

LA REPRÉSENTATION DE L'HOMOSEXUALITÉ DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

Dans la continuité du *Plan diversité et égalité dans les médias* qu'il a coordonné, le CSA a publié en 2013 les résultats d'une étude qualitative sur les stéréotypes liés à l'orientation sexuelle véhiculés par les programmes de télévision et de radio plébiscités par les jeunes (12 ans à 30 ans) de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Méthode

L'étude repose sur un simple constat : l'un des facteurs qui joue en faveur d'une évolution des mentalités en matière d'homosexualité est de connaître, dans son entourage direct, quelqu'un qui s'en réclame. Dans nos sociétés contemporaines, ce phénomène ne peut être mis en avant sans prendre en compte l'effet des médias. Ces derniers contribuent, eux aussi, à définir la manière dont se construisent nos modèles de relations et d'interactions humaines. Dès lors, il est intéressant d'analyser comment les programmes des chaînes actives en Fédération Wallonie-Bruxelles les plus regardés (pour la télévision) ou les plus écoutés (pour la radio) par les jeunes adolescents et jeunes adultes représentent l'homosexualité : Est-elle évoquée ? Sous quels traits ? Quels sont les modèles sociaux mis en avant ?

Pendant trois mois consécutifs (octobre 2012 à janvier 2013), un peu plus de 250 séquences évoquant l'homosexualité ont été ainsi identifiées dans les programmes des chaînes et des radios de la Fédération Wallonie-Bruxelles plébiscités par les jeunes, tous formats (fiction, information, divertissement...) et toutes productions confondues (locales et étrangères).

Leur analyse a spécifiquement porté sur les interactions et les rôles sociaux qui peuvent influencer sur les représentations de l'homosexualité. S'inspirant de l'analyse critique des discours, elle s'est attachée particulièrement à identifier les représentations de l'homosexualité dans les médias (concept ou sujet, personnage fictionnel ou réel, caractéristiques du personnage...), analyser les modèles de relations et d'interactions sociales qui y sont associés (type d'interaction, stéréotypes, modèles d'opposition ou d'intégration, diversité de profils...), analyser les effets de réception qui se créent entre ces modèles et l'audience spécifiée (importance du rôle, rôle positif ou négatif, ressemblance avec le public cible...), évaluer ces effets au regard du contexte médiatique et sociétal de réception (contexte médiatique belge, spécificité du programme, contexte social et politique, modèle hétéronormatif).

Résultats

Les conclusions de cette recherche mettent notamment en avant que :

- Les modèles relationnels mis en scène à l'écran sont relativement variés : les jeunes sont exposés à plusieurs représentations de l'homosexualité, certaines stéréotypées et réductrices, d'autres plus proches de la complexité des situations réelles.
- C'est principalement dans les programmes achetés à l'étranger que l'homosexualité

est évoquée. Elle l'a été aussi, plus ponctuellement, dans les programmes d'information qui se sont inspirés de l'actualité à l'étranger, en l'occurrence pour la période échantillonnée, du débat autour du mariage gay en France.

- Les émissions sportives n'ont pas du tout abordé la question de l'homosexualité.
- Toujours diffusée sur nos écrans, la fiction des années 80 et 90 renvoie une image très stéréotypée de l'homosexualité, à la différence des séries contemporaines, américaines ou françaises, dans lesquelles les homosexuels sont généralement acceptés : ils vivent en couple, participent aux événements de la communauté, traversent des épreuves. Ils peuvent aussi occuper un rôle d'avant-plan. D'un point de vue narratif, la présence de personnages gays, essentiellement masculins, se justifie par l'évocation de problématiques homosexuelles (coming out, adoption, différence...).
- Plusieurs reportages consacrés à la thématique ont été diffusés dans les programmes d'information, marquée par le débat français autour du mariage gay. Les témoignages recueillis rendent compte des points de vue homosexuels. Comme dans la représentation de toutes les diversités, lorsqu'un gay est sollicité, c'est souvent pour parler spécifiquement de questions liées à l'homosexualité. Par ailleurs, ces représentations positives tendent à poser un discours où la différence est point de référence : c'est parce que les homosexuels sont différents que l'on parle d'eux.
- La libre antenne radio, espace privilégié d'écoute et d'expression des jeunes adolescents, révèle des discours extrêmement stéréotypés, voire haineux ou homophobes, et l'insulte y est courante. En dépit de l'encadrement assuré par les animateurs pour ramener ces propos si pas à la raison, du moins à la plaisanterie, la libre antenne apparaît comme un exutoire aux représentations « normées » de la sexualité. C'est aussi là que se situe la différence avec les émissions radios LGBT qui s'ouvrent à tous les publics, sans stigmatiser une communauté au détriment d'une autre.

Deux éléments transversaux caractérisent encore le traitement de l'homosexualité :

- La récurrence de l'humour à propos de l'homosexualité, déclinée dans les comédies, le divertissement (« infotainment ») ou les blagues (en radio). Très souvent, c'est comme cible et non comme complice que l'homosexuel est associé à la plaisanterie, dont le ressort est la différence.
- Si plusieurs représentations, tant en fiction qu'en information, mettent en avant une homosexualité naturellement intégrée et acceptée dans les univers décrits, elles la représentent presque toujours sur le mode de l'isolement

L'étude complète est disponible (en français) à l'adresse : <http://csa.be/documents/2045> .