

BAROMÈTRE DE L'ÉGALITÉ ET DE LA DIVERSITÉ DES MÉDIAS EN FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

GRANDES TENDANCES 2013

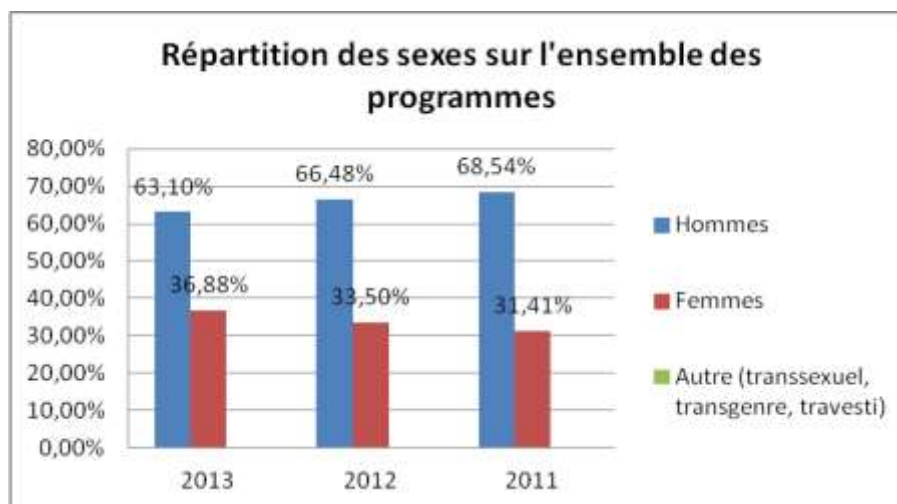
Le *Baromètre de la diversité et de l'égalité* repose sur une hypothèse sociologique qui considère que la télévision contribue à la construction de nos représentations du monde, tout autant que nos représentations alimentent les images que nous propose la télévision.

Les résultats qui suivent, issus du *Baromètre 2013* de la diversité et de l'égalité des télévisions de la Fédération Wallonie-Bruxelles, donnent une image en « temps t » de la représentation de la diversité à l'écran. A quelle réalité du monde la représentation de la diversité à l'écran renvoie-t-elle? La perspective adoptée repose sur l'analyse de cinq variables : le sexe, l'origine, l'âge, la situation socioprofessionnelle et le handicap. Ces résultats constituent un préalable à un débat de fond prenant en considération les enjeux épistémologiques des relations entre la représentation médiatique de la diversité et la représentation sociétale.

La philosophie du projet et la méthodologie du *Baromètre* sont consultables sur <http://csa.be/documents/categorie/42>.

Les résultats complets (en français) du *Baromètre 2013* ainsi que des *Baromètres 2011* et *2012* sont disponibles à l'adresse : <http://www.csa.be/diversite>.

1. ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES



- À l'instar des résultats de nombreuses études portant sur ce sujet à l'étranger, le *Baromètre 2013* montre que les femmes sont sous-représentées sur les écrans télévisés de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Si cette représentation a légèrement progressé entre 2011 et 2013¹, elle reste cantonnée dans les 30% alors que les femmes constituent 51% de la population belge.

¹ Cette augmentation est influencée par une émission qui diffusait des photos de jeunes femmes dans des annonces de rencontres. Si l'on exclut cette catégorie particulière de programmes, on observe que

- La représentation des hommes et des femmes connaît de fortes n 2013, les hommes sont majoritairement représentés dans l'information (67,80%), dans les magazines-documentaires (62,48%), dans le sport (90,30%), dans les programmes courts (63,18%) et dans la fiction (62,98%). Les intervenantes femmes sont quant à elle uniquement majoritaires dans les programmes de divertissement (63,28%).

La répartition des intervenants en sept rôles médiatiques (journaliste-animateur, candidat à un jeu, porte-parole, expert, *vox populi*, figurant ou personnage de fiction) montre que les hommes sont majoritaires dans tous les rôles possibles, à l'exception des candidats à un jeu où les femmes sont représentées à hauteur de 62,25%. Des écarts significatifs interviennent au bénéfice de la représentation des hommes lorsque les intervenants endossent un rôle valorisé socialement (porte-parole, expert). En outre, lorsqu'on se fixe sur les rôles discursifs des intervenants (porte-parole, expert, *vox populi*), on note que les femmes revêtent plus fréquemment le rôle de *vox populi* (38,41%) que de porte-parole (23,21%) ou d'expert (18,83%).

Notons enfin les fortes variations de la présence des intervenantes femmes lorsqu'elles sont journalistes-animatrices. La grille d'analyse permet en effet de distinguer les journalistes-animatrices principales et les journalistes-animatrices secondaires. Les femmes sont légèrement majoritaires lorsqu'elles sont journalistes-animatrices principales (51,09% de femmes et 48,91% d'hommes), à la différence des journalistes-animatrices secondaires qui sont clairement minoritaires (35,11% de femmes et 64,89% d'hommes). Les programmes dans lesquels les femmes sont le plus souvent journalistes-animatrices sont les journaux télévisés (33,65%), les bandes annonces (16,69%) et les programmes de météo (7,76%). Dans les journaux télévisés, elles sont plus souvent journalistes-animatrices secondaires (44,53%) que journalistes-animatrices principales (15,61%). Précisons que c'est dans les programmes de météo que les femmes sont les plus nombreuses lorsqu'elles interviennent à titre principal.

