qui représente une augmentation de plus de 10 % depuis 2011.

Tendance générale au jeunisme

Enfin, le Baromètre 2021 est l'occasion de souligner un rajeunissement significatif des intervenants à l'écran. En effet, les 19-34 ans et les 35-49 ans dominent largement les programmes audiovisuels. En

2021, cette tendance est particulièrement visible pour les 19-34 ans au sein des programmes tels que le sport où ils.elles représentent 66,40 % des intervenant.e.s, les magazines-documentaires (33,96 %) et l'information (31,09 %). Quant aux 35-49 ans, ils.elles représentent 30,76 % des intervenant.e.s de la fiction et 29,70 % des intervenant.e.s dans l'information. Ce rajeunissement est d'autant plus marqué dans certains rôles médiatiques. Entre 2017 et 2021, les 19-34 ans ont augmenté de 22,42 % dans le rôle de journaliste- animateur.trice au sein des programmes d'information pour représenter 46,57 % de l'ensemble des intervenant.e.s en 2021. À l'inverse, la présence des 35-49 ans a fortement diminué dans ce rôle médiatique entre 2017 et 2021 (-13,21 % depuis le dernier Baromètre).

Cette tendance générale au jeunisme dans les programmes et les différents rôles médiatiques se fait au détriment des classes d'âge aux extrémités de la pyramide des âges, à savoir les plus jeunes et les seniors. Alors que les 50-64 ans et 65 ans et plus représentent près de 40 % de la population en Fédération Wallonie-Bruxelles, les 50-64 ans ne sont présent.e.s qu'à hauteur de 15,82 % dans les programmes audiovisuels. Ce pourcentage chute à 5,97 % auprès des 65 ans et plus.

Le rajeunissement dans les programmes est encore plus marqué lorsque l'on croise la classe d'âge avec l'origine perçue puis le genre. Ainsi, plus les femmes sont jeunes, plus elles seront présentes à l'écran. De la même manière, les personnes perçues comme étant issues de la diversité subissent aussi cette tendance au jeunisme : 3 personnes sur 4 perçues comme issues de cette catégorie ont moins de 34 ans, tandis que c'est le cas de moins de 2 personnes sur 4 pour les personnes perçues comme non issues de la diversité.



[Retrouvez les chiffres des tendances en ligne](#)