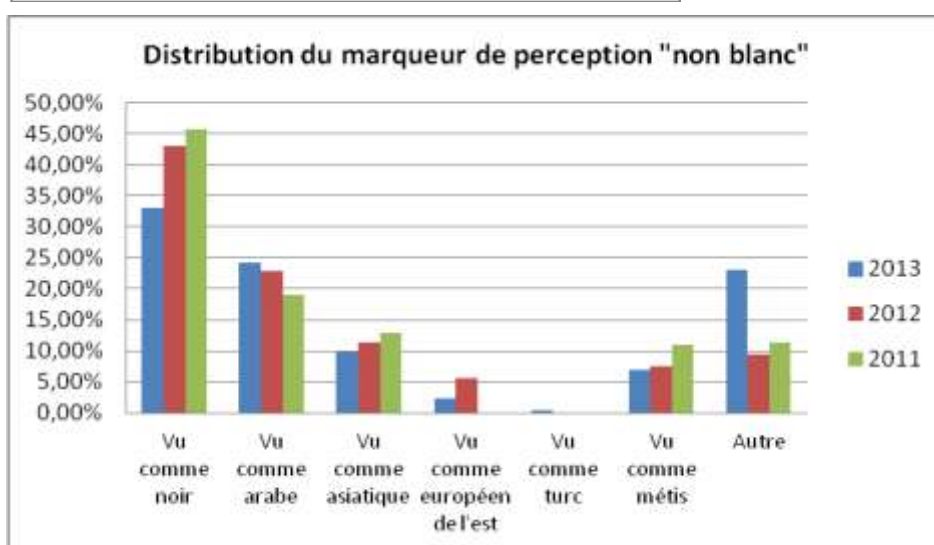
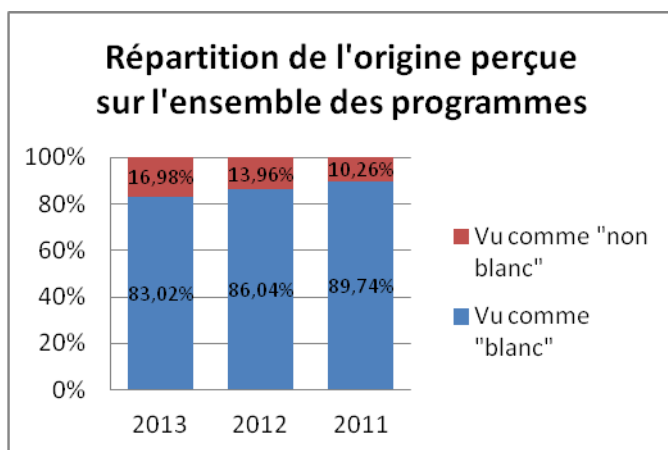
2. REPRÉSENTATIONS DES ORIGINES

Sur l'ensemble des programmes

En 2013, 83,02% des intervenants répertoriés étaient « vus comme blancs » pour 16,98% d'intervenants « vus comme non blancs »², ce qui témoigne d'une légère mais constante évolution de la diversité d'origine à l'écran depuis 2011 (+6,72%). La répartition globale des différentes origines au sein de la catégorie « vus comme non blancs » reste similaire de 2011 à 2013, bien qu'elle ait connu des variations sur les trois baromètres. L'actualité internationale explique ces variations.

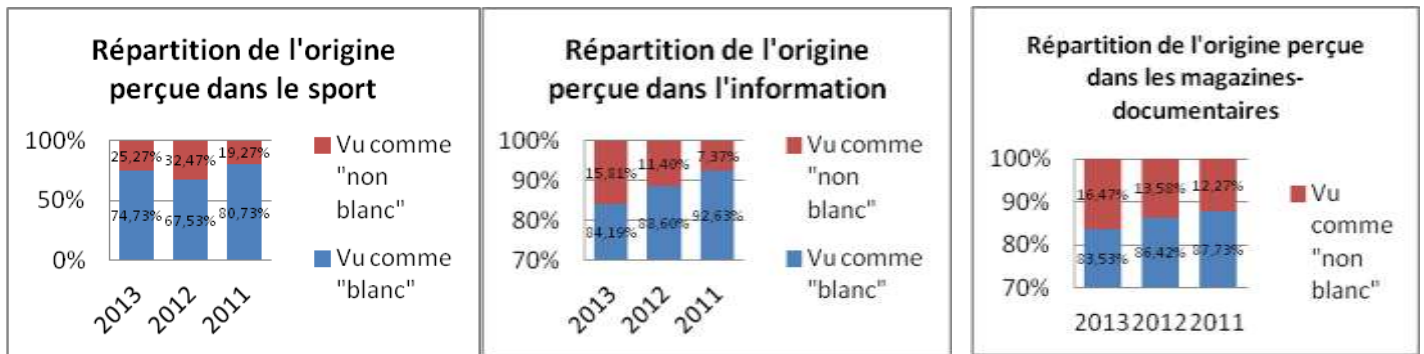
la proportion de femmes à l'écran en 2013 redescend à 33,34%, soit un résultat très similaire au *Baromètre 2012*, qui reste supérieur de près de 2% au résultat de 2011.

² Pour mesurer la représentation des origines en télévision, le baromètre utilise des indicateurs fondés sur la perception de sens commun, sans qu'à cette perception ne soit attachée une quelconque connotation, sa seule utilité étant fondée sur les besoins de l'analyse. Ainsi, chaque intervenant est répertorié selon qu'il est « vu comme blanc » ou « vu comme non blanc » et, dans cette dernière catégorie, en « vu comme noir », « vu comme arabe », « vu comme asiatique », « vu comme européen de l'est », « vu comme turc », « vu comme métis » et « autre ». Voir aussi <http://www.csa.be/diversite>.



Répartition de l'origine par genre de programmes

Quel que soit le genre de programmes, il y a plus d'intervenants « vus comme blancs » que d'intervenants que le téléspectateur perçoit comme « non blancs ». Le sport présente proportionnellement la part la plus élevée d'individus « vus comme non blanc » (25,27%). On compte, dans les programmes d'information, une progression significative de la part des intervenants « vus comme non blancs » (voir le graphe ci-dessous). De 2011 à 2013, la proportion a doublé : elle passe de 7,37% à 15,81%. Notons également que les magazines-documentaires connaissent une faible mais constante progression de la part d'intervenants « vus comme non blancs ».



Répartition de l'origine par rôle au sein des programmes

Les rôles les plus prestigieux (journaliste-animateur, porte-parole et expert) sont ceux où la proportion d'intervenants « vus comme non-blancs » est la plus faible. Ainsi, en 2013, dans les rôles discursifs qui relèvent de la représentation du savoir, de la recherche de la vérité, de la distance critique ou de la parole d'opinion, ces intervenants sont les moins nombreux. Ils sont en revanche plus nombreux à intervenir dans le registre du pathos, de l'affect, de l'exemplification vécue ou de la parole authentique de l'homme ordinaire. Ainsi, les rôles de figurant, *vox populi* et candidat à un jeu sont ceux où la proportion d'intervenants « vus comme non blancs » est la plus élevée : 18,03% sont figurants, 16,63% *vox populi* et 13,85% candidats à un jeu. Si l'on observe la répartition des rôles des intervenants dans une perspective diachronique, on note que cette présence massive des intervenants perçus comme « blancs » dans les rôles qui sont les plus socialement prestigieux est une tendance continue sur les trois années étudiées.

Répartition de l'origine perçue par rôle (2013)								
	Journaliste-animateur	Candidat à un jeu	Porte-parole	Expert	Vox populi	Figurant	Personnage de fiction	Total général
Vu comme « blanc »	1.585 90,06%	342 86,15%	2.404 91,72%	579 91,90%	2.616 83,37%	34.218 81,97%	2.816 83,29%	44.560 83,03%
Vu comme « non blanc »	175 9,94%	55 13,85%	217 8,28%	51 8,10%	522 16,63%	7.525 18,03%	565 16,71%	9.110 16,97%
Total général	1.760 100,00%	397 100,00%	2.621 100,00%	630 100,00%	3.138 100,00%	41.743 100,00%	3.381 100,00%	53.670 100,00%

Entre 2011 et 2013, la proportion de personnes perçues comme « non-blanches » a augmenté de 7,47% dans le rôle de journaliste-animateur. En 2013, les journalistes-animateurs principaux sont vus à 89,46% comme « blancs » pour 10,54% vus comme « non blancs ». La représentation est de, respectivement, 91,05% et 8,95% lorsque les intervenants sont journalistes-animateurs secondaires. On ne peut donc affirmer que les intervenants dont l'origine est perçue comme « non blanche » sont concentrés au premier plan de l'actualité à l'exclusion des autres rôles journalistiques moins visibles.

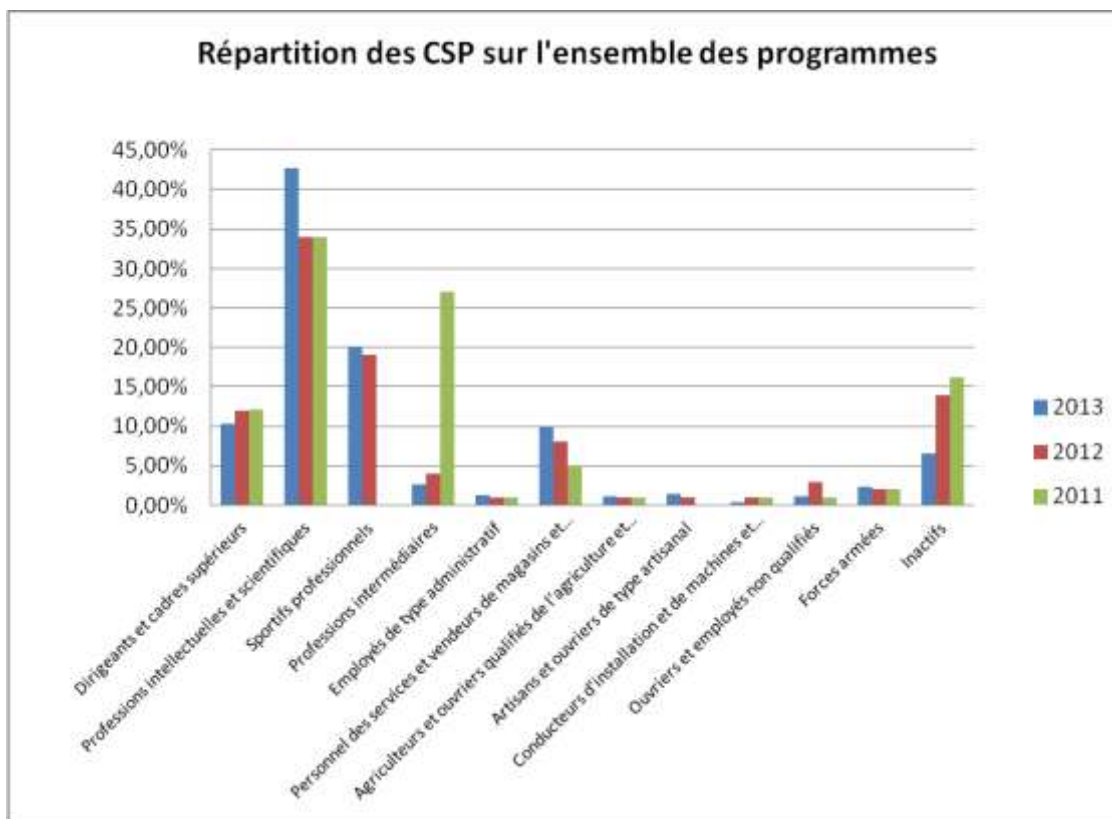
Répartition du rôle de journaliste par origine perçue (2013)			
	Journaliste/animateur principal	Journaliste/animateur secondaire	Total général
Vu comme « blanc »	985 89,46%	600 91,05%	1.585 90,06%
Vu comme « non blanc »	116 10,54%	59 8,95%	175 9,94%
Total général	1.101 100,00%	659 100,00%	1.760 100,00%

3. REPRÉSENTATIONS DES CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES (CSP)

Répartitions des CSP sur l'ensemble des programmes

Les catégories socioprofessionnelles à l'écran sont loin de suivre la répartition que l'on trouve dans la société belge³. 42,70% des intervenants identifiés dans notre échantillon appartiennent en effet aux professions intellectuelles et scientifiques (comprenant les professions artistiques – dont les journalistes – et les professions intellectuelles et scientifiques à part entière). 10,26% relèvent de la catégorie des dirigeants et cadres supérieurs (comprenant les dirigeants et cadres supérieurs de l'administration publique, d'entreprises et les membres de l'exécutif et des corps législatifs). 52,96% d'intervenants appartiennent donc aux catégories socioprofessionnelles dites « supérieures » (CSP+). Cette nette surreprésentation à l'écran des catégories supérieures s'intensifie au fil des *Baromètres* (voir graphe ci-dessous) : elle augmente ainsi de 6,79% de 2011 à 2013.

En revanche, les professions peu qualifiées et les inactifs au sens large (inactifs, retraités, élèves et étudiants, autres) restent très largement sous-représentés. La catégorie « inactifs » connaît même une diminution de près de 10% (9,54%) entre 2001 et 2013 : les inactifs, retraités, élèves et étudiants totalisaient ensemble 16,14% en 2011, 14% en 2012 et 6,60% en 2013. L'échantillon peut expliquer ces variations. En effet, de nombreux personnages intervenaient au titre d'élève ou d'étudiant dans le *Baromètre 2012* dont l'échantillon intégrait la rentrée des classes. Hors sujets « rentrée des classes », la proportion d'inactifs passait ainsi en 2012 de 14% à 7,84%, soit une proportion similaire à celle observée en 2013.

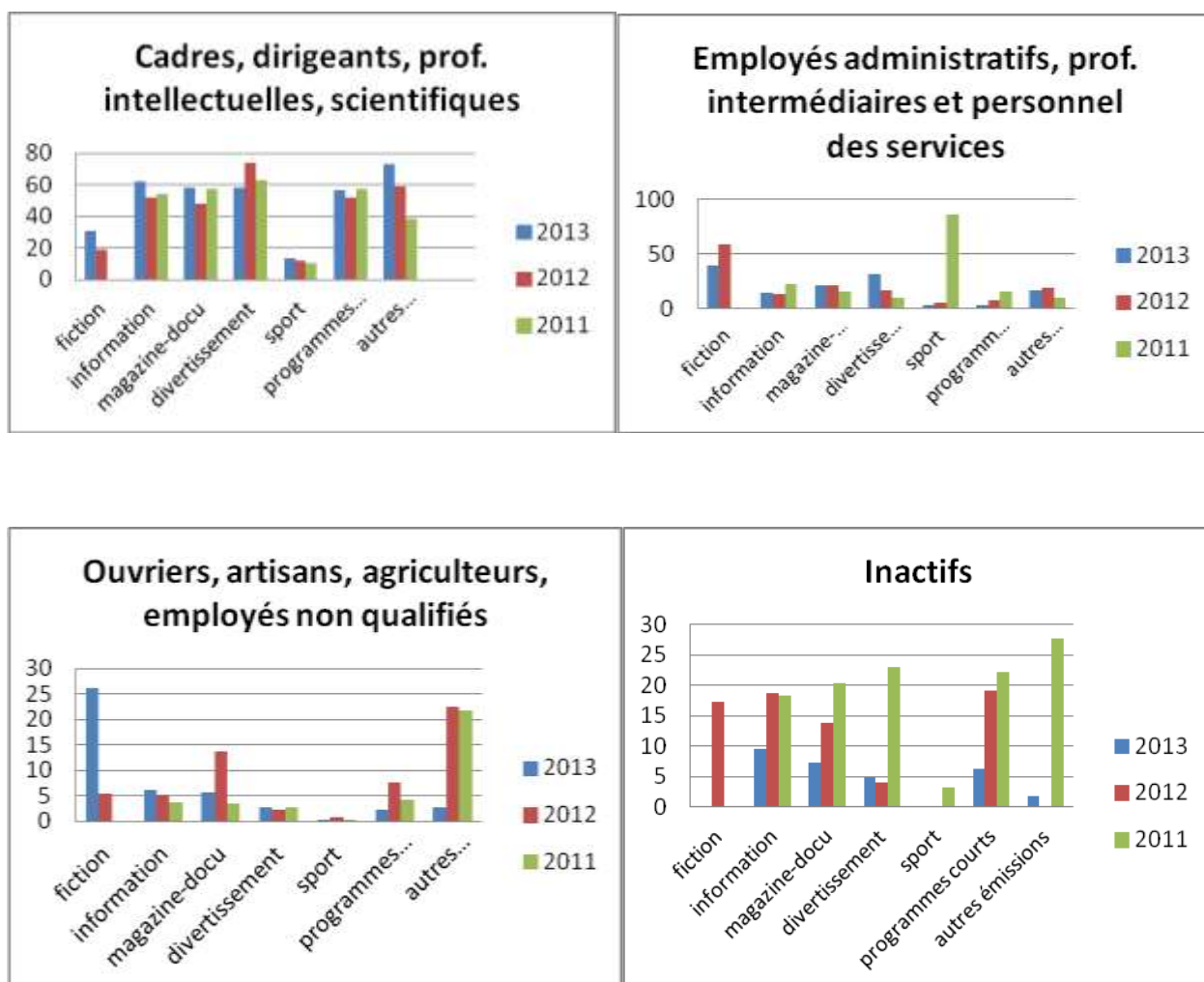


³ <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/travailvie/emploi/professions/> (consulté le 04 février 2013).

Répartition des CSP par genre de programme

La présence des CSP+ est particulièrement évidente dans le genre de l'information – qui est aussi le genre le plus représenté dans l'échantillon. Les cadres, dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques y apparaissent dans 61,64% des cas. C'est 10% de plus qu'en 2012, où cette catégorie socioprofessionnelle constituait 51,64% des intervenants des programmes d'information. Cette augmentation de la proportion des CSP+ dans les émissions d'information s'accompagne corollairement d'une diminution du nombre des inactifs. 18,78% en 2012, les inactifs, retraités, élèves et étudiants étaient 9,52% en 2013. Notons toutefois que l'information est le genre télévisuel où les personnes inactives sont les plus représentées.

Les ouvriers, artisans, agriculteurs et employés non qualifiés sont particulièrement peu représentés à l'écran, y compris dans les programmes de divertissement dont l'essence est pourtant de fédérer un public plus large. Les ouvriers, artisans, agriculteurs et employés non qualifiés représentent 2,80% des intervenants des émissions de divertissement. Les inactifs y sont moins de 5% (4,91%). Les professions qui s'apparentent au secteur « tertiaire » y sont, elles, plus présentes et totalisent 31,20% des effectifs. En revanche, les CSP+ – dont les journalistes-animateurs et les professions artistiques – occupent une place prépondérante dans ces mêmes programmes de divertissement.



Répartition des CSP par rôle

Les intervenants identifiés en CSP+ sont cantonnés le plus souvent dans les rôles discursifs socialement plus « prestigieux » et davantage liés à la parole d'opinion ou d'argumentation (journaliste-animateur, expert et porte-parole). Les CSP+ totalisent aussi les effectifs les plus élevés dans le rôle de *vox populi*. Dans ce cas de figure, on retrouve essentiellement une parole de témoignage ou d'expérience portée par les professions artistiques.

La catégorie socioprofessionnelle qui rassemble la proportion d'intervenants la plus élevée dans le rôle de candidat à un jeu est celle des employés administratifs, professions intermédiaires et personnel des services. Ceux-ci y représentent 41,30% des intervenants.

Enfin, les figurants puisent à davantage de catégories socioprofessionnelles que les autres rôles médiatiques.

Répartition des CSP par rôle (2013)								
	Journaliste -animateur	Candidat à un jeu	Porte- parole	Expert	Vox <i>populi</i>	Figurant	Personnage de fiction	Total général
CSP+	4.292 96,45%	34 36,96%	1.769 83,68%	422 78,88%	629 47,54%	4.709 32,97%	285 34,59%	12.140 51,39%
Sportifs professionnels	22 0,49%	0 0,00%	171 8,09%	2 0,37%	144 10,88%	4536 31,76%	20 2,43%	4895 20,72%
Employés administratifs, professions intermédiaires et personnel des services	95 2,13%	38 41,30%	123 5,82%	67 12,52%	180 13,61%	2.602 18,22%	284 34,47%	3.389 14,35%
Ouvriers, artisans et agriculteurs	6 0,13%	2 2,17%	31 1,47%	31 5,79%	120 9,07%	765 5,36%	57 6,92%	1.012 4,28%
Forces armées	0 0,00%	18 19,57%	5 0,24%	0 0,00%	5 0,38%	430 3,01%	126 15,29%	584 2,47%
Inactifs	35 0,79%	0 0,00%	15 0,71%	13 2,43%	245 18,52%	1.242 8,70%	52 6,31%	1.602 6,78%
Total général	4.450 100,00%	92 100,00%	2.114 100,00%	535 100,00%	1.323 100,00%	14.284 100,00%	824 100,00%	23.622 100,00%

Répartition des CSP selon l'origine perçue de l'intervenant

La proportion des intervenants « vus comme blancs » est majoritaire dans presque chaque catégorie, dont celle des CSP+ (ils y sont 88,62%). Par contre, la part des intervenants « blancs » est de 75,97% contre 24,03% « vus comme non blancs » lorsqu'on examine la répartition des personnes inactives et de 65,42% contre 34,58% vus comme « non blancs » lorsqu'il s'agit des sportifs professionnels.

La dispersion des CSP par origine (voir tableau ci-dessous) montre que les intervenants vus comme « blancs » se concentrent majoritairement dans les CSP+, ce qui n'est pas le cas des intervenants vus comme « non blancs ». Ces derniers se distribuent plus largement sur l'ensemble des catégories socioprofessionnelles. La modalité de la variable qui comporte l'effectif le plus élevé est la catégorie des sportifs professionnels qui rassemble 38,61% des intervenants « vus comme non blancs ». Elle est suivie des professions supérieures qui

concentrent plus d'un quart des intervenants relevant du marqueur de perception « non blanc ».

Répartition des origines perçues selon la CSP (2013)			
	Vu comme « blanc »	Vu comme « non blanc »	Total général
CSP+	8.157 52,55%	1.047 28,09%	9.204 47,81%
Sportifs professionnels	2.722 17,54%	1.439 38,61%	4.161 21,62%
Employés administratifs et professions intermédiaires et services	2.609 16,81%	465 12,48%	3.074 15,97%
Ouvriers, artisans et agriculteurs	743 4,79%	168 4,51%	911 4,43%
Forces armées	211 1,36%	266 7,14%	477 2,48%
Inactifs	1.081 6,96%	342 9,18%	1.423 7,39%
Total général	15.523 100,00%	3.727 100,00%	19.250 100,00%

Répartition des CSP selon le sexe

Les hommes concentrent la majorité de leurs effectifs dans chaque catégorie socioprofessionnelle, à l'exception de la catégorie des inactifs à 53,85% de sexe féminin. Si l'on détaille cette catégorie, on s'aperçoit que 53,68% des élèves-étudiants, 82,35% des chômeurs et 100% des personnes au foyer (pour des occurrences faibles toutefois, 28 pour les chômeurs, 7 pour les personnes au foyer) sont des femmes. Les retraités sont, quant à eux, majoritairement masculins. Pour le reste des catégories socioprofessionnelles, la représentation des femmes est très variable. Les professions dans lesquelles la proportion d'hommes est écrasante sont les forces armées, les sportifs professionnels et, dans une moindre mesure, les ouvriers-artisans-agriculteurs.

Répartition des CSP selon le sexe (2013)							
	CSP+	Sportifs professionnels	Employés administratifs et professions intermédiaires et services	Ouvriers, artisans et agriculteurs	Forces armées	Inactifs	Total général
Homme	8.502 67,32%	4.848 98,58%	1.854 56,37%	817 83,88%	545 99,63%	623 46,15%	17.189 72,50%
Femme	4.128 32,68%	70 1,42%	1.435 43,63%	157 16,12%	2 0,37%	727 53,85%	6.519 27,50%
Total général	12.630 100,00%	4.918 100,00%	3.289 100,00%	974 100,00%	547 100,00%	1.350 100,00%	23.708 100,00%

Lorsque l'on étudie dans quelle catégorie socioprofessionnelle les femmes sont majoritairement représentées (voir le tableau ci-dessous), on note qu'elles le sont à 63,32% dans des professions socialement valorisées (CSP+). Proportionnellement à leur nombre, les femmes sont donc plus fréquemment représentées que les hommes en tant que CSP+. Le

détail de la catégorie montre que ce sont les professions artistiques (dont les journalistes-animateurs) qui font gonfler la part des femmes parmi cette catégorie socioprofessionnelle.

Répartition des sexes selon la CSP (2013)			
	Homme	Femme	Total général
CSP+	8.502 49,46%	4.128 63,32%	12.630 53,27%
Sportifs professionnels	4.848 28,20%	70 1,07%	4.918 20,74%
Employés administratifs et professions intermédiaires et services	1.854 10,79%	1.435 22,01%	3.289 13,87%
Ouvriers, artisans et agriculteurs	817 4,75%	157 2,41%	974 4,11%
Forces armées	545 3,17%	2 0,03%	547 2,31%
Inactifs	623 3,62%	727 11,15%	1.350 5,69%
Total général	17.189 100,00%	6.519 100,00%	23.708 100,00%

4. REPRÉSENTATION DE L'ÂGE

Répartition de l'âge sur l'ensemble des programmes

Les 19-34 ans représentent plus de 40% des intervenants à l'écran (43,73% exactement). Cette proportion est deux fois plus élevée que dans la population belge au 01 janvier 2010⁴, où elle est de 20,15%. Les enfants et les seniors sont en revanche fortement sous-représentés à l'écran comparativement à la place qu'ils occupent dans la société belge. Ainsi, les enfants de 12 ans ou moins totalisent 7,36% des intervenants à l'écran, moitié moins de ce qu'ils représentent en réalité (14,65%). Quant aux personnes de 65 ans et plus, elles sont près de 4,5 fois moins présentes dans l'échantillon de programmes que dans la société. Elles représentent 3,74% des intervenants pour 17,16% de la population belge.

L'âge (2013)			
	%	Effectifs	Belgique au 01.01.2010 (INS)
< ou égal à 12	7,36%	3.469	14,65%
13-18	5,24%	2.471	7,02%
19-34	43,73%	20.617	20,15%
35-49	27,56%	12.991	21,75%
50-64	12,37%	5.834	19,27%
> 65	3,74%	1.763	17,16%
Total général	100,00%	47.145	100,00%

Représentation de l'âge par genre de programme

La répartition des classes d'âge par genre de programme montre que dans la fiction, le magazine-documentaire, le divertissement, le sport et les programmes courts, ce sont les 19-

⁴ Source : <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/structure/agesexe/pyramide/> (consulté le 12 février 2013).

34 ans qui totalisent un nombre d'intervenants plus élevé. La part des 19-34 ans est massive dans le sport (70,93%) et représente un peu plus de la moitié des intervenants dans les émissions de divertissement (54,90%) et dans les programmes courts (53,22%). Dans l'information et les « autres émissions », ce sont les 35-49 ans qui totalisent le plus d'intervenants (33,92% dans l'information et 30,75% dans les autres émissions).

Répartition des âges par rôle

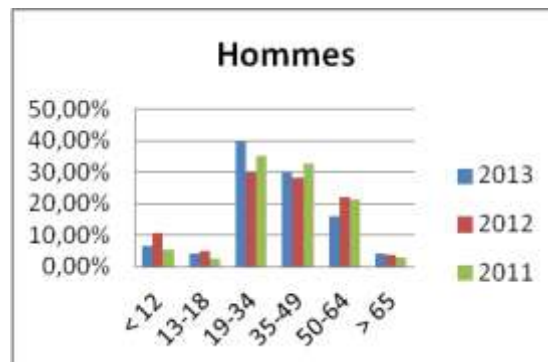
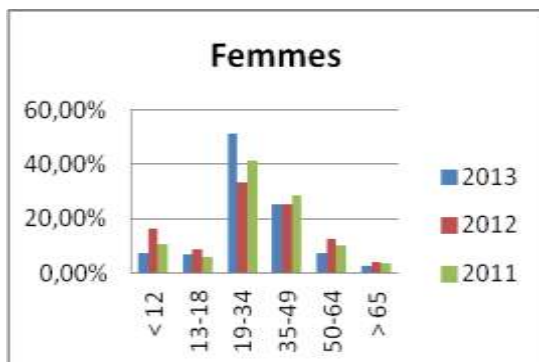
Les rôles discursifs les plus « prestigieux » et fondés sur un discours qui met en avant l'opinion, l'argumentation ou le recadrage critique – journaliste-animateur, porte-parole et expert – connaissent une proportion plus élevée d'intervenants de la classe d'âge 35-49 ans. Ces derniers sont près de la moitié dans chacun de ces rôles discursifs. On notera aussi que le rôle de *vox populi* et son discours fondé sur l'affect, la parole expérientielle ou le sens commun regroupe aussi beaucoup plus d'intervenants de la classe d'âge des 35-49 ans. Ils y sont 31,45% soit presque qu'autant que les 19-34 ans pour ce même rôle (28,70%). De manière générale, le rôle discursif de *vox populi* est plus largement réparti entre les différentes catégories d'âges que les autres rôles médiatiques.

	Journaliste- animateur	Candidat à un jeu	Porte- parole	Expert	<i>Vox populi</i>	Figurant	Personnage de fiction
< ou égal à 12	36 2,05%	10 2,40%	0 0,00%	2 0,32%	172 5,51%	2.971 8,35%	273 9,21%
13-18	0 0,00%	46 11,06%	12 0,46%	15 2,38%	188 6,02%	2.039 5,73%	171 5,77%
19-34	665 37,78%	149 35,82%	391 14,92%	61 9,68%	896 28,70%	17.460 49,05%	983 33,15%
35-49	770 43,75%	128 30,77%	1.239 47,29%	309 49,05%	982 31,45%	8.492 23,86%	1.055 35,58%
50-64	261 14,83%	70 16,83%	892 34,05%	210 33,33%	594 19,03%	3.452 9,70%	350 11,80%
> ou égal à 65	28 1,59%	13 3,13%	86 3,28%	33 5,24%	290 9,29%	1.180 3,32%	133 4,49%
Total général	1.760 100,00%	416 100,00%	2.620 100,00%	630 100,00%	3.122 100,00%	35.594 100,00%	2.965 100,00%

Répartition de l'âge par sexe

La catégorie 19-34 ans est celle qui regroupe le plus d'intervenants pour les hommes comme pour les femmes. Néanmoins, la proportion de femmes âgées de 19 à 34 ans est plus élevée que celles des hommes appartenant au même groupe d'âge : 51,05% contre 39,59%. On dénote donc une certaine tendance au « jeunisme » dans les représentations de la féminité à l'écran.

Notons que cette tendance s'accompagne d'un effacement plus important des femmes avec l'âge comparé aux hommes.



5. REPRÉSENTATION DU HANDICAP

Sur les 63.568 intervenants encodés dans le *Baromètre 2013*, 212, soit 0,33%, présentent un handicap visible. Ce résultat est analogue à celui dégagé dans les Baromètres 2012 (0,30%) et 2011 (0,33%). La représentation du handicap à l'écran semble donc toujours constituer un réel tabou.

Handicap visible (2013)		
	Effectifs	%
Ne présente pas de handicap visible	63.356	99,67%
Présente un handicap visible	212	0,33%
Total général	63.568	100,00%

Chaque genre télévisuel, à l'exception de la fiction, totalise moins de 1% de personnes souffrant d'un handicap visible. La fiction est le genre qui, proportionnellement, laisse le plus de visibilité au handicap : on y trouve 29 intervenants sur 608, soit 4,55%, présentant un handicap visible. Avec deux occurrences sur un total de 8.780 intervenants, le divertissement exclut presque totalement la représentation du handicap.

Répartition des personnes présentant un handicap visible par genre de programme

La plus grande proportion d'intervenants avec un handicap visible se concentre dans l'information qui totalise 77 intervenants sur 212 (36,32%). Rappelons qu'en 2011, cette catégorie générique concentrait 78,48% des personnes présentant un handicap visible mais qu'en 2012, cette proportion était descendue à 36,75%. De 2011 à 2013, la tendance qui voit la question du handicap apparaître dans d'autres genres que l'information (décloisonnement générique) semble se confirmer.

Distribution générique des personnes avec un handicap visible dans les Baromètres 2013-2011			
	2013	2012	2011
Fiction	29 13,68%	2 1,71%	**
Information	77 36,32%	43 36,75%	62 78,48%
Magazine/documentaire	13 6,13%	13 11,11%	0 0%

Divertissement	2 0,94%	20 17,09%	9 11,39%
Sport	40 18,87%	35 29,91%	2 2,53%
Programmes courts	49 23,11%	3 2,56%	2 2,53%
Autres émissions	2 0,94%	1 0,85%	4 5,06%
Total général	212 100,00%	117 100,00%	79 100,00%

Répartition des personnes présentant un handicap visible par rôle

Les rôles discursifs les plus valorisés socialement – journaliste-animateur, porte-parole, expert – ne laissent place qu'à un seul intervenant présentant un handicap visible. De la même manière, les intervenants en situation de handicap sont exclus du rôle médiatique de candidat à un jeu et, globalement, de l'univers du divertissement. Un univers axé prioritairement sur l'évasion, l'hédonisme, le rêve qui tend à présenter de jeunes adultes, plutôt de genre féminin et en bonne santé.

Les intervenants présentant un handicap visible sont essentiellement cantonnées dans les rôles secondaires de figurant (150 occurrences sur 212) et de personnage de fiction (31 occurrences sur 212). Leur présence plus importante dans ces rôles et dans le genre de la fiction peut s'expliquer par la diffusion de deux films-téléfilms sur la RTBF pendant la période couverte par l'échantillon. On relèvera encore que si ces intervenants sont exclus des rôles fondés sur le « logos », on les retrouve par contre dans le rôle de *vox populi* axé sur le « pathos » et l'expérience (30 occurrences sur 212).